



**RUI AUGUSTO DA
COSTA**

**DINÂMICAS TERRITORIAIS GERADAS PELO
INVESTIMENTO PRIVADO NO TURISMO**



**RUI AUGUSTO DA
COSTA**

**DINÂMICAS TERRITORIAIS GERADAS PELO
INVESTIMENTO PRIVADO NO TURISMO**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Carlos Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro e do Doutor Eduardo Anselmo Castro, Professor Associado do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território

Apoio financeiro da FCT e do FSE no âmbito do III Quadro Comunitário de Apoio.

Aos meus pais, Augusto e Alice.
À Carla, à Inês e à Margarida
Com amor e gratidão.

o júri

Presidente	Doutora Maria Ana Dias Monteiro Santos, Professora Catedrática da Universidade de Aveiro
Vogais	Doutor Francisco José Lopes Diniz, Professor Associado com Agregação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
	Doutor Carlos Manuel Martins da Costa, Professor Associado com Agregação da Universidade de Aveiro (Orientador)
	Doutor Eduardo Anselmo Moreira Fernandes de Castro, Professor Associado da Universidade de Aveiro (Coorientador)
	Doutora Margarida Maria Fidalgo da Costa Vaz, Professora Auxiliar da Universidade da Beira Interior
	Doutor José Sancho de Sousa e Silva, Professor Adjunto da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

agradecimentos

A elaboração desta tese só foi possível com o apoio e contributo de várias pessoas e instituições às quais pretendo, neste momento, expressar os meus agradecimentos.

Quero expressar o meu profundo agradecimento ao meu Orientador, Prof. Doutor Carlos Costa, e ao meu Coorientador, Prof. Doutor Eduardo Anselmo Castro, pela cuidada e irrepreensível orientação científica, pelas recomendações e sugestões que souberam transmitir, pelo interesse, disponibilidade e dedicação que demonstraram ao longo desta investigação.

Uma palavra pessoal ao Prof. Doutor Carlos Costa, pelos sábios conselhos, incentivo constante e profunda amizade, de uma ligação profissional de vários anos que a realização deste projeto de investigação ainda permitiu evoluir. Obrigado 'Chefe'.

À Universidade de Aveiro pela oportunidade que tive em realizar a minha investigação de Doutoramento numa instituição reconhecida nacional e internacionalmente pelo seu cariz científico e potencial de investigação.

À Fundação para a Ciência e Tecnologia, a Bolsa de Doutoramento concedida, e que me permitiu dedicar a este projeto pessoal e à investigação para a sua concretização.

Quero também expressar o meu agradecimento ao Dr. Carlos Abade do Turismo de Portugal, e ao Dr. Jorge Abegão do Gabinete PRIME, a disponibilização da base de dados que permitiu realizar esta investigação, e o interesse que demonstraram nesta temática.

Ao meu amigo, José Mendes, um Muito Obrigado! A sua amizade, a disponibilidade na resposta às minhas solicitações, o incentivo e entusiasmo que soube inculcar nos momentos menos bons, permitiu recuperar as forças para continuar.

À Filipa e à Zélia, um agradecimento especial. Pela sua amizade, companheirismo, compreensão e incentivo constante. A relação de amizade que nos une permite que nos consigamos apoiar mutuamente, e ultrapassar as dificuldades que nos vão surgindo ao longo do tempo.

Um agradecimento particular à Sandra Caçador, ao João Marques e ao Luis Galiza, pelo seu contributo, orientação e conselhos na análise de dados realizada nesta investigação.

Quero agradecer à minha mulher Carla, e às minhas filhas, Inês e Margarida, a compreensão e as palavras de ânimo que expressaram em relação ao tempo e dedicação que lhes retirei. Através da vossa alegria, amor e carinho, consegui encontrar a força e a motivação para continuar e concluir esta investigação.

Não posso também esquecer os meus pais, Augusto e Alice, pelas bases e ensinamentos que me souberam inculcar, em termos de trabalho e dedicação, e que me permitiu atingir os objetivos a que me propus.

palavras-chave

Políticas públicas de turismo, Avaliação, Investimento privado, Pequenas e micro empresas, Território.

resumo

A importância económica, social e política do setor do turismo é uma realidade inquestionável. A sua expressão e capacidade de induzir o desenvolvimento económico em termos de outros setores, é cada vez mais importante.

Apesar da dinâmica demonstrada, o setor do turismo enfrenta uma série de problemas estruturais que devem ser resolvidos. Nos últimos anos, o turismo em Portugal tem vindo a crescer em quantidade, mas às vezes sem muita qualidade. O desempenho económico do setor deve ser devidamente analisado, desde a análise do número de entradas de visitantes até questões como o volume de receitas obtido.

Para além disso, é possível observar a existência de casos de concentração espacial excessiva em certas áreas do território. A política de turismo precisa de dimensão, de ser forte, bem estruturada e orientada. "Esta política deve promover sinergias entre redes de diferentes atores para criar uma base sólida de segurança e confiança para o investimento privado." (Costa, 2000)

É importante avaliar o investimento e o sistema de financiamento no setor do turismo, para entender a filosofia e os objetivos que norteiam todo o sistema (política estratégica) e as dinâmicas territoriais e setoriais das empresas do turismo.

keywords

Tourism public policies, evaluation, private investment, small and micro enterprises, territory.

abstract

The economic, social and political significance of the tourism sector is an unquestionable reality. Its expression and ability to induce economic development in terms of other sectors, is increasingly important.

Despite the dynamics shown, the tourism sector faces a number of structural problems to be solved. In recent years, tourism in Portugal has been growing in quantity, but sometimes without much quality. The economic performance of the sector should be properly examined, ranging from the analysis of visitor arrivals to the dimension of the revenues collected.

In addition, we could observe the existence of cases of excessive spatial concentration in certain areas of the territory considered. Tourism policy needs a strong, well structured and targeted dimension. "This policy should promote synergies between networks of different actors to create a solid foundation of security and confidence for private investment." (Costa, 2000)

It's important to evaluate the investment and the financing system in the tourism sector, to understand the philosophy and objectives that guide the entire system (strategic policy) and the territorial and sectoral dynamics of tourism enterprises.

ÍNDICE

Índice

I.	Introdução	1
Capítulo I	Dinâmicas Internacionais e Nacionais do setor do Turismo	9
I.1	Introdução	11
I.2	Procura turística internacional	12
I.3	Procura turística nacional	21
I.4	Diagnóstico estratégico do setor do Turismo em Portugal	41
I.5	Tendências futuras do Turismo	45
I.6	Conclusão	51
Capítulo II	Avaliação de Políticas Públicas no setor do Turismo	55
II.1	Introdução	57
II.2	Envolvimento do setor público no turismo	58
II.3	Funções do setor Público no Turismo	67
II.4	Níveis de intervenção pública	70
II.4.1	Nível Nacional	72
II.4.2	Nível Regional	75
II.4.3	Nível Local	78
II.5	Definição de uma política para o setor do Turismo	79
II.6	Avaliação de políticas públicas	85
II.6.1	Avaliação de políticas públicas – sua importância e conceito	85
II.6.2	Funções da Avaliação	89
II.6.3	Critérios e tipos de avaliação de políticas públicas	92
II.6.4	Etapas do processo de Avaliação	95
II.6.5	Instrumentos para a avaliação de um programa	98
II.6.5.1	Instrumentos de análise para a estruturação da avaliação	99
II.6.5.2	Instrumentos para a observação de alterações	102
II.6.5.3	Instrumentos para a análise de dados	103
II.6.5.4	Instrumentos para a avaliação	107
II.7	Política e Estratégia do setor do Turismo em Portugal	109

II.8	Conclusão	117
Capítulo III	O Investimento privado no setor do Turismo	121
III.1	Introdução	123
III.2	Investigação na área das empresas de pequena e micro dimensão	125
III.3	Definição de Micro, Pequenas e Médias Empresas	128
III.4	Especificidades e dinâmica empresarial das empresas de pequena e micro dimensão	134
III.5	Caracterização da Cadeia de Valor do setor do Turismo	138
III.6	Importância Económica dos subsectores da Conta Satélite do Turismo	140
III.7	Financiamento e Instrumentos Financeiros para o Investimento privado no Turismo	151
III.7.1	Integração Europeia e Política de Coesão	152
III.7.2	Período de Adesão à CEE e o I Quadro Comunitário de Apoio	154
III.7.3	II Quadro Comunitário de Apoio 1994-1999	156
III.7.4	III Quadro Comunitário de Apoio 2000-2006	167
III.8	Conclusão	173
Capítulo IV	Metodologia	177
IV.1	Introdução	179
IV.2	Filosofia e Modelos de Investigação	180
IV.3	Conceção do Modelo de Investigação	182
IV.4	Definição do problema e objetivos de investigação	186
IV.5	Revisão de Literatura e Construção do Modelo Teórico	190
IV.5.1	Revisão de literatura	190
IV.5.2	Construção do modelo teórico	191
IV.6	Definição do Modelo de Investigação – componente prática	194
IV.6.1	Bases de dados e variáveis de análise	194
IV.6.2	Métodos e técnicas de análise	196
IV.6.3	Classificação e codificação das variáveis	198
IV.6.4	Definição e dimensão de empresa	203
IV.6.5	Divisão Territorial	205
IV.6.6	Conta Satélite do Turismo e Código das Atividades Económicas	206

IV.7	Análise Empírica	211
IV.7.1	Metodologia utilizada na análise empírica	211
IV.7.2	Importância da Definição das Hipóteses de Investigação	213
IV.7.3	Definição das Hipóteses de Investigação – Capítulo V	216
IV.7.4	Definição das Hipóteses de Investigação – Capítulo VI	221
IV.7.4.1	Metodologia de análise	221
IV.7.4.2	Grau de Associação entre Variáveis	223
IV.7.4.3	Hipóteses de Investigação do Capítulo VI	224
IV.7.5	Definição das Hipóteses de Investigação – Capítulo VII	232
IV.7.5.1	Modelo de análise	232
IV.7.5.2	Definição das Hipóteses de Investigação – Capítulo VII	234
IV.8	Limitações e contribuições para trabalhos futuros	240
IV.9	Conclusão	243
Capítulo V	Perfil do investimento no setor do Turismo no período de 1994-2006	245
V.1	Introdução	247
V.2	Perfil do Investimento no II QCA – período de 1994 a 1999	249
V.2.1	Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos	249
V.2.2	Localização das Empresas por NUT II	253
V.2.3	Número de Projetos por empresa segundo a sua dimensão	257
V.2.4	Número de empresas segundo a sua área de atividade	263
V.2.5	Localização do Investimento segundo a Sede de Empresa	271
V.3	Perfil do Investimento no III QCA – Período de 2000 a 2006	273
V.3.1	Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos	273
V.3.2	Localização das Empresas por NUT II	277
V.3.3	Número de Projetos por Empresa segundo a sua Dimensão	281
V.3.4	Número de empresas segundo a sua área de atividade	287
V.3.5	Localização do Investimento segundo a Sede de Empresa	295
V.4	Perfil do Investimento em Turismo no período de 1994-2006	302
V.4.1	Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos	302
V.4.2	Localização das Empresas por NUT II	310
V.4.3	Número de Projetos por Empresa segundo a sua dimensão	314

V.4.4	Número de empresas segundo a sua área de atividade	320
V.5	Conclusão	329
Capítulo VI	Análise e discussão de resultados I	333
VI.1	Introdução	335
VI.2	Caracterização do Investimento no setor do turismo no período de 1994-2006	337
VI.2.1	Distribuição do investimento no setor do turismo no período de 1994-2006	337
VI.2.2	Investimento por subsetor do turismo	338
VI.2.2.1	Projetos de investimento por CAE a 2 dígitos	338
VI.2.2.2	Projetos de investimento por CAE a 3 dígitos	340
VI.2.2.3	Projetos de investimento por CAE a 5 dígitos	342
VI.2.3	Investimento no setor do turismo por dimensão de empresa	344
VI.2.4	Localização do investimento no setor do turismo	346
VI.2.4.1	Projetos de investimento por NUT II	346
VI.2.4.2	Projetos de investimento por NUT III	349
VI.3	Distribuição do investimento no período de 1994-2006 por subsetor do turismo	352
VI.3.1	Distribuição por período de investimento e por CAE a 2 dígitos	352
VI.3.2	Distribuição por período de investimento e por CAE a 3 dígitos	357
VI.3.3	Distribuição de projetos por período de investimento e por CAE a 5 dígitos	361
VI.3.3.1	Subsetor do Alojamento	362
VI.3.3.2	Subsetor da Restauração e bebidas	363
VI.3.3.3	Subsetor das Agências de Viagens e Operadores Turísticos	364
VI.3.3.4	Subsetor da Cultura e Recreio	365
VI.4	Execução de projetos por período de investimento e dimensão de empresa	367
VI.5	Distribuição territorial dos projetos de investimento no período de 1994-2006	371
VI.5.1	Período de investimento e a NUT II	372
VI.5.2	Período de investimento e a NUT III	378
VI.6	Período de investimento e variáveis numéricas	381
VI.7	Distribuição do investimento por dimensão de empresa e por subsetor do turismo	383
VI.7.1	Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 2 dígitos	384
VI.7.2	Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 3	389

	dígitos	
VI.7.3	Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 5 dígitos	395
VI.7.3.1	Área do Alojamento	395
VI.7.3.2	Área da Restauração e bebidas	398
VI.7.3.3	Área das Agências de viagens e Operadores turísticos	400
VI.7.3.4	Área do recreio, cultura e desporto	400
VI.8	Investimento por dimensão de empresa e sua distribuição territorial	402
VI.8.1	Investimento por dimensão de empresa e sua localização por NUT II	403
VI.8.2	Investimento por dimensão de empresa e sua localização por NUT III	408
VI.8.2.1	Região Norte	408
VI.8.2.2	Região Centro	411
VI.8.2.3	Região LVT	415
VI.8.2.4	Região Alentejo	419
VI.8.2.5	Região do Algarve, Açores e Madeira	422
VI.8.3	Valores de investimento segundo a dimensão de empresa	425
VI.9	Concentração territorial do investimento e sua distribuição por subsectores do turismo	427
VI.9.1	Localização do investimento por NUJT II e sua afetação por CAE a 2 dígitos	427
VI.9.2	Investimento por NUT II e sua distribuição por CAE a 3 dígitos	435
VI.9.3	Investimento por NUT II segundo a CAE a 5 dígitos	443
VI.9.3.1	Subsetor do Alojamento	449
VI.9.3.2	Subsetor da Restauração e bebidas	451
VI.9.3.3	Subsetor das Agências de viagens e de turismo	453
VI.9.3.4	Administração pública do turismo	453
VI.9.3.5	Atividades recreativas, culturais e desportivas	454
VI.10	Conclusão	457
Capítulo VII	Análise e discussão de resultados II	463
VII.1	Introdução	465
VII.2	Interligação e proporcionalidade dos valores de investimento	466
VII.3	Localização e principais características do investimento no setor do turismo ao	469

nível regional e local	
VII.3.1.	Distribuição e principais características do investimento por NUT II 471
VII.3.1.1	Concentração do investimento por NUT II - Síntese 472
VII.3.1.2	Análise integrada da distribuição do investimento por NUT II e suas principais características 474
VII.3.1.3	Análise individual da distribuição do investimento por NUT II e suas principais características 478
VII.3.2	Distribuição e principais características do investimento por NUT III 480
VII.3.2.1	Concentração do investimento por NUT III - Síntese 481
VII.3.2.2	Análise integrada da distribuição do investimento por NUT III e suas principais características 482
VII.3.2.3	Análise individual da distribuição do investimento por NUT III e suas principais características 486
VII.3.3	Distribuição e principais características do investimento ao nível local 492
VII.3.3.1	Municípios sem projetos de investimento na área do turismo 493
VII.3.3.2	Distribuição do investimento no setor do turismo por município 496
VII.3.3.3	Análise integrada da distribuição do investimento por concelho e suas principais características 498
VII.3.3.4	Análise individual da distribuição do investimento por concelho e suas principais características 502
VII.3.3.4.1	Distribuição do investimento total por concelho e suas principais características 502
VII.3.3.4.2	Distribuição do investimento elegível por concelho e suas principais características 504
VII.3.3.4.3	Distribuição do incentivo por concelho e suas principais características 507
VII.3.3.4.4	Distribuição do número de postos de trabalho a criar e suas principais características 510
VII.4	Especificidades do investimento por dimensão de empresa 513
VII.4.1	Síntese 513
VII.4.2	Análise integrada do investimento por dimensão de empresa – suas especificidades 515

VII.4.3	Análise individual do investimento por dimensão de empresa	519
VII.5	Especificidades do investimento por subsectores do turismo	522
VII.5.1	Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos	524
VII.5.1.1	Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos	525
VII.5.1.2	Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos	529
VII.5.2	Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos	536
VII.5.2.1	Síntese	536
VII.5.2.2	Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos	538
VII.5.2.3	Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos	542
VII.5.3	Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos	548
VII.5.3.1	Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos	548
VII.5.3.2	Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos	552
VII.6	Conclusão	560
Capítulo VIII	Síntese e conclusões	565
VIII.1	Introdução	567
VIII.2	Evolução internacional e nacional do setor do Turismo	567
VIII.3	Avaliação da política e estratégia definida para o setor do Turismo	570
VIII.4	O investimento privado e a política de investimento para o setor do Turismo	573
VIII.5	Características e especificidades do investimento realizado pela estrutura empresarial do setor do Turismo	574
VIII.6	Investimento e financiamento do setor privado do Turismo no período de 1994-2006	580
VIII.7	Fatores que influenciam a dinâmica de investimento do setor privado do Turismo	593
Capítulo IX	Referências bibliográficas	601

Índice de Tabelas

Tabela I.2.1	Entrada de turistas internacionais, Regiões Mundiais [1995-2010]	14
Tabela I.2.2	Entrada de turistas internacionais, Europa, Sub-regiões [1995-2010]	15
Tabela I.2.3	Entradas de turistas internacionais, Europa, Destinos [2005-2010]	16
Tabela I.2.4	Receitas do turismo internacional, Regiões Mundiais [1995-2010]	17
Tabela I.2.5	Receitas do turismo internacional, Europa, Sub-regiões [1995-2010]	18
Tabela I.2.6	Receitas do turismo internacional, Europa, Destinos [2005-2010]	19
Tabela I.2.7	Receitas médias por turista, Regiões Mundiais [1995-2010]	20
Tabela I.2.8	Receitas médias por turista, Europa, Sub-regiões [1995-2010]	20
Tabela I.3.1	Entradas de turistas internacionais, Mercados emissores [2005-2010]	23
Tabela I.3.2	Receitas do turismo internacional, Mercados emissores [2005-2010]	24
Tabela I.3.3	Passageiros desembarcados de voos internacionais, Tipo de voo [2005-2010]	25
Tabela I.3.4	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, Motivo da viagem [1995-2010]	27
Tabela I.3.5	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Duração da viagem [2005-2010]	27
Tabela I.3.6	Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Mercados emissores [2005-2010]	31
Tabela I.3.7	Dormidas nas colónias de férias e pousadas juventude, Mercados emissores, [2005-2010]	38
Tabela II.6.5.1.1	Análise SWOT	99
Tabela II.6.5.1.2	Quadro Conceptual	100
Tabela II.6.5.2.1	Estudos de Caso	102
Tabela II.6.5.3.1	Sistemas de Informação Geográfica	104
Tabela II.6.5.3.2	Análise Fatorial	105
Tabela II.6.5.3.3	Análise de Regressão	106
Tabela II.6.5.4.1	Análise Custo-eficácia	107
Tabela II.6.5.4.2	Análise Custo-benefício	108
Tabela II.7.1	Documentos de Política e Estratégia no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio	112

Tabela II.7.2	Documentos de Política e Estratégia específicos para o setor do Turismo	113
Tabela III.7.3.1	Medidas e Ações do Subprograma Turismo e Património Cultural - Turismo	160
Tabela III.7.4.1	Estrutura do PRIME	169
Tabela III.7.4.2	Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 1	169
Tabela III.7.4.3	Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 2	170
Tabela III.7.4.4	Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 3	171
Tabela IV.6.3.1	Denominação e codificação das variáveis	199
Tabela IV.6.3.2	Período de investimento	199
Tabela IV.6.3.3	Dimensão de empresa	199
Tabela IV.6.3.4	NUT II	200
Tabela IV.6.3.5	Número de projetos de investimento por atividade económica	201
Tabela IV.6.3.6	Agrupamento de CAE a 2 dígitos	202
Tabela IV.6.3.7	Agrupamento de CAE a 3 dígitos	203
Tabela IV.6.6.1	Conta Satélite do Turismo – Atividades características	208
Tabela IV.6.6.2	Integração das atividades características da CST com a CAE a 2 e a 3 dígitos	209
Tabela IV.6.6.3	Atividades económicas com investimentos no período de 1994-2006	210
Tabela IV.7.3.1	Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo V	217
Tabela IV.7.3.2	Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo V	218
Tabela IV.7.3.3	Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo V	218
Tabela IV.7.3.4	Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo V	219
Tabela IV.7.3.5	Hipóteses de investigação do objetivo específico 5 – Capítulo V	220
Tabela IV.7.4.1.1	Grau de associação entre variáveis – tabela síntese	222
Tabela IV.7.4.1.2	Teste de normalidade	223
Tabela IV.7.4.3.1	Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo VI	226
Tabela IV.7.4.3.2	Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo VI	227
Tabela IV.7.4.3.3	Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo VI	227

Tabela IV.7.4.3.4	Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo VI	228
Tabela IV.7.4.3.5	Hipóteses de investigação do objetivo específico 5 - Capítulo VI	229
Tabela IV.7.4.3.6	Hipóteses de investigação do objetivo específico 6 - Capítulo VI	230
Tabela IV.7.5.2.1	Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo VII	236
Tabela IV.7.5.2.2	Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo VII	237
Tabela IV.7.5.2.3	Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo VII	238
Tabela IV.7.5.2.4	Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo VII	239
Tabela IV.8.1	Contributos da tese	241
Tabela V.2.1	Síntese do investimento no período do II QCA, 1994-1999	249
Tabela V.2.1.1	Número de empresas e número de projetos segundo a dimensão de empresa	250
Tabela V.2.1.2	Investimento no período 1994-1999 segundo a dimensão de empresa	251
Tabela V.2.1.3	Investimento no período 1994-1999 segundo a dimensão de empresa (%)	252
Tabela V.2.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II	253
Tabela V.2.2.2	Investimento no período 1994-1999 por NUT II (%)	254
Tabela V.2.3.1	Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão	257
Tabela V.2.3.2	Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão (%)	257
Tabela V.2.3.3	Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa	258
Tabela V.2.3.4	Empresas com mais de 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa	260
Tabela V.2.3.5	Número de projetos por empresa – micro empresa	261
Tabela V.2.3.6	Número de projetos por empresa – pequena empresa	262
Tabela V.2.3.7	Número de projetos por empresa – média empresa	262
Tabela V.2.3.8	Número de projetos por empresa – Não PME	263
Tabela V.2.5.1	Total de projetos da ENATUR	272
Tabela V.3.1.1	Investimento no período de 2000-2006 segundo a dimensão de empresa	273
Tabela V.3.1.2	Investimento no período de 2000-2006 segundo a dimensão de empresa (%)	274
Tabela V.3.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II	278
Tabela V.3.2.2	Número de empresas e número de projetos por NUT II (%)	278

Tabela V.3.3.1	Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão	281
Tabela V.3.3.2	Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão (%)	282
Tabela V.3.3.3	Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa	282
Tabela V.3.3.4	Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa (%)	283
Tabela V.3.3.5	Empresas com mais de 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa	284
Tabela V.3.3.6	Empresas com mais de 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa (%)	285
Tabela V.3.5.1	Localização do investimento segundo a sede de empresa	296
Tabela V.3.5.2	Empresas que realizam o investimento em multiconcelhos	298
Tabela V.3.5.3	Empresas que realizam o investimento fora da área sede de empresa	298
Tabela V.3.5.4	Empresas que realizam o investimento na área sede	300
Tabela V.4.1.1	Investimento no período de 1994-2006	302
Tabela V.4.1.2	Número de empresas e número de projetos por dimensão de empresa	303
Tabela V.4.1.3	Investimento no período de 1994-2006 (inclui apenas a dimensão de empresa)	305
Tabela V.4.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II	310
Tabela V.4.3.1	Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão	314
Tabela V.4.3.2	Número de empresas com 1 projeto de investimento	316
Tabela V.4.3.3	Empresas com mais de 1 projeto de investimento	318
Tabela VI.2.2.1	Número de projetos por CAE	339
Tabela VI.2.2.2.1	Número de projetos por CAE a 3 dígitos	341
Tabela VI.2.4.1.1	Número de projetos por NUT II	346
Tabela VI.5.2.1	Projetos por NUT III segundo o período de investimento	380
Tabela VI.6.1	Média de investimento por quadro comunitário de apoio	382
Tabela VI.6.2	Testes estatísticos	382
Tabela VI.9.1.1	Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos	428
Tabela VI.9.1.2	Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos	432
Tabela VI.9.2.1	Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 3 dígitos	435
Tabela VII.2.1	KMO and Bartlett's Test	468

Tabela VII.2.2	Total Variance Explained	468
Tabela VII.3.1.1	Cluster por NUT II	471
Tabela VII.3.1.1.1	Matriz Síntese análise clusters por NUT II	472
Tabela VII.3.1.1.2	Clusters por NUT II – Matriz Síntese	473
Tabela VII.3.1.2.1	ANOVA	474
Tabela VII.3.1.2.2	ANOVA Sum of Squares	475
Tabela VII.3.1.2.3	Clusters por NUT II	475
Tabela VII.3.1.2.4	Caracterização de clusters por NUT II	476
Tabela VII.3.1.3.1	Caracterização de clusters por NUT II – Inv. Elegível, incentivo e postos trab. a criar	478
Tabela VII.3.1.3.2	Caracterização de clusters por NUT II – Investimento total	479
Tabela VII.3.2.2.1	ANOVA	483
Tabela VII.3.2.2.2	ANOVA Sum of Squares	483
Tabela VII.3.2.2.3	Caracterização de clusters por NUT III	484
Tabela VII.3.2.3.1	Caracterização de clusters – Investimento total e Investimento elegível	487
Tabela VII.3.2.3.2	Caracterização de clusters - Incentivo	490
Tabela VII.3.2.3.3	Caracterização de clusters – Postos de trabalho a criar	492
Tabela VII.3.3.2.1	Número de sujeitos	497
Tabela VII.3.3.2.2	Número de clusters	497
Tabela VII.3.3.3.1	ANOVA	499
Tabela VII.3.3.3.2	Caracterização de clusters por concelho	500
Tabela VII.3.3.4.1.1	Caracterização de clusters por concelho – Investimento total	502
Tabela VII.3.3.4.2.1	Caracterização de clusters por concelho – Investimento elegível	505
Tabela VII.3.3.4.3.1	Caracterização de clusters por concelho - Incentivo	508
Tabela VII.3.3.4.4.1	Caracterização de clusters por concelho – Postos de trabalho a criar	511
Tabela VII.4.1.1	Clusters por dimensão de empresa	514
Tabela VII.4.2.1	ANOVA	515
Tabela VII.4.2.2	ANOVA Sum of Squares	516
Tabela VII.4.2.3	Clusters por dimensão de empresa	516
Tabela VII.4.2.4	Caracterização de clusters por dimensão de empresa	517
Tabela VII.4.3.1	Caracterização de clusters por dimensão de empresa - Incentivo	521
Tabela VII.4.3.2	Caracterização de clusters por dimensão de empresa- Postos de trabalho a criar	522

Tabela VII.5.1.1	Clusters por CAE a 2 dígitos	525
Tabela VII.5.1.1.1	ANOVA	526
Tabela VII.5.1.1.2	ANOVA Sum of Squares	526
Tabela VII.5.1.1.3	Definição de clusters por CAE a 2 dígitos	527
Tabela VII.5.1.1.4	Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos	528
Tabela VII.5.1.2.1	Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos- Investimento total	530
Tabela VII.5.1.2.2	Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos – Investimento elegível	531
Tabela VII.5.1.2.3	Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos - Incentivo	533
Tabela VII.5.1.2.4	Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos – Postos de trabalho a criar	534
Tabela VII.5.2.1	Clusters por CAE a 3 dígitos	536
Tabela VII.5.2.2.1	ANOVA	538
Tabela VII.5.2.2.2	ANOVA Sum of Squares	539
Tabela VII.5.2.2.3	Definição de clusters por CAE a 3 dígitos	540
Tabela VII.5.2.2.4	Caracterização de clusters – CAE a 3 dígitos	541
Tabela VII.5.2.3.1	Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Investimento total	543
Tabela VII.5.2.3.2	Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Investimento elegível	544
Tabela VII.5.2.3.3	Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos - Incentivo	545
Tabela VII.5.2.3.4	Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Postos de trabalho a criar	546
Tabela VII.5.3.1.1	ANOVA	548
Tabela VII.5.3.1.2	ANOVA Sum of Squares	549
Tabela VII.5.3.1.3	Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos	550
Tabela VII.5.3.2.1	Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Investimento total	553
Tabela VII.5.3.2.2	Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Investimento elegível	555
Tabela VII.5.3.2.3	Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos - Incentivo	556
Tabela VII.5.3.2.4	Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Postos de trabalho a criar	559
Tabela VIII.5.1	Investimento no subsetor do turismo por dimensão de empresa	575
Tabela VIII.5.2	Localização das empresas e projetos de investimento por NUT II	576
Tabela VIII.5.3	Projetos de investimento por empresa segundo a sua dimensão	577
Tabela VIII.5.4	Especificidades do investimento por subsetor do turismo	578
Tabela VIII.5.5	Deslocalização do investimento realizado pelo setor privado do	580

	turismo	
Tabela VIII.6.1	Diversificação das áreas de investimento segundo o período de investimento	582
Tabela VIII.6.2	Investimento por dimensão de empresa segundo o período de investimento	583
Tabela VIII.6.3	Localização dos projetos de investimento segundo o período de investimento	584
Tabela VIII.6.4	Investimento por subsetor do turismo e por dimensão de empresa	585
Tabela VIII.6.5	Distribuição territorial do investimento no setor do turismo por dimensão de empresa	588
Tabela VIII.6.6	Distribuição territorial do investimento no setor do turismo por subsetor	591
Tabela VIII.7.1	Interligação dos valores de investimento	593
Tabela VIII.7.2	Diferenciação do tipo de investimento segundo a sua distribuição no território	595
Tabela VIII.7.3	Diferenciação do tipo de investimento por dimensão de empresa	596
Tabela VIII.7.4	Diferenciação do tipo de investimento por subsetor do turismo	598

Índice de Gráficos

Gráfico I.2.1	Entradas de turistas internacionais [1995-2010]	13
Gráfico I.2.2	Entrada de turistas internacionais por regiões Mundiais [1995-2010]	14
Gráfico I.2.3	Entradas de turistas internacionais, Europa [1995-2010]	14
Gráfico I.2.4	Entrada de turistas internacionais, Europa, Sub-regiões [1995-2010]	15
Gráfico I.2.5	Entrada de turistas internacionais, Europa, Sul e Mediterrâneo [1995-2010]	15
Gráfico I.2.6	Entradas de turistas internacionais, Europa, Destinos [2005-2010]	16
Gráfico I.2.7	Receitas do turismo internacional, [1995-2010], US\$	17
Gráfico I.2.8	Receitas do turismo internacional, Regiões Mundiais [1995-2010]	17
Gráfico I.2.9	Receitas do turismo internacional, Europa [1995-2010]	18
Gráfico I.2.10	Receitas do turismo internacional, Europa, Sub-regiões [1995-2010]	18
Gráfico I.2.11	Receitas do turismo internacional, Europa, Sul e Mediterrâneo [1995-2010]	19
Gráfico I.2.12	Receitas do turismo internacional, Europa, Destinos [2005-2010]	19
Gráfico I.3.1	Entradas de turistas internacionais [1995-2010]	22
Gráfico I.3.2	Entradas de turistas internacionais, Mercados emissores [2005-2010]	23
Gráfico I.3.3	Receitas do turismo internacional [1995-2010]	23
Gráfico I.3.4	Receitas do turismo, Mercados emissores [2005-2010], €	24
Gráfico I.3.5	Passageiros desembarcados de voos internacionais [1995-2010]	25
Gráfico I.3.6	Passageiros desembarcados de voos internacionais, Tipo de voo [2005-2010]	26
Gráfico I.3.7	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, Motivo da viagem [1995-2010]	27
Gráfico I.3.8	Viagens turísticas dos residentes, Duração da viagem [1995-2010]	28
Gráfico I.3.9	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Meio de transporte [2005-2010]	28
Gráfico I.3.10	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Meses [2005-2010]	28
Gráfico I.3.11	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Organização viagem [2005-2010]	29

Gráfico I.3.12	Despesa média / Viagem turística, Destino Portugal, Motivo da viagem [2005-2010]	29
Gráfico I.3.13	Despesa média diária / Viagem turística, Destino Portugal, Motivo viagem [2005-2010]	30
Gráfico I.3.14	Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros [1995-2010]	30
Gráfico I.3.15	Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Nacionalidade [1995-2010]	30
Gráfico I.3.16	Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Mercados emissores [2005-2010]	31
Gráfico I.3.17	Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Meses [2005-2010]	32
Gráfico I.3.18	Dormidas nos parques de campismo [1995-2010]	33
Gráfico I.3.19	Dormidas nos parques de campismo, Nacionalidade [1995-2010]	34
Gráfico I.3.20	Dormidas nos parques de campismo, Mercados emissores [2005-2010]	34
Gráfico I.3.21	Dormidas nos parques de campismo, Meses [2005-2010]	35
Gráfico I.3.22	Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH [1995-2010]	35
Gráfico I.3.23	Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Nacionalidade [1995-2010]	36
Gráfico I.3.24	Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Mercados emissores [2005-2010]	36
Gráfico I.3.25	Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Meses [2005-2010]	37
Gráfico I.3.26	Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude [1995-2010]	37
Gráfico I.3.27	Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude, Nacionalidade [1995-2010]	38
Gráfico I.3.28	Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude, Mercados emissores [2005-2010]	38
Gráfico I.3.29	Dormidas nos campos de férias e pousadas da juventude, Meses [2005-2010]	39
Gráfico III.6.1	Número de empresas por subsetor do turismo, Δ 09-07	142
Gráfico III.6.2	Número de empresas por NUT II, Δ 09-07	142
Gráfico III.6.3	Número de empresas por NUT II e por subsetor do turismo, 2009	143
Gráfico III.6.4	Pessoal ao serviço por subsetor do turismo, Δ 09-07	143
Gráfico III.6.5	Pessoal ao serviço por NUT II, Δ 09-07	144
Gráfico III.6.6	Pessoal ao serviço por NUT II e por subsetor do turismo, 2009	144
Gráfico III.6.7	Volume de negócios por subsetor do turismo, Δ 09-07	144
Gráfico III.6.8	Volume de negócios por NUT II, Δ 09-07	145

Gráfico III.6.9	Volume de negócios por NUT II e por subsetor do turismo, 2009	145
Gráfico III.6.10	Valor Acrescentado Bruto por subsetor do turismo, Δ 09-07	146
Gráfico III.6.11	Valor Acrescentado Bruto por NUT II, Δ 09-07	146
Gráfico III.6.12	Valor Acrescentado Bruto por NUT II e por subsetor do turismo, 2009	146
Gráfico III.6.13	Empresas, emprego, receitas e VAB por subsetor do turismo	147
Gráfico III.6.14	Empresas, emprego, receitas e Valor Acrescentado Bruto, por NUT II	148
Gráfico III.6.15	Consumo turístico no território económico, 2000-2009	149
Gráfico III.6.16	Consumo turístico no território económico (componentes), 2000-2008	149
Gráfico V.2.1.1	Número empresas e número projetos por dimensão empresa	252
Gráfico V.2.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II (%)	254
Gráfico V.2.2.2	Número empresas e investimento total por NUT II (%)	255
Gráfico V.2.2.3	Número de empresas e incentivo atribuído por NUT II (%)	256
Gráfico V.2.2.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar por NUT II (%)	256
Gráfico V.2.4.1	Número de empresas e número de projetos – CAE 55	264
Gráfico V.2.4.2	Número de empresas e investimento total – CAE 55	265
Gráfico V.2.4.3	Número de empresas e incentivo – CAE 55	265
Gráfico V.2.4.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 55	266
Gráfico V.2.4.5	Número de empresas e número de projetos – CAE 63	267
Gráfico V.2.4.6	Número de empresas e investimento total – CAE 63	267
Gráfico V.2.4.7	Número de empresas e incentivo – CAE 63	268
Gráfico V.2.4.8	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63	268
Gráfico V.2.4.9	Número de empresas e número de projetos – CAE 92	269
Gráfico V.2.4.10	Número de empresas e investimento total – CAE 92	270
Gráfico V.2.4.11	Número de empresas e incentivo – CAE 92	270
Gráfico V.2.4.12	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92	271
Gráfico V.3.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II	278
Gráfico V.3.2.2	Número de empresas e investimento total	279
Gráfico V.3.2.3	Número de empresas e incentivo atribuído por NUT II	279
Gráfico V.3.2.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar	280
Gráfico V.3.4.1	Número de empresas e número de projetos – CAE 55	287
Gráfico V.3.4.2	Número de empresas e investimento total – CAE 55	288
Gráfico V.3.4.3	Número de empresas e incentivo – CAE 55	288
Gráfico V.3.4.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar	289

Gráfico V.3.4.5	Número de empresas e número de projetos – CAE 63	290
Gráfico V.3.4.6	Número de empresas e investimento total – CAE 63	291
Gráfico V.3.4.7	Número de empresas e incentivo – CAE 63	291
Gráfico V.3.4.8	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63	292
Gráfico V.3.4.9	Número de empresas e número de projetos – CAE 92	293
Gráfico V.3.4.10	Número de empresas e investimento total – CAE 92	294
Gráfico V.3.4.11	Número de empresas e incentivo – CAE 92	294
Gráfico V.3.4.12	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92	295
Gráfico V.3.5.1	Localização do investimento segundo a sede de empresa	297
Gráfico V.4.1.1	Número de empresas e número de projetos	303
Gráfico V.4.1.2	Número de empresas e investimento total	304
Gráfico V.4.1.3	Número de projetos e investimento total	305
Gráfico V.4.1.4	Número de empresas e incentivo atribuído	306
Gráfico V.4.1.5	Investimento total e incentivo atribuído	306
Gráfico V.4.1.6	Número de projetos e incentivo atribuído	307
Gráfico V.4.1.7	Número de empresas e postos de trabalho a criar	308
Gráfico V.4.1.8	Número de projetos e postos de trabalho a criar	308
Gráfico V.4.1.9	Incentivo atribuído e postos de trabalho a criar	309
Gráfico V.4.2.1	Número de empresas e número de projetos por NUT II	311
Gráfico V.4.2.2	Número de empresas e investimento total	312
Gráfico V.4.2.3	Número de empresas e incentivo atribuído	312
Gráfico V.4.2.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar	313
Gráfico V.4.3.1	Número de projetos por empresa	315
Gráfico V.4.3.2	Número de empresas e número de projetos por dimensão de empresa	316
Gráfico V.4.4.1	Número de empresas e número de projetos – CAE 55	320
Gráfico V.4.4.2	Número de empresas e investimento total – CAE 55	321
Gráfico V.4.4.3	Número de empresas e incentivo – CAE 55	321
Gráfico V.4.4.4	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 55	322
Gráfico V.4.4.5	Número de empresas e número de projetos – CAE 63	323
Gráfico V.4.4.6	Número de empresas e investimento total – CAE 63	324
Gráfico V.4.4.7	Número de empresas e incentivo – CAE 63	324
Gráfico V.4.4.8	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63	325
Gráfico V.4.4.9	Número de empresas e número de projetos – CAE 92	327

Gráfico V.4.4.10	Número de empresas e investimento total – CAE 92	327
Gráfico V.4.4.11	Número de empresas e incentivo – CAE 92	328
Gráfico V.4.4.12	Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92	329
Gráfico VI.2.1.1	Período de investimento	337
Gráfico VI.2.2.1	Número de projetos por CAE a 2 dígitos	339
Gráfico VI.2.2.2.1	Número de projetos por CAE a 3 dígitos	340
Gráfico VI.2.2.3.1	Número de projetos por CAE a 5 dígitos	342
Gráfico VI.2.3.1	Número de projetos por dimensão de empresa	345
Gráfico VI.2.4.1.1	Número de projetos por NUT II	347
Gráfico VI.2.4.2.1	Número de projetos por NUT III – Região Norte	350
Gráfico VI.2.4.2.2	Número de projetos por NUT III – Região Centro	350
Gráfico VI.2.4.2.3	Número de projetos por NUT III – Região Alentejo	351
Gráfico VI.3.1.1	Total de projetos por CAE, período de 1994-2006	353
Gráfico VI.3.1.2	Projetos por período de investimento, segundo a CAE	353
Gráfico VI.3.1.3	Projetos por CAE, segundo o período de investimento	354
Gráfico VI.3.1.4	Total de projetos por CAE segundo o período de investimento (valor absoluto)	355
Gráfico VI.3.2.1	Total de projetos por CAE a 3 dígitos	357
Gráfico VI.3.2.2	Projetos por período de investimento segundo a CAE a 3 dígitos	357
Gráfico VI.3.2.3	Projetos por período de investimento segundo a CAE a 3 dígitos (em termos relativos)	358
Gráfico VI.3.2.4	Projetos por CAE a 3 dígitos segundo o período de investimento (em termos relativos)	358
Gráfico VI.3.3.1.1	Projetos por período investimento segundo a CAE a 5 dígitos - alojamento	362
Gráfico VI.3.3.1.2	Projetos por CAE a 5 dígitos segundo o período investimento	363
Gráfico VI.3.3.2.1	Projetos por período investimento segundo a CAE a 5 dígitos - Restauração	364
Gráfico VI.3.3.3.1	Projetos por período de investimento – CAE 63300	365
Gráfico VI.3.3.4.1	Projetos por período de investimento segundo a CAE a 5 dígitos – CAE 92	365
Gráfico VI.3.3.4.2	Projetos por CAE a 5 dígitos segundo o período investimento – CAE 92	366
Gráfico VI.4.1	Total de projetos por dimensão de empresa	367
Gráfico VI.4.2	Projetos por período investimento segundo a dimensão empresa	368

Gráfico VI.4.3	Projetos por dimensão empresa segundo período investimento	369
Gráfico VI.4.4	Projetos por período investimento segundo dimensão empresa (valores absolutos)	370
Gráfico VI.4.5	Projetos por dimensão empresa segundo período investimento (valores absolutos)	371
Gráfico VI.5.1.1	Total de projetos por NUT II	372
Gráfico VI.5.1.2	Projetos por período investimento segundo a NUT II	373
Gráfico VI.5.1.3	Projetos por NUT II segundo período de investimento	374
Gráfico VI.5.1.4	Projetos por período investimento segundo NUT II (valores absolutos)	376
Gráfico VI.5.1.5	Projetos por NUT II segundo período investimento (valores absolutos)	377
Gráfico VI.5.2.1	Total de projetos por NUT III, 1994-2006	378
Gráfico VI.5.2.2	Projetos por período de investimento segundo a NUT III	379
Gráfico VI.7.1.1	Total de projetos por CAE a 2 dígitos	384
Gráfico VI.7.1.2	Número de projetos por dimensão empresa segundo a CAE a 2 dígitos	384
Gráfico VI.7.1.3	Dimensão de empresa na CAE 55	385
Gráfico VI.7.1.4	Dimensão de empresa na CAE 92	386
Gráfico VI.7.1.5	Dimensão de empresa na CAE 63	387
Gráfico VI.7.1.6	Número projetos por CAE a 2 dígitos segundo a dimensão empresa	387
Gráfico VI.7.1.7	Número projetos por CAE segundo dimensão empresa (valores absolutos)	388
Gráfico VI.7.1.8	Número projetos por dimensão empresa segundo a CAE 2 dígitos (valores absolutos)	389
Gráfico VI.7.2.1	Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo dimensão empresa	389
Gráfico VI.7.2.2	Número projetos por dimensão empresa segundo a CAE a 3 dígitos	390
Gráfico VI.7.2.3	Número projetos por dimensão empresa segundo CAE a 3 dígitos (valores absolutos)	392
Gráfico VI.7.2.4	Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo a dimensão empresa	393
Gráfico VI.7.2.5	Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo dimensão empresa (valores absolutos)	394
Gráfico VI.7.3.1.1	Número projetos por CAE a 5 dígitos segundo dimensão empresa - ALOJAMENTO	395
Gráfico VI.7.3.1.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo CAE 5 dígitos - ALOJAMENTO	397

Gráfico VI.7.3.2.1	Número projetos por CAE 5 dígitos segundo dimensão empresa - RESTAURAÇÃO	398
Gráfico VI.7.3.2.2	Número projetos por dimensão empresa segundo CAE 5 dígitos - RESTAURAÇÃO	399
Gráfico VI.7.3.3.1	Número projetos por dimensão empresa – CAE 63	400
Gráfico VI.7.3.4.1	Número projetos por dimensão empresa – CAE 92	401
Gráfico VI.7.3.4.2	Número projetos da CAE 92, por dimensão empresa	402
Gráfico VI.8.1.1	Número total de projetos por NUT II	403
Gráfico VI.8.1.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT II	404
Gráfico VI.8.1.3	N.º projetos por NUT II segundo dimensão empresa	405
Gráfico VI.8.1.4	N.º projetos por NUT II segundo dimensão empresa (valores absolutos)	406
Gráfico VI.8.1.5	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT II (valores absolutos)	407
Gráfico VI.8.2.1.1	Número projetos por NUT III – Região Norte	408
Gráfico VI.8.2.1.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Norte	409
Gráfico VI.8.2.1.3	N.º projetos por NUT II segundo dimensão empresa – Norte (valores relativos)	410
Gráfico VI.8.2.2.1	Número total projetos por NUT III – Região Centro	411
Gráfico VI.8.2.2.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Centro	412
Gráfico VI.8.2.2.3	N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa - Centro	413
Gráfico VI.8.2.3.1	Número total projetos por NUT III – Região LVT	415
Gráfico VI.8.2.3.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III LVT	416
Gráfico VI.8.2.3.3	N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa – LVT (valores relativos)	417
Gráfico VI.8.2.4.1	Número total projetos por NUT III – Região Alentejo	419
Gráfico VI.8.2.4.2	N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Alentejo	420
Gráfico VI.8.2.4.3	N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa - Alentejo	421
Gráfico VI.8.2.5.1	N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa – Algarve, Açores e Madeira	423
Gráfico VI.9.1.1	Número total de projetos por CAE a 2 dígitos	428
Gráfico VI.9.1.2	Número total de projetos por NUT II	428
Gráfico VI.9.1.3	N.º projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos	429
Gráfico VI.9.1.4	N.º projetos por CAE a 2 dígitos segundo NUT II	431
Gráfico VI.9.1.5	N.º projetos por NUT II segundo CAE a 2 dígitos (valores absolutos)	433

Gráfico VI.9.1.6	N.º projetos por CAE segundo a NUT II	434
Gráfico VI.9.2.1	Número total de projetos por CAE a 3 dígitos	435
Gráfico VI.9.2.2	N.º projetos por NUT II segundo CAE a 3 dígitos	436
Gráfico VI.9.2.3	N.º projetos por CAE segundo a NUT II (valores absolutos)	440
Gráfico VI.9.3.1	Número total de projetos por CAE a 5 dígitos	443
Gráfico VI.9.3.2	N.º projetos por CAE a 5 dígitos segundo a NUT II	444
Gráfico VI.9.3.3	N.º projetos por NUT II segundo a CAE 5 dígitos (valores relativos)	445
Gráfico VI.9.3.4	N.º projetos por NUT II segundo a CAE a 5 dígitos (valores absolutos)	446
Gráfico VI.9.3.1.1	N.º projetos por CAE a 5 dígitos segundo a NUT II (valores relativos)	449
Gráfico VI.9.3.5.1	Número projetos por CAE segundo a NUT II – CAE 92	454
Gráfico VI.9.3.5.2	N.º projetos por NUT II segundo CAE 5 dígitos – CAE 92	455

Índice de Figuras

Figura I.3.1	Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal [2005-2010]	26
Figura I.5.1	Tourism Futures Framework	48
Figura II.6.3.1	Quadro de Avaliação	93
Figura II.6.4.1	Etapas do processo de avaliação	95
Figura III.6.1	Peso do consumo turístico no território económico no PIB, 2008	150
Figura III.6.2	Consumo turístico recetor (componentes), 2008	150
Figura III.6.3	Consumo turístico interno (componentes), 2008	151
Figura IV.3.1	Elements of the research process	182
Figura IV.3.2	Atos e etapas do procedimento científico	183
Figura IV.3.3	Principais etapas do processo de investigação	184
Figura IV.3.4	Definição do modelo de investigação	185
Figura IV.4.1	Pergunta de investigação e objetivos de investigação	188
Figura IV.4.2	Interligação dos capítulos da tese com os objetivos gerais de investigação	189
Figura IV.5.1.1	Enquadramento teórico – principais referências	191
Figura IV.5.2.1	Development of a conceptual framework	192
Figura IV.5.2.2	Modelo teórico de investigação	193
Figura IV.6.1.1	Base de dados do II QCA e do III QCA – Variáveis de análise	195
Figura IV.7.1.1	Metodologia de investigação da componente empírica	212
Figura IV.7.2.1	Metodologia de investigação	215
Figura IV.7.3.1	Definição dos objetivos de investigação – Capítulo V	216
Figura IV.7.3.2	Esquema metodológico do Capítulo V	221
Figura IV.7.4.3.1	Definição dos objetivos de investigação – Capítulo VI	224
Figura IV.7.4.3.2	Metodologia de investigação do Capítulo VI	231
Figura IV.7.5.2.1	Definição dos objetivos de investigação – Capítulo VII	235
Figura IV.7.5.2.2	Esquema metodológico do Capítulo VII	240
Figura VII.2.1	Scree Plot	467
Figura VII.2.2	Rotated Component Matrix	469
Figura VII.3.1.1.1	Clusters por NUT II	473

Figura VII.3.2.1.1	Análise de clusters por NUT III - síntese	481
Figura VII.3.2.2.1	Clusters por NUT III	484
Figura VII.3.2.3.1	Clusters por NUT III – Investimento total e Investimento elegível	486
Figura VII.3.2.3.2	Clusters por NUT III - Incentivo	489
Figura VII.3.2.3.3	Clusters por NUT III – Postos de trabalho a criar	491
Figura VII.3.3.1.1	Clusters concelhos sem projetos de investimento	494
Figura VII.3.3.3.1	Clusters por concelho – todas as variáveis	498
Figura VII.3.3.4.1.1	Clusters por concelho – variável investimento total	502
Figura VII.3.3.4.2.1	Clusters por concelho – variável investimento elegível	505
Figura VII.3.3.4.3.1	Clusters por concelho – variável incentivo	508
Figura VII.3.3.4.4.1	Clusters por concelho – variável postos de trabalho a criar	510

Abreviaturas

ANA	Aeroportos de Portugal
BP	Banco de Portugal
BRIC	Brasil, Rússia, Índia, China
CAE	Código da Actividade Económica
CCDR	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional
CE	Comissão Europeia
CEE	Comunidade Económica Europeia
CST	Conta Satélite do Turismo
DEEP	Departamento de Estudos, Estatística e Planeamento
DGDR	Direcção Geral do Desenvolvimento Regional
DGT	Direcção Geral do Turismo
DRE	Direcção Regional de Economia
EC	European Commission
EEE	Espaço Económico Europeu
EUA	Estados Unidos da América
FEDER	Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional
FGUE	Ficheiro Geral das Unidades Estatísticas
FSE	Fundo Social Europeu
GOP	Grandes Opções do Plano
IATA	International Air Transport Association
ICAO	International Civil Aviation Organization
ICPME	Iniciativas Comunitárias para as Pequenas e Médias Empresas
I & D	Investigação & Desenvolvimento
IFT	Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo
ILE	Iniciativas Locais de Emprego
INE	Instituto Nacional de Estatística
ME	Ministério da Economia
MEI	Ministério da Economia e da Inovação
MEPAT	Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território

MPAT	Ministério do Planeamento e da Administração do Território
NUT	Nomenclatura de Unidade Territorial
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONT's	Organizações Nacionais do Turismo
ORLT's	Organizações Regionais e Locais do Turismo
OT	Observatório do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PITER	Projetos Integrados Turísticos Estruturantes de Base Regional
PME	Pequenas e Médias Empresas
PNDES	Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social
POE	Programa Operacional da Economia
PRIME	Programa de Incentivos à Modernização da Economia
PROREST	Programa de Apoio à Requalificação e Modernização dos Estabelecimentos de Restauração e Bebidas
QCA	Quadro Comunitário de Apoio
REVPAR	Revenue per Available Room
RIME	Regime de Incentivos às Micro Empresas
SAJE	Sistema de Apoio aos Jovens Empresários
SIFIT	Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo
SIME	Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial
SIPIE	Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais
SIR	Sistema de Incentivos Regionais
SIVETUR	Sistema de Incentivos a Produtos de Vocação Estratégica
STRATOS	Strategic Orientations of Small and Medium Sized Enterprises
TER	Turismo em Espaço Rural
TP	Turismo de Portugal
UE	União Europeia
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WTTC	World Travel and Tourism Council



Introdução

I. Introdução

O setor do turismo constitui-se como um dos principais motores de crescimento e desenvolvimento da economia dos países, sendo considerado como um setor estratégico por parte dos governos, que consideram este setor como uma 'oportunidade' para a resolução de diversos problemas, como o défice da balança de pagamentos, o aumento do rendimento e a criação de emprego.

Apesar de alguns períodos menos positivos, afetados por conjunturas externas ao próprio setor, o turismo regista uma grande dinâmica de crescimento e desenvolvimento, o que permite antever que irá continuar a aumentar a sua importância a nível mundial. Dada a sua especificidade e características, tem-se vindo a registar alterações significativas na forma como o setor continuará a operar, quer na melhoria da qualidade e diversificação da oferta, quer numa maior aposta na diferenciação e conceito de 'uniqueness', para além das alterações amplamente conhecidas do perfil dos próprios turistas, mais exigentes, interessados e informados.

Dada a importância do setor do turismo na economia dos países desenvolvidos e/ou em vias de desenvolvimento é fundamental a intervenção e participação do setor público no turismo. O setor público no turismo desempenha um papel central de dinamizador e impulsionador desta atividade através da criação de condições para o crescimento e desenvolvimento do turismo, na disponibilização de infraestruturas básicas e equipamentos de suporte que permitem o crescimento e desenvolvimento deste setor nos destinos.

Para além disso, o setor público desempenha um papel central na coordenação e orientação estratégica do setor do turismo através da definição da política e estratégia para o setor e na implementação de medidas e ações que promovam o seu crescimento e desenvolvimento. A política e estratégia definida precisa de ter em atenção as tendências de crescimento e desenvolvimento mais recentes, deve ser uma política moderna e operativa, definida com rigor e de uma forma clara, apresentando os objetivos que se pretendem atingir e que sejam capazes de solucionar os problemas estruturais do setor.

A política e estratégia definida, bem como os objetivos, medidas e ações a implementar, devem ser monitorizados e avaliados, considerando a importância que o setor público detém na gestão dos bens públicos. É fundamental proceder a uma avaliação rigorosa e cuidada da

política e estratégia definida de forma a apoiar a tomada de decisão e corrigir os aspetos menos positivos identificados e que permita clarificar a atuação e gestão do setor público no turismo.

Por outro lado, o setor privado desempenha também um papel central no turismo, na medida em que é responsável pelo fornecimento da maior parte dos serviços e de atividades de turismo, realizando a maior parte do investimento nos subsetores que integram a cadeia de valor do setor (Alojamento; restauração bebidas; agências de viagens e operadores turísticos; atividades recreativas, culturais e desportivas). É também responsável pela dinamização do turismo ao nível regional e na atenuação dos desequilíbrios regionais; contribui para a dinamização e modernização regional e local; e impulsiona também o investimento em infraestruturas básicas de suporte ao desenvolvimento turístico de uma região, contribuindo para a melhoria e diversificação da qualidade da oferta.

No entanto, o setor do turismo, apesar da enorme vitalidade e dinâmica das empresas que o integram, apresenta uma estrutura empresarial constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, o que face à sua reduzida dimensão e estrutura familiar, apresentam um conjunto de fragilidades, das quais se destacam as dificuldades de investimento e financiamento, que as inibe de crescer, de se desenvolver, de inovar e potenciar as suas principais vantagens, na criação de emprego, na geração de rendimento e no papel que desempenham na qualificação, diversificação e melhoria da oferta do setor do turismo.

É fundamental analisar de uma forma rigorosa quais as potencialidades efetivas das empresas de pequena e micro dimensão, na criação de condições para o crescimento e desenvolvimento do turismo nos destinos. No entanto, a investigação realizada na área das empresas de pequena e micro dimensão continua a ser insuficiente. Considerando os benefícios que podem ser criados e disponibilizados por este tipo de empresas, não tem sido dada a devida atenção às suas necessidades, características e especificidades por parte do setor público do turismo, na criação de condições que permita a criação de um setor empresarial forte e com elevada dinâmica.

Nesse sentido, pretende-se nesta investigação, analisar de que forma as dinâmicas de investimento realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão do setor do turismo,

podem contribuir para a criação de um setor empresarial sólido, forte, e com grande dinâmica, que contribua para a qualificação, diversificação e melhoria da oferta nos destinos.

Para isso, definem-se um conjunto de objetivos gerais que permitem demonstrar a importância das empresas de pequena e micro dimensão na qualificação, diversificação e melhoria da qualidade da oferta. O primeiro objetivo, analisado ao nível do capítulo I (1) pretende verificar que a tendência de crescimento do setor do turismo passa por uma aposta mais efetiva nas atividades de lazer e recreio. O segundo objetivo, objeto de análise no capítulo II, pretende (2) avaliar a importância em definir medidas de política para a área das atividades recreativas, culturais e desportivas de forma a minorar os problemas estruturais do setor do turismo. O capítulo III tem por objetivo (3) verificar que a política de investimento definida centra-se preferencialmente na disponibilização de incentivos financeiros para a componente infraestrutural dos subsectores tradicionais do turismo, em detrimento de formas de investimento centrados no tecido empresarial.

Por sua vez, a análise empírica desta investigação inclui, também três capítulos, os quais têm por objetivo, (4) demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão desempenham um papel central em termos de investimento no setor do turismo ao nível do capítulo V. O capítulo VI, tem por objetivo (5) demonstrar que o investimento no setor do turismo, no período de 1994-2006 centra-se prioritariamente na componente infraestrutural do setor; e no capítulo VII, pretende-se (6) demonstrar que as dinâmicas de investimento podem variar segundo a dimensão da empresa, da atividade económica em que se insere e da área geográfica onde se localiza; que pretendem comprovar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão podem contribuir para a melhoria e diversificação da qualidade da oferta.

De uma forma geral a investigação em turismo tem-se vindo a apoiar na realização de questionários que medem tendências e perceções do crescimento e desenvolvimento do setor. Ao nível desta investigação irá privilegiar-se uma análise quantitativa que verifique com rigor e de uma forma objetiva, e para além do discurso de política e estratégia, de que forma é que, efetivamente, se poderá vir a conciliar uma política de investimento no setor do turismo, centrada nas empresas de pequena e micro dimensão, com uma estratégia direcionada para a melhoria e diversificação da qualidade da oferta.

Ao longo dos últimos 25 anos, o financiamento do setor do turismo em Portugal tem vindo a realizar-se na base dos incentivos disponibilizados no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio contratualizados com a União Europeia. O período de investimento de 1994-2006, e que serve de base a esta investigação, apresenta dados referentes a dois períodos de investimento, que se refletem em dois quadros comunitários de apoio, o II QCA referente ao período de 1994-1999 e o III QCA, referente ao período de 2000-2006.

Neste sentido, esta investigação recorre a uma base de dados do período de 1994-2006 do investimento privado com o apoio público na área do turismo (período correspondente ao II QCA e ao III QCA). A partir dessa base de dados procede-se a análises estatísticas que combinam as variáveis (i) investimento total; (ii) investimento elegível; (iii) incentivo; e (iv) postos de trabalho a criar; com o (a) período de investimento; (b) o código das atividades económicas Alojamento; restauração bebidas; agências de viagens e operadores turísticos; atividades recreativas, culturais e desportivas); (c) dimensão de empresa (micro, pequena, média e grande empresa); e o (d) território (NUT II, NUT III e Município).

A análise das bases de dados do investimento no turismo (período de 1994-2006) permite enumerar diversas hipóteses de investigação relacionadas com as diferentes opções de investimento. Esta listagem de hipóteses resulta na identificação de questões de investigação relacionadas com o tema de investigação e com os objetivos, geral e específicos, definidos.

Nesse sentido, a análise empírica nesta investigação centra-se em 4 áreas principais, a partir das quais se desenvolve toda a investigação, que permite atingir os objetivos, geral e específicos, definidos. A primeira área central de estudo centra-se no período de investimento, o que permite uma análise por período de investimento a que corresponde cada Quadro Comunitário de Apoio (II QCA no período de 1994-1999, e III QCA no período de 2000-2006), e também uma análise global do período de investimento de 1994-2006.

Dada a transversalidade do setor do turismo, e a diversidade de subsetores que integram a sua cadeia de valor, já identificadas anteriormente, é efetuada na segunda área de análise uma interligação entre as atividades económicas onde se realizam os projetos de investimento na área do turismo e os subsetores que integram a Conta Satélite do Turismo. Esta análise permite identificar para que áreas do 'core' do turismo se direcionam estrategicamente os investimentos do setor privado.

O setor empresarial do turismo é constituído, maioritariamente, por empresas de pequena e micro dimensão, que face à sua dimensão e estrutura familiar registam um conjunto de fragilidades que as inibem de crescer e se desenvolver, apesar de também apresentarem uma diversidade de vantagens, principalmente para as áreas onde se inserem. Nesse sentido, a terceira área de análise central, corresponde a uma análise sobre qual a estrutura empresarial que realiza os projetos de investimento na área do turismo.

As regiões NUT II e NUT III representam a divisão territorial regional em Portugal, apresentando entre si diferentes dinâmicas de crescimento e desenvolvimento do turismo. Tendo em atenção este facto é fundamental analisar a forma como o investimento privado no setor do turismo se distribui em termos territoriais, se existe uma distribuição uniforme no território, ou então, se se observa uma concentração do investimento nos principais destinos turísticos em Portugal ou nas áreas em que o setor do turismo ainda não se encontra tão desenvolvido. A quarta área de análise central identifica áreas territoriais (por NUT II, NUT III e concelho) onde se concentram os projetos de investimento realizados no setor do turismo.

Pretende-se nesta investigação demonstrar que não basta ao setor do turismo criar riqueza em termos de investimento, rendimento e emprego. É fundamental que o setor desempenhe um papel central na qualificação, diversificação e melhoria da qualidade da oferta, que permita que os ganhos económicos sejam igualmente indutores da melhoria da qualidade de vida das populações locais e do desenvolvimento local em geral.

CAPÍTULO I

Dinâmicas Internacionais e Nacionais do setor do Turismo

I.1 Introdução

O setor do turismo constitui-se como um dos principais setores em termos económicos para a maior parte dos países desenvolvidos, e/ou em vias de desenvolvimento. A sua importância económica, social, ambiental e política é hoje uma realidade incontestável, encontrando-se numa fase de grande crescimento em termos mundiais. Esta situação deve-se, em parte, à melhoria da qualidade de vida da população, salientando-se um conjunto de aspetos, nomeadamente, (i) o aumento do rendimento familiar com o consequente aumento do rendimento disponível; (ii) o aumento do tempo livre e uma maior disponibilidade para o lazer; (iii) uma melhoria das habilitações das pessoas, que se tornaram mais conhecedoras, mais informadas, e ao mesmo tempo, mais exigentes.

A complexidade e especificidade das características inerentes ao setor do turismo, exige a realização de uma abordagem pormenorizada das tendências que determinam os fluxos turísticos à escala mundial, numa perspetiva de curto prazo, mas também, no médio e longo prazo. Para isso, é realizada uma análise dos fluxos turísticos à escala mundial nos últimos 15 anos (1995-2010), procedendo-se à análise estrutural da procura turística internacional (entradas de turistas internacionais e receitas do turismo internacional), segundo diferentes escalas geográficas (grandes regiões mundiais e sub-regiões da Europa).

Considerando que o contexto económico mundial apresenta um conjunto de constrangimentos, considera-se fundamental analisar a informação disponível, de forma a permitir uma análise conjuntural da procura turística mundial no curto prazo, através da análise e evolução dos resultados provisórios de 2010.

A análise da estratégia e previsão da procura turística internacional projetada para o horizonte 2020, constitui-se como outra área particularmente importante. Nesse sentido, será realizada uma análise prospetiva das principais variáveis estruturais, entradas de turistas internacionais e receitas do turismo internacional.

Em Portugal, o setor do turismo, ao longo dos últimos anos, tem vindo a ganhar um maior reconhecimento ao nível da sociedade portuguesa e também ao nível institucional, considerando-se o setor como estratégico e central para a economia portuguesa, na criação de

rendimento, na criação de emprego e no fortalecimento da base económica regional e local, com particular relevância para as regiões de menor densidade populacional.

Nesse sentido, será realizada uma análise similar à definida para o âmbito internacional, tendo em atenção os principais indicadores do setor do turismo em Portugal, centrando-se a análise em termos estruturais, conjunturais e prospetivos da procura turística. Adicionalmente, serão analisados os principais indicadores de atividade turística ao nível regional (NUT II), tendo por base a informação estatística disponível. A caracterização do setor do turismo em Portugal irá centrar-se na análise de diversas fontes de informação oficiais recolhidas em diferentes áreas, através do Instituto Nacional de Estatística (INE), do Banco de Portugal (BP), da ANA – Aeroportos de Portugal, entre outras.

Pretende-se também apresentar qual o quadro atual do setor do Turismo em Portugal, no que se refere às suas principais vantagens relativamente a outros países concorrentes, bem como na identificação dos problemas estruturais que este setor enfrenta e que não permitem que o crescimento e desenvolvimento do turismo se processe da forma que poderia caso não existissem este conjunto de áreas problema.

Face às perspetivas futuras de crescimento que se apresentam para o setor do turismo, tendo no entanto presente o conjunto de constrangimentos e dificuldades estruturais (do ponto de vista económico, político e social), que têm vindo a caracterizar o setor nos últimos anos, espera-se que a natureza deste desenvolvimento seja diferente daquela que se tem vindo a observar nas últimas décadas. Nesse sentido irá perspetivar-se as novas realidades que se têm vindo a evidenciar e as tendências que se preveem para o futuro.

1.2 Procura turística internacional

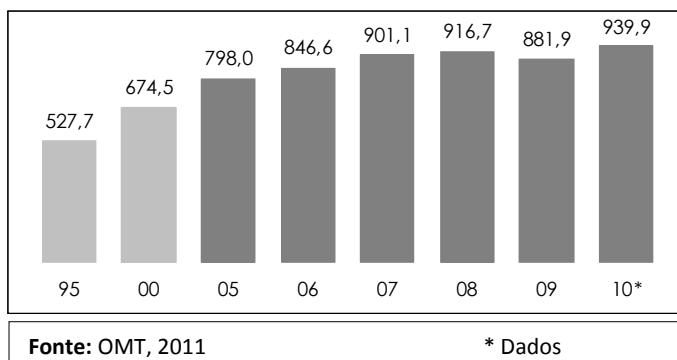
A investigação realizada nesta área permitiu a recolha de informação relevante sobre a procura turística internacional, onde se destacam os documentos elaborados pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 1997, 1995a, 1995b; UNWTO, 2012), pela União Europeia (CE, 2009; EC, 2004) e outros documentos relevantes sobre as tendências do turismo internacional (Chu, 2008; Cooper et al, 2006; Dwyer et al, 2008; Eilat e Einav, 2004; ME, 2002b).

A análise da procura turística internacional permite avaliar quais as tendências que se observam em termos mundiais, e em particular nas várias sub-regiões da Europa, tendo em atenção o número de entradas de turistas internacionais e as receitas do turismo internacional no período de 1995-2010.

Para esta investigação, é fundamental conhecer com rigor qual a evolução e o potencial do setor do turismo pelo lado da procura, dado que esta análise, para além da objetividade dos indicadores aqui analisados, permite avaliar as dinâmicas territoriais geradas pelo setor do turismo em termos da procura turística internacional e as tendências de evolução, questões centrais para a definição de uma política e estratégia para o setor do turismo e em particular para a definição de áreas prioritárias de investimento.

A procura turística internacional, medida através do número de entradas de turistas internacionais, registou uma taxa de crescimento média anual de 3,9% para o período 1995-2010. Não obstante este desempenho, observa-se que no último ano a procura turística internacional recuperou novamente, uma vez que em 2009 observa-se uma variação homóloga negativa de 4,3%.

Gráfico 1.2.1 Entradas de turistas internacionais [1995-2010]



Esta contração da procura, observada em 2009, tem a sua explicação na recessão das principais economias mundiais, como consequência da profunda

crise financeira mundial que se agudizou a partir do segundo semestre de 2008 e se propagou por toda a economia, afetando em particular os principais mercados emissores.

A partir do indicador entradas de turistas internacionais por grandes regiões Mundiais verifica-se que a Europa continua a ocupar uma posição de destaque à escala mundial, concentrando mais de metade da procura turística mundial (50,7% em 2010).

	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Méd Oriente	
95	18,9	109,0	82,0	304,1	13,7	527,7
00	26,5	128,2	110,1	385,6	24,1	674,5
05	35,4	133,3	153,6	439,4	36,3	798,0
06	40,6	135,8	167,4	462,0	40,8	846,6
07	45,3	141,9	181,5	485,8	46,6	901,1
08	44,4	147,8	184,1	485,2	55,2	916,7
09	46,0	140,6	180,9	461,5	52,9	881,9
10*	49,4	149,8	203,8	476,6	60,3	939,9
	5,3%	15,9%	21,7%	50,7%	6,4%	
2010/95	6,6%	2,1%	6,3%	3,0%	10,4%	3,9%
2010/09	7,4%	6,5%	12,7%	3,3%	14,0%	6,6%

Fonte: OMT, 2011

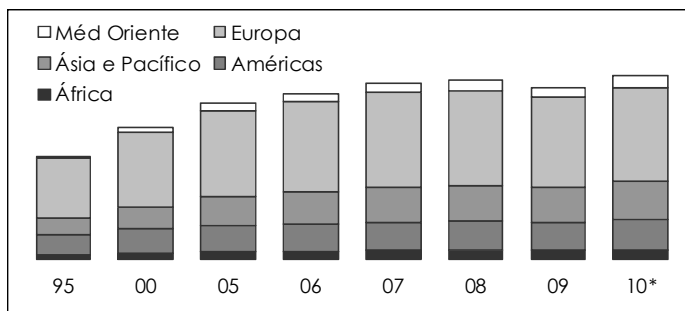
* Dados Provisórios

Tabela 1.2.1 Entradas de turistas internacionais, Regiões Mundiais [1995-2010]

No entanto, durante as últimas décadas tem vindo a perder quota de mercado (57,6% em 1995 e 50,7% em 2010), em particular para a

região da Ásia e Pacífico, que em 2010 já concentrava 21,7% da procura turística mundial, relegando para a terceira posição do ranking, a região das Américas (15,9%, em 2010). A região da Ásia e Pacífico foi a região que registou maior crescimento da procura nos últimos anos (mais 121 milhões de entradas desde 1995 – 203,8 milhões em 2010).

Gráfico 1.2.2 Entrada de turistas internacionais por Regiões Mundiais [1995-2010]

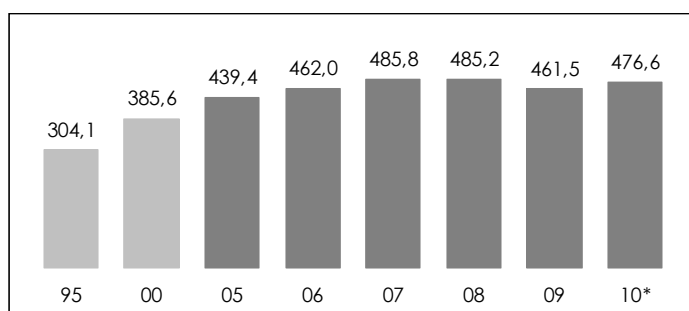


Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

A procura turística internacional na Europa estagnou nos últimos anos, em 1995 era de 304,1 milhões e em 2010 registava 476,6 milhões,

comparativamente às outras regiões mundiais, contudo regista uma taxa de crescimento média anual de 3% de 1995 para 2010. O decréscimo da procura turística na Europa em 2009, fez com que os resultados apurados se aproximassem dos evidenciados em 2006, contudo observa-se uma recuperação assinalável em 2010.



Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

Gráfico 1.2.3 Entradas de turistas internacionais, Europa [1995-2010]

A sub-região do Sul e Mediterrâneo concentra 35,6% e a sub-região do Oeste, 32,2% da procura turística internacional da Europa em 2010. Para o período

2005-10, a distribuição da procura turística internacional da Europa tendo por base as quatro sub-regiões manteve-se equilibrada. A sub-região do ‘Sul e Mediterrâneo’ registou o

crescimento médio mais elevado (tcma, 3,7%), seguida das sub-regiões Central e Este e Norte, sendo a região do Oeste aquela que obteve menor tcma (2,1%).

Tabela I.2.2 Entradas de turistas internacionais, Europa, Sub-regiões [1995-2010]

	Norte	Oeste	Central e Este	Sul e Mediterrâneo	
95	35,8	112,2	58,1	98,0	304,1
00	43,7	139,7	69,2	133,0	385,6
05	57,3	141,7	87,4	153,0	439,4
06	54,9	149,8	91,3	165,0	461,0
07	58,1	153,8	96,6	178,3	486,8
08	60,8	153,2	100,0	171,2	485,2
09	57,7	148,5	90,2	165,1	461,5
10*	58,1	153,7	95,1	169,7	476,6
	12,2%	32,2%	20,0%	35,6%	
2010/95	3,3%	2,1%	3,3%	3,7%	
2010/09	0,7%	3,5%	5,4%	2,8%	

Fonte: OMT, 2011 * Dados

As sub-regiões da Europa do Norte e da Europa Central e Este apresentavam um peso relativo na ordem dos 12,2% e 20%, respetivamente. No que concerne à sub-região do

Norte, mais de metade da procura turística internacional ocorre no Reino Unido, enquanto na sub-região Central e Este, cerca de metade da procura verifica-se na Ucrânia e na Federação Russa, ou seja, o desempenho destas duas sub-regiões da Europa está dependente de um número muito limitado de destinos, o que valida uma forte concentração da procura.

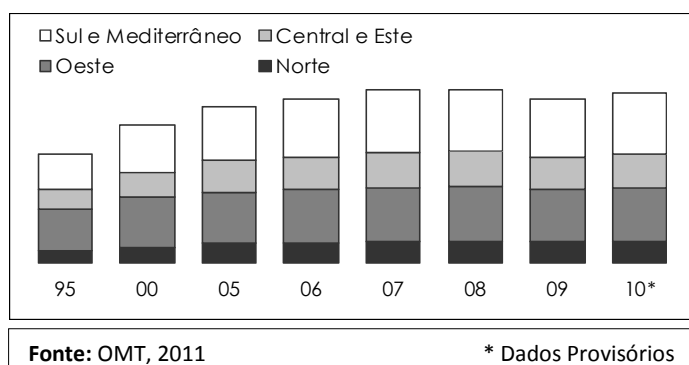


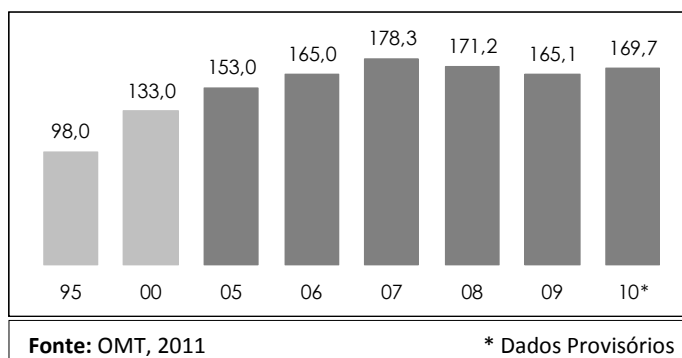
Gráfico 1.2.4 Entradas de turistas internacionais, Europa, Sub-regiões [1995-2010]

A sub-região do 'Sul e Mediterrâneo' mantém os valores médios da procura nos 170 milhões. A entrada de turistas internacionais nesta sub-região da

Europa, registou uma taxa de crescimento média anual de 3,7% de 1995 para 2010, apesar de em 2009 se observar um decréscimo homólogo de 4,7%, no entanto, este comportamento foi parcialmente compensando com o desempenho positivo de 2010.

Gráfico 1.2.5 Entradas de turistas internacionais, Europa, Sul e Mediterrâneo [1995-2010]

Esta sub-região, apesar da contração da procura, observada em 2009, regista uma forte



dinâmica, particularmente nos seus principais destinos, nomeadamente a Espanha e a Itália, que representam 96,3 milhões de entradas de turistas internacionais, ou seja, 56,8% da procura turística internacional desta sub-região da Europa. A Espanha e a Itália ocupam, respetivamente, a 2ª e 5ª posição do ranking dos principais destinos à escala mundial, o qual é liderado pela França.

	Espanha	Grécia	Itália	Portugal	Turquia	Outros	
05	55,9	15,3	36,5	10,6	20,3	14,4	153,0
06	58,2	16,0	41,1	11,3	18,9	19,5	165,0
07	58,7	17,5	43,7	12,3	22,2	23,9	178,3
08	57,2	15,9	42,7	12,1	25,0	18,3	171,2
09	52,2	14,2	43,2	11,0	25,5	19,0	165,1
10*	52,7	15,0	43,6	11,2	27,0	20,2	169,7
	31,1%	8,8%	25,7%	6,6%	15,9%	11,9%	

Tabela I.2.3 Entradas de turistas internacionais, Europa, Destinos [2005-2010]

Portugal representa 6,6% das entradas de turistas

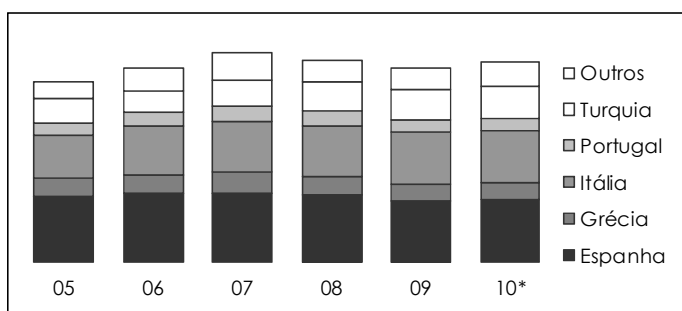
Fonte: OMT, 2011

* Dados

internacionais nesta sub-região, correspondendo à 5.ª posição do ranking, sendo superado pela Espanha e a Itália, e também pela Turquia e Grécia, que ocupam, respetivamente, a 3ª e 4ª posição do ranking. Refira-se ainda que nos últimos anos a Croácia tem vindo a registar dinâmicas de crescimento assinaláveis da procura turística internacional, podendo mesmo superar os resultados obtidos por Portugal.

Gráfico I.2.6 Entradas de turistas internacionais, Europa, Destinos [2005-2010]

A evolução das receitas do turismo internacional, a preços correntes, registou para o período 1995-2010, uma taxa de crescimento média anual de 5,5%,



Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

o que representa uma evolução positiva nos últimos anos, representando um crescimento mais acentuado comparativamente às entradas de turistas internacionais. O ano de 2009 apresenta um decréscimo assinalável das receitas do turismo internacional (-9,6%), tendo entretanto recuperado em 2010 (8%). Este facto, fez de 2008 o melhor ano turístico da história do setor (942 biliões de dólares de receita turística, para um total de 916,7 milhões de turistas). Em 2010, 919,0 biliões de dólares de receita turística, para um total de 939,9 milhões de turistas, o que representa, em média, uma receita por turista de 977,76 dólares.

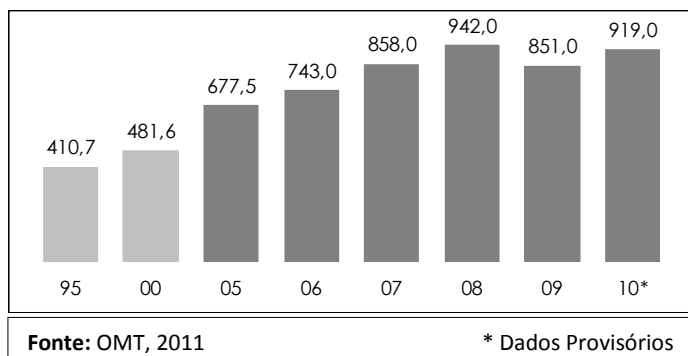


Gráfico 1.2.7 Receitas do turismo internacional [1995-2010], US\$

Em termos regionais, a Europa mantém a sua posição de liderança. No entanto, a sua expressão ao nível das receitas turísticas (48,3%, em 2010) é menos

relevante quando comparado com as entradas de turistas. As duas últimas décadas têm demonstrado uma perda de quota da Europa face às restantes regiões mundiais.

Tabela 1.2.4 Receitas do turismo internacional, Regiões Mundiais [1995-2010]

A região da Ásia e Pacífico regista um crescimento da sua importância no contexto do turismo internacional, que se reflete, principalmente, ao nível das receitas geradas. Para o

	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	
95	8,5	98,4	80,7	212,2	10,9	410,7
00	10,5	130,8	90,2	232,5	17,6	481,6
05	21,6	144,7	134,5	350,5	26,2	677,5
06	24,7	154,1	156,5	377,3	29,9	742,5
07	29,5	171,3	186,7	435,1	35,4	858,0
08	29,9	187,7	209,0	472,8	42,8	942,2
09	28,8	166,2	203,1	410,9	42,0	851,0
10*	31,6	182,2	248,7	406,2	50,3	919,0
	3,4%	19,5%	23,9%	48,3%	4,9%	
2010/95	9,1%	4,2%	7,8%	4,4%	10,7%	5,5%
2010/09	9,7%	9,6%	22,5%	-1,1%	19,8%	8,0%

Fonte: OMT, 2011 * Dados Provisórios Valores em biliões de

período em análise, as receitas do turismo nesta região registaram uma taxa de crescimento médio anual de 7,8% (representaram em 2010, 22,5% das receitas globais do turismo internacional). A região das Américas, para o mesmo período, tem registado ritmos de crescimento médio anual mais moderados (4,2%), tendo vindo a perder quota de mercado ao longo dos anos (24,0%, em 1995 e 19,5%, em 2010).

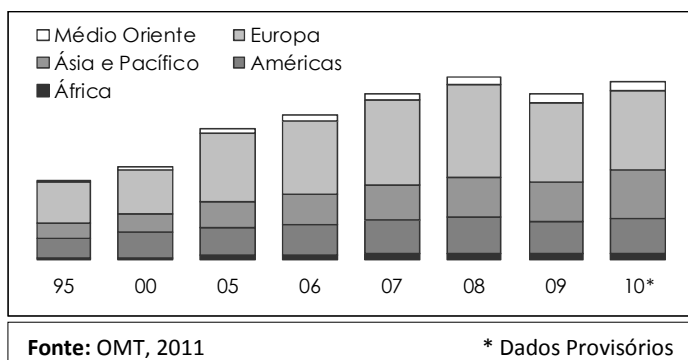


Gráfico 1.2.8 Receitas do turismo internacional, Regiões Mundiais [1995-2010]

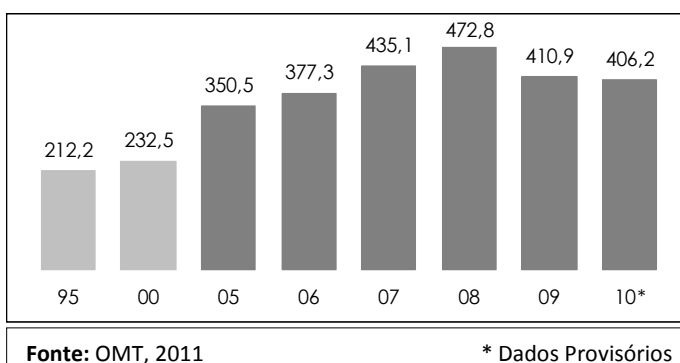
A Europa registou um acréscimo das receitas do turismo internacional de 4,4% (taxa de crescimento média anual 2010/95),

este valor reflete já a perda registada em 2009 e 2010 face a valores observados nos anos anteriores. Refira-se que a Europa foi a região mundial que registou a maior perda de receita

turística em 2009 e aquela que continuou a perder receita em 2010, apesar das restantes regiões terem invertido a tendência de perda.

Gráfico I.2.9 Receitas do turismo internacional, Europa [1995-2010]

As quatro sub-regiões da Europa apresentam comportamentos similares para o período em observação, registando taxas de crescimento médias anuais das



receitas do turismo internacional relativamente próximas. A região da Europa Central e Este (6,5%) assinala o valor mais elevado de crescimento das receitas turísticas, e a região da Europa do Sul e Mediterrâneo o valor mais baixo (3,9%).

	Norte	Oeste	Central e Este	Mediterrâneo	
95	30,9	73,8	18,5	89,0	212,2
00	33,9	84,6	19,1	94,9	232,5
05	53,9	124,2	32,4	140,0	350,5
06	60,3	131,8	38,2	147,0	377,3
07	70,8	149,6	48,5	166,2	435,1
08	69,9	162,0	58,1	182,8	472,8
09	58,6	143,8	47,4	161,1	410,9
10*	59,2	142,0	47,7	157,3	406,2
	14,6%	35,0%	11,7%	38,7%	
2010/95	4,4%	4,5%	6,5%	3,9%	4,4%
2010/09	1,0%	-1,3%	0,6%	-2,4%	-1,1%

Fonte: OMT, 2011 * Dados Provisórios

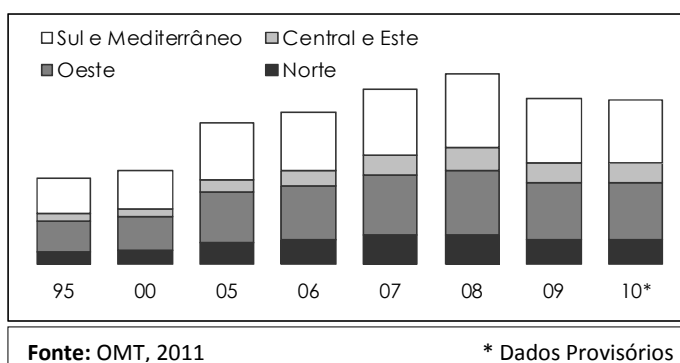
Tabela I.2.5 Receitas do turismo internacional, Europa, Sub-regiões [1995-2010]

As sub-regiões da Europa do Sul e Mediterrâneo (38,7%) e do Oeste (35%) concentram 75% das receitas totais do turismo internacional na Europa,

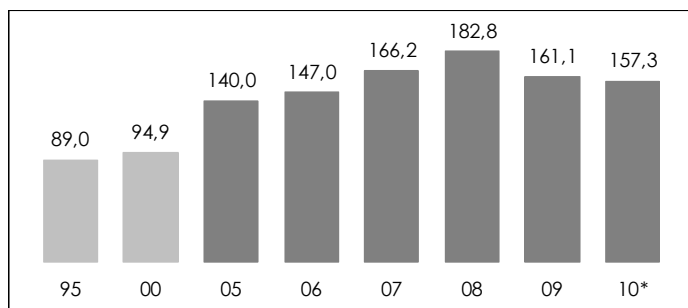
constituindo-se como os principais destinos da sub-região do Oeste – a França e a Alemanha – e do Sul e Mediterrâneo – a Espanha e a Itália. Contudo, em 2010 estas duas sub-regiões registaram um decréscimo homólogo das receitas internacionais do turismo.

Gráfico I.2.10 Receitas do turismo internacional, Europa, Sub-regiões [1995-2010]

A sub-região da Europa do Sul e Mediterrâneo assinalou uma evolução positiva das receitas do turismo internacional para o



período de 1995 a 2010, registando uma taxa de crescimento média anual de 3,9%, contudo inferior à registada para a Europa (4,4%) e para o Mundo (5,5%). A sub-região do ‘Sul e Mediterrâneo’ registou um decréscimo homólogo das receitas de 2,4% (2010).



Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

Gráfico 1.2.11 Receitas do turismo internacional, Europa, Sul e Mediterrâneo [1995-2010]

Os principais destinos da sub-região da Europa do Sul e Mediterrâneo não apresentam variações significativas da sua

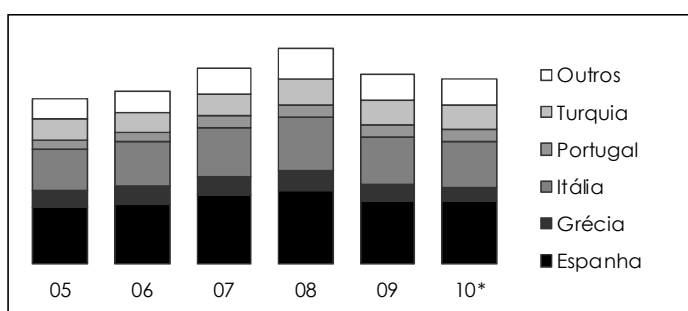
importância relativa na estrutura das receitas do turismo internacional desta sub-região para o período 2005-10. Apenas a sub-região da Europa Central e Este (6,5%) regista uma taxa de crescimento média anual superior à registada para a Europa (4,4%) e para o Mundo (5,5%).

Tabela 1.2.6 Receitas do turismo internacional, Europa, Destinos [2005-2010]

	Espanha	Grécia	Itália	Portugal	Turquia	Outros	
05	48,0	13,7	35,4	7,7	18,2	17,0	140,0
06	51,1	14,3	38,1	8,4	16,9	18,2	147,0
07	57,7	15,5	42,7	10,1	18,5	21,7	166,2
08	61,6	17,1	45,7	10,9	22,0	25,5	182,8
09	53,2	14,5	40,2	9,7	21,3	22,2	161,1
10*	52,5	12,7	38,8	10,1	20,8	22,4	157,3
	33,0%	9,0%	25,0%	6,0%	13,2%	13,8%	

A Espanha e a Itália concentram 58,0% das

receitas do turismo internacional na sub-região da Europa do Sul e Mediterrâneo, enquanto Portugal representa apenas 6% (10,1 biliões de dólares de receita), o que o coloca na 5ª posição do ranking desta sub-região, registando valores de receita do turismo internacional inferior aos observados nos principais destinos concorrentes, a Turquia (13,2%) e a Grécia (9,0%).



Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

Gráfico 1.2.12 Receitas do turismo internacional, Europa, Destinos [2005-2010]

Para o período 1995-2010, as receitas médias por turista registaram uma variação positiva ainda que muito moderada, com

crescimentos médios anuais inferiores a 2,5%. Em termos mundiais este indicador regista um total de 977,8 dólares de receita média por turista (2010), o que valida uma taxa de crescimento média anual de 1,5%.

Tabela I.2.7 Receitas médias por turista, Regiões Mundiais [1995-2010]

	Mundo	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente
95	778,3	449,7	902,8	984,1	697,8	795,6
00	714,0	396,2	1.020,3	819,3	603,0	730,3
05	849,0	610,2	1.085,5	875,7	797,7	721,8
06	877,6	608,4	1.134,8	934,9	816,7	732,8
07	952,2	651,2	1.207,2	1.028,7	895,6	759,7
08	1.027,6	673,4	1.270,0	1.135,3	974,4	775,4
09	965,0	626,1	1.182,1	1.122,7	890,4	794,0
10*	977,8	639,7	1.216,3	1.220,3	852,3	834,2
2010/95	1,5%	2,4%	2,0%	1,4%	1,3%	0,3%
2010/09	1,3%	2,2%	2,9%	8,7%	-4,3%	5,1%

Fonte: OMT, 2011 * Dados Provisórios

A região da Ásia e Pacífico regista o valor mais elevado das receitas médias por turistas (1.220,3 dólares, em 2010), no entanto a região das Américas

regista valores muito próximos (1.216,3 dólares, em 2010), enquanto a região da Europa apresenta apenas 852,3 dólares de receita por turista, para o mesmo ano.

Considerando as várias sub-regiões da Europa, para o período de 1995-2010, assinalam-se taxas médias de crescimento mais elevadas deste indicador que as observadas para outras grandes regiões mundiais, como a África e o Médio Oriente. A sub-região da Europa do Norte regista o valor mais elevado deste indicador (1.015,6 dólares, em 2010), no entanto, apresenta valores inferiores aos observados em termos de média mundial, seguido pela sub-região do Oeste (923,9 dólares, em 2010). A sub-região da Europa do Sul e Mediterrâneo regista 926,9 dólares de receita por turista, também reportado ao ano 2010.

	Mundo	Europa	Norte	Oeste ntral e Este	Mediterrâneo	
95	778,3	697,8	863,1	657,8	318,4	908,2
00	714,0	603,0	775,7	605,6	276,0	713,5
05	849,0	797,7	940,7	876,5	370,7	915,0
06	877,6	816,7	1.098,4	879,8	418,4	890,9
07	952,2	895,6	1.218,6	972,7	502,1	932,1
08	1.027,6	974,4	1.149,7	1.057,4	581,0	1.067,8
09	965,0	890,4	1.015,6	968,4	525,5	975,8
10*	977,8	852,3	1.018,9	923,9	501,6	926,9
2010/95	1,5%	1,3%	1,1%	2,3%	3,1%	0,1%
2010/09	1,3%	-4,3%	0,3%	-4,6%	-4,6%	-5,0%

Fonte: OMT, 2011

* Dados Provisórios

Tabela I.2.8 Receitas médias por turista, Europa, Sub-regiões [1995-2010]

O setor do turismo à escala mundial demonstra uma forte dinâmica e vitalidade, resistindo às diversas crises socioeconómicas e políticas

que caracterizam as economias mundiais. Apresentam-se de seguida **as principais conclusões da evolução do turismo internacional para o período de 1995-2010.**

De acordo com as estimativas da OMT (Tourism Vision 2020), a entrada de turistas internacionais deverá atingir 1.561 milhões em 2020, o que representa uma taxa de crescimento média anual de 4,2%. No entanto, e conforme a história tem evidenciado, os períodos posteriores a anos de abrandamento significativo da taxa de crescimento média

anual, registam acréscimos consideráveis da procura, devolvendo os ritmos de crescimento da procura a médio prazo, pelo que as projeções definidas pela OMT consideram-se válidas.

Assim sendo, o turismo internacional deverá continuar a crescer de forma contínua e sustentada na próxima década (1,6 mil milhões de turistas em 2020). Para 2020, espera-se que o peso do turismo nas economias mundiais assuma uma maior importância, quer em termos do PIB, quer na criação de emprego. Refira-se que o setor do turismo representa cerca de 9,2% do **PIB mundial** (9,5% na Europa), 8,1% do **emprego** (10,3% na Europa) e 6,1% das **exportações** totais (6,2% na Europa). Nos serviços, o peso do sector do turismo corresponde a cerca de 30%.

Em termos regionais, as previsões da OMT indicam que as regiões da Ásia e Pacífico e do Médio Oriente devem manter um ritmo de crescimento mais acelerado, comparativamente às restantes regiões, reforçando assim a sua quota de mercado. A Europa, principal destino mundial, deverá crescer de forma mais moderada, mantendo, no entanto, a sua posição de liderança enquanto destino turístico mundial, o que implica necessariamente uma diminuição da sua quota de mercado, a qual se deverá situar nos 46%, em 2020.

Em 2020, a **China** será o principal destino turístico mundial e um dos principais mercados emissores (Alemanha manterá a liderança enquanto mercado emissor por excelência), representando 8,3% da quota dos turistas internacionais, colocando a França na segunda posição e os EUA na terceira, representando quotas de 6,8% e 6,5%, respetivamente. Contudo, os **EUA** manterão a liderança ao nível das receitas geradas pelo turismo internacional (evidencia elevadas receitas médias por turista).

A sub-região da **Europa do ‘Sul e Mediterrâneo’** deverá manter a sua posição de liderança no âmbito do destino Europa (35% da procura da Europa). **Portugal**, enquanto destino turístico internacional, deverá manter uma posição relevante no top-25 dos principais destinos mundiais, registando um total de 18,3 milhões de entradas de turistas internacionais, em 2020.

I.3 Procura turística nacional

O setor do turismo em Portugal tem vindo a afirmar-se como um setor de importância estratégica e de grande relevo na economia nacional, na medida em que contribui

decisivamente para a redução do deficit da balança de pagamentos, para a criação de emprego, no efeito multiplicador que gera, e no peso considerável que detém no PIB.

Nesse sentido, e no seguimento da análise realizada na secção anterior, será efetuada nesta secção uma análise às dinâmicas do turismo nacional, considerando-se os principais indicadores de atividade do turismo em Portugal, de forma a garantir uma análise estrutural, conjuntural e prospetiva da procura turística. Para além disso, e em função da informação disponível, será efetuada uma análise regional ao nível da NUT II.

A análise da procura turística nacional é particularmente importante para a esta investigação, dado que, permite avaliar as condições em termos da capacidade de atração e fixação de turistas em Portugal e nas várias regiões NUT II que o integram. Para além disso, e no seguimento da análise da procura turística internacional, permite analisar as dinâmicas territoriais geradas pelo setor do turismo em termos da procura turística em Portugal e nas diversas NUT II. Para definir as estratégias e medidas de política adequadas para o desenvolvimento do turismo nos territórios é importante conhecer quais os fluxos da procura turística. Na definição da política de investimento para o setor do turismo deve-se ter em atenção esta análise, de forma a direcionar e incentivar o investimento para áreas consideradas prioritárias.

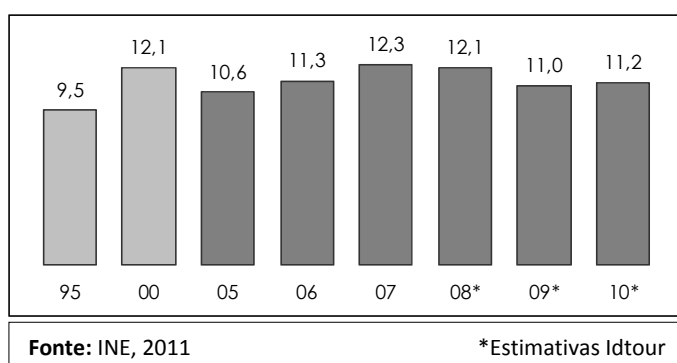


Gráfico I.3.1 Entradas de turistas internacionais [1995-2010]

A entrada de turistas internacionais em Portugal registou uma taxa de crescimento média anual de 1,1% para o período 1995-2010, apesar da estagnação registada nos

últimos anos. Em 2007, o número de entradas de turistas internacionais atingiu o máximo histórico (12,3 milhões), enquanto os dados provisórios para 2010 apontam para um total de 11,2 milhões.

O top-5 dos principais mercados emissores concentra cerca de 70% da procura turística internacional, no entanto, a dependência relativamente a estes mercados foi diminuindo progressivamente ao longo dos últimos anos. Em 2010, o mercado espanhol representava

24,1% das entradas totais de turistas internacionais em Portugal, constituindo-se como o principal mercado emissor nacional e representando cerca de ¼ da procura total externa.

Tabela I.3.1 Entradas de turistas internacionais, Mercados emissores [2005-2010]

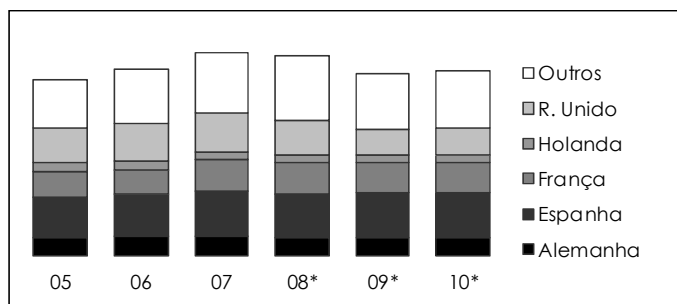
	Alemanha	Espanha	França	Holanda	R. Unido	Outros
05	1,1	2,4	1,6	0,5	2,1	2,9
06	1,2	2,5	1,5	0,5	2,3	3,3
07	1,2	2,7	1,9	0,5	2,3	3,7
08*	1,1	2,6	1,9	0,5	2,1	3,9
09*	1,1	2,7	1,8	0,5	1,5	3,4
10*	1,1	2,7	1,8	0,5	1,6	3,5
	9,8%	24,1%	16,1%	4,5%	14,3%	31,3%

Fonte: INE, 2011

*Estimativas

Os mercados francês e britânico surgem nas posições seguintes representando, respetivamente

16,1% e 14,3%, da procura total externa. Importa ainda assinalar a contração assinalável do mercado britânico entre o período de 2007 a 2010, visto que em 2007, este mercado representava cerca de 19% da procura externa.



Fonte: INE, 2011

*Estimativas

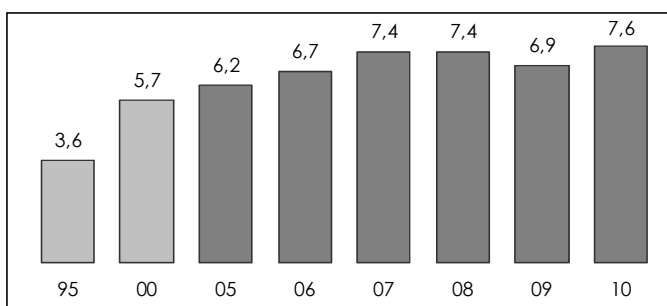
Gráfico I.3.2 Entradas de turistas internacionais, Mercados emissores [2005-2010]

Os principais mercados emissores de turistas para Portugal têm-se mantido ao longo dos últimos anos, verificando-se apenas algumas

variações entre os países que integram o top-5 do turismo em Portugal. A maioria dos turistas internacionais desloca-se a Portugal por motivos de 'lazer, recreio e férias' (72,3%), enquanto a 'visita a familiares e amigos' e 'negócios' representam 11,7% e 12,9%, respetivamente.

Gráfico I.3.3 Receitas do turismo internacional [1995-2010]

De acordo com dados do Banco de Portugal, as receitas do turismo, a preços correntes, registaram uma taxa de crescimento média anual de 5,1% para o período 1995-2010,



Fonte: Banco de Portugal, 2011

correspondendo o ano 2010 ao máximo histórico, apesar da contração registada entre 2008 e 2009 e que resultou num decréscimo homólogo de 6,8%, confirmando a quebra da procura turística internacional já referida anteriormente.

A distribuição das receitas turísticas segundo os principais mercados emissores, apresenta uma evolução positiva e relativamente estável dos mercados que compõem o top-5 dos principais mercados emissores de turismo em Portugal, à exceção do mercado britânico, que nos últimos três anos registou um decréscimo das receitas na ordem dos 400 milhões de euros (1,4 mil milhões de receitas, em 2010).

	Alemanha	Espanha	França	Holanda	R. Unido	Outros
05	0,8	0,9	0,9	0,2	1,5	1,9
06	0,8	1,0	1,0	0,3	1,6	2,0
07	0,9	1,1	1,1	0,3	1,8	2,2
08	0,8	1,1	1,2	0,3	1,6	2,4
09	0,8	1,1	1,2	0,3	1,3	2,2
10	0,8	1,1	1,3	0,3	1,4	2,7
	10,5%	14,5%	17,1%	3,9%	18,4%	35,5%

Fonte: Banco de Portugal, 2011

Tabela I.3.2 Receitas do turismo internacional, Mercados emissores [2005-2010]

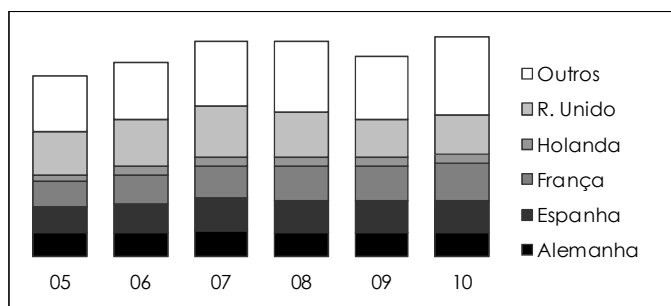
O Reino Unido regista o valor mais elevado das receitas (1,4 mil milhões de euros, em 2010),

seguido da França (1,3%) e da Espanha (1,1%). Os mercados de proximidade, Espanha e França, representam cerca de 1/3 das receitas totais do turismo em 2010, enquanto o mercado alemão se encontra estabilizado na ordem dos 800 milhões de euros e o holandês nos 300 milhões de euros de receita turística, dados de 2010. O top-5 tem vindo a perder quota de mercado, representando, em 2010, 64,5% das receitas turísticas internacionais em Portugal.

No que se refere às vias de acesso utilizadas pelos turistas internacionais entrados em Portugal, cerca de 60% utilizou a via aérea, enquanto 40% a via rodoviária. Conforme a informação obtida para os anos anteriores, observa-se uma tendência crescente para que a via aérea se afirme como a principal ‘porta de entrada’ de turistas estrangeiros em Portugal. No entanto, os excursionistas utilizam especialmente as vias rodoviárias, em particular, os residentes em Espanha, que representam mais de 98,5% do total de excursionistas entrados em Portugal.

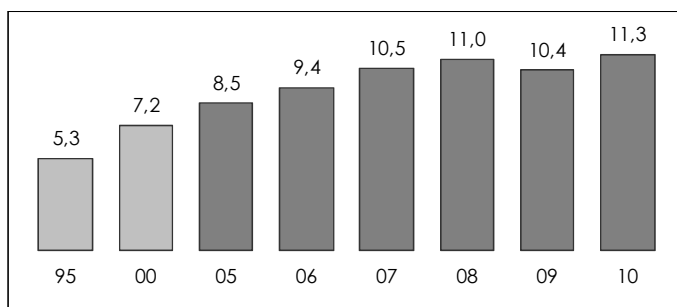
Gráfico I.3.4 Receitas do turismo, Mercados emissores [2005-2010], €

O número de passageiros desembarcados de voos internacionais nos principais aeroportos nacionais registou uma taxa de crescimento média anual de



Fonte: Banco de Portugal, 2011

5,2% de 2000 para 2010, ainda que os valores apurados para 2009 indiquem um decréscimo homólogo de 5,5%, correspondem a 11,3 milhões em 2010 (máximo histórico).



Fonte: ANA, 2011

Gráfico I.3.5 Passageiros desembarcados de voos internacionais [1995-2010]

A evolução positiva observada para o presente indicador, resulta em especial do crescimento da operação *low cost*, que apresentou uma taxa de crescimento média

anual de 22,7%, para o período 2005-10, ou seja, implicou uma variação absoluta de 2,8 milhões de passageiros. Em sentido inverso, verifica-se um decréscimo considerável das operações charter, que para o mesmo período registaram um decréscimo médio anual de 11,7%.

Tabela I.3.3 Passageiros desembarcados de voos internacionais, Tipo de voo [2005-2010]

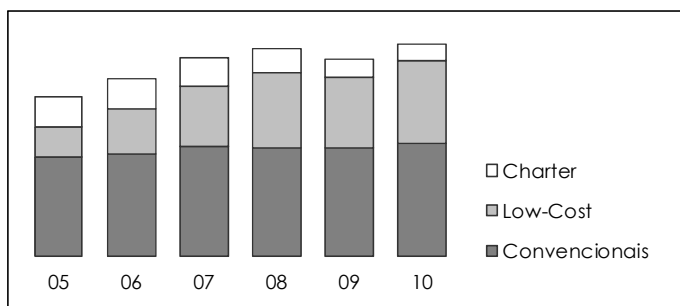
A evolução do número de passageiros desembarcados segundo tipo de voo, demonstra uma clara afirmação da operação *low cost*, que em apenas cinco anos, passou de 18,6% (2005) para 39,0% (2010) do

	Convencionais	Low-Cost	Charter	
05	5.257,7	1.583,8	1.656,9	8.498,4
06	5.454,7	2.386,7	1.556,7	9.398,1
07	5.822,9	3.199,0	1.513,9	10.535,8
08	5.729,9	3.984,5	1.317,0	11.031,4
09	5.711,3	3.756,9	970,8	10.439,0
10	5.977,1	4.400,7	891,6	11.269,4
	53,0%	39,0%	7,9%	
2010/05	2,6%	22,7%	-11,7%	
2010/09	4,7%	17,1%	-8,2%	

Fonte: ANA. 2011

total de passageiros desembarcados de voos internacionais em Portugal. Este crescimento da operação *low cost* implicou um ganho de quota fundamentalmente aos voos charter (19,5% - 2005; 7,9% - 2010), observando-se contudo a mesma situação ao nível dos voos convencionais, onde se regista uma estagnação dos ritmos de crescimento do passado, mantendo, no entanto, uma quota de mercado de 53%.

O aeroporto de Lisboa representa a principal infraestrutura aeroportuária do país, concentrando mais de 50% dos passageiros desembarcados de voos internacionais em todo o país, seguido dos aeroportos de Faro e do Porto. Em termos regionais, verifica-se que os três aeroportos de Portugal Continental registam perfis de procura com características específicas.



Fonte: ANA, 2011

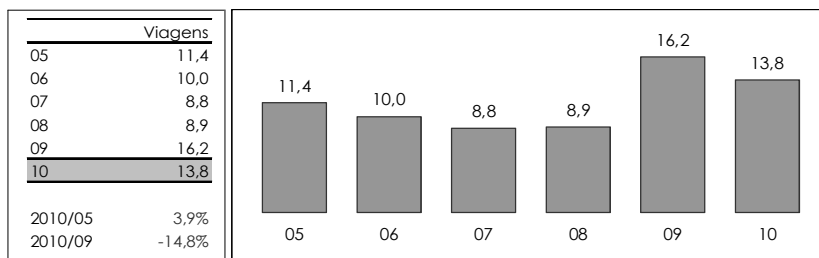
Gráfico I.3.6 Passageiros desembarcados de voos internacionais, Tipo de voo [2005-2010]

Enquanto o aeroporto do Porto regista um peso relevante e mais significativo dos voos *low cost*, que se reflete no número de

passageiros desembarcados de voos internacionais (52,8%, em 2009), e os voos convencionais representam ainda 43,9% dos passageiros desembarcados.

Nos voos convencionais o aeroporto de Lisboa regista uma forte concentração, os quais são responsáveis por mais de 80% dos passageiros desembarcados neste aeroporto, enquanto a operação *low cost* representa apenas 15,5%. Relativamente ao aeroporto de Faro, o número de passageiros desembarcados de voos convencionais (5,3%) não é significativo, enquanto a operação *low cost* representa 76,3%, tendo os voos charter algum significado neste aeroporto (18,3% dos passageiros).

Figura I.3.1 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal [2005-2010]



Fonte: INE, 2011

A procura turística dos residentes, medida através do número de

viagens turísticas efetuadas pelos portugueses em território nacional, apresenta para o período de 2005-10, uma taxa de crescimento média anual positiva de 3,9%. Esta situação é influenciada, principalmente, pelos resultados obtidos em 2009 (alteração metodológica da operação de inquirição). Nesse ano, 16,2 milhões de viagens foram realizadas por cerca de 4,3 milhões de turistas, o que perfaz uma média de 3,8 viagens por turista. Em 2010, observa-se um decréscimo homólogo de 14,8%, registando-se, contudo, 13,8 milhões de viagens.

	LRF	VFA	N/P	
05	5.884,5	4.377,3	1.108,3	11.370,1
06	5.544,4	3.440,5	987,0	9.971,9
07	5.625,7	2.493,1	641,5	8.760,3
08	5.695,6	2.767,4	472,2	8.935,2
09	8.142,6	6.492,4	1.108,3	15.743,3
10	6.444,5	5.747,2	913,1	13.104,8
	49,2%	43,9%	7,0%	

Fonte: INE. 2011

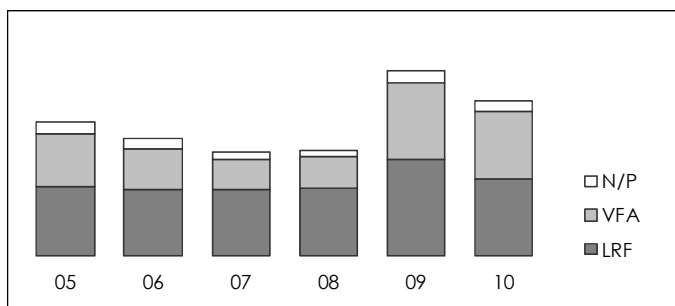
Tabela I.3.4 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, Motivo da viagem [1995-2010]

A maioria das viagens turísticas dos residentes ocorre por motivos de ‘lazer, recreio e férias’, correspondendo a

49,2% do total de viagens em 2010, enquanto as viagens por motivos de ‘visita a familiares e amigos’ representam 43,9%, e as viagens realizadas por motivos de ‘negócios/profissionais’ atinge os 7,0%.

Gráfico I.3.7 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, Motivo da viagem [1995-2010]

No que se refere à estrutura etária dos turistas, verificam-se variações significativas segundo o motivo de viagem. Enquanto cerca de 60% dos



Fonte: INE, 2011

turistas que fazem viagens por motivos de ‘lazer, recreio e férias’ apresentam idades compreendidas entre os 25-64 anos, já os que se deslocam por motivos de ‘negócios/profissionais’ e que se incluem no mesmo escalão etário, correspondem a cerca de 80%.

	1 - 3 Noites	4 - 7 Noites	8 - 14 Noites	> 15 Noites	
05	3.640,5	1.082,6	628,1	533,2	5.884,4
06	3.341,6	1.103,0	619,9	479,9	5.544,4
07	3.067,7	1.172,7	734,3	651,0	5.625,7
08	3.101,7	1.232,9	766,3	594,7	5.695,6
09	5.108,5	1.605,0	949,1	480,1	8.142,6
10	3.804,1	1.420,3	880,0	340,1	6.444,5
	59,0%	22,0%	13,7%	5,3%	
2010/05	0,9%	5,6%	7,0%	-8,6%	
2010/09	-25,5%	-11,5%	-7,3%	-29,2%	

Fonte: INE, 2011

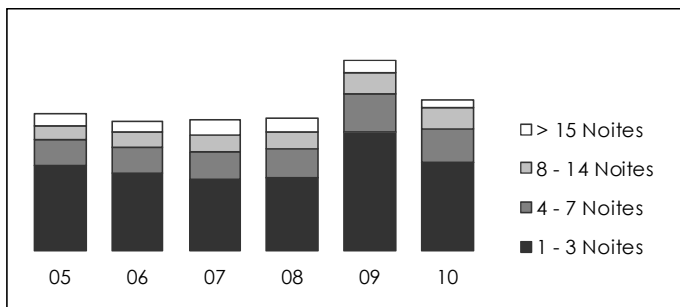
Tabela I.3.5 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Duração da viagem [2005-2010]

Relativamente à estada média, as viagens turísticas por motivos de ‘lazer, recreio e férias’ representam na sua maioria uma duração até três noites

(cerca de 59% do total de viagens). O escalão entre 4-7 noites (semana) representa 22% das viagens turísticas em 2010, tendo registado uma quebra de 11,5 pontos percentuais entre 2009 e 2010. O peso relativo até 7 noites corresponde a 81% do total das viagens turísticas.

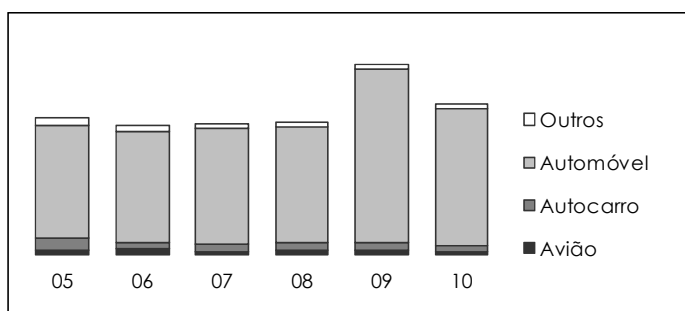
Gráfico I.3.8 Viagens turísticas dos residentes, Duração da viagem [1995-2010]

Os resultados registados para o presente indicador, acompanham as tendências que se verificam à escala mundial e que de algum



Fonte: INE, 2011

modo também acabam por se repercutir ao nível nacional, e que se prendem com a diminuição progressiva dos tempos médios de permanência das viagens turísticas (observa-se uma progressiva fragmentação das viagens ao longo do ano, cada vez são mais e mais curtas).



Fonte: INE, 2011

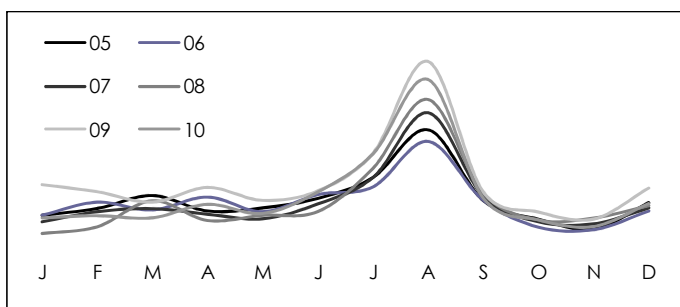
Gráfico I.3.9 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Meio de transporte [2005-2010]

O meio de transporte utilizado pelos turistas nas viagens por motivos de 'lazer, recreio e férias' em Portugal é maioritariamente o

automóvel. Para o período em observação, verifica-se que 90,8% das viagens são em automóvel, seguido do autocarro (4,3%) e do avião (4,9%). Este fato está diretamente associado ao perfil de viagens e ao destino, uma vez que considera as viagens por motivos de 'lazer, recreio e férias' em Portugal.

Gráfico I.3.10 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Meses [2005-2010]

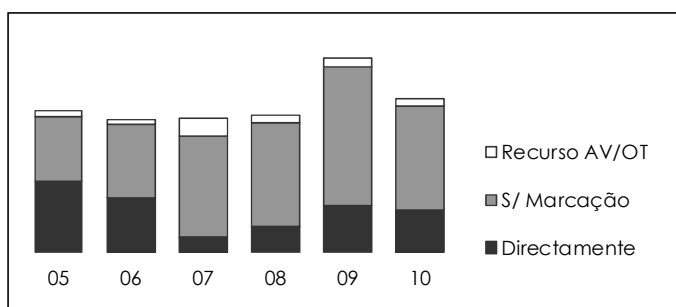
A distribuição mensal das viagens turísticas por motivos de 'lazer, recreio e férias' nos últimos anos assinala uma forte concentração no



Fonte: INE, 2011

mês de Agosto. Verifica-se um segundo período de pico, que coincide com a época da Páscoa. Para o período em análise observa-se um acréscimo da taxa de sazonalidade (mede o peso relativo dos três meses de verão, face ao total anual), 41,4% em 2005, e 50,5% em 2010.

Relativamente à organização da viagem, observa-se que o recurso aos serviços das agências de viagens é residual, correspondendo a cerca de 5% do total de viagens realizadas, enquanto 27,1% efetuam a reserva diretamente com os fornecedores / prestadores de serviços, sendo que a maioria (67,8%) não efetua qualquer marcação prévia, o que se poderá explicar pelo fato de muitas destas viagens passarem por alojamento privativo, segundas residências e/ou casa de familiares e amigos.



Fonte: INE, 2011

Gráfico I.3.11 Viagens turísticas dos residentes, Destino Portugal, LRF, Organização viagem [2005-2010]

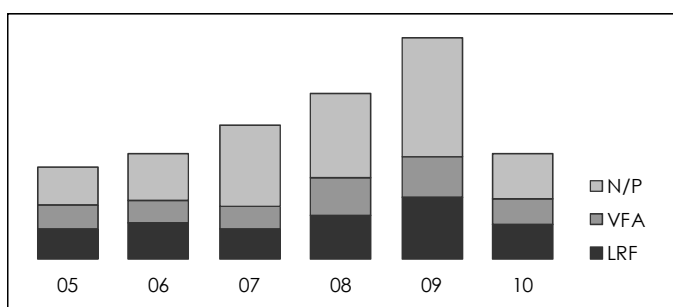
O meio de alojamento utilizado nas viagens por motivos de 'lazer, recreio e férias' em Portugal é maioritariamente as unidades de

alojamento turístico privativo, equivalendo a cerca de 80% do total, enquanto os estabelecimentos hoteleiros registam 20%. Os estabelecimentos hoteleiros têm vindo a ganhar maior destaque nos últimos anos para este tipo de viagens, visto que em 2005, representavam apenas 15%.

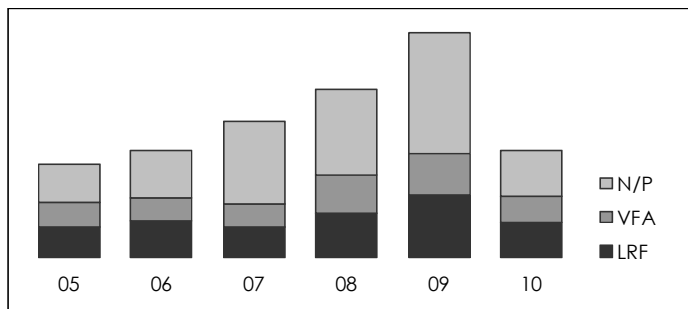
A despesa média por viagem turística é mais elevada para as viagens de Negócios e Profissionais, à exceção do ano 2010, em que as viagens de Lazer, Recreio e Férias são mais elevadas (150,89€). As viagens turísticas por motivos de Visita a Familiares e Amigos registam os valores mais baixos para as despesas médias por viagem (56,00€, em 2010).

Gráfico I.3.12 Despesa média / Viagem turística, Destino Portugal, Motivo da viagem [2005-2010]

As despesas médias diárias são mais elevadas para os motivos de 'Negócios e Profissionais', uma vez que também apresentam uma duração média inferior, face às viagens de 'Lazer, Recreio e Férias'.



Fonte: INE, 2011



Fonte: INE, 2011

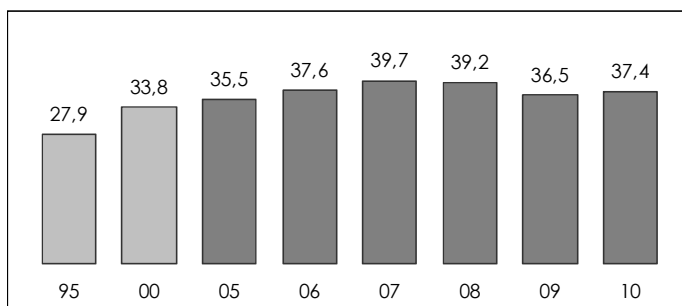
Gráfico I.3.13 Despesa média diária / Viagem turística, Destino Portugal, Motivo viagem [2005-2010]

As dormidas nos estabelecimentos hoteleiros registaram, para o período 1995-2010, uma taxa de crescimento média anual de 2%,

considerando mesmo a contração assinalável observada em 2009, que validou um decréscimo homólogo de 6,9%, e apesar dos últimos 5 anos apresentarem uma estagnação (37 milhões).

Em conformidade com os dados apurados pelo INE, o ano 2007 registou o máximo histórico para o presente indicador, conferindo um total de 39,7 milhões de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros nacionais.

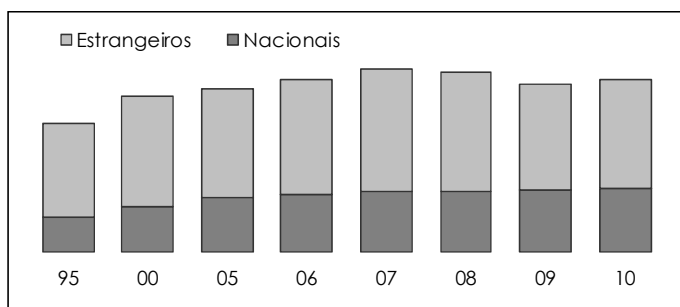
Gráfico I.3.14 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros [1995-2010]



Fonte: INE, 2011

De acordo com a distribuição da procura segundo a nacionalidade dos hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros,

registra-se para o mesmo período um ritmo de crescimento mais acelerado do mercado interno (4,1%) face ao mercado externo (1%). Em 2010, o mercado externo representava 63,1% da procura nos estabelecimentos hoteleiros, enquanto que o mercado interno representava 36,9%.



Fonte: INE, 2011

Gráfico I.3.15 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Nacionalidade [1995-2010]

Esta evolução da procura, confirma um acréscimo relevante de importância do mercado interno na estrutura da procura nos

estabelecimentos hoteleiros (número de dormidas), uma vez que em 1995 representava 27% e em 2010 corresponde a 36,9% das dormidas totais nos estabelecimentos hoteleiros.

A evolução da procura externa nos estabelecimentos hoteleiros segundo os principais mercados emissores evidencia um decréscimo generalizado da procura desde 2008, à exceção do mercado espanhol, que desde 2008 tem vindo a registar um aumento, apesar de ligeiro, da quota de mercado.

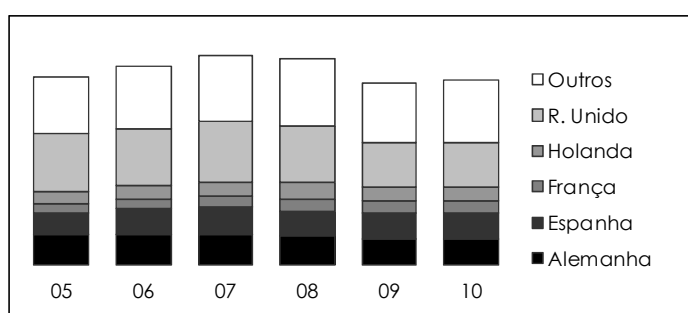
Tabela I.3.6 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Mercados emissores [2005-2010]

	Alemanha	Espanha	França	Holanda	R. Unido	Outros	
05	3,9	2,7	1,1	1,7	7,4	7,1	23,9
06	3,9	3,2	1,2	1,8	7,3	7,8	25,2
07	3,9	3,4	1,4	1,8	7,7	8,5	26,7
08	3,7	3,1	1,6	2,0	7,3	8,5	26,2
09	3,3	3,2	1,6	1,8	5,7	7,6	23,2
10	3,3	3,3	1,6	1,8	5,5	8,1	23,6
	14,0%	14,0%	6,8%	7,6%	23,3%	34,3%	

O Reino Unido é historicamente o

Fonte: INE, 2011

principal mercado emissor do turismo em Portugal, registando 23,3% das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros em 2010. Contudo, tem vindo a registar um decréscimo acentuado desde 2008. Este comportamento justifica-se em grande medida pelo fato da moeda britânica (libra) registar uma profunda depreciação face ao euro, assim como à crise económica deste mercado por via da crise financeira generalizada. Observa-se também um decréscimo na ordem dos 10% nos mercados alemão e holandês a partir de 2009 inclusive, o que tem vindo a contribuir decisivamente para a contração da procura externa, mantendo-se, no entanto, estável em 2010.



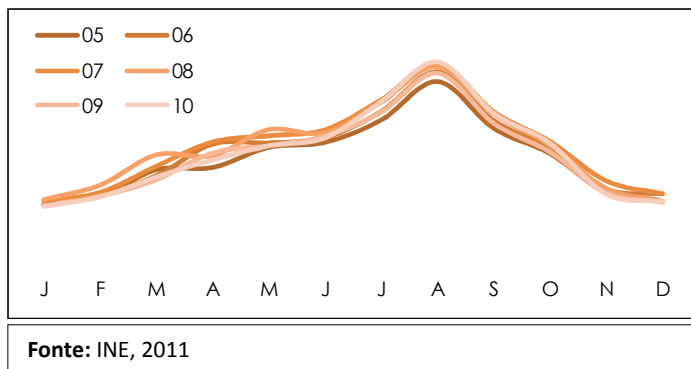
Fonte: INE, 2011

Gráfico I.3.16 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Mercados emissores [2005-2010]

A distribuição mensal das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros evidencia alguma coerência ao longo dos últimos

anos, registando-se apenas alterações ao nível do período de ocorrência da Páscoa (Março ou Abril). No entanto, em 2010, a taxa de sazonalidade apresentou o valor mais elevado dos últimos anos (39%), assim como o índice de amplitude sazonal (2,57), ou seja, o número de dormidas nos três meses de Verão corresponde a cerca de 2,6 vezes o registado nos três meses de Inverno.

Gráfico I.3.17 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, Meses [2005-2010]



A estrutura da procura nos estabelecimentos hoteleiros, medida através das dormidas, apresenta características

singulares à escala regional, enquanto as regiões de Lisboa e do Algarve assinalam uma forte concentração do mercado externo, representando 69,4% e 72,3%, respetivamente. As restantes regiões apresentam um maior peso relativo do mercado interno, sendo mais relevante na região do Alentejo (75,5%).

Relativamente aos principais mercados emissores de cada uma das regiões de Portugal Continental, verificam-se algumas particularidades, como seja a importância do mercado britânico na região do Algarve (41,3%), a relevância do mercado espanhol nas regiões Norte (32,5%) e Centro (35,4%), e a distribuição da procura externa na região de Lisboa, como se verifica no peso relativo dos 'outros' mercados (50,1%).

Os principais mercados emissores do turismo em Portugal e que integram o top-5, é composto pelos mercados da Alemanha, Espanha, França, Holanda e Reino Unido. No entanto, nos últimos anos observam-se dinâmicas de crescimento interessantes ao nível de outros mercados, como o mercado italiano (nas regiões do Norte, Centro e Lisboa) e o mercado irlandês na região do Algarve.

Em relação aos mercados de longa distância, deve ser dada particular atenção aos mercados do Brasil e dos EUA, pela importância crescente que têm vindo a assumir na estrutura da procura externa, mas também pelas relevantes estadas médias que geram e gastos médios diários que apresentam.

A taxa líquida de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros, em 2010, registou o valor mais elevado na região da Madeira (48,2%). Em Portugal Continental, foi a região de Lisboa que registou o valor mais elevado da taxa de ocupação-cama (44,3%), logo seguida da região do Algarve (41,1%).

As regiões Norte, Centro, Alentejo e Açores que se constituem como as regiões com menor peso turístico no que se refere à entrada de turistas internacionais, são também as menos representativas em termos do indicador taxa de ocupação-cama. A região Norte regista 32,4%, a região Centro 28,6%, a região do Alentejo 28,3% e a região dos Açores 34,1%.

Em 2010, os proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros atingiram os 1.807,5 milhões de euros, sendo a região do Algarve e a região de Lisboa aquelas que contribuíram mais para esse total, tendo obtido um total de proveitos de 541,1 milhões de euros e 525,3 milhões de euros, respetivamente. Refira-se que cada uma destas regiões representa cerca de 1/3 das receitas globais da hotelaria.

As regiões Norte e Centro registam um valor de proveitos totais claramente inferiores aos observados nas regiões do Algarve e de Lisboa, no entanto, próximos do valor obtido pela região da Madeira que se constitui como a 3.ª região ao nível deste indicador com um valor de receitas totais de 226,7 milhões de euros. As regiões Norte e Centro obtêm, respetivamente, 218,3 milhões de euros e 187,7 milhões de euros das receitas globais da hotelaria. As regiões do Alentejo (59,4 milhões de euros) e dos Açores (48,9 milhões de euros) atingem os valores mais baixos neste indicador.

No que concerne ao RevPar (receitas por quarto disponível), a média nacional em 2010, atingiu os 28,30€, registando-se os valores mais elevados nas pousadas (39,10€). Em termos regionais, o valor mais elevado registou-se na região de Lisboa (40,80€), enquanto a região Centro apresentou os resultados mais baixos para este indicador (17,30€). As restantes regiões NUT II apresentam valores relativamente próximos, destacando-se no entanto, a região do Algarve (29,70€) e da Madeira (27,10€).

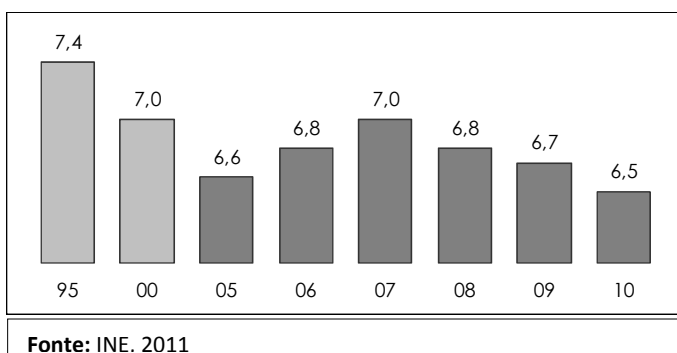


Gráfico I.3.18 Dormidas nos parques de campismo [1995-2010]

No período de 1995 a 2010, as dormidas nos parques de campismo apresentam uma evolução negativa continuada, tendo-se observado no último ano um decréscimo

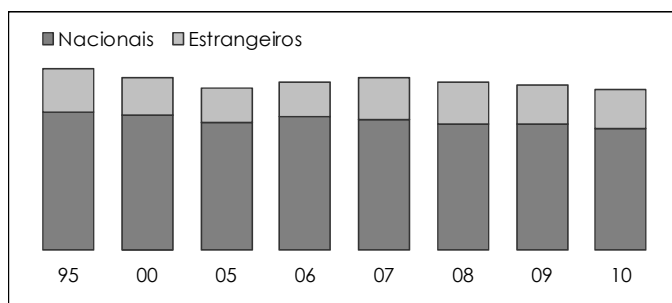
homólogo de 3% (-0,9% variação média anual), à exceção dos anos 2006 e 2007, onde se observa

uma ligeira recuperação, contudo, nos anos subsequentes acabaram por confirmar a tendência de decréscimo da procura por esta modalidade de alojamento turístico específico.

A distribuição da procura segundo a nacionalidade dos campistas, reflete a importância do mercado interno, que concentra mais de ¾ das dormidas totais nos parques de campismo em 2010, sendo que, a contração da procura no período em análise distribui-se de forma similar entre os mercados interno e externo.

O mercado externo representa cerca de 1,6 milhões de dormidas nos parques de campismo e são os mercados de proximidade (Espanha e França) que concentram o maior peso relativo da procura externa nesta modalidade de alojamento, correspondendo a mais de 40% da procura externa, em 2010.

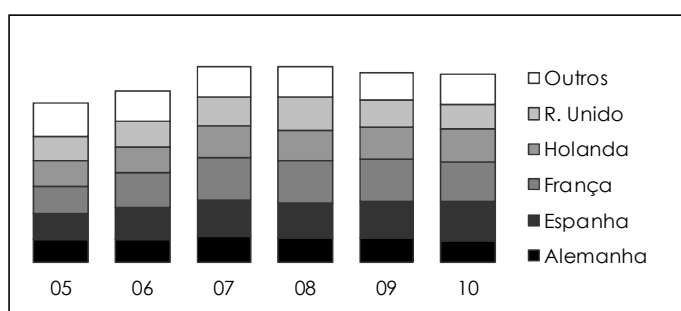
Gráfico I.3.19 Dormidas nos parques de campismo, Nacionalidade [1995-2010]



Fonte: INE. 2011

A procura externa concentra-se num número restrito de mercados, que integram o top-5 e que representam 84% das dormidas

totais (2010). No entanto, o peso relativo destes mercados tem vindo a diminuir ao longo dos últimos anos, configurando uma diversificação dos seus mercados externos, apesar da mesma ser ainda muito ténue.



Fonte: INE. 2011

Gráfico I.3.20 Dormidas nos parques de campismo, Mercados emissores [2005-2010]

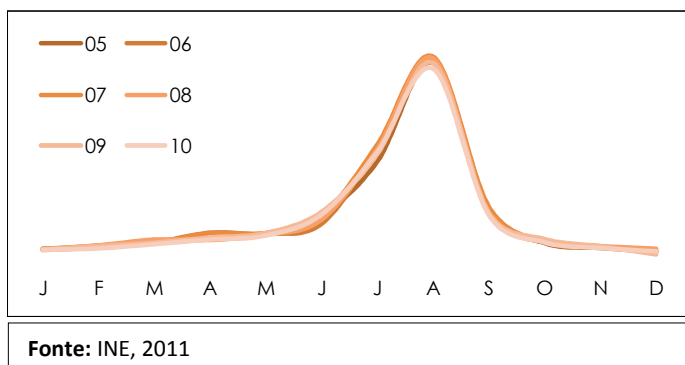
À semelhança do que se observa nos estabelecimentos hoteleiros, o ano 2010 confirmou também um decréscimo das dormidas do

mercado britânico nos parques de campismo, confirmando uma variação homóloga negativa de 16,8%, reforçando uma perda de quota do destino Portugal junto deste mercado, em diferentes segmentos da procura turística.

A distribuição mensal das dormidas nos parques de campismo nos últimos cinco anos regista um comportamento similar, onde se evidencia uma forte concentração nos três meses de Verão, em particular, no mês de Agosto, com a taxa de sazonalidade a ultrapassar os 65%, enquanto que o índice de amplitude sazonal se situa na ordem dos 10,5, o que significa dez vezes superior ao número de dormidas registadas nos três meses de Inverno.

Gráfico I.3.21 Dormidas nos parques de campismo, Meses [2005-2010]

A distribuição regional das dormidas nos parques de campismo apresenta uma preponderância do mercado interno na estrutura da procura



em todas as regiões. No entanto, a região do Algarve assinala uma expressão relevante da procura externa (43,3%), enquanto que na região do Alentejo o mercado externo representa apenas 12,3% das dormidas nos parques de campismo da região.

O mercado francês apresenta uma forte expressão nas regiões do Norte, Centro e Lisboa, sendo que na região de Lisboa, o mercado espanhol também regista um peso relativo aproximado. As regiões do Alentejo e do Algarve apresentam uma distribuição mais equitativa dos mercados emissores que compreendem o top-5, com maior destaque do mercado holandês para a região do Alentejo e do mercado britânico para a região do Algarve.

Importa ainda referir a importância relativa dos mercados que compõem o top-5 para as cinco regiões de Portugal Continental, na medida em que o peso relativo dos restantes mercados externos é residual, situando-se abaixo dos 15% em qualquer das regiões.

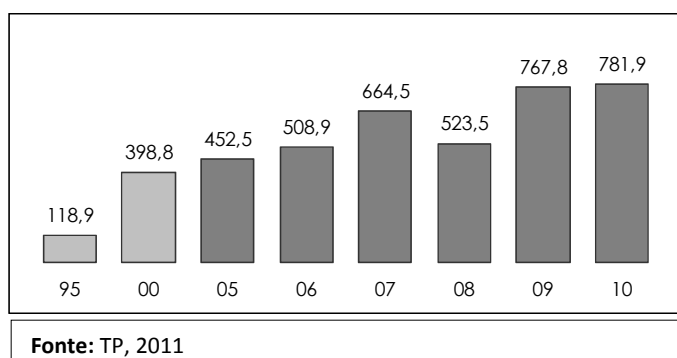


Gráfico I.3.22 Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH [1995-2010]

A procura turística nos estabelecimentos de turismo no espaço rural regista um crescimento assinalável nos últimos quinze anos,

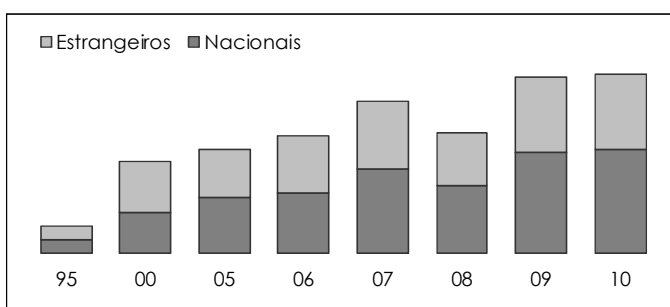
a que correspondem crescimentos médios anuais de 13,4%, apesar da contração da procura

que caracterizou o ano de 2008 (-27%), e que se inverteu logo a seguir em 2009. De acordo com os dados registados pelo Turismo de Portugal, o ano 2010 evidenciou o máximo histórico da procura nesta tipologia de alojamento turístico.

A evolução da procura nos estabelecimentos de turismo no espaço rural apresenta uma taxa de crescimento média anual mais elevada para o mercado interno (11,8%) face à taxa observada para o mercado externo (9,1%). Este fato evidencia um crescente ganho de quota do mercado interno face ao mercado externo, visto que em 1995 representava cerca de 50% das dormidas totais nos estabelecimentos de turismo no espaço rural e, em 2010, aproxima-se dos 57,8%, representando um ganho de 10 pontos percentuais.

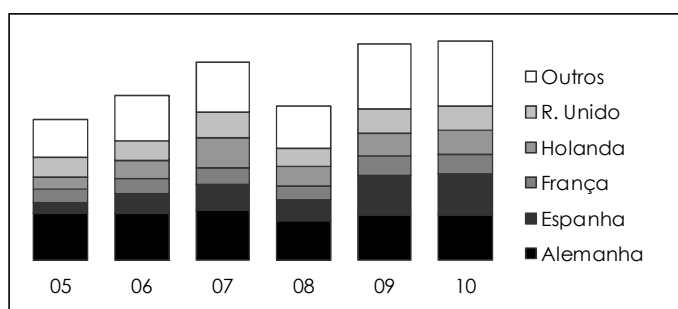
No âmbito dos mercados externos, apesar de se ter vindo a registar quebras da procura nos últimos anos, o mercado alemão (20,3%), seguido do mercado espanhol (19,1%), ocupa ainda a primeira posição do ranking para esta tipologia de alojamento turístico.

Gráfico I.3.23 Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Nacionalidade [1995-2010]



Fonte: TP, 2011

Os principais mercados emissores (top-5) representam cerca de 70% das dormidas nos estabelecimentos de turismo no espaço rural, o que demonstra uma concentração da procura num número restrito de mercados externos.



Fonte: TP, 2011

Gráfico I.3.24 Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Mercados emissores [2005-2010]

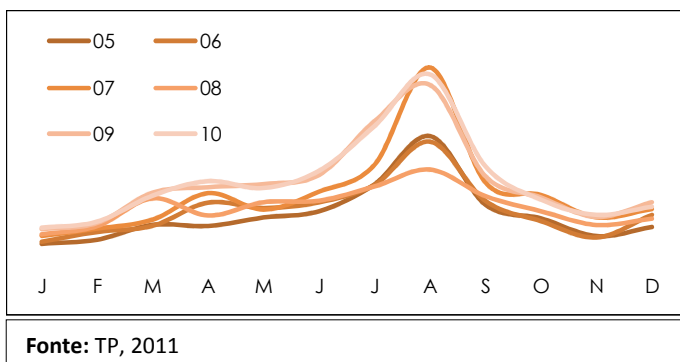
Os mercados de proximidade, em particular o mercado espanhol, tem resistido à crise e mesmo no último ano apresentou uma evolução

positiva da procura, enquanto os restantes mercados têm acumulado quebras, nomeadamente a partir do ano 2007, com os mercados holandês e britânico a perderem cerca de 50% do número de dormidas, e os mercados alemão e francês cerca de 30%, face a 2007.

Em termos mensais, a distribuição da procura nos estabelecimentos de turismo no espaço rural regista um ligeiro acréscimo nos meses de Verão. A taxa de sazonalidade apresenta valores médios para o período em análise na ordem dos 45%, enquanto o índice de amplitude sazonal na ordem dos 3,10.

Gráfico I.3.25 Dormidas nos estabelecimentos de TER e TH, Meses [2005-2010]

A procura regional dos estabelecimentos de turismo no espaço rural assinala uma presença mais relevante do mercado interno



nas regiões do Norte, Centro e Alentejo, enquanto nas regiões de Lisboa e do Algarve o mercado externo apresenta um maior destaque. No que se refere à distribuição da procura externa segundo mercados emissores, verifica-se que os mercados de proximidade apresentam maior relevância nas regiões do Norte e Centro, enquanto o mercado alemão se destaca de forma evidente na região do Alentejo e o mercado holandês na região do Algarve.

A região de Lisboa evidencia uma distribuição homogénea da procura segundo os seus principais mercados emissores, à exceção do mercado holandês que apresenta um peso relativo inferior. Esta região apresenta também a maior distribuição da procura, com um peso relevante dos outros mercados, que em 2009, correspondeu a cerca de 30%.

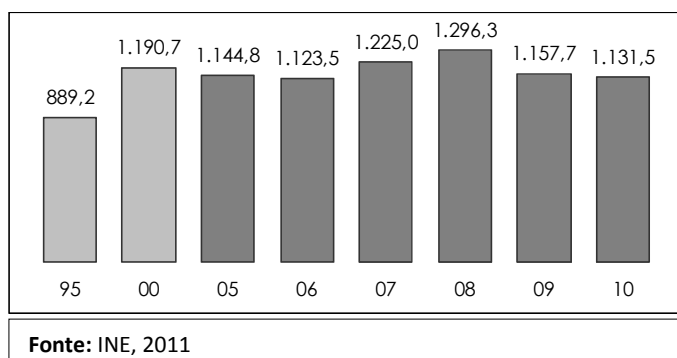
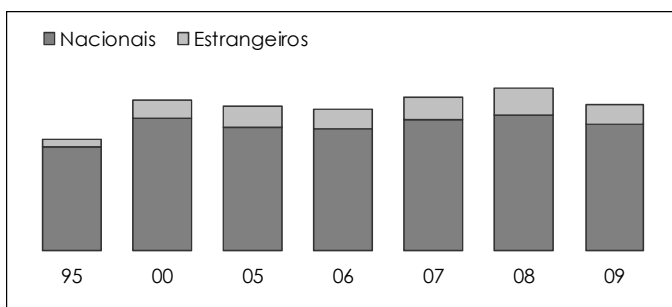


Gráfico I.3.26 Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude [1995-2010]

O número de dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude registou para o período 1995-2010 uma taxa de crescimento média

anual de 1,9%. Os resultados obtidos para 2010 assinalam um decréscimo homólogo de 10,7%, confirmando 2008 como o melhor ano destas tipologias de alojamento (1,3 milhões de dormidas). A análise dos dados permite também observar uma estagnação do número de dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude durante a última década.

Gráfico I.3.27 Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude, Nacionalidade [1995-2010]



Fonte: INE, 2011

A distribuição da procura nas colónias de férias e pousadas da juventude revela a importância do mercado interno, o qual representa

85,1% das dormidas totais. A evolução histórica da procura não regista variações assinaláveis ao longo do período em observação, ainda que de 2008 para 2009 se tenha verificado uma contração relevante da procura externa, validando um decréscimo homólogo de 27,0%.

	Alemanha	Espanha	França	Holanda	R. Unido	Outros	
05	14,0	42,4	21,1	4,3	6,2	70,6	158,6
06	15,5	38,3	25,3	3,7	5,8	71,2	159,8
07	16,8	54,3	23,3	6,9	0,1	84,1	185,5
08	22,6	68,7	28,9	5,9	7,7	80,2	214,0
09	17,8	46,2	24,3	4,4	5,3	59,6	157,6
10	16,1	49,0	24,4	6,4	6,6	66,5	169,0
	9,5%	29,0%	14,4%	3,8%	3,9%	39,3%	

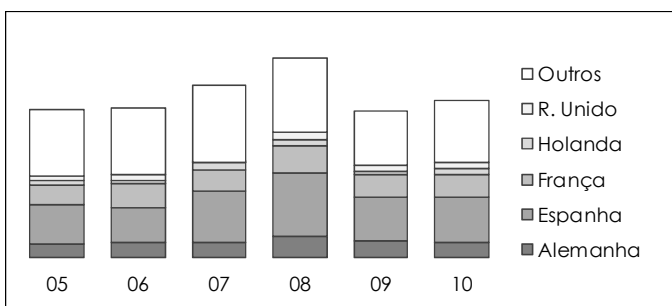
Fonte: INE, 2011

Tabela I.3.7 Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude, Mercados emissores [2005-2010]

Os mercados externos de proximidade destacam-se na estrutura da procura nestas tipologias de alojamento, nomeadamente o mercado espanhol que representa cerca de 30% das dormidas de estrangeiros, enquanto o mercado francês concentra cerca de 15% da procura, ou seja, estes dois mercados são responsáveis por

45% das dormidas do mercado externo nas colónias de férias e pousadas da juventude.

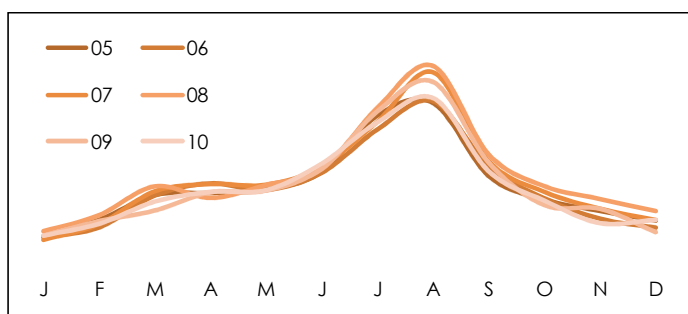
Gráfico I.3.28 Dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude, Mercados emissores, [2005-2010]



Fonte: INE, 2011

O peso relativo dos principais mercados emissores (Top-5) nos últimos cinco anos no que se refere ao número de dormidas nas

colónias de férias e pousadas da juventude tem vindo a aumentar, uma vez que estes representavam 55,5% das dormidas em 2005, e passaram a representar 60,7% em 2010.



Fonte: INE, 2011

Gráfico I.3.29 Dormidas nas colónias de férias e pousadas juventude, Meses [2005-2010]

A variação mensal da procura regista dois períodos de particular flutuação dos movimentos, um que coincide com o período da

Páscoa e outro mais relevante com o Verão, nomeadamente o mês de Agosto. Esta situação evidencia um valor para a taxa de sazonalidade de 43,5% em 2010, ocorrendo o valor mais elevado no ano 2009 (46,3%). O mesmo se observa para o índice de amplitude sazonal, que em 2009 atingiu 4,34.

A distribuição regional das dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude evidenciam a importância da procura interna em todas as regiões, observando-se os pesos relativos mais elevados do mercado externo nas regiões de Lisboa e do Algarve, e registando, contudo, cerca de 20% das dormidas totais destas regiões.

Em todas as regiões o mercado espanhol assume-se como o principal mercado emissor, seguido do mercado francês, nomeadamente nas regiões Norte, Centro e Lisboa, enquanto no Alentejo e Algarve, é o mercado alemão que se posiciona imediatamente a seguir ao mercado espanhol.

A dispersão de mercados tem algum significado nestas tipologias de alojamento, observando-se a mesma situação ao nível das pousadas da juventude, que servem um público muito específico e de diferentes nacionalidades, conforme demonstra a informação produzida pelo INE. Neste caso, refira-se que a região de Lisboa regista uma distribuição da procura externa por diversos mercados, onde o mercado brasileiro regista um peso relevante (similar ao mercado alemão, cerca de 12%).

O setor do turismo em Portugal tem promovido uma evolução favorável das condições económicas, sociais e ambientais. O seu crescimento tem contribuído positivamente para o desenvolvimento regional e local, para a criação de riqueza, para a geração de emprego, para atenuar o deficit da balança de pagamentos, entre outros aspetos. Importa agora apresentar algumas das **principais conclusões que decorrem da análise da evolução do turismo ao nível nacional:**

A entrada de turistas internacionais estagnou nos últimos 5 anos (11 milhões). Os mercados de proximidade (Espanha e França) têm vindo a crescer de forma mais acelerada, face aos mercados tradicionais da Alemanha e do Reino Unido, reforçando assim o seu peso relativo na estrutura da procura turística externa.

As receitas do turismo internacional atingiram, em 2010, o máximo histórico de 7,6 mil milhões de euros, sendo o mercado britânico o maior contribuinte (1,4 biliões). Os turistas internacionais entrados nas fronteiras nacionais cresceram ligeiramente em 2010, sendo que, mais de 60% utilizaram o transporte aéreo para chegar a Portugal.

O número de passageiros desembarcados de voos internacionais cresceu significativamente nos últimos anos, em grande medida pelo contributo da operação low-cost. Cerca de ¾ dos turistas internacionais entrados em Portugal vieram por motivos de 'Lazer, recreio e férias'. A procura turística interna cresceu significativamente nos últimos anos, ancorada nas viagens por motivos de 'lazer, recreio e férias'.

As viagens turísticas dos residentes concentram-se maioritariamente nos meses de Verão (50,5%) e são de curta duração (1 – 3 noites, 59,0%), organizadas pelos próprios e utilizam o veículo automóvel como meio de transporte, registando-se um decréscimo assinalável das despesas médias diárias por viagem, em 2010.

As dormidas nos estabelecimentos hoteleiros registaram nos últimos anos um acréscimo contínuo, alavancado essencialmente pelo mercado interno. Os mercados externos de proximidade são os mais dinâmicos, apesar do mercado britânico ainda ocupar a primeira posição do ranking, constituindo-se como o mais relevante na procura hoteleira. A taxa de sazonalidade tem crescido nos últimos anos assim como o índice de amplitude sazonal, o que denuncia uma maior concentração da procura.

As dormidas nos parques de campismo têm vindo a decrescer significativamente nos últimos anos, registam uma forte dependência do mercado interno e concentram-se nos meses de Verão (65,0%), sendo os mercados de proximidade (Espanha e França) os mais relevantes da procura externa.

As dormidas nos estabelecimentos de turismo no espaço rural e turismo de habitação cresceram de forma relevante nos últimos anos, ancorado essencialmente no desempenho do mercado ibérico, sendo o mercado alemão o principal mercado emissor do TER, tendo a sua maior expressão na região do Alentejo. As dormidas nas colónias de férias e pousadas da juventude estagnaram na última década e assinalam uma forte dependência do mercado interno (85%).

I.4 Diagnóstico estratégico do setor do Turismo em Portugal

O Turismo em Portugal é considerado como um setor estratégico por parte do governo e do setor público. Os efeitos económicos positivos que gera em termos de receitas e na contribuição para o PIB, o efeito multiplicador na atividade económica, com a capacidade de impulsionar outros setores, o facto de se constituir como um forte dinamizador das atividades económicas locais e a sua capacidade de criação de emprego, colocam este setor na linha da frente do discurso político, sendo considerado um dos setores mais relevantes para o desenvolvimento económico em Portugal.

Dada a importância do setor do turismo para a economia dos países e a importância atribuída pelo governo e pelo setor público a este setor, é prioritário para esta investigação realizar um diagnóstico estratégico para o setor do Turismo. Esta análise permite identificar as potencialidades e vantagens competitivas do setor do turismo em Portugal face aos seus concorrentes mais diretos. Para além disso, é importante identificar quais os problemas estruturais que o setor do turismo enfrenta, para que se definam as políticas e estratégias adequadas para o seu crescimento e desenvolvimento, minimizando ou solucionando os problemas estruturais identificados. O setor público e o governo em particular, devem tomar decisões e definir estratégias na base de decisões informadas, o que só é possível tendo um conhecimento da realidade do setor do turismo.

O desenvolvimento racional e equilibrado do turismo é fundamental para Portugal, já que, *«tratando-se de um setor gerador de infraestruturas, de equipamentos, de atividades, de bens e serviços transacionáveis e de empregos, pode proporcionar uma verdadeira cadeia de riqueza com repercussões diretas nas economias regionais e na economia nacional, onde no conjunto dos seus ramos diretos e indiretos já possui um peso superior a outros setores na nossa estrutura de especialização económica.»* (DGT, 2002, pág. 44)

O setor do turismo encontra-se numa fase de crescimento em termos mundiais, e de acordo com as projeções da OMT prevê-se taxas de crescimento elevadas no futuro, conforme descrito nas seções anteriores. Portugal tem vindo a beneficiar desta tendência de evolução favorável do turismo em termos mundiais. Esta tendência deve-se fundamentalmente, à melhoria das condições de vida em diversos países e grupos da população mundial: aumento do rendimento das famílias e o consequente aumento do rendimento disponível; transportes mais rápidos, mais baratos e mais eficientes; desenvolvimento dos 'mass media' e do consequente maior conhecimento, através principalmente de meios audiovisuais, de outros países, locais e culturas; população mundial mais bem-educada; crescentes relações de negócios e de interação social à escala planetária (globalização). (Costa, 2000; ME, 2002a; MEI, 2007; OMT, 1999a; Silva, 2009)

Paralelamente, as tendências do turismo mundial, (i) evolução demográfica favorável à criação de oportunidades para o turismo sénior; (ii) redução do tempo de trabalho e antecipação da idade de reforma; (iii) necessidade de férias ativas; (iv) maior repartição dos períodos de férias; (v) diferentes motivações e procura de novos produtos turísticos; completam o quadro favorável para uma rápida expansão mundial do setor do turismo. (Costa, 2000; OMT, 1999a)

Este quadro internacional favorável tem permitido atuar ao nível de algumas áreas que se revelam centrais para o desenvolvimento do turismo em Portugal, como (i) o turismo interno; (ii) a concentração e qualificação da procura externa; (iii) a sazonalidade; (iv) distribuição territorial e qualificação da oferta hoteleira; (v) motivações para as deslocações a Portugal; contudo, nem sempre com os efeitos desejados.

No entanto, Portugal é reconhecido internacionalmente como um País com excelentes condições para as atividades de turismo e lazer. «Portugal, possui determinadas características que lhe conferem vantagens comparativas em relação a outros destinos» (MEPAT, 1999), nomeadamente ao nível das *condições naturais e humanas*, (i) clima favorável; (ii) localização geográfica vantajosa; (iii) extensão e diversidade da faixa costeira; (iv) população acolhedora e de fácil relacionamento. As *condições políticas e humanas* são também uma vantagem devido à (i) estabilidade política e de ser um país integrado na União Europeia; bem como, a (ii) imagem de um destino seguro. (MEI, 2007; DGT, 2002)

De facto, Portugal concentra num território limitado mas, uma excelente posição geográfica e grande diversidade paisagística um conjunto de recursos turísticos suscetíveis de permitir a estruturação de uma oferta diversificada e de qualidade, que responda aos interesses e às tendências atuais da procura. (DGT, 2002, ME, 2002a; MEI, 2007)

A própria *oferta turística* é um outro fator fundamental, devido (i) à diversidade da oferta turística, com elementos de diferenciação ao nível do património natural e histórico-monumental, do artesanato e da gastronomia; (ii) a capacidade hoteleira instalada, com condições para a realização de congressos e eventos internacionais, bem como à existência de infraestruturas de animação.

Contudo, ao longo dos últimos anos, o desenvolvimento do turismo tem-se processado sobretudo na base de um crescimento quantitativo e não qualitativo o que tem conduzido à existência de alguns desequilíbrios. De facto, o turismo em Portugal, enfrenta um conjunto de problemas centrais apontados nos documentos de análise e diagnóstico elaborados sobre a situação do setor do Turismo em Portugal que importa solucionar, ao nível de determinadas áreas, (1) oferta turística; (2) formação profissional; (3) mercados externos; (4) mercado interno; e (5) estrutura empresarial, questões a analisar de seguida. (MPAT, 1993; MEPAT, 1999)

No que se refere à **oferta turística**, regista-se uma deficiente estruturação da oferta e da sua requalificação, denotando-se algumas carências em equipamentos e atividades de animação. A oferta do produto sol e praia é orientada essencialmente pelo preço, o que incentiva a uma massificação dos destinos, sendo prudente organizar e direcionar o investimento público para este domínio. Observa-se uma concentração acentuada da oferta de alojamento em 3 zonas principais: Algarve, Lisboa e Região Autónoma da Madeira, o que cria alguns desequilíbrios com outras áreas de elevado potencial, que, dadas as suas características, podem vir a funcionar como ofertas alternativas desde que disponham de instrumentos e estratégias que lhes permitam desenvolver e potenciar os seus recursos.

Ao nível da **formação profissional**, observa-se algum desequilíbrio entre a procura e a oferta de mão-de-obra qualificada, sobretudo em áreas como a hotelaria e a restauração. Denota-se, também, uma impreparação de alguns quadros técnicos, o que, por vezes, poderá permitir a definição de opções menos adequadas ao nível da gestão e planeamento do setor do turismo. (Costa, 2003)

Uma outra área central do setor do turismo a ter em atenção são prende-se com os **mercados externos**. O Turismo em Portugal continua a sofrer de uma dependência um pouco excessiva de um número reduzido de mercados, verificando-se uma forte concentração de visitantes num reduzido número de mercados – Espanha, Reino Unido e Alemanha – o que permite o aparecimento de alguns desequilíbrios e quebras significativas quando se regista uma diminuição do número de visitantes provenientes de algum destes mercados.

Relativamente ao **mercado interno**, deve-se salientar a sua reduzida dimensão, dado que, por exemplo, o mercado internacional do turismo em Portugal tem uma dimensão cerca de três vezes superior à da população do País. A procura de férias é fortemente sazonal com forte concentração em Agosto, registando-se um reduzido fracionamento dos períodos de férias, que são dominados principalmente pelo sol e praia, e concentrados nas zonas do litoral. A situação económica difícil que hoje em dia se enfrenta não facilita o crescimento do mercado dos residentes. Apesar disso, têm-se vindo a verificar uma ligeira mudança de hábitos dos portugueses, quer no diz respeito aos períodos de férias, bem como aos destinos escolhidos para férias.

Para além disso, observa-se que a **estrutura empresarial do setor do turismo** caracteriza-se por uma estrutura fragmentada, constituída maioritariamente por pequenas e micro-empresas, de estrutura familiar, que apresentam algumas debilidades de gestão, o que pode induzir, por vezes, alguns efeitos negativos sobre a qualidade da oferta e da procura.

O conjunto de problemas estruturais do setor do turismo aqui apresentados tem grandes implicações ao nível de determinados indicadores. O *tempo médio de permanência* dos turistas em Portugal, tem vindo a decrescer ao longo dos últimos anos. Esta diminuição do tempo médio de permanência tem implicações diretas ao nível de outro indicador, a *diminuição das receitas por dormida*, que por sua vez, apresenta-se como uma das principais razões para a conseqüente diminuição das *receitas reais*. As medidas de política e estratégia para este setor devem ter em atenção estas fragilidades aqui mencionadas, de forma a adotar medidas de política adequadas para a sua resolução.

I.5 Tendências futuras do Turismo

Na definição de estratégias e medidas de política adequadas para o crescimento e desenvolvimento do turismo deve-se ter em atenção as tendências futuras que se perspetivam para este setor. Para esta investigação em particular, a análise das tendências futuras do turismo é fundamental, dado que permite identificar as novas dinâmicas e tendências deste setor, quer em termos da procura turística, mas também em termos dos destinos, dos turistas e suas motivações. A definição da política de investimento e a identificação de áreas prioritárias de investimento para o setor do turismo dever ter em atenção estas novas realidades e tendências, de forma a adotar as medidas adequadas que permitam o desenvolvimento do turismo nos destinos.

A investigação realizada centra-se na análise de diversas referências e autores que realizam pesquisas sobre esta temática destacando-se: Buhalis e Costa, 2006a; Buhalis e Costa, 2006b; Brown, 2007; CE, 2009, 2007a, 2004; Cooper et al, 2006; Dwyer et al, 2008; ETC, 2006; Gratton e Taylor, 2000; ME, 2002b; OECD, 2010, 2008; OMT, 2002, 1997; Rosentraub e Joo, 2009; Shaw e Williams, 2002; Torkildsen, 2005, 1996; Veal, 2002; WTO, 1999.

A OMT prevê que o setor do turismo continue a crescer ao longo dos próximos anos. No entanto, a natureza deste crescimento e desenvolvimento será diferente daquela que se tem vindo a observar ao longo das últimas décadas. O turismo, a par de outros setores da economia encontra-se a enfrentar um conjunto de constrangimentos e limitações que não podem, nem devem ser ignoradas.

As novas realidades que o setor do turismo, e em particular a sociedade, têm vindo a enfrentar levam a profundas alterações na forma como a indústria do turismo opera e se desenvolve, bem como a alterações de comportamento por parte dos próprios turistas. Face a esta situação, diversas organizações e autores que operam neste setor, e que têm um grande interesse na análise do futuro do turismo, têm tentado entender a importância destas forças de mudança no mundo, e quais as suas implicações para o futuro do turismo.

Para Leiper, podem identificar-se dois tipos de forças de mudança. *«Existem um determinado número de influências que estão fora do controlo do turismo, mas que, no entanto têm implicações no seu desenvolvimento, as variáveis exógenas. Um outro conjunto de variáveis*

são internas e relacionadas com o próprio sector, podendo se definir como variáveis relacionadas com o turismo.» (Leiper, 2004)

Na realidade, a maior parte destas variáveis, exógenas e endógenas ao setor do turismo, estão inter-relacionadas, e combinadas aceleram o processo de mudança. Observe-se, por exemplo, as alterações registadas a nível económico que irão impulsionar o crescimento do setor do turismo, mas, que por sua vez, também terão implicações na própria gestão dos destinos e dos produtos turísticos.

Do ponto de vista **económico**, o panorama é extremamente favorável. Observa-se um aumento gradual no rendimento das famílias com o conseqüente aumento do rendimento disponível, contudo, deve-se ter em atenção os efeitos da recessão económica dos últimos dois anos, devido à crise das dívidas soberanas. A própria competição existente ao nível do mercado das viagens e turismo leva a que o preço das viagens diminua (voos low-cost), o que possibilita que um maior número de pessoas tenha oportunidade para viajar. A nível mundial verifica-se um crescimento da importância de novas economias, nomeadamente a China, Índia, Brasil e Rússia (BRIC).

A introdução de **novas tecnologias** num setor fortemente caracterizado por uma indústria de mão-de-obra intensiva permitiu aumentar a performance, a eficiência e a eficácia dos serviços relacionados com o turismo elevando a problemática da necessidade de recursos humanos mais qualificados para este setor.

O setor do turismo é caracterizado por possuir mão-de-obra pouco qualificada. Esta situação torna o setor vulnerável a ideias e práticas de gestão inovadoras, daí a importância da **educação e formação em turismo** que deve desempenhar um papel central em termos do desenvolvimento e aprendizagem de práticas de gestão inovadoras, na definição e resposta adequada aos problemas do setor, e na motivação dos recursos humanos. (Costa, 2005)

A evolução e alteração da **estrutura demográfica da população** terá um impacto importante na área do lazer, recreio e turismo. Em 2020, prevê-se que a população com idade superior a 65 anos sofra um aumento de 17 milhões relativamente à atualidade. Além disso, *«as pessoas com idades compreendidas entre os 50 e 65 anos, em grande medida libertas das suas obrigações e dos seus encargos familiares, com grande mobilidade e dispendo,*

frequentemente, de boa situação financeira, ocuparão uma posição crescente no mercado de turismo.» (WTO, 1999)

Um dos problemas centrais da área do turismo prende-se com **concentração da sua atividade em períodos específicos** e restritos ao longo do ano, o que «*origina condições de trabalho e de emprego insatisfatórias e efeitos negativos na qualificação, na qualidade dos serviços e na competitividade das empresas, bem como uma saturação das infraestruturas de comunicação e de oferta nos destinos.*» (Costa, 2005) Prevê-se que o aumento da população com idade superior a 55 anos permita reduzir a concentração da atividade turística durante determinados períodos do ano.

A **segurança nas viagens** e nos destinos é outra questão particularmente importante. Os turistas não têm interesse em se deslocarem para destinos onde exista agitação, guerra ou riscos de terrorismo. Outra questão prende-se com as **condições de saúde** (doenças e epidemias), que origina a quebra de confiança com a consequente fragilização da imagem do destino onde se observam estas situações, fazendo com que o destino não seja escolhido para local de férias.

A **tomada de consciência social e ambiental** tem vindo também a aumentar de importância quer no discurso dos políticos, quer mesmo ao nível da sociedade em geral. Hoje em dia existe uma forte sensibilização da opinião pública em relação aos problemas socioculturais e do meio ambiente. Observa-se também, uma importância crescente atribuída pelos media aos problemas que ocorrem no meio ambiente. (ex: alterações climáticas; diminuição dos recursos de água; poluição). (Costa, 2005)

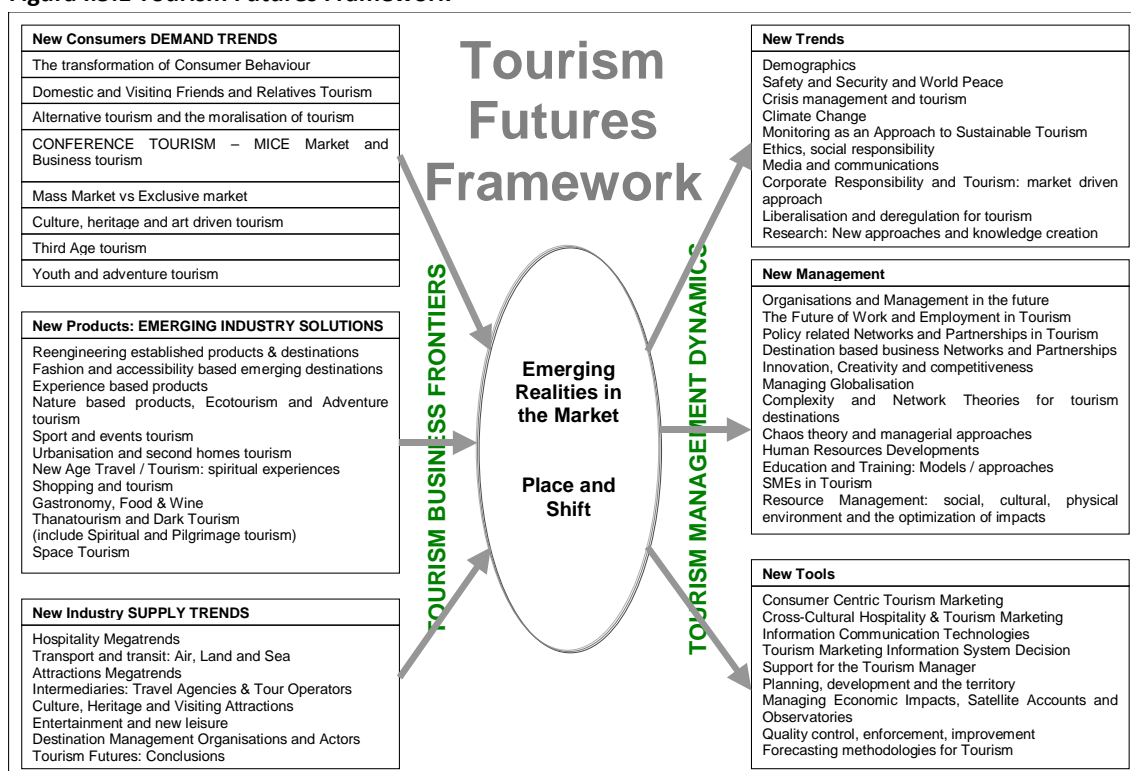
A melhoria das condições de vida da população em geral, com o consequente aumento da esperança média de vida, o aumento do rendimento disponível, a redução do tempo médio de trabalho, com o consequente aumento do tempo livre, contribuem para alterações significativas no perfil da sociedade, e irão contribuir decisivamente para o crescimento e desenvolvimento do setor do turismo.

Estas questões irão também contribuir para alterações significativas no perfil da população. O novo turista detém já um conjunto de características que importa considerar. São pessoas mais experientes, mais informadas e que na sua tomada de decisões apresentam critérios

claros sobre o valor que atribuem às experiências, e quais os recursos financeiros e disponibilidade de tempo que pretendem despende.

Buhalis and Costa (2006, pág. 1) referem que ao perspetivar a forma como o turismo será no futuro devem-se ter em atenção duas dimensões. «As empresas do turismo vão registar grandes mudanças como resultado das novas tendências observadas nos novos consumidores emergentes. Inevitavelmente novos produtos inovadores irão alterar a estrutura da indústria e dos seus requisitos operacionais».

Figura I.5.1 Tourism Futures Framework



Fonte: Buhalis and Costa, 2006a, pág. 3

A outra dimensão referida por Buhalis and Costa, prende-se com as alterações ao nível externo. «A forma como o ambiente externo é entendido, gerido e planeado irá influenciar decisivamente o sucesso do turismo no futuro» (Buhalis and Costa, 2006a, pág. 1) As alterações observadas, irão 'obrigar' os intervenientes na área do turismo a adotar e desenvolver técnicas e ferramentas que melhorem a performance do setor no futuro face às alterações no ambiente externo.

O crescimento do número de consumidores, mais informados e sofisticados, com melhores habilitações e qualificações irão impulsionar a indústria do turismo a desenvolver novos produtos e reinventar os mercados tradicionais. *«Os destinos que têm por base produtos baseados no sol e praia devem de reformular a sua oferta e desenhar produtos novos e mais sofisticados para complementar, diversificar e melhorar a atratividade e qualidade da sua oferta tradicional.»* (Buhalis and Costa, 2006a, pág. 4)

A questão fundamental será como melhorar a qualidade da oferta, centrada numa diversidade de produtos, que permitam proporcionar aos turistas experiências únicas, aumentando os benefícios económicos que podem advir do crescimento do turismo, procurando focar mais no valor da oferta que na própria quantidade.

Outra questão particularmente importante prende-se com *«a introdução de novos produtos bem organizados e sustentáveis que permitam apoiar o desenvolvimento regional sem ameaçar a prosperidade do destino no longo prazo»* (Buhalis and Costa, 2006a, pág. 4-5) Pretende-se aumentar a eficiência e o rendimento gerado, criando valor acrescentado e reduzindo ao mesmo tempo o consumo de recursos. A ideia central será proporcionar experiências únicas aos visitantes, que façam a diferença na oferta de produtos, mantendo grande parte do rendimento gerado no destino.

Buhalis and Costa (2006a, pág. 5) referem que *«O futuro da indústria do turismo será dominado por duas mega tendências»*. Uma dessas tendências levará à criação de mega atrações com uma elevada capacidade de atração de turistas. A criação destes polos de turismo irá originar alterações ao nível da operacionalização e gestão da indústria do turismo, nomeadamente na alteração das formas de gestão e na profissionalização dos vários subsectores que integram a cadeia de valor do setor do turismo.

Esta tendência irá também dinamizar o aparecimento de oferta de menor dimensão espalhadas pelas áreas adjacentes. Esta oferta de menor dimensão será gradualmente inserida nos polos de maior atratividade e dimensão permitindo o aperfeiçoamento de produtos e da sua expansão.

Esta expansão irá permitir *«a otimização da rentabilidade da indústria do turismo, incentivar a diversificação e melhorar os níveis de utilização das infraestruturas e equipamentos que atualmente permanecem subutilizadas a maior parte do tempo, devido às características de*

sazonalidade da indústria do turismo.» (Buhalis and Costa, 2006a, pág. 5) A competição no setor do turismo irá aumentar, o que irá levar a que as empresas do setor do turismo racionalizem e operacionalizem a sua gestão, otimizem os seus impactos e garantam a sua sustentabilidade.

O setor do turismo tem vindo a ser confrontado com um conjunto de realidades emergentes que o influenciam. Para Buhalis and Costa (2006b, pág. 3) *«Um dos argumentos centrais é que o sucesso do turismo no futuro está intrinsecamente interligado com a maneira como a indústria e o sistema de turismo entendem e incorporam as novas tendências que suportam a sua expansão».*

As novas tendências centradas nas alterações demográficas, nas alterações climáticas que determinam a atratividade dos destinos, nas questões de ética e sustentabilidade que devem ser incorporadas na gestão e planeamento dos destinos, bem como as questões de proteção e segurança que têm vindo a crescer em termos de importância, serão decisivas e já influenciam e continuarão a influenciar de uma forma mais evidente a escolha dos destinos no futuro.

A liberalização e desregulamentação dos mercados irá permitir um aumento de competitividade, centrada não só no preço, mas também na qualidade e características dos produtos que integram a oferta. Os destinos devem capitalizar as suas vantagens competitivas, através da diferenciação na oferta, apresentando produtos únicos que permitam diferenciar o destino relativamente aos seus concorrentes. O aumento da competição irá requerer a implementação de novas formas de gestão capazes de maximizar os efeitos diretos e indiretos, e otimizar os spill-overs indiretos e induzidos da criação de uma rede de organizações no turismo. (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 3-4)

A ligação do setor do turismo a centros de investigação irá assegurar a transferência de conhecimento e irá também apoiar as organizações do setor do turismo com ferramentas adequadas para a tomada de decisões. Nesse sentido devem ser implementadas *«abordagens inovadoras de gestão e planeamento que proporcione à indústria conhecimento, know-how e ferramentas que tragam vantagens competitivas às organizações públicas e privadas do setor do turismo.»* (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 3)

As novas tendências e as novas abordagens de gestão irão, por sua vez, impulsionar o aparecimento de novas ferramentas. Para Buhalis and Costa (2006b, pág. 4) *«As tendências*

futuras apontam para três direções estratégicas, a saber: a satisfação do cliente; a gestão do destino; e a organização do território.»

No que se refere à satisfação do cliente, as campanhas de marketing tradicionais devem dar lugar a campanhas de marketing centradas no consumidor. *«O marketing turístico irá evoluir de uma abordagem centrada no produto, para dar um maior ênfase em produtos específicos e direcionados para nichos de mercado.»* (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 4)

Outra questão central prende-se com a gestão do destino. *«O sucesso da indústria do turismo irá depender da forma como os destinos são geridos e planeados»* (Buhalis and Costa, 2006, pág. 4). Nesse sentido, deve-se ter em atenção as novas abordagens em termos do planeamento, do desenvolvimento regional e da estrutura económica do setor do turismo no destino, na medida em que *«a qualidade das infraestruturas das instalações e serviços assume uma importância fundamental na satisfação dos consumidores e têm influência nos benefícios económicos para o destino.»* (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 4)

A organização do território é influenciada, cada vez mais, por forças económicas em detrimento de planos formais implementados por organizações do setor público. Nesse sentido, *«As forças económicas e sociais devem ser geridas dentro de estruturas organizacionais inovadoras, capazes de reunir as organizações do setor público e privado.»* (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 4) Esta questão será analisada com maior detalhe no capítulo III desta investigação.

Buhalis and Costa referem ainda a importância das ferramentas de investigação como as metodologias de previsão e análise e a Conta Satélite do Turismo, para uma análise compreensiva do impacto e contribuição do turismo. Estas ferramentas de investigação *«irão assegurar que os destinos possuem abordagens científicas que permitem planear os seus benefícios económicos baseados em previsões futuras precisas.»* (Buhalis and Costa, 2006b, pág. 4)

I.6 Conclusão

O turismo é um setor em franco crescimento e desenvolvimento. Apesar, de alguns períodos, raros, de contração, afetado por conjunturas externas ao próprio setor, observa-se uma

grande dinâmica de crescimento e desenvolvimento ao nível de vários indicadores, o que permite concluir que o setor do turismo irá continuar, e até mesmo aumentar a sua importância a nível mundial, e ao nível das economias dos vários países desenvolvidos e/ou em vias de desenvolvimento.

O setor do turismo constitui-se como um dos principais setores a nível mundial em termos do volume de negócios, sendo um setor fundamental na dinamização e consolidação da economia dos países, na criação de emprego direto, indireto e induzido e nos efeitos multiplicadores que consegue gerar.

Portugal apresenta um conjunto de potencialidades e vantagens competitivas face a outros destinos turísticos concorrentes que importa evidenciar. O clima, a localização geográfica, o acolhimento da população, os recursos naturais, patrimoniais e culturais que possui aliados à sua rica gastronomia, assim como a sua estabilidade política e ser considerado um destino seguro. Contudo, padece de um conjunto de problemas que importa resolver, quer ao nível da oferta turística, dos mercados externos e do mercado interno e da estrutura empresarial que suporta este setor, constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão e estrutura familiar.

Face a esta dinâmica de crescimento e desenvolvimento, e tendo em atenção as dificuldades estruturais inerentes ao próprio setor do turismo, bem como as suas próprias especificidades, haverá alterações significativas na forma como a indústria do turismo irá operar, bem como na forma como os turistas encaram esta atividade e pretendem usufruir dos produtos, tendo em atenção as suas necessidades.

Estas questões irão também contribuir para promover alterações significativas no perfil da população. O novo turista detém já um conjunto de características que importa considerar. São pessoas mais experientes, mais informadas e que na sua tomada de decisões apresentam critérios claros sobre o valor que atribuem às experiências, e quais os recursos financeiros e disponibilidade de tempo que pretendem despende.

Outra questão particularmente importante prende-se com as novas tendências ao nível da área do lazer, recreio e turismo. O setor do turismo enfrenta hoje em dia novas realidades para as quais importa encontrar soluções. A questão da introdução de novas tecnologias, bem como as inovações nos transportes e as alterações na estrutura demográfica da população são

uma realidade indiscutível. Refira-se ainda dois aspetos fundamentais nos dias de hoje, a segurança nas viagens, e a tomada de consciência para os problemas ambientais e sociais.

No capítulo seguinte será dada particular atenção a questões como as políticas públicas direcionadas para o setor do turismo, a importância e funções do setor público no turismo e o relacionamento entre o setor público e privado. Face à importância que o setor do turismo tem vindo a assumir na economia dos países desenvolvidos e/ou em vias de desenvolvimento, e, tendo em atenção as profundas alterações que têm vindo a ocorrer neste setor, é fundamental definir concretamente quais as áreas de atuação do setor público e privado.

II.1 Introdução

O setor do turismo encontra-se numa fase de grande crescimento e desenvolvimento, constituindo-se como uma das 'indústrias' que registou um maior crescimento no século XX, situação que se tem mantido na primeira década do século XXI, e que segundo as previsões da OMT, irá manter esta tendência de crescimento para os próximos anos. Tendo presente este quadro favorável, é fundamental e premente que os governos dos países desenvolvidos e dos países em vias de desenvolvimento atribuam uma maior importância e atenção efetiva a este setor, considerando o papel que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento económico dos países, no fortalecimento da sua malha regional, nos efeitos multiplicadores que pode gerar, e na dinâmica de criação de emprego.

Contudo, e apesar da reconhecida importância económica atribuída a este setor, o crescimento observado, particularmente em Portugal, têm-se concretizado mais numa perspetiva quantitativa do que propriamente qualitativa. Aparentemente tem-se observado alguma dificuldade em atingir os objetivos da política e estratégia definida para o setor, daí considerar-se vital proceder a uma monitorização e avaliação das políticas e estratégias que têm vindo a ser definidas ao longo dos últimos anos.

Pretende-se neste capítulo 'discutir' o papel que o setor público deve desempenhar na área do turismo, nomeadamente, questionar a importância da sua intervenção e envolvimento neste setor. Para além disso, é necessário entender quais as funções que o setor público pode e deve desempenhar, tendo particular atenção aos níveis de intervenção em que pode atuar, e os tipos de medidas e ações que deve implementar em cada nível de intervenção.

A análise sobre o papel e áreas de intervenção do setor público no turismo irá permitir demonstrar qual a importância da definição de uma política para o setor do turismo. É fundamental que o setor público se constitua como um elemento central na definição de uma política de turismo estruturada, abrangente e polarizadora dos vários agentes do setor para que o crescimento e desenvolvimento do turismo possa ocorrer.

Para além disso, é importante avaliar os 'resultados' dessa política. As políticas e estratégias definidas pelo setor público necessitam de ser avaliadas dado que se trata da gestão de recursos

públicos. Como é natural, a avaliação das políticas públicas é já realizada através do escrutínio público aquando das eleições, contudo, é fundamental avaliar, também, o impacto que a definição e implementação das políticas e ações definidas originam junto dos vários agentes que integram o setor do turismo e da sociedade em geral.

Para isso, irá analisar-se neste capítulo a importância da avaliação das políticas públicas, o seu significado e suas principais funções. Irá também ter-se em atenção os principais critérios que devem nortear a avaliação das políticas públicas, quais os tipos de avaliação mais adequados, e que se encontram ao dispor das equipas de avaliação.

Importa também analisar a política e estratégia que tem vindo a ser definida nos últimos anos para o setor do turismo em Portugal. Nesse sentido, irá ter-se em atenção as políticas e estratégias definidas para o setor do turismo a partir da década de 90, dando particular atenção à política definida nos períodos do II e do III QCA (período em que se centra esta investigação), quais as áreas estratégicas de intervenção, os objetivos que pretendiam atingir com as medidas e ações implementadas, tendo em atenção o conjunto de áreas problema e desequilíbrios estruturais observados em Portugal, e já apresentados no capítulo I na seção I.4.

II.2 Envolvimento do setor público no turismo

O setor do turismo tem vindo a desempenhar um papel central na dinamização e fortalecimento da economia dos países desenvolvidos e/ou em vias de desenvolvimento. A sua importância económica, social e política evidencia-se, principalmente, na sua contribuição para o equilíbrio da balança de pagamentos, no estímulo ao crescimento económico e na criação de oportunidades de emprego. Dada a importância económica, social e política deste setor, é fundamental analisar e avaliar a forma como o setor público pode e deve intervir no turismo, e quais as razões para o seu envolvimento.

A análise do envolvimento do setor público, e as razões que se colocam para esse envolvimento, irá permitir analisar as diferentes formas que o setor público poderá adotar para intervir no setor do turismo. Irá permitir também entender e identificar as características que podem justificar esse tipo de intervenção, dado que a intervenção do setor público no turismo poderá depender

de um conjunto de características que podem diferir entre países, desde as características de política desse país, o nível de desenvolvimento, a importância atribuída ao setor do turismo, entre outros.

Esta análise permitirá retirar ilações sobre qual o tipo de envolvimento o setor público deverá ter, dependendo das suas características intrínsecas, e perspetivar qual deverá ser a atuação do setor público em Portugal face ao turismo, tendo em atenção as características atrás referidas, o nível de desenvolvimento do setor, a importância atribuída por parte do setor público ao turismo, e as características da política vigente.

A investigação realizada referente ao envolvimento do setor público no turismo teve por base a consulta cuidada de diversa bibliografia e autores que ‘lidam’ com esta temática como Baum, 1994; Boyer e Drache, 1996; Bosselman et al, 1999; Bramwell, 2006; Bramwell e Lane, 2000; Burkart e Medlik, 1981; Cooper et al, 1998; Costa, 2001b, 1996; EC, 2004; Edgell, 1999; Elliott, 1997; Goeldner e Ritchie, 2003; Hall, 2000; Hall e Jenkins, 1995; Holloway, 2002; Inskip, 1991; Jeffries, 2001; Kerr, 2003; Mathieson e Wall, 1982; McCoy, 1982; McIntosh et al, 1995; Mill e Morrison, 1992; OMT, 2007, 1998a; Pearce, 1992, 1989; Ritchie e Goeldner, 2000; Silva, 1989; Tang e Jang, 2009; Thomas e Long, 2001; Turigano, 2006; Wanhill, 2005.

Para *Elliott (1997)*, o setor público tem a responsabilidade de gerir as suas relações com a indústria do Turismo para o bem da sociedade. «*Até que ponto essa responsabilidade se estenderá, irá depender da ideologia do governo e da cultura dominante no país.*» (Elliott, 1997, pág. 176). Elliott, coloca uma questão pertinente referindo que o setor público deve gerir o seu relacionamento com o setor privado para o bem da sociedade. De facto, uma das principais questões que se levantam na atuação do setor público, prende-se com a melhoria da qualidade de vida das populações locais. No entanto, este autor considera que o envolvimento e a responsabilidade do setor público no turismo irá depender da ideologia e cultura política existente no país, questão que se deve ter em atenção na análise do envolvimento do setor público no turismo.

Já *Holloway*, para além de fazer referência à filosofia política do país, considera que também se deve ter em atenção a dependência económica do país face ao setor do turismo. Para este autor, o envolvimento do setor público no turismo varia de país para país e de acordo com dois grupos de fatores, a filosofia política do país e a sua dependência económica face à indústria do turismo.

Nesse sentido, a forma como o setor público pode intervir no Turismo irá depender da cultura política dos intervenientes no setor do turismo, e também importância económica atribuída a este setor.

No que se refere à filosofia política do país, a intervenção do setor público no turismo poderá depender do fato de se estar perante uma economia mais ou menos intervencionista, onde o controlo e participação do setor público no turismo poderá ser superior, a uma economia mais liberal, onde o sistema económico vigente baseia-se, preferencialmente na iniciativa privada. (Bramwell, 2006; Cooper et al, 1998; Edgell, 1999; Elliott, 1997; Holloway, 2002; Jeffries, 2001; Kerr, 2003)

A dependência económica dos países face ao setor do turismo é um outro fator que poderá influenciar a forma como o setor público intervém no turismo. À partida, quanto maior for a dependência económica de um país face ao setor do turismo maior será a sua necessidade e interesse do setor público em intervir neste setor. Como refere Cooper, *«Como regra quanto maior for a importância do turismo para a economia de um país, maior será o envolvimento do setor público no turismo.»* (Cooper et al, 1998, pág. 226)

Contudo, poderá também verificar-se um maior envolvimento do setor público no turismo justificado pelo estado de desenvolvimento ainda incipiente da indústria do turismo num determinado destino. Jeffries refere que *«Apesar de o turismo ser sustentado principalmente pela iniciativa privada, tradicionalmente, o setor público tem desempenhado um papel fundamental no seu desenvolvimento.»* (Jeffries, 2001, pág. 102). Esta intervenção do setor público poderá justificar-se, pelo fornecimento dos *«serviços essenciais e as infraestruturas básicas para o desenvolvimento do turismo.»* (Elliott, 1997, pág. 2)

Portanto, a questão da dependência económica é importante para justificar o envolvimento do setor público no turismo, e referida por diversos autores, no entanto, deve-se também ter em atenção o nível de desenvolvimento do setor do turismo no destino. Como refere Cooper et al, *«existem diferenças significativas em termos da estrutura e organização do setor público do turismo, que dependem essencialmente da dimensão da indústria turística, e da importância que o governo atribui ao envolvimento do setor público no turismo.»* (Cooper et al, 1998, pág. 231).

As principais razões apontadas por *Cooper et al* para o envolvimento do setor público no turismo prendem-se com: (i) *Captação de moeda estrangeira e a sua importância para a balança de pagamentos*; (ii) *Criação de emprego e a necessidade de fornecer educação e formação*; (iii) *Indústria grande e fragmentada, exigindo coordenação e desenvolvimento de marketing*; (iv) *Maximização dos benefícios para as comunidades anfitriãs*; (v) *Distribuição equitativa dos benefícios e custos*; (vi) *Construção da imagem do país como destino turístico*; (vii) *Regulamentação do mercado para proteger consumidores e impedir concorrência desleal*; (viii) *Fornecimento de bens públicos e infraestruturas de suporte como parte do produto turístico*; (ix) *Proteção dos recursos turísticos e do meio ambiente*; (x) *Regulamentação dos aspetos de comportamento social*; (xi) *Monitorização da atividade turística através do levantamento e tratamento de informação turística*. (Cooper et al, 1998, pág. 231)

Na mesma linha de pensamento, Hall e Jenkins (2004, pág. 590) apresentam alguns fundamentos para a intervenção do Estado no Turismo incluem: (i) *Melhorar a competitividade da economia*; (ii) *Corrigir os direitos de propriedade*; (iii) *Permitir aos decisores do Estado ter em conta circunstâncias externas*; (iv) *Proporcionar amplamente os benefícios públicos disponíveis*; (v) *Reduzir o risco e a incerteza*; (vi) *Apoiar projetos de capital intensivo*; (vii) *Educar e proporcionar informação*. (Hall e Jenkins, 1995, pág. 590)

Cooper et al, apresentam uma participação do setor público no turismo justificada, principalmente, pela importância económica que caracteriza o crescimento e desenvolvimento deste setor para a economia dos países (Cooper et al, 1998). Outros autores enumeram também outras razões que demonstram particular atenção com a sustentabilidade do setor; referência às questões de educação e formação; regulamentação do mercado; imagem e marketing; proteção dos recursos e do ambiente envolvente; e a importância em direcionar as vantagens proporcionadas por este setor para o bem-estar das populações e residentes locais, através da distribuição equitativa dos benefícios e custos; da maximização dos benefícios para os residentes; fornecimento de bens públicos e infraestruturas de suporte que irão servir não só os turistas mas também a população local. (Inskeep, 1991; Mcintosh et al, 1995; Goeldner e Ritchie, 2003; Pearce, 1992, 1989; Ritchie e Goeldner, 2000; Thomas e Long, 2001)

Esta questão é também referida por *Jeffries*, dado que a política de transportes, infraestruturas e regulação, constitui-se como outra justificação para a intervenção do setor público no turismo. «O

setor público fornece as infraestruturas físicas básicas necessárias para o turismo – como estradas, aeroportos e comunicações» (Jeffries, 2001, pág. 107). O desenvolvimento de infraestruturas de transporte adequadas e o acesso aos mercados externos são requisitos centrais para o desenvolvimento de qualquer destino.

Conforme se pode verificar, o setor público envolve-se no turismo devido, principalmente, à sua importância económica. Esta situação poderá justificar-se, dado que, mesmo em períodos de declínio, de recessão económica e de elevado desemprego, o turismo continua a ser um dos setores que regista um maior crescimento e elevada dinâmica, o que permite, para o governo desses países olhar para o turismo como uma forma de solucionar os problemas que surgem.

O turismo é considerado uma das principais indústrias em termos mundiais, com taxas de crescimento interessantes, demonstrando uma rápida recuperação mesmo em períodos de recessão económica, conforme se demonstrou no capítulo I. No entanto, conforme se pode deduzir as justificações para o envolvimento dos governos no setor do turismo devem compreender outro tipo de questões, para além das razões económicas.

De acordo com *O'Hagan et al* (1986) in Pearce (1992, pág.6) «*O racional para o envolvimento dos governos no turismo baseia-se não só na natureza e extensão dos benefícios económicos e sociais do turismo, mas também na impossibilidade ou incapacidade das empresas e das organizações representativas desempenharem determinadas funções.*» Ou seja, existem um conjunto de obrigações que dizem respeito ao setor público, que podem implicar investimento, e nas quais o setor privado não tem interesse em participar, dado que essa participação não vai de encontro ao seu principal objetivo que corresponde à maximização do lucro e rentabilização da sua atividade.

Existem fortes argumentos para a supervisão e intervenção direta do setor público no turismo. Jeffries refere 6 principais justificações. A primeira justificação prende-se com *objetivos mais abrangentes*: «*O turismo detém potencial para contribuir mais do que as indústrias alternativas, para a concretização de objetivos mais abrangentes definidos pelo setor público como prioridades no interesse geral da comunidade.*» (Jeffries, 2001, pág. 5) Esta questão é particularmente importante, na medida em que apresenta a amplitude e abrangência que o setor do turismo encerra.

A *política de transportes e sua regulação* constitui-se como outra justificação para a intervenção do setor público no turismo. O setor do turismo continua a desempenhar um papel fundamental no turismo através do controlo e investimento em infraestruturas de transporte. Para além disso, a desregulamentação da aviação tem permitido o crescimento e desenvolvimento do setor do turismo em determinados destinos. O importante papel desempenhado pelo setor público no desenvolvimento dos transportes constitui-se como um instrumento de alavancagem central na gestão do setor do turismo.

A *complexidade do setor do turismo* constitui-se como uma das justificações centrais da intervenção do setor público no turismo. «*A grande complexidade do turismo, da indústria e dos seus produtos exige uma coordenação e cooperação, que apenas o setor público tem autoridade e capacidade para organizar.*» (Jeffries, 2001, pág. 108)

Numa fase inicial de desenvolvimento do turismo, o envolvimento do setor público é claramente superior, dado que, para além de criar e desenvolver as infraestruturas básicas (estradas, eletricidade, telecomunicações, água), o setor público é também responsável pelo desenvolvimento da estrutura da oferta, como o alojamento, a restauração e outras facilidades e serviços turísticos. Com o decorrer do tempo, e com o crescimento e desenvolvimento do setor, o papel do setor público sofre alterações dependendo da importância atribuída ao turismo e da dependência dos países face a este setor.

A *necessidade de coordenação entre o setor público e privado* constitui-se como uma área central para esta investigação. A coordenação entre os dois setores é tanto mais importante, dependendo da escala e estrutura empresarial existente (Araújo e Bramwell, 2002; Bramwell e Lane, 2000; Costa, 2001; WTO, 2000, 1997a). Ou seja, numa estrutura empresarial constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, caracterizada por uma estrutura familiar e negócios de pequena dimensão, a coordenação entre os dois setores é central sendo atribuídas mais funções ao setor público.

A oferta de atividades de lazer, recreio e turismo, representa outra justificação para o envolvimento do setor público no turismo. De facto, este setor constitui-se como um dos principais fornecedores de oferta de turismo através da oferta gratuita ou de atribuição de

subsídios. Considerando o seu envolvimento direto na oferta do turismo necessita de cooperar com o setor privado na produção de subcomponentes do produto turístico.

O turismo apesar dos seus benefícios, é uma potencial fonte do conflito nas comunidades locais. Esses conflitos são variados, alterando de intensidade de uma comunidade para outra, sendo um efeito crescente em todo o mundo, uma vez que, o turismo se expande mais rápido que qualquer outra atividade ou indústria. Nesse sentido, o setor público deve estar atento a estas questões de forma a solucionar-las antes que se possam agudizar.

Outros autores analisam a questão do envolvimento do setor público no turismo e evidenciam outros fatores para essa participação para além dos fatores económicos. De acordo com Pearce (1989, pág. 40-41) «*Os governos interessam-se pelo Turismo sobretudo devido aos vários benefícios que podem advir deste setor para os países em questão.*» Nesse sentido, o setor público pode envolver-se direta ou indiretamente no turismo, devido a uma diversidade de fatores dos quais se destacam os: (1) Fatores económicos: *contribuição para a balança de pagamentos; desenvolvimento regional; diversificação da economia; aumento dos níveis de rendimento; aumento das receitas para o Estado (taxas); novas oportunidades de emprego; estímulo a outros investimentos (não diretamente relacionados com o turismo);* (2) Fatores socioculturais – *O estado poderá assumir uma responsabilidade geral na proteção do bem-estar económico e social das pessoas, através de regulamentos e legislação de proteção da saúde pública e dos consumidores e/ou na minimização de impactes sociais adversos provenientes da atividade turística;* (3) Fatores ambientais – *assumindo responsabilidades na proteção e conservação do ambiente, quer físico, quer cultural;* (4) Fatores políticos - *como forma de captar a simpatia internacional para com um determinado regime político ou promovendo o orgulho nacional.* Pearce (1989, pág. 40-41)

Na mesma linha de pensamento, Mill e Morrison (1992, pág. 308) referem que o setor público deve-se envolver no turismo por diversas razões. «*Uma das razões para o envolvimento do setor público no turismo é de ordem 'política'*», e, entenda-se política no sentido da definição de políticas e estratégias para o setor, nomeadamente, no que se refere, à melhoria da imagem de um país ou até mesmo das próprias relações entre países.

Estes autores apontam as questões de ordem ambiental, como uma das principais razões para o envolvimento do setor público no turismo é de ordem ambiental. Sendo o ambiente a base da

indústria turística, na medida em que a paisagem, a história e o património arquitetónico e cultural contribuem para o desenvolvimento do turismo, torna-se evidente a necessidade de envolvimento do setor público na proteção e regulamentação do turismo de forma a permitir salvaguardar o ambiente e a cultura local.

A questão económica constitui-se como uma das principais razões para o envolvimento do setor público no turismo. O desenvolvimento do turismo é avançado como uma política alternativa, em países em vias de desenvolvimento, de forma a permitir o seu crescimento económico. «*O turismo gera rendimento, cria empregos, ajuda na diversificação económica, complementa certas indústrias locais, é uma indústria exportadora, e proporciona rendimentos vindos do exterior.*» (Mill e Morrison, 1992, pág. 308)

A OMT evidencia uma questão pertinente para justificar o envolvimento do setor público no turismo. Segundo a OMT, «*Do ponto de vista da economia, a intervenção pública na economia justifica-se pela existência de falhas de mercado, que explicam, concretamente, alguns dos problemas mais importantes que a atividade turística enfrenta.*» (OMT, 1998a, pág. 161) As razões apontadas pela OMT centram-se essencialmente nas (1) relações de concorrência; (2) na existência de bens públicos; (3) e nas externalidades, ou seja, no custo social que poderá envolver o crescimento e desenvolvimento do setor do turismo.

Um primeiro aspeto tem a ver com a *existência de estruturas de mercado imperfeitamente competitivas*. «*A presença de estruturas de mercado de oligopólio ou monopólio implicam um quase total controlo do mercado por parte de algumas empresas poderosas. Esta situação pode conduzir a uma menor competitividade, bem como, ao estabelecimento de preços mais elevados do que os que poderiam existir em caso de mercados mais competitivos.*» (OMT, 1998a, pág. 162)

Nesse sentido, uma das funções mais importantes do setor público é garantir as condições de competitividade do mesmo, ou seja, evitar situações do controlo de oferta ou de procura por parte de outras entidades, de forma a aumentar a transparência e a flexibilidade do mercado, aumentar a competitividade da indústria e uma possível redução de preços.

A *existência de bens públicos*, caracterizam-se, principalmente, pela falta de competitividade no seu consumo. «*A atividade turística está estritamente relacionada com a existência de bens*

públicos, as infraestruturas necessárias para alcançar os destinos turísticos. (...) Uma das funções da administração pública é precisamente o fornecimento correto deste tipo de bens, de forma a que contribua para a melhoria dos espaços físicos, acessibilidade e segurança.» (OMT, 1998a, pág. 162)

Esta questão da existência de bens públicos é central, dado que existem um conjunto de infraestruturas básicas e de suporte em que o setor privado não demonstra interesse em investir e sem as quais também não se sente motivado a investir nos destinos. A disponibilização desse conjunto de infraestruturas é da responsabilidade do setor público, no entanto, dado que se trata de um investimento sem retorno visível é fundamental começar a equacionar de que forma é que poderá haver retorno e/ou compensação para a utilização desse tipo de infraestruturas que permita pelo menos a sua conservação e manutenção. Deve-se equacionar a questão do utilizador-pagador, não havendo, no entanto, um consenso generalizado sobre esta matéria.

A existência de *externalidades* é um outro aspeto a ter em atenção. «*Muitas atividades causam benefícios ou custos a outros indivíduos e a outras atividades económicas distintas, e portanto, produzem efeitos externos que podem ser positivos ou negativos.*» (OMT, 1998a, pág. 162) Daí que a intervenção do setor público seja importante, de forma a ‘compensar’ aqueles que possam sair prejudicados.

As empresas privadas definem as suas quantidades ótimas de produção tendo em atenção os seus custos, sem equacionar o impacto que a sua atividade pode produzir ao nível de outros setores e da própria população originando um custo social. Este custo social pode ser minimizado com a intervenção do setor público que se poderá recorrer dos seguintes instrumentos: (i) criação de uma multa e/ou taxa; (ii) aplicação de uma subvenção; (iii) regulação do uso; (iv) assumindo a propriedade pública. No entanto, esta questão levanta também alguns problemas, não existindo um consenso sobre esta matéria. Contudo, deve-se equacionar formas de compensação para o custo social originado.

Cooper et al (1998, pág. 227) referem também que o envolvimento do setor público no turismo baseia-se em conceitos de falhas de mercado. Investigação realizada nesta área aponta um número de falhas de mercado que os governos se encontram a tentar solucionar. «*(1) desenvolvimento do turismo como um bem comum que coletivamente beneficia muitas empresas,*

com os Órgãos Nacionais do Turismo (ONTs) a atuarem como intermediários entre os fornecedores de serviços e os potenciais visitantes; (2) o desenvolvimento da indústria como parte da política regional, incluindo as áreas periféricas, e em que a viabilidade comercial requer o apoio do setor público através da disponibilização de infraestruturas essenciais e incentivos financeiros; (3) melhoria do produto turístico, através da implementação de medidas, tais como, programas de formação para trabalhadores do turismo.»

Na secção II.3, e no seguimento das razões identificadas para o envolvimento do setor público no turismo, pretende-se apresentar quais as principais funções que o setor público pode desempenhar no crescimento e desenvolvimento do setor do turismo.

II.3 Funções do Setor Público no Turismo

O setor do turismo constitui-se como um dos principais setores de atividade económica. Conforme se demonstrou na secção anterior, o setor público envolve-se no turismo por uma diversidade de razões que se prendem com razões de ordem económica que se constituem como as mais representativas, e também devido a razões de ordem política, social e ambiental.

Nesse sentido, é importante para esta investigação identificar as principais funções do setor público no turismo, o que irá permitir identificar as suas áreas de responsabilidade e intervenção, dado que, conforme se demonstrou na secção anterior, existem um conjunto de áreas de intervenção no setor do turismo que não competem à iniciativa privada, uma vez que não têm como principal objetivo a obtenção de lucros, e que para além disso têm implicações do ponto de vista social e ambiental que se inserem no conjunto de justificações para o envolvimento do setor público no turismo. A análise das principais funções do setor público no turismo tem por base um conjunto de autores que se destacam nesta área, como Baum, 1994; Burkart e Medlik, 1981; Cooper et al, 1998; Edgell, 1999; Elliott, 1997; Hall e Jenkins, 1995; Inskip, 1991; Mill e Morrison, 1992; Nilson et al, 2005; Oliveira, 2003; OMT, 1998a; WTO, 2001a.

Para Holloway, o papel do setor público no turismo deve centrar-se nas seguintes questões principais. «(1) no planeamento e facilitação do turismo, incluindo o auxílio financeiro para além da disponibilização de infraestruturas e equipamentos que permitam o desenvolvimento inicial do

turismo; (2) na supervisão e controlo dos outros subsectores que compõem a indústria do turismo; (3) na propriedade direta e na operação dos componentes da indústria; (4) na promoção do país e dos seus produtos turísticos quer nacional quer internacionalmente.» (Holloway, 2002, pág. 303)

As funções do setor público no Turismo apontadas por Holloway incluem 3 das 4 principais áreas de intervenção do setor público no Turismo definidas pela Organização Mundial do Turismo (OMT). A (1) definição da política e planeamento; (2) o desenvolvimento de facilidades e serviços turísticos; e a (4) promoção e marketing. (WTO, 1997b) No entanto, não apresenta uma função central, também referida pela OMT, que se prende com a função de (3) Educação e Formação.

Na mesma linha de pensamento, Mill e Morrison apontam como funções principais do setor público no turismo, as funções de (1) coordenação; (2) legislação e regulamentação; (3) financiamento; (4) planeamento; e (5) educação e formação. Pretende-se agora analisar pormenorizadamente o que representa e qual a abrangência de cada uma das funções referidas.

Para Mill e Morrison (1992) o setor público desempenha um importante papel no desenvolvimento do turismo, tendo como uma das principais funções a função de coordenação. A coordenação do setor do turismo implica a preparação e implementação de uma política conjuntamente com outras organizações públicas e privadas. De forma a não haver duplicação de esforços entre o setor público e privado é importante que haja uma coordenação entre os objetivos e estratégias. Esta é também uma das funções apontadas por Baum, 1994; Burkart e Medlik, 1981; Cooper et al, 1998; Edgell, 1999; Elliott, 1997; Hall, 1999; Hall e Jenkins, 1995; Inskip, 1991; Jeffries, 2001; Leiper, 2004; McCoy, 1982; Oliveira, 2003; OMT, 1998a; WTO, 2001a.

A coordenação entre os vários níveis de planeamento (nacional, regional, local), torna-se também vital de forma que as estratégias definidas ao nível nacional tenham implicações nas estratégias definidas ao nível regional e local. Ou seja, é fundamental que haja uma integração das políticas e estratégias que são definidas a nível nacional nos níveis inferiores, e que essa integração tenha implicações ao nível da implementação de medidas e ações adequadas. Irá analisar-se com mais cuidado os níveis de intervenção do setor público no turismo na seção seguinte.

É fundamental o papel de controlo e supervisão desempenhado pelo setor público, nomeadamente, na definição de regras claras para a preservação do ambiente e do património arquitetónico, ou até mesmo na própria regulamentação da atividade empresarial do turismo, daí a importância da função de legislação e regulamentação para este setor de atividade.

A função de financiamento constitui-se como uma das principais funções do setor público no turismo, aqui analisada segundo duas perspetivas. O desenvolvimento do turismo implica a realização de investimentos avultados na construção das infraestruturas e equipamentos básicos necessários ao desenvolvimento do turismo (estradas, aeroportos, eletricidade, água, etc.). De facto, cabe ao setor público criar as condições ao nível das infraestruturas e equipamentos, do saneamento básico e recolha de lixos, para que o desenvolvimento do turismo possa ocorrer. A iniciativa privada não está interessada em investir neste tipo de ações e só tem interesse em investir em áreas onde este tipo de infraestruturas básicas se encontrem já disponíveis, no entanto, estas são centrais para o desenvolvimento do turismo.

Para além disso, o setor público, através do uso de incentivos financeiros, pode controlar e estimular o desenvolvimento do turismo, nomeadamente em termos de competitividade, qualidade e tipo de desenvolvimento pretendido. Este estímulo pode ser efetuado de três formas: (i) através de incentivos financeiros e fiscais, o que irá permitir um maior investimento por parte do setor privado; (ii) incentivo à investigação, de forma a aprofundar o conhecimento sobre o setor; (iii) e através do investimento na promoção em novos mercados ou até mesmo em mercados já existentes.

O desenvolvimento do turismo gera importantes impactes económicos positivos a vários níveis e que se refletem ao nível de diversas áreas, sendo considerado um setor vital para o desenvolvimento de determinadas regiões. No entanto, deve-se, também, ter em consideração os impactes negativos ao nível económico, social e ambiental que o desenvolvimento do turismo também pode gerar.

Nesse sentido, é necessário realizar um planeamento adequado do desenvolvimento do turismo, de forma a maximizar os seus impactes positivos e minimizar os seus impactes negativos. O setor público tem uma importante função de planeamento de forma a controlar e estimular o desenvolvimento harmonioso do setor do turismo.

Sendo o turismo um setor de mão-de-obra intensiva, e tendo como objetivo prestar um serviço de qualidade a quem nos visita, necessita de ter pessoal qualificado. O setor público desempenha aqui também, uma importante função na educação e formação de pessoal qualificado. É fundamental o setor público desenvolver programas de formação para o desenvolvimento de capacidades e competências na prestação de determinados serviços e direcionando e ajustando para aquilo que são as necessidades das organizações públicas e privadas que operam no setor do turismo.

A análise e investigação realizada permite concluir que o setor público no turismo tem seis funções principais, a saber: (1) coordenação; (2) legislação e regulamentação; (3) financiamento; (4) planeamento; (5) educação e formação; e (6) promoção e marketing. Para esta investigação irá ter-se em atenção, particularmente, a função de financiamento, e a sua articulação com a política e estratégia definida pelo setor público para o turismo ao nível da sua função de coordenação. Na seção seguinte irá ter-se em atenção os níveis de intervenção do setor público no turismo, qual a sua importância e funções específicas.

II.4 Níveis de intervenção pública

A análise dos níveis de intervenção pública que se pretende realizar nesta seção irá permitir identificar os níveis de intervenção do setor público no turismo, analisando qual a importância atribuída a cada nível de intervenção e identificando quais as principais 'tarefas' incluídas e da responsabilidade do setor público no turismo. A pesquisa efetuada permitiu a recolha e análise de diversas referências e autores que realizam investigação nesta área, e dos quais se destacam, Burkart e Medlik, 1981; Burns, 2004; Cooper et al, 1998; Costa, 2006, 2001b, 1996; Costa e Buhalis, 2006; Edgell, 1999; Gunn e Var, 2002; Inskeep, 1991; Mill e Morrison, 1992; OMT, 2004b, 1998^a; Pearce, 1992, 1989; Pike et al, 2006; Smith, 1989; WTO, 2001a.

A intervenção do setor público no turismo pode ocorrer a diversos níveis, nomeadamente, ao nível internacional e, no âmbito de um país, ao nível nacional, regional e local, tendo cada nível de intervenção a sua própria especificidade. Em termos gerais, quanto maior é a importância do setor do turismo para uma economia, maior poderá ser a necessidade de intervenção pública e

mais numerosas também poderão ser as administrações públicas, dado que a dimensão deste setor de atividade poderá requerer uma maior coordenação e regulamentação. «*A atuação do setor público, é levada a cabo, na maior parte dos países, através de uma estrutura vertical com 3 níveis básicos de organização: nacional; regional; local.*» (WTO, 1998, pág. 174)

Ao nível internacional incluem-se, essencialmente, questões relacionadas com (i) os serviços de transporte internacionais; (ii) as operações turísticas internacionais onde se incluem os programas de viagens que incluam mais do que um país; (iii) a cooperação internacional através do desenvolvimento complementar de infraestruturas e facilidades entre países; e (iv) estratégias concertadas de marketing e promoção turística. (Inskeep, 1991)

São diversas as organizações internacionais que atuam a este nível, das quais se destacam, a (i) United Nations World Tourism Organization (UNWTO), considerada como o principal organismo internacional na área do turismo, responsável pela definição de políticas e orientações globais do setor do turismo, pesquisa e investigação, promovendo a cooperação entre países e entre os setores público e privado; (ii) a International Air Transport Association (IATA) e a International Civil Aviation Organization (ICAO), que atuam ao nível do transporte aéreo, e a outro nível a União Europeia (UE) e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE).

No entanto, e apesar da importância da atuação destes organismos à escala internacional do turismo, esta intervenção é limitada, dado que depende fundamentalmente da cooperação e coordenação entre os países. Cooper *et al* (1998, pág. 231) referem mesmo que «*este nível de planeamento é muitas vezes fraco em estrutura e não é muito aplicado, surgindo na forma de linhas de ação para orientar os estados-membros.*» Esta situação é particularmente evidente ao nível das diretrizes e ações definidas pela própria OMT, que registam por vezes algumas dificuldades em se integrarem na legislação e regulamentação dos países dada a sua autonomia e identidade própria.

Num país podem identificar-se 3 níveis de intervenção no turismo. Em Portugal, os níveis de intervenção pública enquadram-se naquilo que é a estrutura habitual apresentada por diversos autores que referem que independentemente do tamanho do país podem identificar-se três níveis básicos de organização turística: o nível nacional, regional e local. (Burkart e Medlik, 1981; Inskeep, 1991; Gunn, 1994; Cooper et al, 1998)

II.4.1 Nível nacional

O nível nacional representa o patamar superior de intervenção do setor público no turismo. É a este nível que se definem as áreas centrais de atuação do setor público no turismo. Para a OMT, «A nível nacional é formulada a política nacional do Turismo, especificando qual a importância que é dada ao setor na economia nacional, quais são os objetivos fundamentais e quais são os meios para atingir esses objetivos.» (OMT, 1998a, pág. 174)

No entanto, a intervenção do setor público a nível nacional não se centra apenas na definição da política e estratégia, dos objetivos e das linhas de ação para o setor do turismo. De acordo com a OMT, «É também a nível nacional que se têm em atenção questões como o ensino e a formação dos profissionais desta área, o financiamento das empresas deste setor, bem como, o enquadramento legislativo e a própria coordenação geral do setor do turismo.» (OMT, 1998a, pág. 174)

Observa-se que os objetivos apontados pela OMT para a intervenção do setor público no turismo, apresentam áreas que se integram nas funções que o setor público deve desempenhar e já referidas na seção anterior, como, (i) o ensino e a formação; (ii) o financiamento; (iii) a legislação e regulamentação; (iv) e a coordenação. Ou seja, é ao nível nacional que se refletem as principais funções do setor público no turismo e apresentadas na seção II.3.

De acordo com Burkart e Medlik (1981), «A nível nacional, o turismo é, em primeira instância, uma responsabilidade do governo, para formular uma política do turismo, que pode ser traduzida num plano.» (Burkart and Medlik, 1981, pág. 257) Segundo esses autores essa política deverá identificar, designadamente: (i) como o Turismo é visto no contexto da economia nacional; (ii) quais os objetivos a serem atingidos e como é que estes poderão ser alcançados ao nível do planeamento nacional e regional; (iii) a estrutura organizacional e administrativa e respetivas competências do setor público e privado e, (iv) a definição da política fiscal a ser adotada no sector. Estes autores centram uma vez mais a importância do nível nacional para a definição da política do turismo.

Para Costa, o nível nacional do turismo tem a responsabilidade de: «(i) *definição da política e estratégia para o setor*; (ii) *coordenação e regulação do sistema de turismo*; (iii) *promoção, prospeção de mercados e relações internacionais*; (iv) *financiamento*; (v) *ensino e formação*; (vi) *ordenamento e planeamento geral do setor*.» (Costa, 2001, Pág. 84)

Considerando a importância do nível nacional para a definição e operacionalização da política e estratégia para o setor do turismo, importa agora identificar quais os objetivos que devem nortear a definição da política do turismo. Diversos autores, na definição dos objetivos estratégicos para a política do turismo, atribuem uma elevada importância às vantagens económicas proporcionadas por este setor, salientando, também, a importância da preservação dos recursos culturais e naturais e o desenvolvimento das regiões periféricas (Baum, 1994; Cooper et al, 1998; Lee e Chang, 2008; Pearce, 1989).

No que respeita a objetivos estratégicos de Política de Turismo a nível nacional, Cooper *et al* (1998, pág. 232-233) destacam os seguintes: (i) maximizar as receitas em divisas; (ii) incentivar a dispersão regional dos visitantes estrangeiros; (iii) atrair o mercado turístico de maior rendimento; (iv) políticas para expandir o número de visitantes; (v) maximizar a criação de emprego através da geração de fluxos turísticos de maior dimensão; (vi) conservação do ambiente e do património; (vii) desenvolvimento do turismo ao nível local.

A visão de Inskeep é mais integradora e diversificada. Este autor aponta já um conjunto de elementos muito importantes para o turismo ao nível nacional. Segundo Inskeep o planeamento do turismo ao nível nacional deve centrar-se nos seguintes elementos: «(i) *Política de Turismo*; (ii) *estrutura do Plano, incluindo a identificação das maiores atrações turísticas, definição das regiões de desenvolvimento turístico, pontos de acesso internacional e rede de transportes internos e facilidades e serviços*; (iii) *considerações sobre outras grandes infraestruturas*; (iv) *a dimensão, tipos e nível de qualidade do alojamento e outras facilidades turísticas e serviços necessários*; (v) *as principais rotas no país e as suas conexões regionais*; (vi) *as estruturas organizacionais do turismo, legislação e políticas de investimentos*; (vii) *estratégias globais de marketing e programas de promoção*; (viii) *programas de educação e formação*; (ix) *design de standards*; (x) *considerações e análises de impactos socioculturais, económicos e ambientais*; (xi) *e técnicas de implementação ao nível nacional, incluindo o faseamento do desenvolvimento e a estratégia de desenvolvimento no curto prazo e a programação de projetos*.» (Inskeep, 1991, pág. 35)

Pearce, inclui também um outro conjunto de atribuições da responsabilidade das Organizações Nacionais do Turismo (ONT) para além das identificadas anteriormente, como a definição e coordenação da política de turismo, das quais se destacam: «(i) a promoção e informação turística; (ii) a pesquisa, estatística e planeamento; (iii) o inventário dos recursos turísticos e medidas de proteção; (iv) o desenvolvimento de facilities; (v) a qualificação dos recursos humanos; (vi) a regulamentação das empresas e profissões ligadas ao turismo; (vii) a facilitação de viagens (ex. publicando itinerários); e (viii) a cooperação internacional em turismo.» (Pearce, 1989, pág. 43).

Apresentam-se de seguida um conjunto de ações da responsabilidade do setor público e das Organizações Nacionais do Turismo (ONT). Pretende-se sistematizar a informação analisada, agregando todos os elementos apontados pelos vários autores analisados. Assim sendo, as ONT têm a responsabilidade de: (i) Representar o governo; (ii) Preparação da política nacional do turismo; (iii) Coordenação entre o setor público e privado; (iv) Coordenação das ações desenvolvidas pelas organizações de nível regional; (v) Promoção e marketing; (vi) Proteção do ambiente natural e sócio-cultural e patrimonial; (vii) Regulamentação da indústria e dos operadores ligados ao setor do turismo; (viii) Produção e recolha de informação estatística; (ix) Educação / formação / investigação; (x) Criação de sistemas de incentivos; (xi) Preparação de um plano identificando as principais atrações turísticas (marcas e sub-marcas); (xii) Definição de áreas de desenvolvimento; (xiii) Definição dos principais roteiros turísticos; (xiv) Estimulo à criação de infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo; (xv) Definição do sistema de transportes e respetivo planeamento inter-modal; (xvi) Definição e coordenação das áreas de jogo (Costa, 2001c; Inskeep, 1991; OMT, 1998a; Pearce, 1989).

Conclui-se que o setor público através das Organizações Nacionais do Turismo deve definir a visão, e as orientações de política e estratégia que permitam e incentivem o crescimento e desenvolvimento do setor do turismo. Devem também facilitar a coordenação e articulação dessas políticas e estratégias com os níveis de intervenção seguintes que detêm o poder de ‘operacionalizar’ as políticas e estratégias definidas.

II.4.2 Nível regional

A definição de políticas e estratégias, e das áreas de intervenção do setor público no turismo, não diferem muito entre o nível nacional e o nível regional. Os domínios e áreas de intervenção de ambos os níveis de planeamento são, em termos gerais, muito semelhantes, diferindo, como é natural, no âmbito territorial de incidência, no nível de abrangência dos objetivos e nas medidas e linhas de ação definidas, que se caracterizam ao nível regional por serem mais específicas, direcionadas e operacionais, do que as definidas ao nível nacional.

Inskeep apresenta um conjunto de ações direcionadas para o nível regional e da responsabilidade do setor público. Para este autor, as ações do setor público ao nível regional centram-se na: (i) Política regional; (ii) Acessibilidade inter e intra-regional; (iii) Definição do tipo e localização das atrações turísticas; (iv) Definição das áreas de desenvolvimento turístico; (v) Definição da tipologia, abundância e localização de alojamento turístico; (vi) Análise e proteção do ambiente natural, social e cultural; (vii) Coordenação entre os setores público e privado; (viii) Educação e formação de base regional; (ix) Marketing e promoção; (x) Definição das estruturas de gestão e coordenação do turismo (estruturas institucionais); (xi) Levantamento / inventariação de recursos; (xii) Definição de estratégias de promoção e proteção do património natural e construído. (Inskeep, 1991, pág. 25-45)

Existem várias razões para a existência de organizações turísticas de âmbito regional, designadamente: as seguintes: (i) As necessidades de desenvolvimento económico regional (em que o turismo pode assegurar uma contribuição positiva); (ii) o crescimento das férias de *touring* que se estendem pela área a visitar, não se limitando apenas a um local em particular; (iii) o facto de as regiões possibilitarem uma base para a formulação de produtos turísticos coerentes, que podem ser objeto de uma promoção integrada e devidamente direcionada para segmentos de mercado alvo e (iv) suscitarem e permitirem a criação de redes de ligação, coordenação e cooperação entre os diversos agentes e atores institucionais, quer de âmbito nacional, quer regional (Armstrong e Taylor, 2000; Breda et al, 2004b; Burkart e Medlik, 1981; Costa, 1996; Jackson e Murphy, 2006; Ohmae, 1995; Richardson, 1973).

Para Costa, as organizações regionais do turismo devem priorizar e perspetivar as suas funções ao nível de quatro domínios de intervenção: «(i) *definição da política regional do turismo e sua*

integração na política de desenvolvimento da região; (ii) gestão e planeamento; (iii) promoção; (iv) investimento e promoção do desenvolvimento.» (Costa, 2001, pág. 84)

Ao longo dos últimos anos tem-se vindo a observar um crescimento da importância do nível regional. Uma das razões apontadas para esta crescente importância prende-se com o facto de a região se constituir ela própria como um destino turístico. Esta situação é particularmente importante na medida em que o crescimento e desenvolvimento de um destino implica a existência de massa crítica em termos da sua dimensão, e dos recursos que o constituem.

Outra questão particularmente importante que poderá justificar o crescimento da importância do nível regional no setor do turismo, prende-se com a função de articulação que as entidades do setor público do turismo a nível regional têm com outras áreas do governo e também de articulação entre o nível nacional e o nível local. De facto, ao nível regional operacionalizam-se as políticas e estratégias definidas ao nível nacional (Araújo e Bramwell, 2002; Costa, 1996; Dredge e Jenkins, 2003; Inskip, 1991; LGNZ, 2004; Pearce, 1989; Whitford, 2009).

A interligação entre o nível regional e a operacionalização dos programas operacionais regionais integrados nos períodos de programação comunitária (no caso desta investigação nos períodos de 1994-1999 e 2000-2006) constituem-se também como uma justificação para o crescimento da importância do nível regional em termos gerais, e no turismo em particular.

Os Fundos Europeus para o Desenvolvimento Regional (FEDER) que servem de suporte financeiro aos programas operacionais, têm por objetivo, 'contribuir para a correção dos principais desequilíbrios na comunidade, participando no desenvolvimento e no ajustamento das regiões, cujo desenvolvimento se encontram a ficar para trás, e na conversão das regiões industriais em declínio. (Official Journal of the European Communities, 28 June, 1984, cited in Pearce, 1989, pág. 202)

Deve-se, no entanto, reconhecer a importância do setor privado no processo de dinamização do turismo ao nível regional. O setor público desempenha um papel central no ordenamento do território; na qualificação dos espaços; na valorização do património natural, patrimonial e cultural; na disponibilização de infraestruturas e equipamentos de suporte; contudo, só com o contributo do setor privado é que será possível contribuir para o aumento da riqueza ao nível regional.

Deste modo, organizações internacionais (OMT, OCDE, Comissão Europeia) e académicos da especialidade apontam o processo de planeamento regional como um fator importante para a promoção de um desenvolvimento turístico sustentável ao nível das Regiões e dos destinos turísticos. Neste sentido, Gunn (1994) refere que a esfera regional ou local revela-se como a escala mais conveniente para desenvolver o planeamento integrado, tendo em conta que é nesta mesma escala que devem ser equacionadas as necessidades adicionais criadas pelo desenvolvimento turístico.

De acordo com Pearce (1989), o Turismo pode-se constituir como uma ferramenta muito útil para o desenvolvimento regional, devido às seguintes razões principais: (1) O turismo permite a redistribuição e transferência da riqueza entre as regiões mais desfavorecidas, para as áreas periféricas menos desenvolvidas; (2) o turismo pode contribuir para o aproveitamento dos recursos endógenos (naturais, patrimoniais, históricos, culturais); para além de (3) promover a dinamização e modernização da produção regional e local; (4) O desenvolvimento do turismo alavanca o investimento em infraestruturas básicas de suporte, na construção de vias de acesso, redes de saneamento básico e abastecimento de água, etc, o que permite uma melhoria das condições de vida das populações locais.

No entanto, a natureza desse desenvolvimento do turismo deve ter em atenção o estado de desenvolvimento do setor nessa região e a dependência que poderá existir relativamente ao turismo (Pearce, 1989) Estas duas questões são particularmente importantes, pois, caso os inputs necessários para que o desenvolvimento possa ocorrer, encontram-se internamente na região, então a maior parte dos benefícios que surgirem através do desenvolvimento irão permanecer na região. Inversamente, nos locais onde o desenvolvimento do turismo depende primeiramente dos inputs externos de capital, trabalho, know-how e recursos técnicos, então as diferenças entre as economias regionais podem ser muito superiores. Este é o caso de áreas em que a ausência de infraestruturas adequadas contribui para entravar o desenvolvimento. (Pearce, 1989, pág. 203)

II.4.3 Nível local

É ao nível local que se sentem os impactes originados pelo turismo. (Costa, 2004; Dredge et Wall, 1982; Hall and Page, 2002; Leberman, 2002; Mathieson e Wall, 1982; McIntyre, 1993; Sharpley and Telfer, 2002) Embora, a movimentação de pessoas se verifique entre países, é ao nível local que os impactes gerados por esta atividade se fazem sentir, uma vez que, é a este nível que se criam os empregos, que se dinamizam as atividades locais, e que o efeito multiplicador desta atividade se faz sentir com maior evidência. Para além disso, é ao nível local que são equacionados determinadas ações que têm implicações diretas na vida das populações e dos turistas, nomeadamente, o abastecimento de água, o saneamento e a recolha de lixos, entre outras questões.

Para além disso, tem-se vindo a observar, ao longo dos últimos anos que são as próprias câmaras municipais que dinamizam e incentivam o desenvolvimento do turismo ao nível local, quer através das ações de promoção a nível regional, nacional e até internacional, quer mesmo através do desenvolvimento e apoio a iniciativas na área do lazer e recreio direcionado, principalmente, para a comunidade local.

No que se refere à importância do nível de intervenção local, conclui-se que é a este nível que se operacionalizam e se fazem sentir os impactes gerados pela política, estratégias, medidas e ações definidas, sendo, no entanto, atribuídas importantes funções às organizações locais que operam na área do turismo, as Câmaras Municipais (Bramwell e Sharman, 1999; Brandão e Costa, 2008; Coffey e Polese, 1985; Dredge, 2006, 2001; Jamal e Getz, 1995; LGNZ, 2004; Murphy, 1985; Murray, 2001; OMT, 1998b; Vernon et al, 2005).

Como refere Costa, as organizações locais constituem uma base sólida para a promoção do desenvolvimento turístico local e regional e assumem especiais responsabilidades/funções na promoção de um turismo sustentável, nomeadamente, através: (i) do planeamento e gestão do uso do solo; (ii) do licenciamento e aprovação de projetos turísticos privados; (iii) da disponibilização de informação e serviços aos visitantes; (iv) da promoção de um maior envolvimento das populações e atores locais do *trade* no desenvolvimento turístico da localidade/município; (v) da sensibilização para a importância do turismo local e da preservação e conservação dos seus recursos; (vi) da realização de ações de promoção e de animação turístico-

cultural e (vii) da implementação de medidas conducentes ao desenvolvimento turístico local. (Costa, 2004)

Nesse sentido podem definir-se como funções gerais do turismo ao nível local, as seguintes áreas de intervenção: (1) áreas de recreio e lazer; (2) sistema local de transportes; (3) infraestruturas e equipamentos de base; (4) higiene e segurança pública.

Para Inskeep (1991), o nível local de planeamento apresenta algumas funções específicas que se prendem com: (i) Número e distribuição dos turistas na área, bem como variações previsíveis no futuro; (ii) Fluxos adicionais de tráfego devido à atividade turística; (iii) Procura adicional ao nível dos equipamentos e infraestruturas criadas para o turismo; (iv) Proteção do património natural, social e cultural; (v) Capacidade do local em termos de: estacionamento; sanitários; centros de informação e apoio ao cliente; sinalização.

O turismo ao nível local poderá funcionar como dinamizador das atividades económicas locais, e na preservação dos recursos endógenos (Naturais, patrimoniais e culturais) para além de outras vantagens como a criação de emprego e o efeito multiplicador que pode gerar. Tendo-se analisado os níveis de intervenção do setor público no turismo, identificando as principais funções inerentes a cada nível de intervenção, importa agora avaliar a necessidade ou não em definir e implementar uma política e estratégia para o setor do turismo.

II.5 Definição de uma política para o setor do Turismo

Ao longo dos últimos anos tem-se vindo a observar um crescimento do interesse no estudo da política do turismo e da importância do envolvimento do setor público no turismo (Davis et al, 1993; EC, 2006; Goymen, 2000). No entanto, apesar de se verificar a existência de alguns trabalhos e investigação realizada nesta área, os estudos na área da política pública do turismo não refletem a importância que este setor detém na economia dos países. (Adams, 1990; Alavi e Yasin, 2000; Bar-El e Schwartz, 2006; Bramwell e Meyer, 2007; Cooper et al, 1998, Edgell, 1999; Elliott, 1997; Fayos-Solá, 1996; Fazenda, 2011; Hall, 2011, 1994; Hall e Jenkins, 1995; Jeffries, 2001; Karamustafa, 2005; Mihalic, 2009; OMT, 1998a; Pal, 1992; Pearce, 1992; Richter, 1980; Sessa, 1976)

Esta situação poderá ficar a dever-se principalmente ao facto de o turismo continuar a ser considerado como uma área de menor relevo, apesar de em termos do discurso político evidenciar-se a importância e as potencialidades em se apostar no crescimento e desenvolvimento deste setor económico. Hall e Jenkins referem mesmo que *«o estudo da política pública em turismo permanece uma área de menor investigação, quando comparado com o estudo do marketing, da economia ou da geografia do turismo.»* (Hall e Jenkins, 1995)

Dado o carácter multidisciplinar e a própria horizontalidade do setor do turismo é fundamental a participação do setor público na implementação de uma política do turismo, que defina linhas de orientação claras a todos os agentes envolvidos direta e indiretamente no setor. Os objetivos definidos devem refletir as ‘necessidades’ do setor, e devem estar de acordo com os próprios objetivos económicos, sociais e ambientais do destino turístico, ou seja, devem ‘suportar’ os interesses nacionais e regionais do país. (Beritelli et al, 2007; Bramwell, 2005; Brooke, 1993; Davis et al, 1993; Farsari et al, 2011; Goeldner e Ritchie, 2003; Goymen, 2000; Krippendorf, 1982; Oliveira, 2003; Stevenson, 2008; Trousdale, 1999; Williams e Shaw, 1988).

Investigação realizada nesta área permite, de uma forma simples, referir o que significa política pública. Diversos autores, consideram que a política pública de turismo é tudo aquilo que os governos decidem fazer ou não fazer no que diz respeito ao turismo. (Alavi e Yasin, 2000; Dye, 1992; Hall, 1994; Hall e Jenkins, 1995; Jenkins, 1993). Esta definição engloba a ação do governo, a inação, as decisões e as não decisões, já que implica uma escolha deliberada entre alternativas.

Considerando a importância em dedicar uma maior atenção às políticas definidas pelo setor público para o turismo, é importante entender quais as justificações que estão na base dessa importância. Dye (1992), por exemplo, apresenta uma das explicações mais importantes para a necessidade de o setor público dedicar uma maior atenção ao estudo da política pública do turismo. Para este autor, a política pública do turismo deve ser estudada por três razões principais:

«A política pública do turismo pode ser estudada puramente por razões científicas, de forma a ganhar um entendimento sobre as causas e as consequências das decisões políticas, e melhorar o nosso conhecimento sobre a sociedade.» (Dye, 1992, pág. 5) Esta justificação permite analisar a política pública do turismo segundo duas vertentes. Considerando a política pública como uma

variável dependente, a questão central, prende-se com quais *«as características socioeconómicas e do sistema político operam para moldar o conteúdo da política.»* (Dye, 1992, pág. 4)

Esta vertente, considera a política pública como dependente do ambiente socioeconómico e político que a rodeia, pretendendo identificar as características que definem essa política. Hall, para complementar refere que *«A política pública é, portanto, o ponto central da atividade governamental.»* (Hall, 2000, pág. 8) A política pública é influenciada pelas características económicas, sociais e culturais da sociedade, bem como pelas estruturas formais de governo e outras características do sistema político. (Brooke, 1993; Elliott, 1997; Hall, 2011; Hall e Jenkins, 1995; Karamustafa, 2005; Kerr, 2003; Linden, 1994; McCoy, 1982; Mill e Morrison, 1992; Pal, 1992; Piga, 2003; Richter, 1980; Sessa, 1976; Simeon, 1976).

A segunda vertente considera a política pública como uma variável independente, e em que a questão central prende-se com *«qual o impacto que a política pública (incluindo o turismo) tem na sociedade e no sistema político.»* (Dye, 1992, pág. 4) Esta vertente tenta entender qual o impacto originado pela política pública na sociedade e no sistema político. Neste caso aqui considera a política pública como uma questão independente do sistema que a rodeia, o que parece particularmente difícil de atingir, na medida em que, é também, por vezes, o ambiente socioeconómico que influencia a aplicação e definição de políticas.

Outra razão apontada por Dye (1992) centra-se na atividade profissional da política, *«A política pública do turismo pode ser estudada por razões profissionais de forma a entender as causas e as consequências da política definida, o que poderá permitir a introdução desse conhecimento no processo de decisão política.»* (Dye, 1992, pág. 5)

Esta questão é particularmente importante, na medida em que, permite entender e analisar as consequências das políticas definidas e implementadas, introduzindo esse conhecimento no processo de decisão política de forma a tomar decisões informadas, tendo por base o conhecimento e experiência adquirida. Na mesma linha de pensamento Hall refere que *«A análise da política pública preocupa-se com o entendimento e explicação do conteúdo e das decisões da política e na forma como essas decisões de política são tomadas.»* (Hall, 2000, pág. 8-9)

A terceira razão apontada por Dye (1992) refere que *«A política pública do turismo pode ser analisada com propósitos políticos, de forma a assegurar que os países adotam as políticas*

adequadas para atingir os objetivos definidos.» (Dye, 1992, pág. 5) Esta última justificação levanta uma questão pertinente, analisar e avaliar a política pública para entender se os objetivos e estratégias definidas para a política de turismo atingiram os resultados esperados. Na seção seguinte irá ter-se particular atenção à questão da avaliação de políticas públicas.

O setor público tende a subestimar a importância do setor do turismo, dando apenas atenção a este setor em momentos de grave crise económica, onde se demonstra a importância que este setor detém na recuperação económica. No entanto, o crescimento do turismo observado nos últimos anos, aliado a um maior envolvimento por parte dos governos no setor do turismo e a percepção dos impactes negativos que o desenvolvimento deste setor pode originar levaram a um crescimento efetivo da análise e investigação sobre a política pública do turismo. Para além disso, o facto de a expansão do turismo estar ligada a uma melhoria da qualidade de vida da população em geral, leva a uma maior atenção, por parte do setor público, na definição e implementação de políticas públicas.

De acordo com Goeldner e Ritchie, *«A política do turismo pode ser definida como um conjunto de regulamentos, regras e diretrizes, estratégias e objetivos de desenvolvimento e promoção que proporcionam um quadro de decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento do turismo no longo prazo.»* (Goeldner e Ritchie, 2003, pág. 413) Ou seja, a política de turismo centra-se na definição de um plano de ação integrado numa estratégia de desenvolvimento do turismo, que define a orientação e o caminho a seguir.

A política de turismo pretende maximizar os benefícios para as partes interessadas (setor público, setor privado, turistas e residentes) minimizando os efeitos negativos, os custos e os impactos associados como garantia de sucesso do destino. Mais, a política de turismo visa proporcionar experiências de grande qualidade aos visitantes e rentáveis para os agentes no destino (criação de emprego e rendimento), garantindo que o destino não fique comprometido em termos da sua integridade cultural, social e ambiental.

Para Goeldner e Ritchie, *«o papel mais importante da política do turismo, será assegurar que um determinado destino tenha a noção clara para onde pretende ir, ou naquilo que se está a tornar.»* (2003, pág. 414). No seguimento Costa refere que, a definição da política e estratégia para o setor do turismo é central, dado que, *«a inexistência de uma política estratégica com estas*

características conduz à (i) falta de estratégia; (ii) falta de organização e (iii) falta de organização político-estratégica para o sector público e privado.» (Costa, 2001, pág. 72)

Esta questão aponta para a necessidade de definir de uma forma objetiva e clara a política e estratégia para o setor do turismo, e quais os objetivos que se pretendem atingir. Para além disso, demonstra a importância em analisar e avaliar a forma como o crescimento e desenvolvimento está a ocorrer, de forma a avaliar as ações e as medidas de política definidas. Em paralelo, a política de turismo deve criar condições para que a colaboração entre os vários agentes do setor seja apoiada e facilitada, o que nos leva à importância de um relacionamento entre o setor público e privado (Laredo e Mustar, 2001; Lee e Chang, 2008; Lickorish, 1988; Mihalic, 2009; Pearce, 1989; Popovich, 1998; Rhodes, 1996; Stevenson, 2008; Thomas e Thomas, 2006; Vernon et al, 2005; WTO, 2000, 1997a).

Para Goeldner e Ritchie a política de turismo deve desempenhar as seguintes funções: (1) Define as regras do jogo - as condições em que os operadores do turismo devem operar; (2) Estabelece quais as atividades e comportamentos que são aceitáveis para os visitantes; (3) Define uma direção e uma orientação comum para todos os agentes do turismo intervenientes no destino; (4) Facilita o consenso em torno de objetivos e estratégias específicas para um dado destino; (5) Incentiva e proporciona um enquadramento para o debate público-privado sobre o papel e contribuição do setor do turismo para a economia e para a sociedade em geral; (6) Permite que o turismo desempenhe de uma forma mais efetiva o interface com outros setores da economia.

O Turismo é, por natureza, um fenómeno multidisciplinar. A experiência do turismo é afetada por uma série de forças económicas, psicológicas, sociais, tecnológicas, legais e políticas. De forma a formular políticas que abordam essas múltiplas forças, os agentes envolvidos devem entender as complexidades de cada disciplina e as suas interações em qualquer situação. (Krippendorf, 1982; Goeldner e Ritchie, 2003; Manseau e Seaden, 2001)

Para além do carácter multidisciplinar já referido anteriormente, a política de turismo possui outras características essenciais:

1. Deve concentrar-se ao nível das políticas macro – focar-se na direção que o desenvolvimento do turismo deve seguir ao nível subnacional, nacional e também ao nível transnacional;
2. Deve ser concebida/desenhada para formular políticas que tenham uma perspetiva de longo prazo;
3. Deve concentrar-se na forma como os recursos limitados e críticos podem responder melhor às necessidades percebidas e oportunidades num ambiente em mudança;
4. Deve reconhecer a natureza intelectual do processo de formulação política. Como tal, deve incorporar o conhecimento tácito e a experiência pessoal como importantes fontes de informação, além de métodos mais convencionais de pesquisa e estudo;
5. Deve incentivar e estimular a criatividade organizada de modo a evitar políticas baseadas em visões estereotipadas ou fora de moda;
6. Deve ser construída para permitir e facilitar um processo social dinâmico e contínuo que exige inputs de múltiplas fontes;
7. Necessidade de romper as fronteiras tradicionais entre os setores da indústria e do turismo;
8. Deve relacionar políticas do subsistema do turismo para todo o sistema socioeconómico de uma nação ou região da qual faz parte;
9. Reconhecer o papel de competição e cooperação dos destinos e procurar identificar situações em que cada uma seja apropriada.

Na mesma linha de pensamento, mas centrando o seu discurso para o caso específico dos países recetores de turistas, como é o caso de Portugal, Costa refere que as principais razões para a existência de uma política de turismo prendem-se com: *«(i) Necessidade que se definam claramente os targets nacionais; (ii) Clarificação do enfoque espacial que as políticas nacionais deverão possuir; (iii) Respetivas tipologias de ordenamento do território; (iv) Clarificação sobre as necessidades adicionais de equipamentos e infraestruturas que devem vir a ser lançadas para sustentar e desenvolver o processo de desenvolvimento do turismo; (v) Clarificação e concertação de sistemas de incentivo a serem postos em prática; (vi) Definição da filosofia e estrutura organizacional que se pretende para o setor; (vii) Que política de investigação e de formação e de apoio aos recursos humanos deve vir a ser perseguida nesta área e, (viii) Parcerias nacionais e internacionais que devem ser estimuladas.»* (Costa, 2001, pág. 71)

Contudo, investigação realizada nesta área permite também verificar que apesar da importância atribuída à definição de políticas públicas para o setor do turismo, estas incorrem por vezes em determinados erros/lugares comuns que convém ter particular atenção. Hall e Jenkins consideram que as políticas públicas do turismo por vezes: «(i) são *ad hoc* ou incrementais; (ii) têm falta de objetivos apropriados, e objetivos específicos bem definidos; (iii) são baseadas em suposições duvidosas que o turismo irá promover o desenvolvimento regional e ajudar na reestruturação das economias locais; (iv) dão pouca atenção ao envolvimento dos residentes locais no processo de decisão política do turismo; (v) ignoram os ambientes naturais que são ameaçados pelo desenvolvimento do turismo, apesar das disposições legislativas e regulamentares apoiarem as medidas de conservação.» (Hall and Jenkins, 1995, pág. 80-81)

II.6 Avaliação de políticas públicas

Pretende-se nesta secção demonstrar a importância da avaliação de políticas públicas e seu conceito, as suas principais funções, critérios e tipos de avaliação de políticas públicas e etapas do processo de avaliação. Investigação realizada na área da avaliação de políticas públicas permitiu identificar diversas referências e autores nesta área, os quais demonstram a importância da avaliação de políticas públicas (Alvira Martin, 1991; Armstrong e Taylor, 2000; Bhattacharjee et al, 2009; Boyle e Lemaire, 1999; Carlo et al, 2008; Carter et al, 1992; Connel et al, 1995; Dabla-Norris et al, 2012; Dye, 1995; Dreze e Stern, 1987; EC, 1999a, 1999b, 1999c, 1995; Epstein e Tripodi, 1977; Fazenda, 2011; Fetterman et al, 1996; Leeuw, 2000; MFAF, 1998; Newcomer, 1997; Nutley et al, 2002; Owen e Rogers, 1998; Pawson, 2002; Pollitt, 1995; Rhodes, 1997; Rieper e Toulemonde, 1997; Rist, 1999; Rossi et al, 2004; Shadish et al, 1991; Silva, 2001; Stufflebeam e Shinkfield, 2007; Van der Knaap, 1995; Vedung, 1997; Weiss, 1972; Wholey, 1986)

II.6.1 Avaliação de políticas públicas – sua importância e conceito

A análise realizada na seção anterior permite concluir que não tem sido dada a devida atenção ao estudo da política do turismo, apesar de nos últimos anos se observar um crescimento da sua importância. No entanto, a análise das políticas públicas deve merecer uma maior atenção, na medida em que se trata da gestão do bem público, quer na utilização dos recursos naturais, patrimoniais, culturais e ambientais, quer também na utilização dos recursos financeiros.

O governo e o setor público, em particular, têm responsabilidades na gestão dos bens públicos, e existem princípios em que as suas atividades de gestão devem estar baseadas. Daí ser essencial proceder a uma avaliação rigorosa e cuidada da política definida, que permita avaliar a forma como as políticas e estratégias têm sido implementadas, e como têm sido gastos os recursos financeiros.

A avaliação das políticas públicas deve merecer por parte das entidades envolvidas uma maior atenção no que se refere à gestão, planeamento e desenvolvimento do turismo. «*Dada a natureza dinâmica do turismo nas sociedades desenvolvidas e subdesenvolvidas, tornou-se cada vez mais crítico para as políticas do turismo serem monitorizadas e avaliadas.*» (Hall and Jenkins, 1995, pág. 80). Face à especificidade deste setor, transversal a outros setores da economia, utilizador de recursos e nos impactes que cria, é fundamental avaliar e monitorizar a política e estratégia definida.

Hall and Jenkins referem que, «*Se as circunstâncias sob as quais, os planos e políticas são implementadas, estão em constante alteração em resposta às forças políticas e sociais internas e externas, parece lógico que as políticas devem evoluir, durante a sua formulação e implementação, de uma forma que tenha em atenção essas mudanças.*» (Hall and Jenkins, 1995, pág. 80)

Daqui se infere que é fundamental proceder a uma avaliação e monitorização das políticas definidas inicialmente durante a sua fase de formulação e implementação, e proceder aos ajustamentos necessários, dadas as alterações que podem ocorrer durante o processo de operacionalização e implementação. «*Se as políticas governamentais devem ser eficientes e eficazes, é essencial avaliar cada política de uma forma completa e abrangente.*» (Armstrong and Taylor, 2000, pág. 362)

A avaliação tem como principal objetivo avaliar as políticas e estratégias definidas. «*O objetivo da avaliação é verificar a raison d'être de uma intervenção pública, para confirmar a reprodução das histórias de sucesso e a não repetição de fracassos, e de informar os cidadãos.*» (EC, 1999, pág. 17) Enquanto que as organizações do setor privado têm pouca necessidade de justificar ou explicar as suas ações, uma vez que são avaliadas pelo mercado, as organizações do setor público são

obrigadas a avaliar. Devem aprender com os erros que cometem e têm a obrigação de informar os cidadãos sobre os resultados da avaliação.

Depreende-se que a avaliação tem por objeto a análise das políticas, medidas e ações definidas pelo setor público. Como refere a União Europeia, «*A avaliação está relacionada com a análise da ação pública.*» (EC, 1999a, pág. 17) Para isso, usa sistematicamente os métodos da economia e da sociologia, mas também os sociais, os da psicologia, da geografia económica, da antropologia, etc.

A Comissão Europeia (CE) considera que, «*A avaliação da intervenção pública consiste em avaliar o seu valor relativamente a critérios explícitos, e na base da informação que foi especificamente recolhida e analisada.*» (EC, 1999a, pág. 17) A base de informação que serve de suporte à avaliação deve ser recolhida de uma forma regular, centrada explicitamente em dados económicos e sócio demográficos (registos públicos e censos) permitindo ampliar o conhecimento existente.

De acordo com a investigação realizada nesta área não existe uma definição totalmente aceite para o termo avaliação. Esta questão deve-se particularmente ao facto de os estudos realizados nesta área diversificarem as metodologias e a forma como analisam os dados. Como referem Hall e Jenkins, «*A literatura sobre 'avaliação' é extensa, mas não existe uma definição amplamente aceite para o termo 'avaliação'. Os estudos sobre avaliação variam muito na sua compreensão, metodologias e análise de dados.*» (Hall and Jenkins, 1995, pág. 81) Em sentido amplo, a avaliação, é emitir um juízo crítico sobre uma determinada situação. Pretende-se que essa avaliação seja sistemática e objetiva.

Os novos conceitos de gestão pública integram já a componente de avaliação. «*A avaliação tornou-se parte de um novo, mais descentralizado e responsável conceito de gestão pública.*» (EC, 1999, pág. 18) Este é o reflexo de várias preocupações que podem ser sistematizadas em 3 objetivos principais: «*Primeiro, existe a necessidade de estimar o mais objetivamente possível os efeitos das políticas e programas na sociedade, e entender a lógica que rege a forma como funcionam. (objetivo cognitivo); Em segundo lugar, há o desejo de ajudar os decisores políticos a avaliar o valor desses programas (objetivo normativo); Em terceiro lugar, há a necessidade de contribuir de uma forma prática para a melhoria dos programas, informando diferentes protagonistas sobre o significado, condições e consequências das suas ações e decisões (objetivo instrumental).*» (EC, 1999a, pág. 18)

Os três objetivos apresentados podem-se sintetizar na (1) análise do impacto das políticas e programas; (2) no apoio às tomadas de decisão política; (3) na monitorização e informação dos programas implementados. A análise de diversas definições de avaliação permitem identificar, também, um conjunto de requisitos centrais que devem estar incluídos em todos os processos de avaliação, alguns dos quais já referidos no parágrafo anterior.

Um dos requisitos referidos prende-se com a análise de efeitos de curto e longo prazo. Para Dye (1995, in IDR, 2000, pág. 4), a avaliação é «*a análise objetiva e científica dos efeitos a curto e longo prazo das políticas (...)*». Só faz sentido proceder a avaliação de políticas públicas se atentarmos aos efeitos que estas protagonizam.

A tomada de decisões constitui-se como outro requisito central. Ruthman, (in Alvira, 1991, in IDR, 2000, pág. 4), refere que a «*avaliação de programas leva ao emprego de métodos científicos para medir a execução e o resultado de programas que permitam a tomada de decisões*». A avaliação deve permitir tomar decisões numa base informada, que permita adequar as tomadas de decisão àquilo que é a situação atual ou se perspectiva no futuro.

A questão da eficácia evidencia-se como um outro requisito fundamental. Patton (1970, in IDR, 2000, pág. 4), refere que a avaliação pretende «*melhorar a eficácia e tomar decisões em função de que se está a fazer com o programa e a quem está a afetar*». Na mesma linha de pensamento, e aqui integrando também a questão da eficiência, considerada como outro requisito central que deve constar na avaliação de políticas públicas, Epstein e Tripodi (1977, in IDR, 2000, pág. 4) referem que «*a avaliação é um processo pelo qual se analisa a eficácia e a eficiência de um programa*».

A importância da avaliação das políticas públicas regionais ganhou um novo interesse em resultado da necessidade de métodos de avaliação para avaliar os programas públicos de desenvolvimento regional. Dado que a operacionalização dos programas operacionais se centram ao nível regional, permitiu que este nível de intervenção e as políticas definidas ao nível regional ganhassem maior importância. Nesse sentido, considera-se fundamental desenvolver e melhorar as técnicas de avaliação. «*(...) a avaliação da política regional é encarada de uma forma mais séria, mais recursos são direcionados para monitorizar e avaliar os efeitos das políticas governamentais*» (Armstrong and Taylor, 2000, pág. 362-363)

Dada a interligação existente entre a política de turismo definida para os quadros comunitários de apoio, «*A necessidade de avaliação no setor público pode ser entendida, especialmente na fase ex post, quando os esforços são realizados para medir os impactos da atividade pública, comparativamente ao papel do mercado para uma empresa privada na venda de bens e serviços.*» (EC, 1999a, pág. 18-19)

II.6.2 Funções da Avaliação

A avaliação das políticas públicas desempenha um papel central na clarificação e adequação das medidas adotadas, e numa base informada do processo de tomada de decisão. Importa agora identificar as suas principais funções tendo em atenção aqueles que são os principais objetivos do processo de avaliação de políticas públicas.

Segundo o documento elaborado pelo Ministério dos Assuntos Estrangeiros da Finlândia (MFAF) «*A avaliação pretende avaliar de uma forma sistemática e objetiva, a implementação e resultado de uma intervenção em curso ou já concluída.*» (MFAF, 1998, pág. 59) Assim sendo, a avaliação tem como funções principais, (i) ser uma ferramenta de aprendizagem para auxiliar a política e melhorar as suas intervenções futuras; e (ii) fornecer uma base para a prestação de contas (accountability), incluindo a disponibilização de informação para o público em geral. (MFAF, 1998)

Ou seja, uma das grandes prioridades da avaliação prende-se com a possibilidade de os seus resultados serem posteriormente utilizados. Nesse sentido, a avaliação deve produzir informação útil para todos os intervenientes, fundamentalmente para os seus destinatários. A avaliação deve também permitir retirar lições e ensinamentos acerca das políticas adotadas e que permitam apoiar a tomada de decisões.

No seguimento desta ideia, a União Europeia refere que a avaliação pode também propor reorientação estratégica, reorganizando a implementação das ações de forma a serem melhor sucedidas. O objetivo desta avaliação costuma designar-se de contributo instrumental, ou seja, assistência concreta em termos de soluções para os problemas identificados ou adaptação a um ambiente instável. (EC, 1999)

A necessidade de prestar contas e disponibilizar a informação obtida para o público em geral representa outro aspeto central. Esta questão foi já apontada na seção anterior, na medida em que a atuação do setor público implica a utilização de recursos que são públicos, daí ser fundamental prestar contas sobre a sua atuação e disponibilizar essa informação à sociedade.

A União Europeia refere também que a prestação de contas centra-se na «*Informação às autoridades políticas e aos cidadãos sobre os resultados obtidos e sobre a utilização racional dos recursos alocados. Este objetivo é chamado de responsabilidade ou prestação de contas.*» (EC, 1999a, pág. 25)

A resposta a necessidades não cobertas ou satisfeitas de uma forma insuficiente representa outra questão a ter em atenção. «*A intervenção pública pode ser justificada apenas com a intenção de satisfazer as necessidades ou resolver problemas socioeconómicos.*» (EC, 1999, pág. 24) Um programa público pode ser justificado apenas se as necessidades não forem atingidas pela iniciativa privada ou por outra iniciativa pública existente. Assim, a inadequada natureza da iniciativa privada constitui o primeiro motivo para a intervenção pública, pela virtude do princípio da subsidiariedade, no senso original do termo, significado que as autoridades públicas só atuam quando o setor privado falha na sua atuação.

A investigação realizada nesta área permitiu identificar um conjunto de funções principais da avaliação que vêm no seguimento dos objetivos da avaliação apresentados na seção anterior. A avaliação tem como principais funções, (1) o controlo administrativo, de legalidade e financeiro; (2) a racionalização da tomada de decisões públicas; (3) a formação dos intervenientes no programa; (4) a geração e disponibilização de informação; (5) e funcionar como uma via para a reforma das práticas da administração pública. (IDR, 2000, pág. 13)

A primeira função, o *controlo administrativo, de legalidade e financeiro*, prende-se essencialmente com «*o funcionamento interno dos serviços públicos e não a aspetos externos ou a efeitos da ação pública sobre a sociedade.*» (IDR, 2000, pág. 14) Este controlo pretende verificar se os recursos são utilizados corretamente e de acordo com a legislação vigente sem valorizar a eficácia e os efeitos das suas ações.

Uma função central da avaliação perspectiva *a avaliação para a racionalização da tomada de decisões*. «*A avaliação concebe-se como um processo de criação e obtenção de informações usadas posteriormente para facilitar a tomada de decisões e optar entre alternativas.*» (IDR, 2000, pág. 14) Esta perspectiva pressupõe a existência de objetivos claros e explícitos e a definição de uma estratégia clara, que permite obter informações que apoiem a tomada de decisões.

Uma terceira função da avaliação, considera *a avaliação como meio para a formação dos intervenientes no programa*. «*A avaliação deve ser entendida como um processo de aprendizagem e formação; um instrumento para melhorar o conhecimento dos intervenientes nos seus próprios programas.*» (IDR, 2000, pág. 15) Esta função tem por objetivo permitir aos intervenientes a possibilidade de introduzirem alterações nos programas de forma a conseguir atingir os objetivos propostos. Daí a monitorização das políticas ser fundamental no decorrer do processo de implementação das políticas.

A *necessidade de gerar informação* constitui-se como outra função particularmente importante «*A avaliação é uma ferramenta útil para satisfazer as exigências de informação e transparência dos intervenientes no processo socioeconómico.*» (IDR, 2000, pág. 15) Nesse sentido, a avaliação deve dar resposta e apresentar informações ao (i) governo e à administração pública o que irá permitir avaliar a eficácia das suas ações, (ii) aos centros de gestão dos programas, o que permitirá melhorar a eficácia e a eficiência das suas ações, e à (iii) população em geral, sobre a forma como têm vindo a ser gastos os recursos públicos.

A avaliação apresenta outra função central, *uma via para a reforma das práticas da administração*. Ou seja, a avaliação proporciona «*(...) as ferramentas necessárias para continuar o processo de reforma da administração para uma gestão mais eficaz e eficiente, numa sociedade que exige transparência na gestão dos recursos públicos.*» (IDR, 2000, pág. 16) Assim sendo, a avaliação é mais do que uma técnica ou requisito legal, é uma cultura, uma forma diferente de entender a gestão e a administração pública, e que deve integrar de uma forma natural o processo de atuação do setor público.

A sequência de funções apresentada, apresenta também uma evolução natural do próprio conceito de avaliação. Inicialmente considerava-se que a avaliação se deveria centrar apenas no controlo administrativo e financeiro dos recursos públicos. No entanto, o conceito de avaliação

tem vindo a evoluir, o que tem permitido integrar um conjunto de funções que anteriormente não eram equacionadas.

Pretende-se que a avaliação funcione como um *«instrumento ao serviço dos decisores e gestores públicos, para melhorar a eficiência e a eficácia das suas medidas, e para a sociedade em geral, que pretende saber em quê, e como se utiliza o dinheiro dos seus impostos (...).»* (IDR, 2000, pág. 16) De facto, a avaliação tornou-se numa peça central do processo de planeamento e programação pública. A ação pública incide sobre a sociedade atuando sobre as necessidades e problemas detetados com o objetivo de criar impacto sobre essa realidade. Para isso, são definidos e articulados um conjunto de objetivos e aplicam-se uma série de instrumentos. O principal objetivo da avaliação é analisar as diferentes etapas, desde a intervenção até à manifestação dos impactos, comprovando a validade, tanto interna como externa.

II.6.3 Critérios e tipos de avaliação de políticas públicas

A avaliação integra um conjunto de funções essenciais no processo de avaliação de políticas públicas. No entanto, para além das funções da avaliação é importante identificar quais os critérios que se devem incluir no processo de avaliação e quais os tipos de avaliação que podem ser utilizados, suas vantagens e períodos de utilização.

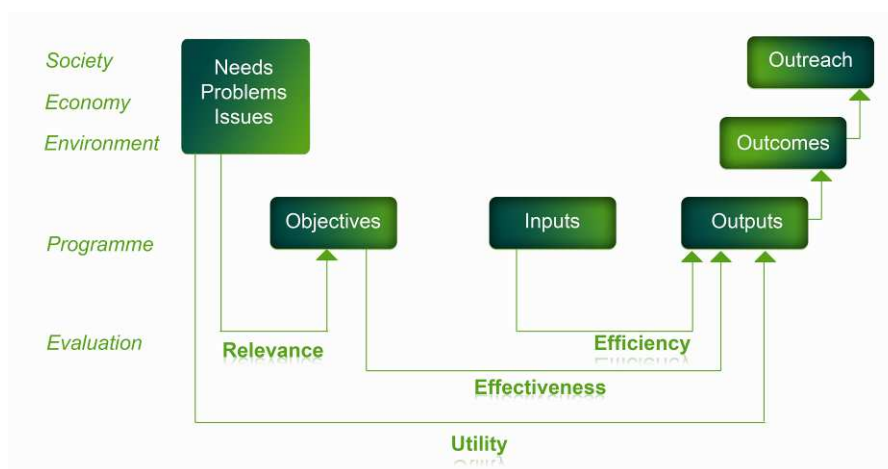
Conforme se tem vindo a fazer referência, a avaliação deve ajudar a explicar como foi gasto o dinheiro público, quais os efeitos que produziu, e qual a justificação para essa despesa. *«A avaliação é uma análise o mais sistemática e objetiva possível, de um projeto, programa ou política concluída ou em curso, da sua estrutura, implementação e resultados.»* (MFAF, 1998, pág. 60) Ou seja, de uma forma o mais direta e objetiva possível, a avaliação deve apresentar os resultados das políticas definidas.

Para isso, a avaliação de políticas públicas necessita de definir um conjunto de critérios que permitam realizar o processo de avaliação de uma forma imparcial e independente. Com o processo de avaliação pretende-se obter informações úteis que permitam a sua integração no processo de tomada de decisão.

A organização e criação de um procedimento sistemático de avaliação para análise das políticas públicas definidas e implementadas deve integrar as seguintes etapas: «*Primeira etapa: viabilidade; relevância e confiabilidade dos dados; Segunda etapa: eficácia e eficiência; Terceira etapa: eficácia; eficiência; impacto.*» (EC, 1995, pág. 21)

Daqui se infere que as questões gerais a serem avaliadas são, a relevância, o impacto, a eficácia, a eficiência e a utilidade. Cada uma delas tem uma relação direta com um determinado nível ou níveis de intervenção lógica no âmbito do processo de avaliação de políticas públicas definido.

Figura II.6.3.1 Quadro de Avaliação



Fonte: EC, 1999a

No contexto da avaliação o termo relevância, «*refere-se à adequação dos objetivos explícitos do programa em relação aos problemas socioeconómicos que é suposto resolver.*» (EC, 1999a, pág. 70) Ou seja, a relevância preocupa-se em verificar se os resultados, a finalidade e os objetivos gerais do projeto estão de acordo com as necessidades e aspirações dos beneficiários, e com o ambiente político do projeto.

Quanto à eficácia, pretende-se verificar se «*os objetivos formulados no programa estão a ser alcançados, quais os sucessos e as dificuldades que têm surgido, e até que ponto as soluções escolhidas são apropriadas.*» (EC, 1999a, pág. 71) Pretende-se entender até que ponto os objetivos esperados foram alcançados, se os instrumentos utilizados produziram os efeitos esperados, e se teria sido possível obter mais efeitos utilizando diferentes instrumentos.

As avaliações de eficiência fazem, normalmente, parte do processo de planeamento e monitorização. «No contexto da avaliação, a eficiência é avaliada por comparação dos resultados obtidos, ou de preferência, os impactos produzidos e os recursos mobilizados.» (EC, 1999a, pág. 71) Daqui se infere que a questão da eficiência diz respeito à relação entre os resultados e os meios, ou seja, se o processo de transformar os meios em resultados tem sido rentável.

O critério de utilidade centra-se essencialmente no impacto do programa relativamente àquilo que são as necessidades da sociedade em termos gerais. Como refere a União Europeia, «O critério de utilidade avalia o impacto obtido pelo programa em relação às necessidades da sociedade e às questões económicas. A utilidade é um critério de avaliação muito particular na medida em que não faz referência aos objetivos oficiais do programa.» (EC, 1999a, pág. 71)

Na avaliação de políticas públicas outra área que importa analisar prende-se com o tipo de avaliações que se podem realizar. Investigação realizada nesta área permitiu identificar vários tipos de avaliação tendo em atenção alguns pressupostos previamente definidos, nomeadamente, (1) quem realiza a avaliação; (2) segundo a função da avaliação; (3) tendo em atenção o conteúdo da avaliação; e, (4) segundo a perspetiva temporal.

Tendo em atenção *quem realiza a avaliação*, esta pode assumir um tipo de avaliação: (i) interna, realizada internamente por alguém ligado ao programa ou com funções de execução e gestão; (ii) ou externa, realizada externamente por especialistas externos contratados pela administração. «Face à objetividade e independência da avaliação externa, a avaliação interna apresenta como vantagem uma maior familiarização com o programa e um maior conhecimento dos seus mecanismos de gestão e execução.» (IDR, 2000, pág. 17)

A avaliação pode também variar segundo a sua função, podendo distinguir-se entre a: «(i) avaliação formativa: que tem por objetivo proporcionar informações para melhorar o objeto a ser avaliado; ou a (ii) avaliação sumativa, que fornece informação sobre se deve continuar ou suspender o programa.» (IDR, 2000, pág. 18)

Pode também variar segundo o próprio conteúdo da avaliação, podendo, neste caso, ser (i) conceptual; (ii) processo de aplicação e gestão; (iii) resultados e impacto. A *avaliação conceptual* tem por objetivo analisar a conceção do programa, a sua racionalidade e coerência, enquanto que

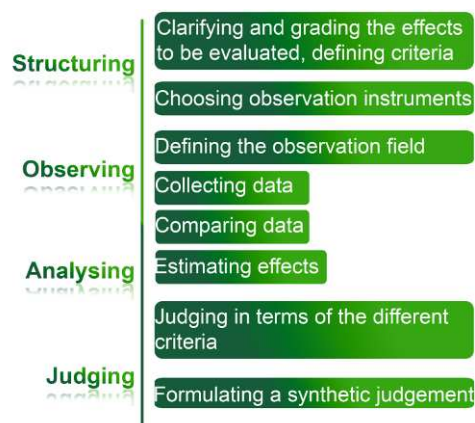
a *avaliação de gestão ou de processo*, consiste em avaliar a forma como se gere e executa o programa. A *avaliação dos resultados e impactos*, como o próprio nome indicia, trata de analisar até que ponto a política e o programa aplicado conseguem atingir os objetivos estabelecidos, ou está a alcançar os parâmetros e critérios definidos. (IDR, 2000)

Definem-se também diferentes tipos de avaliação de acordo com a *perspetiva temporal*. Neste caso, a avaliação pode ser: (i) *ex-ante*, que se realiza antes de executar o plano, a política ou o programa, e tem como objetivo principal garantir à priori que o programa da forma como foi concebido conseguirá atingir os objetivos para o qual foi planeado; (ii) *intercalar*, em que o principal objetivo é melhorar o mecanismo de acompanhamento e fornecer uma ferramenta útil para as tomadas de decisão e de gestão eficaz; (iii) e *ex-post*, em que a avaliação tem como principal objetivo prestar contas sobre a utilização de recursos e informar sobre a eficácia e eficiência das intervenções, e até que ponto os resultados esperados foram alcançados. (EC, 1995; EC, 1999a; IDR, 2000;)

II.6.4 Etapas do processo de avaliação

Uma avaliação processa-se em várias etapas, as quais podem ter uma ou mais funções associadas. Investigação realizada nesta área permite identificar aquelas que são as funções mais comuns em cada etapa do processo de avaliação. Conforme se pode observar na figura II.6.4.1 identificam-se oito passos básicos, agrupados em 4 etapas principais: (1) Estruturação da avaliação; (2) Observação de alterações; (3) Análise de dados; (4) Examinar o programa.

Figura II.6.4.1 Etapas do processo de avaliação



Fonte: EC, 1999a

Pretende-se analisar cada passo da avaliação identificado em cada etapa principal de uma forma pormenorizada. Na etapa de *Estruturação da avaliação* identificam-se duas funções principais: (i) Esclarecer e clarificar os efeitos a serem avaliados, definindo os critérios; e (ii) Definição dos instrumentos de observação.

A primeira função da etapa de estruturação da avaliação consiste em elaborar uma listagem de perguntas para as quais a avaliação deve dar respostas. Cada questão pode ser subdividida nos efeitos que se pretendem avaliar, por exemplo, a criação de emprego; o investimento induzido; a quota de mercado; o aumento da empregabilidade de uma categoria da população; ou o aumento da atratividade de uma região.

As ferramentas habitualmente utilizadas nesta etapa são usadas para listar perguntas, esclarecer, classifica-las e escolher aquelas para as quais a avaliação deve fornecer respostas, nomeadamente, (i) quadro conceptual; (ii) cartografia dos impactos; (iii) análise SWOT; (iv) METAPLAN; (v) cor de voto. A segunda função da primeira etapa, (ii) definição dos instrumentos de observação, consiste na transposição das questões de avaliação em indicadores ou descrições observáveis no campo.

A segunda etapa, observação de alterações, integra 3 funções principais, (i) definição do campo de observação; (ii) recolha de dados; (iii) comparação de dados. Esta terceira função consiste em definir o campo de observação que seja suficientemente limitado para não gerar custos excessivos, mas que seja suficientemente grande para produzir informação credível, e também suficientemente contrastante para revelar os efeitos a serem avaliados.

A quarta função, (iv) recolha de dados, consiste na recolha de informação no campo de análise/observação. Existem diversas ferramentas de pesquisa para esta finalidade. Esta função é essencial numa situação em que a avaliação não possa confiar totalmente nos dados secundários, tais como, dados de uma avaliação anterior, dados estatísticos e dados de monitorização. As ferramentas aplicáveis nesta função irão permitir a recolha de factos e opiniões e reconstitui-los de uma forma quantitativa ou qualitativa (entrevista individual; focus group; inquérito por questionário; observação etnográfica).

A quinta função, (v) comparação de dados, consiste na apresentação dos dados primários e/ou secundários de uma forma que apresente conclusões e comparações que possam ser feitas de uma forma intuitiva ou indutiva. As ferramentas básicas utilizadas nesta função são os gráficos e as tabelas comparativas. Sugere-se também a utilização de ferramentas mais sofisticadas, tais como, sistemas de informação geográfica e análise fatorial.

A sexta função, (vi) estimativa de efeitos, é parte integrante da terceira etapa do processo de avaliação. Nesta função os efeitos reais dos programas são estimados. Esta função requer a análise da causalidade que segue habitualmente uma abordagem dedutiva, por exemplo, uma abordagem baseada na verificação de hipóteses de causa efeito. A literatura técnica de avaliação favorece muitas vezes ferramentas de análise quantitativa utilizada para cumprir esta função, por exemplo, a análise comparativa e a análise de regressão.

A literatura existente difere entre a atribuição da mesma importância às ferramentas de análise qualitativa e quantitativa. Nesta situação é atribuída a mesma importância às duas abordagens, apresentando aqueles que são os pontos fortes e os pontos fracos de cada um. Para além disso, não valoriza a análise da causalidade, muitas vezes considerada como sendo a única função de avaliação. A principal suposição pretende demonstrar que as funções de observação e de capacidade crítica são pelo menos tão importantes quanto a função de estimar os efeitos reais.

As ferramentas aplicáveis a esta etapa permitem que os efeitos reais dos programas a serem estimados, tanto no passado como no futuro, e tanto a nível micro como macroeconómico. A título de exemplo podem-se enumerar os seguintes instrumentos de análise: (i) análise shift share; (ii) modelos de input-output; (iii) modelos macroeconómicos; (iv) investigação Delphi; (v) grupos de comparação; (vi) análise de regressão.

A quarta etapa, (4) examinar o programa, inclui duas funções principais: (vii) Avaliação dos efeitos segundo cada critério; e (viii) formulação de uma conclusão sintética. A função de avaliação dos efeitos segundo cada critério, deve ser capaz de avaliar se os efeitos que o programa produziu ou irá produzir são suficientes ou insuficientes. Para a avaliação desta função podem ser utilizadas diversas ferramentas, tais como, a (i) análise do custo-eficácia; (ii) benchmarking ou análise comparativa.

A oitava e última função, (viii) formulação de uma conclusão sintética, consiste em formular conclusões fazendo uma síntese final ou parcial das avaliações dos diferentes critérios. Esta função é necessária quando são selecionados vários critérios. Para realizar uma avaliação sintética de um programa, é necessário combinar a influência e o grau dos diferentes efeitos que a avaliação examinou.

No âmbito dos programas socioeconómicos, esta função é particularmente difícil, dado que existem sempre diversos parceiros que não atribuem o mesmo valor para cada critério. Existem diversas ferramentas que preenchem totalmente ou parcialmente esta função, tais como: (i) painéis de peritos; (ii) análise multicritério; (iii) análise custo-benefício.

II.6.5 Instrumentos para a avaliação de um programa

A avaliação de políticas públicas deve processar-se em várias etapas, cada etapa com uma ou mais funções associadas. Pretende-se nesta secção, e para cada etapa definida na secção anterior, apresentar em termos gerais os instrumentos de avaliação adequados a cada etapa, realizando uma análise pormenorizada nos instrumentos de avaliação que se consideram mais ajustados para proceder a uma avaliação da temática inerente a esta investigação. Nesse sentido, esta secção encontra-se estruturada segundo as quatro etapas definidas na secção anterior: (1) Instrumentos para a estruturação da avaliação; (2) Instrumentos para a observação de alterações; (3) Instrumentos para análise de dados; e (4) Instrumentos para a avaliação.

A investigação realizada sobre os principais instrumentos para a avaliação de um programa permitiu identificar e analisar diversas referências direcionadas a cada instrumento de avaliação analisado, e que descrevem pormenorizadamente cada instrumento de avaliação, dos quais se podem destacar os *estudos de caso* (EC, 1999c; Xiao e Smith, 2006), o *focus group* (Flores e Alonso, 1995; Greenbaum, 1993; Kitzinger, 1994; Kreuger, 1994; Morgan, 1997; Saumure, 2001), as *técnicas Delphi* (Green et al, 1990; Helmer, 1967; Wen-Kuo et al, 2005), a *análise Custo-Benefício* (Dreze e Stern, 1987), e a *análise Multivariada* (Hair et al, 1995).

Contudo, dado que esta investigação concentra-se fundamentalmente na avaliação de programas de investimento apoiados pela União Europeia, e considerando que este organismo detém uma

larga experiência na avaliação de programas de investimento, a descrição individual de cada um dos instrumentos de avaliação realizada na secção seguinte focaliza-se principalmente nos documentos disponibilizados pela União Europeia e nas diretrizes de avaliação de políticas públicas desenvolvidas por esta instituição, das quais se destacam as referências de avaliação de programas socioeconómicos, como EC, 1999a, 1999b, 1999c.

II.6.5.1 Instrumentos de análise para a estruturação da avaliação

«Dada a complexidade dos programas de financiamento, a estruturação da avaliação é central porque condiciona a natureza abrangente e compreensível dos resultados.» (EC, 1999c, pág. 39)

Nesta etapa do processo de avaliação podem-se identificar um conjunto de ferramentas adequadas para a avaliação desta etapa, como a (1) Análise SWOT; (2) Quadro conceptual; (3) Cartografia de impactos; (4) Cor de voto; (5) Matriz de impacto; (6) Metaplan.

Nesta secção será dada particular atenção aos instrumentos de (i) análise SWOT; e (ii) Quadro Conceptual; realizando uma análise pormenorizada a cada um dos instrumentos de intervenção segundo 6 pontos principais: (1) Descrição; (2) Objetivos; (3) Utilidade; (4) Etapas de implementação; (5) Aplicação; (6) Forças e limites de uso. Relativamente aos outros instrumentos de análise enunciados, irá apresentar-se uma breve descrição de cada um, referindo as suas principais características.

Tabela II.6.5.1.1 Análise SWOT

ANÁLISE SWOT	
Descrição	É considerada como uma ferramenta de apoio à tomada de decisão, dado que examina as forças e as fraquezas, as oportunidades e ameaças, de uma política e/ou estratégia, de uma empresa ou do próprio mercado
Objetivos	(1) Destacar os fatores dominantes, e determinar, dentro e fora do território, os fatores suscetíveis de influenciar o sucesso do projeto; (2) para produzir orientações estratégicas relevantes, relacionando o projeto ao seu ambiente.
Utilidade	A análise SWOT serve para identificar as orientações estratégicas mais relevantes, em relação a um objetivo global de desenvolvimento económico. O uso desta ferramenta é recomendado no planeamento do programa e durante a avaliação ex-ante, para ajudar a melhorar a integração do programa no seu contexto
Etapas - Implementação	(1) Análise geral do programa; (2) Inventário de possíveis ações; (3) Análise externa de oportunidades e ameaças; (4) Análise interna de forças e fraquezas; (5) Classificação de

	possíveis ações; (6) Avaliação da estratégia;
Aplicação	A análise SWOT poderá ser utilizada como ferramenta de gestão para avaliar a relevância de uma estratégia na etapa de planeamento ou implementação
Forças e limites de Uso	(1) A análise SWOT aplicada à ação pública é orientada para a procura de uma estratégia eficaz; (2) A matriz de análise deriva das teorias de gestão tradicionais habitualmente criticadas por serem demasiado simplistas. Esta limitação deve ser tida em conta na sua transposição para a gestão pública, de forma a evitar restringir a análise a um quadro simplista; (3) A análise SWOT, como ferramenta de avaliação, serve para efetuar uma simples classificação de atividades em termos da sua relevância. A sua principal fraqueza deriva do procedimento muitas vezes subjetivo utilizado pela equipa de avaliação para classificar as atividades. A associação de parceiros nesta classificação é uma forma de reforçar a credibilidade e utilidade da análise; (4) A análise SWOT requer uma intenção deliberada, da parte de todos os intervenientes na sua aplicação, para atingir um consenso estável. O processo de formulação de orientações estratégicas tem apenas valor sob esta condição. Caso contrário, o modelo tenderá a elaborar um relatório errado ou inaplicável

Fonte: EC, 1999c, pág. 41-45

No que se refere ao instrumento de análise Quadro Conceptual, apresenta-se na tabela II.6.5.1.2 as suas principais características:

Tabela II.6.5.1.2 Quadro conceptual

QUADRO CONCEPTUAL	
Descrição	Exercício de estruturação da componente de elementos de um projeto, constituindo-se como uma técnica para analisar a coerência interna e externa de um projeto.
Objetivos	Dado que é uma técnica que serve de suporte à definição objetiva de um projeto, e também à sua formulação em termos operacionais e à sua implementação, monitorização e avaliação, facilita: (1) a sistemática, sintética e descrição compreensiva de um projeto; (2) a articulação e gradação clara de objetivos; (3) a clarificação de condições para o sucesso do projeto; (4) a clarificação dos pressupostos do projeto; (5) a identificação das relações causais entre recursos, resultados e objetivos; (6) a identificação, durante o planeamento do projeto, de critérios de sucesso e de meios para verificar o cumprimento dos objetivos.
Utilidade	O quadro conceptual é uma ferramenta que facilita a formulação das principais fases de um projeto; é utilizado para elaborar um orçamento detalhado, para atribuir responsabilidades, para planear atividades, e para elaborar o calendário de monitorização e termos de referência.
Etapas - Implementação	(1) Análise do contexto; (2) Análise de objetivos; (3) Análise da lógica do projeto;
Aplicação	A vantagem desta ferramenta para a avaliação dos fundos estruturais é a sua capacidade

	para clarificar e estruturar a ação pública e suas intenções. A sua contribuição sai ainda mais reforçada quando a ação pública é organizada em torno de um único objetivo principal. A técnica do quadro conceptual é utilizada neste caso como um procedimento para a análise da coerência global.
Forças e limites de Uso	(1) facilita a criação de um sistema de monitorização e controlo da fase de planeamento do projeto; (2) fornece o enquadramento para examinar a lógica de um projeto; (3) é mais difícil de aplicar em casos de projetos e programas complexos com múltiplos objetivos; (4) a presença de vários decisores poderá levar à criação de um programa sem objetividade. Neste caso, sugere-se a reflexão coletiva apenas nas fases intermédias que permita assegurar um forte consenso de forma a assegurar as potencialidades deste instrumento de análise.

Fonte: EC, 1999c, pág. 137-143

A **Cartografia de impactos** é um instrumento de análise utilizado para definir os efeitos que estão a ser avaliados, principalmente, nas situações em que existem múltiplos objetivos e que ainda não tenham sido definidos os indicadores associados a cada objetivo. Esta ferramenta de análise também pode ser muito útil se o conjunto de objetivos requerer de precisão. (EC, 1999c, pág. 39)

No que se refere ao instrumento de análise **Cor de voto**, considera-se que é particularmente adequado para a clarificação e classificação de questões avaliativas numa avaliação envolvendo vários decisores. Este instrumento de análise permite um meio acesso rápido e robusto para a escolha de critérios de avaliação, validação de conclusões e formulação de recomendações. Esta ferramenta é útil quando existem diversas partes interessadas e os seus diferentes pontos de vista têm de ser tomados em consideração. (EC, 1999c, pág. 39)

O instrumento de análise **Matriz de impacto** fornece uma visão simplificada de um programa complexo. Consiste basicamente no agrupamento das diferentes componentes de um programa, ajudando a garantir que todos os efeitos essenciais do programa são considerados antes de selecionar aqueles que devem ser avaliados pormenorizadamente. (EC, 1999c, pág. 39)

O **Metaplan** é um instrumento de análise amplamente utilizado para o trabalho de grupo. Na avaliação, esta ferramenta de análise é particularmente adequada para clarificar e classificar os efeitos esperados. Questionar os participantes sobre as suas opiniões, estruturar e sintetizar as informações recolhidas. (EC, 1999c, pág. 145)

II.6.5.2 Instrumentos para a observação de alterações

A etapa de observação é central na avaliação de programas de políticas públicas. A complexidade do programa poderá envolver um grande campo de pesquisa, tornando a observação exaustiva demasiado cara. Existem, no entanto, instrumentos de análise que permitem realizar essa observação de uma forma mais simples e prática e ao mesmo tempo menos dispendiosa. (EC, 1999) Para esta etapa da avaliação identificam-se os seguintes instrumentos de análise: (1) Entrevista individual; (2) Focus group; (3) Estudos de caso; (4) Pesquisa por questionário; (5) Observação etnográfica.

A técnica da **entrevista individual** é utilizada para recolher informações qualitativas e as opiniões das pessoas afetadas por um determinado programa ou projeto, em termos do seu contexto, implementação, resultados e impacto. (EC, 1999c, pág 61) O **Focus Group** é um instrumento de análise particularmente importante para analisar temas que originam opiniões divergentes, ou que envolvem questões complexas e que precisam de ser exploradas em profundidade. (EC, 1999; Flores e Alonso, 1995; Greenbaum, 1993; Kitzinger, 1994; Kreuger, 1994; Morgan, 1997; Saumure, 2001)

No que se refere ao instrumento de análise denominado estudo de caso (EC, 1999c; Xiao e Smith, 2006), apresentam-se de seguida as suas principais características de uma forma pormenorizada:

Tabela II.6.5.2.1 Estudos de caso

ESTUDOS DE CASO	
Descrição	Esta ferramenta é baseada num estudo em profundidade dos dados recolhidos em casos específicos. A abordagem utiliza uma variedade de técnicas de recolha de dados qualitativos e quantitativos. É recomendado para avaliações que têm por objetivo uma análise detalhada dos processos complexos de implementação de programas e na representação dos seus impactos. Aplica-se em situações que requerem um estudo de campo exploratório, devido à falta de informação disponível.
Objetivos	(1) O caso de estudo é uma ferramenta que pode ser utilizada para adicionar realismo a uma avaliação; (2) exploração: definir hipóteses para futuras investigações, identificando os vários pontos de vista das partes interessadas; (3) análise crítica: verificar e validar uma declaração relativa a um programa, projeto ou estratégia; (4) análise da implementação: examinar a difusão de serviços e seus mecanismos; (5) análise dos impactos dos programas: compreensão do processo de produção de impactos.
Utilidade	(1) O estudo de caso é um método de análise holística aplicado a situações complexas; (2)

	Os estudos de caso são importantes para identificar os efeitos induzidos dos programas, através do desenvolvimento de hipóteses sobre os fenómenos que ligam a causa e o efeito; (3) o estudo de caso destina-se a ser uma descrição o mais completa possível de uma dada situação, de modo a dar uma imagem precisa dos fenómenos e para compreender as suas causas.
Etapas - Implementação	(1) Seleção de estudos de caso; (2) recolha de dados e análise; (3) relato/descrição do caso; (4) interpretação
Aplicação	O estudo de caso é particularmente adequado para análises que envolvam diversas regiões ou para avaliações temáticas; A flexibilidade de cada estudo de caso torna possível a elaboração de uma descrição adequada das especificidades de um determinado projeto.
Forças e limites de Uso	(1) O estudo de caso é importante para dar uma perspetiva dos processos e complexidades difíceis de observar de outra forma; (2) Dependendo da estratégia adotada, se forem analisados vários estudos de caso, a extrapolação de resultados pode ser muito difícil; (3) Esta abordagem é mais apropriada para medir a amplitude dos impactos ou para inferir a causalidade; (4) A credibilidade dos resultados pode ser colocada em causa se o método não for implementado corretamente: informação incompleta, seleção arbitrária de informação; comentários, distorções dos resultados.

Fonte: EC, 1999c, pág. 73-79

O **inquérito por questionário** consiste em formular um conjunto de perguntas padrão num formato estruturado para uma amostra de indivíduos selecionada e representativa da população em estudo, dado que, por vezes é muito difícil inquirir a população. (EC, 1999c, pág. 153) A **Observação etnográfica** consiste em observar a atividade quotidiana dos atores que implementam o programa. Assim, o observador está presente durante a seleção dos projetos ou participa numa ação de formação, permitindo observar e compreender a situação por dentro. (EC, 1999c, pág. 161)

II.6.5.3 Instrumentos para a análise de dados

A análise de dados constitui-se como uma etapa fundamental da avaliação de programas e de políticas públicas. No entanto, os dados são, geralmente, em grande número e heterogéneos, havendo a necessidade em utilizar instrumentos de análise mais sofisticados. Para esta etapa da avaliação sugerem-se os seguintes instrumentos de análise: (1) Sistemas de informação geográfica; (2) Análise shift-share; (3) Modelos de input-output; (4) Modelos macroeconómicos; (5) Análise fatorial; (6) Pesquisa delphi; (7) Comparação de grupos; (8) Análise de regressão.

Apresenta-se na tabela II.6.5.3.1 as principais características referentes ao instrumento de análise Sistemas de informação geográfica.

Tabela II.6.5.3.1 Sistemas de informação geográfica

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA	
Descrição	O desenvolvimento da tecnologia levou ao desenvolvimento de sistemas de alto desempenho de informação, e em particular da cartografia, o que permite lidar com um número considerável de fatores interdependentes. Os SIG permitem a combinação de informações, a partir de temáticas, dimensões espaciais e temporais.
Objetivos	Os SIG são usados para recolher todo o tipo de informação de natureza espacial e apresentar essa informação de uma forma que permita uma fácil leitura. Em termos de avaliação os SIG permitem o cruzamento de dados que outras técnicas não permitem.
Utilidade	Os SIG são extremamente úteis para uma avaliação. A recolha de dados deve incluir referências geográficas, que permitam o cruzamento com outras informações que já possam constar do sistema
Etapas - Implementação	(1) Recolha de dados; (2) Armazenamento e gestão da base de dados geográfica; (3) exploração e análise de dados; (4) apresentação de resultados.
Aplicação	Esta ferramenta tem um potencial considerável para integrar e sintetizar a informação. A sua capacidade de integrar a dimensão territorial é relevante para a análise dos fundos estruturais. Os SIG permitem também uma avaliação fácil de informações relativas a um programa, sendo bastante útil para a apresentação de resultados.
Forças e limites de Uso	(1) Os resultados podem ser apresentados de uma forma amigável, no entanto a linguagem cartográfica não é unívoca e deve ser explicada; (2) O uso dos SIG gera alguma complexidade, dado que os dados existentes são frequentemente recolhidos em diferentes entidades, o que requer tempo e necessidade em compatibilizar a informação; (3) Os SIG facilitam o processamento de um elevado número de dados, permitindo também a transmissão de informação para outros utilizadores, facilita a atualização dos dados e permite a manipulação da informação geográfica em diferentes escalas; (4) Os SIG são úteis na combinação de outras técnicas de análise, como a análise de fatores.

Fonte: EC, 1999c, pág. 83-87

A **Análise shift-share** consiste em projetar tendências económicas nacionais para a economia de uma região. A análise shift-share concentra-se apenas em dimensões macroeconómicas, para construir uma base de comparação do que teria acontecido na ausência do programa. As **matrizes de input-output** foram originalmente desenvolvidas para analisar a interação entre setores de atividade económica. Uma matriz de input-output representa as ligações entre os recursos de uma economia e o consumo desses recursos. É uma das únicas técnicas aplicáveis à avaliação dos

impactos sectoriais das intervenções estruturais, porque permite dividir a estrutura de uma economia em grande detalhe. Os **modelos macroeconómicos** são utilizados pela administração pública para a elaboração dos orçamentos, para o estudo das opções políticas quando os riscos económicos são elevados (EC, 1999c, pág. 81). Na tabela II.6.5.3.2 apresentam-se as principais características relativamente ao instrumento de avaliação Análise Fatorial:

Tabela II.6.5.3.2 Análise fatorial

ANÁLISE FATORIAL	
Descrição	A análise fatorial é uma técnica de análise estatística multidimensional usada para classificar grandes volumes de dados quantitativos relativos a grupos de indivíduos sobre os quais existem informações sobre diversas características (variáveis). A ferramenta identifica semelhanças entre os indivíduos e entre as variáveis.
Objetivos	A análise fatorial apresenta diferentes objetivos. No contexto de uma avaliação é utilizado para: (1) analisar em detalhe as reações e características dos beneficiários dos programas, de forma a obter uma melhor compreensão da eficiência relativa dessas intervenções; (2) explora a correlação entre os fenómenos e identifica possíveis fatores que ampliem ou reduzam o impacto do programa.
Utilidade	A análise fatorial é uma ferramenta de processamento de dados utilizado pelos organismos e institutos de pesquisa. Apresenta como principal vantagem o processamento de dados quantitativos de uma forma que permita a construção de tipologias, sendo muito útil quando existe a necessidade de construir classes dentro da população em causa.
Etapas - Implementação	(1) Elaboração de uma tabela de dados; (2) e (3) escolha de um espaço de indivíduos e um espaço de variáveis; (4) análise multi-dimensional; (5) projeção em dois ou três espaços dimensionais; (6) interpretação dos resultados.
Aplicação	A análise fatorial pode ser utilizada para a identificação de tipologias da população alvo, com base na população como um todo; A análise fatorial também pode ser usada para destacar as semelhanças e as diferenças entre grupos de indivíduos ou regiões geográficas, sendo particularmente útil para a realização de análises comparativas de desenvolvimento regional ou para avaliar as reações dos beneficiários a ações específicas
Forças e limites de Uso	(1) A análise fatorial possibilita a identificação de dimensões relevantes e a clarificação da informação resultante de inquéritos em larga escala; (2) Os resultados da análise fatorial são facilmente acessíveis e são apresentados de uma forma muito clara; (3) a análise fatorial não permite explicar a existência de causa e efeito; (4) a análise fatorial requer o acesso a uma grande quantidade de dados, o que demorar a recolher e ser demasiado dispendioso; (5) a análise fatorial exige qualificações específicas e algumas precauções na metodologia, dado que utilizando de forma errada poderá levar a conclusões erradas;

Fonte: EC, 1999c, pág. 169-173

O instrumento **Pesquisa Delphi** apresenta-se sob a forma de um processo de consulta anónimo e interativo por meio de pesquisas postais (Green et al, 1990; Helmer, 1967; Wen-Kuo et al, 2005). A **Comparação de grupos** envolve a comparação de um grupo de participantes com um grupo similar que tenha sido afetado pela intervenção. Idealmente, os dois grupos devem ser idênticos em todos os aspetos exceto na participação do programa. O grupo que não participa no programa denomina-se de grupo de controle. (EC, 1999c, pág. 167)

Tabela II.6.5.3.3 Análise de regressão

ANÁLISE DE REGRESSÃO	
Descrição	A análise de regressão é usada para obter uma estimativa quantitativa da influência de vários fatores explicativos em que uma variável tem de ser explicada. É necessário um modelo explicativo lógico caso a análise de regressão seja usada. A ferramenta calcula os parâmetros do modelo, ajusta-os para uma maior precisão em relação à evolução observada no passado.
Objetivos	Quando aplicável, a análise de regressão é uma técnica excelente para efeitos de estimativa. Serve para atribuir parte das mudanças observadas ao programa avaliado, e o restante a fatores explicativos.
Utilidade	A ferramenta é aplicável somente para quem já tem um modelo credível e explicativo. Deve ser usado nos casos em que os efeitos da intervenção estão bem definidos e em que o processo de produção de efeitos é conhecido.
Etapas - Implementação	(1) Construção do modelo causal; (2) construção da amostra; (3) recolha de dados; (4) cálculo de coeficientes; (5) teste de ajustamento; (6) generalização para o total da população (inferência).
Aplicação	No contexto dos fundos estruturais, o uso desta técnica é limitado. A técnica é complicada porque é utilizado apenas nas intervenções que afetam um elevado número de indivíduos, o que poderá implicar demora na recolha da informação e tornar-se demasiado dispendiosa.
Forças e limites de Uso	(1) A utilização da análise de regressão permite a possibilidade de especificar hipóteses sobre a natureza dos efeitos; (2) Quando é aplicada com sucesso, a análise de regressão elabora uma estimativa quantitativa dos efeitos e soluciona um dos problemas mais difíceis da investigação; (3) as observações devem apresentar soluções contrastantes que permitam a regulação; (4) Poderá permitir chegar à conclusão que existe uma forte ligação entre duas variáveis, enquanto que a influência de outras variáveis mais importantes não é estimada; (5) as relações entre as variáveis explicativas e as variáveis a explicar são biunívocas; (6) a implementação desta análise é demorada e dispendiosa; (7) esta ferramenta de análise deve ser utilizada com cuidado, dado que erros na recolha de dados e no modelo explicativo podem afetar as conclusões.

Fonte: EC, 1999c, pág. 187-191

II.6.5.4 Instrumentos para avaliação

A quarta etapa de um processo de avaliação caracteriza-se pelo facto de, surgirem com alguma frequência diversos efeitos inesperados que não têm o mesmo grau de importância para todos os participantes. Nesse sentido, a utilização de instrumentos de avaliação são fundamentais nestas situações, dado que permitem ajustar a importância dos efeitos que ocorrem. (EC, 1999c, pág. 115) Para esta etapa do processo de avaliação propõe-se os seguintes instrumentos de análise: (1) Painéis de peritos; (2) Análise multicritério; (3) análise custo-eficácia; (4) Benchmarking; (5) Análise custo-benefício.

O instrumento de análise denominado **Painéis de peritos**, quando implementado com eficiência, aumenta a credibilidade e a aceitação das conclusões de avaliação, porque as diferenças entre os pontos de vista são respeitados e atinge-se um consenso. A **Análise multicritério** permite a utilização de vários critérios em simultâneo numa situação complexa. Isso permite que os decisores integrem as diferentes opções, refletindo a opinião dos agentes em causa por um processo de tomada de decisão, num quadro prospetivo e retrospectivo. (EC, 1999c; Hair et al, 1995)

O instrumento análise custo-eficácia constitui-se como um dos instrumentos de análise mais importantes nesta etapa do processo de avaliação. A tabela II.6.5.4.1 apresenta algumas das principais características que permitem descrever este modelo:

Tabela II.6.5.4.1 Análise custo-eficácia

ANÁLISE CUSTO-EFICÁCIA	
Descrição	A análise custo-eficácia é caracterizada pelo seu pragmatismo, concentra-se diretamente sobre o principal efeito de um programa em relação ao seu custo, excluindo propositadamente outros efeitos potenciais. É uma forma simplificada de 'value for money', em que o valor de um programa é expresso numa única dimensão.
Objetivos	A análise custo-eficácia é utilizada para avaliar a eficácia de um programa em termos de um único critério que é considerado preponderante ou o objetivo principal do programa. Com base neste critério, é possível comparar a eficácia do programa com programas semelhantes noutras regiões, ou abordagens alternativas com o objetivo de criar resultados semelhantes na mesma região.
Utilidade	A análise custo-eficácia é utilizada quando todos os efeitos esperados foram definidos e são homogéneos ou podem ser medidos em termos de um resultado chave.
Etapas -	(1) Determinação do objetivo do programa; (2) definição do custo total do programa; (3)

Implementação	medição do impacto; (4) cálculo da relação custo-eficácia.
Aplicação	A técnica do custo-eficácia pode ser um instrumento adequado para avaliações temáticas, ou para comparar as abordagens que estão destinadas a produzir efeitos similares.
Forças e limites de Uso	(1) A análise deve ser precedida de uma reflexão sobre os objetivos do programa, no seu principal objetivo e no indicador aplicado a esse objetivo; (2) A análise custo-eficácia tende a concentrar-se nos resultados diretos que ocorrem no curto e médio prazo. No entanto, é nos resultados do longo prazo que a eficácia ou falta de eficácia das programas e políticas surgem; (3) a análise custo-eficácia serve para comparar programas apenas quando a sua aplicação é simples e os seus impactos são de natureza semelhante; (4) é baseada numa estimativa do impacto do programa em relação ao seu objetivo principal e apresenta a vantagem de produzir resultados de fácil compreensão; (5) A análise custo-eficácia deve ser usada em combinação com outras técnicas de análise económica, que permitam analisar os impactos de longo prazo no PIB e na competitividade.

Fonte: EC, 1999c, pág. 195-199

A análise de **Benchmarking** avalia a eficiência da intervenção através da comparação qualitativa com outra intervenção que tenha sido reconhecida como excecional. Através da análise comparativa, diversos efeitos podem ser tidos em conta e sintetizados. (EC, 1999c, pág. 193) Apresenta-se na tabela II.6.5.4.2 as principais características subjacentes à análise custo-benefício (Dreze e Stern, 1987; EC, 1999c):

Tabela II.6.5.4.2 Análise custo-benefício

ANÁLISE CUSTO-BENEFÍCIO	
Descrição	A análise custo benefício tem por finalidade determinar se a realização de um projeto é desejável do ponto de vista da sociedade como um todo. A técnica de análise tem em atenção e atribui um valor monetário para todos os efeitos positivos e negativos que o projeto tem sobre as diferentes componentes da sociedade, ao longo do projeto. É importante para validar a adequação do projeto, avaliar a sua viabilidade e também para avaliar as opções alternativas a fim de selecionar a solução mais adequada para a comunidade.
Objetivos	A análise custo-benefício é essencialmente utilizada para comparar todos os impactos de um projeto público durante o seu período de vigência, quando esses impactos, mesmo que sejam de uma grande diversidade, possam ser medidos em termos monetários.
Utilidade	Esta técnica é utilizada quando os impactos esperados de um projeto se estendem para lá da esfera privada, são diferenciados e têm implicações com uma população heterogénea. É realizado no âmbito de projetos que permitam a identificação de todos os destinatários com implicações diretas no programa, e em que todos os efeitos, mesmo que não estejam relacionados com o mercado, possam ser identificados e seja atribuído um valor

	monetário.
Etapas - Implementação	(1) Definição do projeto e do seu custo; (2) Identificação e quantificação física das vantagens e das desvantagens do projeto; (3) atribuição de um valor monetário para as vantagens e para as desvantagens; (4) avaliação do projeto.
Aplicação	A análise custo-benefício é aplicada na avaliação de projetos de grande dimensão. É uma obrigação regulamentar para a apreciação prévia dos grandes projetos europeus. É realizado pelos Estados-membros, que têm de apresentar a análise à CE antes de qualquer decisão de financiamento seja tomada.
Forças e limites de Uso	(1) Necessidade de clarificação dos impactos gerados pelo projeto; (2) Nem sempre é possível atribuir um valor credível e legítimo a certas vantagens e desvantagens; (3) Não tem diretamente em atenção os objetivos da política em vigor. Todas as vantagens e desvantagens são incluídas, sejam ou não importantes relativamente aos objetivos políticos; (4) Toda a complexidade de um grande projeto, o número de pessoas em causa, a definição dos impactos, o efeito indireto, faz com que a quantificação das vantagens e dos custos seja difícil; (5) O princípio da compensação não é aplicado. Na realidade a utilização desta técnica é, por conseguinte, retirada das construções teóricas puras, que servem como a sua justificação básica.

Fonte: EC, 1999c, pág. 207-212

II.7 Política e Estratégia do setor do Turismo em Portugal

As orientações políticas e as estratégias definidas para o setor do turismo em Portugal podem ser identificadas em vários documentos de natureza estratégica e política que, de uma forma direta ou indireta, se inter-relacionam. Esses documentos (DGT, 2002, 2000, 1999, 1998a, 1998b, 1998c; MCT, 1992, 1991; Programas do Governo do XIV ao XVIII Governo Constitucional; DR nº 225 de 24 de Setembro de 1993; DR nº 295 de 20 de Dezembro de 1993; DR nº 298 de 27 de Setembro de 1994; DR nº 71 de 23 de Março de 1996; DR n.º 299 de 27 de Dezembro de 1996; DR nº 293 de 20 de Dezembro de 1997; DR nº 301 de 31 de Dezembro de 1998; Lei nº 30-B/2000 de 29 de Setembro; SET, 1998, 1992) possuem uma linha de atuação com ligações entre si, integram as abordagens e programas da política de turismo definidas por diferentes governos, e a articulação com as políticas e estratégias definidas no quadro de integração e atuação comunitária, em particular no acesso ao financiamento da União Europeia, que se reflete nos Quadros Comunitários de Apoio que Portugal tem beneficiado.

Esta investigação não tem por objetivo realizar uma análise histórica da evolução das orientações políticas e de estratégia do setor do turismo em Portugal, contudo, importa identificar os documentos de política e estratégia que servem de suporte à política pública para o setor do

turismo, para que seja possível identificar as linhas orientadoras para o setor no período de 1994-2006, a que corresponde a análise do investimento realizado em Portugal por parte do setor privado. Nesse sentido, procedeu-se a uma recolha o mais exaustiva possível do universo dos documentos de política produzidos em Portugal na área do Turismo. Foi também tido em atenção diversos documentos e estudos que centram a sua análise na análise das políticas públicas para o setor do turismo e na territorialização dessas políticas, e dos quais se destacam, Costa, 2003, 2001; Fazenda, 2011; Figueiredo, 2010, 2005; Feio e Chorincas, 2009, Silva, 2009.

Considerando que o período de análise a que se refere esta investigação centra-se entre 1994-2006, a que corresponde a vigência do II e do III Quadro Comunitário de Apoio, importa, no entanto, situar e apresentar de uma forma sucinta as políticas e estratégias definidas a partir, principalmente, do período de Abril de 1974, marco histórico da democracia em Portugal. No período anterior ao 25 de Abril de 1974 não era atribuída muita importância ao setor do turismo e à definição de políticas e estratégias para este setor. Como refere Costa, «*Nos dois planos de fomento iniciais (1953-1964 e 1965-1967) não era feita nenhuma referência ao Turismo.*» (Costa, 1996, pág. 209)

A situação política vigente nesse período não dava particular atenção a este setor, estando a expansão do turismo centrada no setor privado. «*A expansão do turismo em Portugal baseou-se nas ações executadas por organizações do setor privado, sob as quais eram adicionadas estratégias por parte do governo de uma forma dispersa.*» (Costa, 1996, pág. 209), o que demonstra um total alheamento por parte do setor público na definição de uma política para o setor do turismo. «*A política oficial adotada pelo governo durante esta fase baseava-se no princípio de que as suas políticas não devem entrar em conflito com as decisões tomadas pelas organizações do setor privado.*» (Costa, 1996, pág. 209)

O período pós 25 de Abril de 1974 caracterizou-se por uma elevada instabilidade económica, política e social, tendo-se verificado a nacionalização de diversas empresas pertencentes ao setor bancário e dos seguros, do cimento e do papel entre outras. No entanto, o continuo crescimento do setor do turismo observado noutras regiões da Europa, aliado ao aumento do número de entradas de visitantes internacionais em Portugal, fez com que o governo português começasse a dar uma maior atenção ao turismo.

Como refere Costa, «Foi apenas a meio da década 80, que pela primeira vez, foi implementado um Plano Nacional do Turismo, o que demonstra uma crescente sensibilidade do governo para coincidir a expansão do turismo com a disponibilidade de recursos e a capacidade de sustentação das áreas destino.» (Costa, 1996, pág. 224).

O Plano Nacional de Turismo 1986-89 constitui-se como o primeiro plano, documento estratégico, elaborado em Portugal para o setor do turismo. Silva, refere que, «O Plano Nacional de Turismo (1986/89) constituiu o primeiro documento de reflexão estratégica integrada do setor do turismo em Portugal desde a década de 80. (...) Este Plano estabelecia orientações gerais para o desenvolvimento do turismo em Portugal, criava bases territoriais ligadas a um eventual ordenamento turístico e fixava objetivos setoriais.» (Silva, 2009, pág. 411)

Em 1991, foi publicado o Livro Branco do Turismo que apresentou uma análise da evolução do Turismo em Portugal, em termos da oferta e da procura, e do setor empresarial que o integra, apresentando também as decisões tomadas pelas organizações do setor público e privado no período antecedente. Foi também criado neste período um programa específico de investimento para o setor do turismo, o SIFIT. (Costa, 1996)

Os períodos que antecedem e em que decorrem a vigência dos Quadros Comunitários de Apoio (QCA), período de 1994-1999 e de 2000-2006, evidenciam-se pelo número e diversidade de publicações na área da política, estratégia e investimento no setor do Turismo. A esta situação não é alheio o facto de o governo Português ter a obrigatoriedade de apresentar com alguma antecedência documentos de análise e prospeção, de política e estratégia, e de medidas e ações quantificáveis à União Europeia, para a candidatura aos QCA, aos quais se associa um programa de investimento para os diversos setores, e neste caso em particular, para o setor do turismo.

Da mesma forma, observa-se nos períodos de encerramento dos Quadros Comunitários de Apoio, para além da publicação dos relatórios de execução e encerramento dos programas obrigatórios no âmbito dos QCA, a publicação de documentos avulsos na área do planeamento, política e estratégia para o setor do turismo, que pretendem refletir e retirar conclusões sobre o trabalho desenvolvido, sobre as medidas e ações aplicadas, nos períodos de vigência dos Quadros Comunitários de Apoio. Esta situação vai de encontro às medidas preconizadas pela União Europeia em matéria de avaliação das políticas públicas analisadas na seção anterior.

Apesar da obrigatoriedade de apresentação dos relatórios de execução e encerramento dos Quadros Comunitários de Apoio, refira-se que se observa em Portugal uma diversificação de publicações para além das obrigatórias, o que demonstra que não será pela insuficiência / número reduzido de publicações que o setor do turismo em Portugal não atinge melhores índices de crescimento e desenvolvimento, e que não se resolvem e/ou minimizam os problemas estruturais do setor.

A pesquisa realizada sobre os principais documentos de política e estratégia para o setor do turismo permitiu identificar 3 áreas principais na qual se podem agrupar os documentos identificados: (1) documentos gerais sobre política e estratégia para o setor do turismo preparados no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio; (2) documentos de política e estratégia específicos para o setor do turismo; (3) Grandes Opções do Plano para o período de 1990-2006.

Os documentos que enquadram e operacionalizam a política e estratégia no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio (II QCA e III QCA) e que integram o grupo 1 identificado no parágrafo anterior, apresentam a estratégia para o setor do turismo de uma forma mais geral e abrangente. Refletem habitualmente as medidas de política inseridas nas Grandes Opções do Plano (GOP), documento que serve de suporte estratégico à elaboração do orçamento de Estado. Apresentam-se na tabela seguinte os documentos que se enquadram neste grupo.

Tabela II.7.1 Documentos de Política e Estratégia no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio

POLÍTICA E ESTRATÉGIA DEFINIDA NO ÂMBITO DOS QUADROS COMUNITÁRIOS DE APOIO	
II QCA	III QCA
Análise Económica e Social	Análise Económica e Social 2000-2006
Opções Estratégicas para Portugal	Opções Estratégicas 2000-2006
Plano de Desenvolvimento Regional 1994-1999	Plano de Desenvolvimento Regional 2000-2006
II Quadro Comunitário de Apoio	III Quadro Comunitário de Apoio
Programa Modernização do Tecido Económico	Programa Operacional de Economia (POE)
Um Olhar sobre o QCA II	PRIME

Enquanto que estes documentos definem o âmbito e a forma de intervenção da política do turismo em Portugal ao nível dos Quadros Comunitários de Apoio, outros documentos e que integram o grupo 2 definido, constituem-se como elementos centrais da política, estratégia e

linhas de ação definidas para o período em análise. De entre estes documentos devem salientarem-se os seguintes:

Apresentam-se de seguida a análise de alguns dos documentos mais relevantes, elaborados no período de 1990 a 2006, descrevendo de uma forma breve e sistematizada o que cada um desses documentos preconizava para o setor do Turismo em Portugal. A análise que se apresenta de seguida oferece um conjunto de ideias centrais sobre os objetivos, estratégias e conteúdo de política para a área do turismo.

Tabela II.7.2 Documentos de Política e Estratégia específicos para o setor do Turismo

DOCUMENTOS DE POLÍTICA E ESTRATÉGIA ESPECÍFICOS PARA O SETOR DO TURISMO	
1.	Plano Nacional do Turismo 1986-89
2.	Livro Branco do Turismo, MCT, 1991
3.	As Políticas do Turismo para os Anos 90, DGT
4.	Turismo – Estratégia de desenvolvimento e quadro de apoio financeiro, MCT, 1992
5.	Plano de Médio Prazo 1994-1997, SET, 1992
6.	Linhas Orientadoras para a Política de Turismo em Portugal, SET, 1998
7.	Plano Estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha, DGT, 1998
8.	Reunião dos Responsáveis Governamentais de Turismo da UE
9.	Turismo em Portugal – Política, estratégia e instrumentos de intervenção, ME, 2002
10.	Plano de Desenvolvimento do Setor do Turismo, CM, 2003

Fonte: Baseado em Fazenda, 2011; Silva, 2009

O documento *‘Turismo – Estratégia de desenvolvimento e quadro de apoio financeiro’* elaborado pelo Ministério do Comércio e Turismo em 1992 (MCT, 1992), «engloba um conjunto de ações estruturantes, as quais resultaram do cruzamento das linhas de política definidas no Livro Branco com a criação de um quadro financeiro de apoio ao investimento no setor.» (Silva, 2009, pág. 412)

Esse documento realiza um diagnóstico do setor do turismo, apontando os desequilíbrios estruturais observados no setor, e define uma estratégia baseada em quatro vetores: (i) aumento da qualidade da oferta; (ii) diversificação de produtos; (iii) diversificação de mercados; (iv) qualificação dos recursos humanos. Os vetores definidos, servem, posteriormente, de suporte à elaboração do *Plano de Médio Prazo 1994-1997*, realizado pela Secretaria de Estado do Turismo em 1992, que, por sua vez, está na base da estratégia e do programa de investimento definido

para o II Quadro Comunitário de Apoio (1994-1999), que se constitui como a operacionalização da política (SET, 1992).

Outro documento particularmente importante e que está na base da preparação da candidatura ao novo Quadro Comunitário de Apoio (III QCA – período de 2000 a 2006) intitula-se *‘Linhas Orientadoras para a política de turismo em Portugal’*, realizado pela Secretaria de Estado do Turismo em 1998. Este documento teve por objetivo definir uma nova orientação estratégica, tendo definido as seguintes políticas de intervenção prioritárias: (1) Reorganização institucional; (2) Ensino e formação profissional; (3) Articulação com o ordenamento do território e planeamento turístico regional e local; (4) Articulação com o ambiente e recursos naturais; (5) Articulação com a cultura; (6) Articulação de políticas noutros domínios; (7) Hotelaria; (8) Restauração e similares; (9) Alojamento não classificado; (10) Animação turística; (11) Sinalização e informação turística; (12) Marketing (SET, 1998).

O documento em questão realiza um diagnóstico estratégico interno, onde apresenta as vantagens comparativas e pontos fortes, bem como os principais problemas e pontos fracos do setor do Turismo em Portugal. Define as grandes opções e questões chave para o setor do turismo, e aborda o enquadramento internacional em termos das (i) tendências da procura; (ii) da globalização e da concorrência internacional; (iii) das novas tecnologias; (iv) da oferta; e (v) da distribuição. Define também os objetivos gerais e domínios da política de turismo para o médio e longo prazo: (1) Reforço dos benefícios do turismo no contexto nacional (económico; social; territorial; patrimonial); (2) Atenuação dos estrangulamentos estruturais (capital humano; administração pública; organização da oferta/procura; alojamento não classificado; distribuição; promoção); (3) Desenvolvimento sustentável do turismo (planeamento turístico integrado; ordenamento do território; ambiente) (SET, 1998).

Existem outros documentos de política e estratégia realizados no período em análise importantes para a definição da política de turismo em Portugal, contudo, revelam-se de uma maior especificidade. Em 1998, e no seguimento das *‘Linhas Orientadoras para a política de Turismo em Portugal’* foi realizado o *‘Plano Estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha’*, «o qual incidiu sobre o diagnóstico estratégico, a definição de objetivos e a formulação estratégica, isolando-se o mercado interno em relação ao mercado emissor de Espanha.» (Silva, 2009, pág. 414). Outro documento elaborado no ano 2000, intitula-se *‘Reunião de Responsáveis Governamentais*

de Turismo da UE’, na sequência da reunião de responsáveis de turismo dos Governos da União Europeia, organizada no quadro da Presidência Portuguesa da União Europeia, a 11 de Maio de 1999 em Vilamoura (DGT, 2000, 1998a, 1998b, 1998c).

No que se refere à sua importância para esta investigação, releve-se a importância do *‘Plano Estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha’*, no qual é realizado um (i) diagnóstico ao mercado interno identificando os principais constrangimentos; (ii) onde se definem objetivos específicos para este mercado; e (iii) onde se apresentam os principais domínios de intervenção (DGT, 1998a, 1998b, 1998c). As orientações estratégicas definidas neste plano foram, por sua vez, integradas noutro documento central na análise da política e estratégia para o setor do turismo, denominado, *‘Turismo em Portugal – Política, estratégia e instrumentos de intervenção’*, elaborado em 2002, pela Secretaria de Estado do Turismo (DGT, 2002).

O documento *‘Turismo em Portugal – Política, estratégia e instrumentos de intervenção’* «ratifica as bases da política nacional do turismo em Portugal e enquadra o lançamento do Plano de Consolidação do Turismo (Resolução do Conselho de Ministros n.º 12/2002, de 24/01), o qual possuía como instrumentos de financiamento o Programa Operacional de Economia (2000/06), o Programa Nacional de Formação ‘Melhor Turismo’ (2000/06) e o Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo (2002/04).» (Silva, 2009, pág. 414)

No entanto, este documento é particularmente importante, na medida em que evidencia uma alteração de orientação política e estratégica, centrada anteriormente numa atuação sobre a procura, e agora incidindo também numa atuação em termos da oferta de turismo. «As orientações estratégicas passaram a incidir sobre a organização e hierarquização de produtos, a aposta no planeamento integrado, o cruzamento com as políticas de ordenamento do território, a definição de regras de preservação ambiental e de sustentabilidade, o desenvolvimento de um sistema integrado de qualidade para o turismo português, o fortalecimento do tecido empresarial, o apoio às PME, a qualificação dos recursos humanos, o fomento das parcerias público-privadas e a aposta nas novas tecnologias.» (Silva, 2009, pág. 414)

Posteriormente, em 2003, com as alterações decorrentes a nível governativo e a preparação do Programa para a Produtividade e o Crescimento da Economia (PPCE), foram definidas novas orientações políticas inseridas no *Plano de Desenvolvimento do Setor do Turismo*, criado através

da Resolução do Conselho de Ministros n.º 97/2003 de 01 de Agosto. Pretendia-se que o setor do turismo se tornasse num dos eixos centrais do modelo de desenvolvimento económico em Portugal. Este programa incluía «um conjunto de 40 medidas repartidas pelos seguintes eixos de intervenção: dinamização e estruturação da oferta, dinamização da procura, reforma da organização institucional, e reforço da informação e do conhecimento sobre o setor do turismo.» (Silva, 2009, pág. 415)

As Grandes Opções do Plano (GOP) constituem-se, seguramente, como os documentos de política publicados pelo governo de uma forma regular e anual. A elaboração das Grandes Opções do Plano (GOP) antecede a aprovação do Orçamento do Estado para o ano seguinte, e pretendem servir de base à política e estratégia, e à definição de medidas e ações para os vários setores da economia nacional onde se inclui o setor do turismo. As Grandes Opções do Plano (GOP) integram a estrutura do planeamento económico e social nacional e fundamentam a orientação estratégica da política de desenvolvimento económico e social (Programas do Governo do XIV ao XVIII Governo Constitucional; DR n.º 225 de 24 de Setembro de 1993; DR n.º 295 de 20 de Dezembro de 1993; DR n.º 298 de 27 de Setembro de 1994; DR n.º 71 de 23 de Março de 1996; DR n.º 299 de 27 de Dezembro de 1996; DR n.º 293 de 20 de Dezembro de 1997; DR n.º 301 de 31 de Dezembro de 1998; Lei n.º 30-B/2000 de 29 de Setembro)

Pretende-se neste ponto analisar e avaliar as medidas e ações de política e estratégia definidas no âmbito das Grandes Opções do Plano pelos vários governos que têm assumido os destinos de Portugal. As conclusões retiradas da análise das Grandes Opções do Plano do período de 1990-2006 pretendem apresentar de uma forma sistematizada as principais orientações de política e estratégia, medidas e ações preconizadas e implementadas neste período para o setor do turismo.

As orientações de política e estratégia contêm as seguintes áreas de intervenção principais: (1) necessidade de se qualificar e diversificar as condições de oferta do setor; (2) apoio ao investimento empresarial para o aumento da competitividade; (3) melhorar a qualificação dos recursos humanos; (4) diversificar os produtos turísticos; (5) diversificar os mercados; (6) apoiar a internacionalização dos agentes económicos do setor; (7) ações para o aumento da eficiência e da eficácia da promoção; (8) definição e revisão do enquadramento legal do setor do turismo (Programas do Governo do XIV ao XVIII Governo Constitucional; DR n.º 225 de 24 de Setembro de 1993; DR n.º 295 de 20 de Dezembro de 1993; DR n.º 298 de 27 de Setembro de 1994; DR n.º 71 de 23 de Março de

1996; DR n.º 299 de 27 de Dezembro de 1996; DR n.º 293 de 20 de Dezembro de 1997; DR n.º 301 de 31 de Dezembro de 1998; Lei n.º 30-B/2000 de 29 de Setembro).

A atuação ao nível destas áreas de intervenção, teve como principal objetivo a atenuação dos estrangulamentos estruturais do setor, (i) receita média por turista e por dia; (ii) tempo médio de estada; (iii) sazonalidade; através do (1) aumentando a receita; (2) da melhoria e diversificação da qualidade da oferta do setor, e (3) da conquista de novos mercados.

II.8 Conclusão

O setor público desempenha um papel central no setor do turismo, na definição da política e estratégia para o setor, na implementação de medidas e ações que promovam o seu crescimento e desenvolvimento. A importância económica do turismo para o equilíbrio da balança de pagamentos, aumento do rendimento e criação de emprego, aliada à necessidade de o setor público criar condições para o crescimento e desenvolvimento do turismo através da disponibilização das infraestruturas básicas e equipamentos de suporte, justificam o envolvimento do setor público no turismo.

O envolvimento do setor público no turismo pode processar-se de diversas formas, desde a sua função de coordenação geral do setor, na preparação da política e estratégia e na coordenação entre os vários níveis de intervenção e planeamento. A função de legislação e regulamentação da própria atividade, face à necessidade de definir as regras de atuação e as áreas de intervenção em que o setor privado opera, para além de a sua função na área da educação e formação de pessoal qualificado que, também, deve ser tida em atenção, na medida em que, cabe ao setor público desenvolver programas de formação em estreita cooperação com o setor privado, para colmatar as necessidades do mercado.

Existem também outras funções fundamentais, nomeadamente a sua função de financiamento, função central nas suas duas vertentes, no que se refere, à criação de condições ao investimento em infraestruturas de apoio e de suporte (recolha de lixo, saneamento básico, etc.), e também, no estímulo ao desenvolvimento do setor do turismo através da disponibilização de incentivos financeiros. Nesse sentido é de grande importância uma outra função do setor público, a sua

função de planeamento, de forma a gerir criteriosamente os recursos e planear de uma forma adequada o crescimento e desenvolvimento do setor do turismo.

A intervenção do setor público no turismo pode ocorrer a três níveis, nacional, regional e local. A nível nacional é formulada a política nacional do turismo, em que se definem as estratégias e as medidas e ações a implementar. O nível regional que tem vindo a emergir, tendo em atenção a sua área de abrangência territorial que permite uma maior operacionalização e implementação das políticas definidas para além da questão do financiamento às empresas e às entidades regionais e locais, através dos Programas Setoriais e dos Programas Operacionais integrados nos Quadros Comunitários de Apoio. O outro nível de intervenção, o nível local constitui-se como muito importante, dado que, é também ao nível local que os impactes gerados pelo turismo mais se fazem sentir, na medida em que, é a este nível que se criam empregos, que se dinamizam as atividades económicas locais o que permite o fortalecimento da base económica local.

Face à importância do setor do turismo para a atividade económica é fundamental a definição de uma política e estratégia para o turismo é uma questão central a ter em atenção. Pretende-se que a política de turismo defina com rigor e de uma forma clara os objetivos que se pretendem atingir. A política definida deve ter em atenção as tendências de crescimento e desenvolvimento mais recentes, observadas no setor do turismo, deve ser uma política moderna e operativa capaz de solucionar aqueles que são os desequilíbrios estruturais do setor ou minimizando esses constrangimentos identificados.

Para que seja possível verificar se os objetivos da política e estratégia definidos atingem os objetivos propostos deve-se monitorizar as políticas definidas e proceder à sua avaliação. É fundamental proceder a uma avaliação rigorosa e cuidada da política definida, dada a responsabilidade que o setor público detém na gestão dos bens públicos. A avaliação permite, entre outras coisas, apoiar a tomada de decisão e corrigir os aspetos menos positivos identificados, para além da sua função de informação aos decisores e à sociedade em geral.

Para além disso, a avaliação deve ter em atenção um conjunto de critérios, das quais se devem destacar a sua relevância: importância da política definida; a sua eficácia: verificar se os objetivos traçados estão ser atingidos; a sua eficiência: face aos recursos disponibilizados, verificar se os

resultados obtidos são satisfatórios; e a sua utilidade: avaliar o impacto obtido face às necessidades da sociedade e às questões económicas.

A política e estratégia definida para o setor do turismo em Portugal encontra-se dispersa por uma diversidade de documentos. De facto, são vários os documentos que se referem às políticas e orientações estratégicas para o setor do turismo, o que por vezes dificulta a sua recolha e consulta e posterior sistematização e análise. Considera-se que as Grandes Opções do Plano, documento que define a orientação estratégica para o setor e define as medidas e ações a implementar deveria ser um documento mais abrangente que outros documentos consultados, entre os quais os programas definidos no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio, o que nem sempre se verifica.

No entanto, a análise realizada permite concluir que os documentos de política e estratégia elaborados para a área do turismo, e tendo em atenção o período em análise (1994-2006), *«contêm aqueles que são os principais domínios de intervenção de uma política que se pretende moderna e operativa para o setor do turismo.»* (Costa, 2001, pág. 8)

Uma análise comparativa com literatura publicada nesta área, *«permite verificar que em Portugal se tem vindo a introduzir na teoria e na prática da política do turismo um conjunto de ingredientes que dominam igualmente o vocabulário das preocupações de outros países com grande experiência, valor e investigação na área do turismo.»* (Costa, 2001, pág. 8)

Daqui se conclui que não é devido à política e estratégia definida para o setor do turismo que se podem encontrar justificações para a não resolução dos problemas centrais identificados para este setor, na medida em que, as estratégias definidas têm em atenção aquilo que são as principais linhas de ação que permitem uma política moderna e operativa para este setor.

No capítulo seguinte pretende-se analisar de uma forma pormenorizada o papel do setor privado na economia e no investimento no setor do turismo. Nesse sentido irá ter-se em atenção as principais características que definem as empresas que integram o setor do turismo e as atividades económicas onde se integram. Pretende-se, também, analisar as linhas de financiamento disponibilizadas por parte do setor público, através dos programas setoriais e dos programas operacionais, para o investimento do setor privado no turismo.

CAPÍTULO III

O investimento privado no setor do turismo

III.1 Introdução

O setor público e o setor privado desempenham um papel central, diferenciado, e ao mesmo tempo complementar, para o crescimento e desenvolvimento do setor do Turismo. As funções, níveis de intervenção e formas de atuação do setor público foram já ampla e pormenorizadamente analisadas no capítulo anterior. Pretende-se neste capítulo analisar o papel que o setor privado desempenha no setor do turismo e quais as suas principais características.

O setor do turismo é constituído maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, realidade que se observa ao nível do setor privado do turismo na União Europeia, e particularmente em Portugal. As pequenas e micro empresas desempenham um papel fundamental no fortalecimento da performance económica dos países, nomeadamente numa altura de desaceleração do crescimento económico. A capacidade de recuperação da economia dos países dependerá, em grande parte, do dinamismo e da rapidez destas empresas em responderem às oportunidades que surgem e na sua capacidade de adaptação e reestruturação às condicionantes do mercado.

Face à preponderância que detêm na estrutura empresarial do setor privado e na economia dos países, as empresas de pequena e micro dimensão constituem-se como uma importante área de investigação. Nesse sentido, irá apresentar-se o estado da arte desta área de investigação e as características que se têm vindo a evidenciar neste tipo de empresas. Importa também clarificar as características inerentes às empresas de pequena e micro dimensão, e aquilo que as diferencia das empresas de maior dimensão. Para isso, será dada particular atenção à definição de empresas, quais os indicadores a considerar, e as diferentes abordagens que se observam na literatura referente a esta área.

As principais características e potencialidades das empresas de pequena e micro dimensão na dinamização empresarial e no desenvolvimento dos territórios, e na identificação dos determinantes para o seu crescimento será uma das áreas em análise. Nesse sentido, irá ter-se atenção à rotatividade de empresas que se observa no setor empresarial e as implicações que esta situação pode originar em termos da economia e dinâmica empresarial.

Considerando a importância das empresas de pequena e micro dimensão na economia dos países e no setor do turismo importa também analisar os subsectores que integram a estrutura

empresarial do setor do turismo, e que pertencem à sua cadeia de valor. Pretende-se verificar se a estrutura e dimensão das empresas do setor do turismo é transversal aos vários subsectores que o compõem, ou se se observam diferenças entre subsectores em termos da estrutura e dimensão empresarial das empresas que o compõem.

Esta análise é particularmente importante, na medida em que, na definição da política e estratégia para o setor é fundamental conhecer as suas características e especificidades da estrutura empresarial do turismo para uma definição centrada e orientada da política a implementar. Será também efetuada uma análise rigorosa, segundo a estrutura da conta satélite do turismo, considerando os subsectores que integram a cadeia de valor, ao peso e importância de cada subsector da oferta e que integra o setor do turismo.

A política e estratégia definida pelo setor público para o turismo necessita de um mecanismo que permita a sua implementação. O setor público é responsável pela definição dos instrumentos financeiros que permitam a implementação das políticas definidas. Considerando que o principal objetivo das empresas do setor privado é a obtenção do lucro, o setor público pode e deve desempenhar um papel de dinamização e orientação do investimento do setor privado em determinadas regiões e/ou áreas que à partida este setor não teria interesse em investir, dado que se podem tratar de áreas menos desenvolvidas turisticamente e conseqüentemente menos atrativas ao investimento. Ou então, tendo por objetivo a aposta em produtos que carecem de um grande investimento de recursos e que também não seria atrativo para o investimento privado. Nesse sentido, a função de financiamento do setor público é central para uma adequada implementação da política e estratégia definida para o setor do turismo.

Pretende-se neste capítulo analisar a forma como a política e estratégia definida para o setor do turismo tem vindo a ser materializada em termos do financiamento disponibilizado, para o investimento do setor privado no turismo. Nesse sentido, irá analisar-se os instrumentos financeiros disponibilizados para o setor privado no período em análise nesta investigação, correspondente ao período de 1994 a 2006.

III.2 Investigação na área das empresas de pequena e micro dimensão

O crescente interesse em termos de investigação na área das empresas de pequena e micro dimensão deve-se ao reconhecimento crescente por parte dos investigadores e dos representantes dos governos dos países, da sua contribuição para a economia em termos da criação de rendimento, da criação de emprego e do fortalecimento da base económica local e na preservação dos recursos endógenos.

No entanto, «apesar do crescente interesse na área das empresas de pequena e micro dimensão a sua importância económica continua subestimada.» (Storey, 1990, pág.) Esta questão deve-se ao facto de se continuar a manter a tendência em considerar os pequenos negócios como tendo menor importância para a atividade económica, comparativamente aos negócios de grande dimensão. Outra razão prende-se com a considerável dificuldade em estimar o número de pequenos negócios. (Barkham et al, 1996; Costa, 2005; Curran and Blackburn, 2001, 1994; ETB, 2001; Getz e Carlsen, 2005; Storey, 1990)

No mesmo seguimento Thomas et al, referem que «As empresas de pequena e micro dimensão constituem-se como uma importante parte do sistema de turismo internacional, contudo, continuam a ser pouco estudadas.» (Thomas et al, 2011, pág. 972) De facto, apesar de representarem mais de 90% do número total de empresas que atuam no setor do turismo em termos internacionais, continua a não lhes ser atribuída a importância que possuem na criação de emprego, no desenvolvimento regional, na criação de rendimento, etc.

De acordo com alguns autores (Buhalis e Peters, 2006; Curran and Blackburn, 2001, 1994; Getz e Carlsen, 2005; Holloway, 2002; Morrison e Thomas, 2004; OECD, 2000; Thomas, 2000; Thomas et al, 2011; Storey, 1990; Wanhill, 2000; WTO, 2002b; Zhang et al, 2006), a investigação realizada na área das empresas de pequena e micro dimensão não se desenvolveu da forma que seria expectável, tendo evoluído muito mais lentamente do que seria esperado. Como refere Thomas et al, «A pesquisa académica sobre as empresas de pequena dimensão do setor do turismo desenvolveu-se muito mais lentamente do que se esperava há quinze ou vinte anos atrás.» (Thomas et al, 2011, pág. 963)

De facto, nesse período, surgiram várias iniciativas que pretendiam evidenciar a importância das empresas de pequena e micro dimensão, desde conferências internacionais (Buhalis, 2002;

Morrison, 2003; OECD, 2000); a criação de redes formais de investigação nesta área (Grupo Turismo ATLAS para o estudo das empresas de pequena dimensão); listas de discussão na internet que permitiam partilhar informação e debater assuntos em destaque, para além de uma diversidade de literatura sobre esta temática (Thomas et al, 2011, pág. 963)

A investigação realizada nesta área permite observar que, no entanto, surgem referências frequentes a empresas de pequena e micro dimensão na literatura existente. Essas referências têm por objetivo apresentar as principais características do setor evidenciando as suas principais vantagens, central para a criação de emprego (Getz et al, 2004; Wanhill, 2000), para a competitividade do destino (Jones & Haven-Tang, 2005; Novelli, Schmitz & Spencer, 2005; OCDE, 2008), no desenvolvimento económico (Andriotis, 2002; Armstrong e Taylor, 2000; Echtner, 2005; Joo e Rosentraub, 2009; Milne e Ateljevic, 2001; Tinsley & Lynch, 2001), na criação de redes de negócios (Breda et al, 2004a, 2004b; Buhalis e Peters, 2006; Costa, 2005; Nordin, 2003; Ozturk, 2009; Tremblay e Wegner, 2009), em termos de eficácia e eficiência (Audretsch, 1999; Mouzas, 2006), na inovação e empreendedorismo (Baldwin e Johnston, 1999; Buhalis, 2002; Jones e Tilley, 2003), no desenvolvimento sustentável (Fuller, Buultjens & Cumming, 2005; Hallenga-Brink e Brezet, 2005; Horobin & Long, 1996; WCED, 1987) para manter os estilos de vida específicos (Ateljevic & Dourne, 2000; Shaw & Williams, 2004), na criação de benefícios sociais significativos (Kokkranical & Morrison, 2002). Para além disso, as empresas de pequena dimensão do turismo têm sido objeto de intervenção de políticas locais, regionais e nacionais em diversas partes do mundo. (Ahn, 2001; Manyara e Jones, 2007; Nilsson, Petersen & Wanhill, 2005; Phelps, 1996; Rogerson, 2005, 2007; Thomas, 2000, 1995, 1994; Thomas e Thomas, 2006; Wanhill, 1996).

No entanto e apesar das frequentes referências que surgem na literatura, segundo Thomas et al, esta temática continua sub-teorizada e sub-pesquisada. «*Sub-teorizada, na medida em que, têm sido poucas as tentativas de explicar como as características dessas organizações podem ser entendidas (por exemplo, a sua génese, crescimento e a sua articulação com o restante ambiente socioeconómico em que se localiza) tentando apenas descrever as suas características e comportamentos.*» (Thomas et al, 2011, pág. 964)

A pouca relevância que tem sido dada ao debate e análise acerca do papel e da importância das empresas de pequena e micro dimensão, tem resultado em algumas afirmações que se vão perpetuando ao longo do tempo sem ninguém as questionar. Observe-se, por exemplo, a frequente referência ao facto de o setor do turismo ser constituído maioritariamente por

empresas de pequena e micro dimensão. Esta questão é, naturalmente, e em termos gerais precisa e correta, contudo, não é questionada a mínima possibilidade de não ser totalmente correta.

O mesmo se verifica relativamente à temática da criação de emprego e à importância ou não das empresas de grande dimensão na criação de um maior número de postos de trabalho. Não tem sido dada particular atenção ao debate sobre se a criação de postos de trabalho é impulsionada e dinamizada pelas empresas de pequena e micro dimensão, ou pelas empresas de grande dimensão. (Bridge, O'Neill, Crombie, 2008; Steinhoff e Burgess, 1993; Thomas, 2000)

De facto, é central para a definição e estratégia de política de turismo entender quais as dimensões de empresa criam mais emprego, de forma a avaliar que tipos de empresas se devem apoiar. Como é natural, na criação de uma empresa de grande dimensão criam-se também um elevado número de postos de trabalho, no entanto, numa situação de falência ou encerramento deste tipo de empresas o número de desempregados também é superior.

Enquanto que as empresas de pequena e micro dimensão, apesar de criarem menos postos de trabalho, podem absorver os recursos locais, e o encerramento de empresas de pequena e micro dimensão também não cria muitos desempregados. Esta questão também é particularmente importante numa situação económica difícil e de elevado desemprego, perceber quais os setores ou subsectores e quais as dimensões de empresa que se devem apoiar para solucionar o problema do desemprego.

A evidência de alguma escassez na investigação na área das empresas de pequena e micro dimensão, demonstra-se também no facto de não se analisarem os subsectores que integram a cadeia de valor do turismo. Ao não 'desconstruir' o setor do turismo não se analisam as semelhanças e as diferenças entre os subsectores do turismo, ou entre o turismo e outros subsectores da Economia. (Smith, 2006)

O setor do turismo inclui na sua cadeia de valor um conjunto de subsectores, cada um com as suas características e especificidades. É fundamental entender as características inerentes a cada subsector de forma a identificar as suas semelhanças e as suas diferenças, o que irá permitir uma correta aplicação e definição de estratégias para o setor do turismo.

A dificuldade em contabilizar o número de empresas que integram o grupo das empresas de pequena e micro dimensão constitui-se, também, como uma questão particularmente importante, o que torna difícil proceder a uma investigação adequada a este nível. «Como refere Curran and Blackburn, *«Uma das razões porque a investigação na área das empresas de pequena e micro dimensão apresentam problemas em termos da sua análise qualitativa, bem como uma maior dificuldade na influência sobre os decisores políticos prende-se com o facto de ser uma área difícil para o desenvolvimento da investigação.»* (Curran and Blackburn, 2001, pág. 5)

Esta situação deve-se em grande parte a alguma improvisação e concentração de tarefas que se verifica ao nível das empresas de pequena e micro dimensão, que não apresentam uma estrutura organizativa clara, dado que esta se encontra concentrada apenas numa pessoa, o dono do negócio. Para além disso, não se observam procedimentos de atuação claros, o que torna mais difícil avaliar a sua concretização e/ou implementação.

Como refere Curran e Blackburn, *«De facto, pode-se argumentar que as empresas de menor dimensão são realmente mais difíceis de estudar que as empresas de maior dimensão, dado que a sua atividade carece de estruturas e procedimentos claros, sendo mais difícil de medir e as proposições mais difíceis de testar.»* (Curran and Blackburn, 2001, pág. 5)

III.3 Definição de Micro, Pequenas e Médias Empresas

Dada a importância do setor privado no desenvolvimento e alavancagem do setor do turismo ao nível de diversas regiões é fundamental caracterizar o tipo de empresas que integram este setor. Para isso é central definir quais as dimensões de empresa que existem e quais as suas características e especificidades.

Na literatura existente sobre esta matéria, diversos autores (Thomas et al, 2011; Costa, 2005; Curran e Blackburn, 2001, 1994; ETB, 2001; OECD, 2000b; Thomas, 2000; Storey, 1990) têm vindo a apontar a enorme dificuldades que existe na definição de empresas de micro, pequena e média dimensão, dado que continua a não existir uma definição única, uniformemente aceitável, de uma pequena empresa. Investigação realizada nesta área permite identificar uma

diversidade de definições de empresas de menor dimensão, justificada pelos seus autores na base daquilo que são os seus projetos individuais.

Investigação realizada nesta área permite identificar alguns estudos que tinham por objetivo encontrar uma definição comum para empresas de micro, pequena e média dimensão. Um desses estudos, coordenado por Storey permitiu que um conjunto de académicos e investigadores Britânicos analisassem as diferenças qualitativas entre empresas de grande, média e pequena dimensão do setor do turismo, e permitiu identificar um conjunto de aspetos que as distinguem: (i) a noção de incerteza; (ii) a abordagem à inovação; (iii) a probabilidade de mudança; (iv) e a necessidade de capital.

Uma das principais diferenças apresentadas prende-se com a noção de incerteza entre as duas categorias de empresa. Para este autor, as empresas de menor dimensão enfrentam uma maior incerteza em termos do mercado, dada a sua limitada base de clientes. Para além disso, dada a ligação do 'dono' ao negócio, a possibilidade de ocorrerem conflitos internos entre as partes interessadas e os gestores desaparece, situações que por vezes surgem ao nível das empresas de maior dimensão. As empresas de menor dimensão apresentam uma maior consistência interna, em termos das suas ações e motivações comparativamente às empresas de maior dimensão.

Storey (1994) refere também que as empresas de grande dimensão e as empresas de menor dimensão diferem na sua abordagem à inovação. Embora as empresas de menor dimensão não sejam suscetíveis ao investimento na área da investigação, sugere-se que este tipo de empresas tenham maior disponibilidade para responder aos nichos de mercado. (in Thomas, 2000, pág. 347).

Dado que não têm capacidade para concorrer com as empresas de maior dimensão em termos de preço, a aposta em produtos diferenciados, direcionados às necessidades dos clientes e a aposta em produtos de nicho de mercado, permite a estas empresas inovarem na apresentação e disponibilização do produto.

A terceira diferença apontada por Storey (1990) prende-se com a probabilidade de mudança em empresas de menor dimensão. Refere-se, neste caso, a alterações significativas que podem ocorrer em termos de estrutura, organização e gestão, caso se registe um crescimento das empresas de menor dimensão (in Thomas, 2000, pág. 347). Considerando uma perspetiva de

crescimento das empresas de menor dimensão, as alterações que podem ocorrer em termos de estrutura, organização e gestão serão muito mais evidentes do que num caso em que se observa um crescimento nas empresas de grande dimensão. (ETB, 2001; OECD, 2000b)

A necessidade de capital constitui-se como outra questão importante. Burn (1996) assinala que as restrições financeiras impostas às empresas de pequena dimensão implica que as suas opções estratégicas se circunscrevam à disponibilidade de capital. Para além disso, Dewhurst e Burns (1993) referem que as empresas de menor dimensão vão operar de forma distinta, como resultado, de não terem gestores especializados para as diversas atividades funcionais de empresa. (in Thomas, 2000, pág. 347)

A questão da disponibilidade de capital e disponibilização de financiamento é central para as empresas de pequena e micro dimensão, que na maior parte dos casos possuem escassos recursos financeiros e os entraves à disponibilização de capital por parte do setor bancário são enormes.

Muitas das diferenças identificadas entre as empresas de grande dimensão e as empresas de menor dimensão podem também ser aplicadas ao setor do turismo: (i) a incerteza enfrentada pelas empresas de menor dimensão e a forma como respondem a essas incertezas; (ii) as suas diferentes abordagens à inovação; (iii) a necessidade de uma estrutura de gestão caso as empresas cresçam; (iv) e a disponibilidade de capital. (Armstrong e Taylor, 2000; Costa, 2005; ETB, 2001; Jones e Tilley, 2003; OECD, 2000b)

Curran e Blackburn, referem que existe uma grande variedade de definições que alteram de acordo com a atividade económica que se considera e com os aspetos específicos de cada estudo. Para estes autores *«Os governos dos países e a própria legislação existente usam uma grande variedade de definições de acordo com a situação que lhes é apresentada. Investigadores da área desenvolveram, da mesma forma, uma grande variedade de definições de acordo com a atividade económica e com os aspetos em estudo.»* (Curran e Blackburn, 1994, pág. 53)

Tendo presente este aspeto, pode-se, no entanto, considerar que existem duas abordagens básicas, normalmente utilizadas, para definir de uma forma adequada pequenas e médias empresas. Uma primeira abordagem poderá considerar determinados aspetos qualitativos.

Este tipo de abordagem procura encontrar significados, opiniões e comportamentos que distinguem uma micro, pequena e média empresa, de uma grande empresa (Costa, 2005; Curran e Blackburn, 1994; ETB, 2001; Storey, 1990).

Uma outra abordagem poderá ter em consideração aspetos quantitativos. Este tipo de definição procura posicionar as micro, pequenas e médias empresas dentro de determinados limites assinalados, em termos do número de empregados, volume de negócios, ou outras medidas quantitativas que pareçam adequadas (Costa, 2005; Curran e Blackburn, 2001; 1994; ETB, 2001; OECD, 2000b; Storey, 1990).

Podem-se então distinguir dois tipos de abordagens para a definição de empresas, uma abordagem qualitativa que se centra em opiniões e comportamentos, e uma abordagem quantitativa que se centra na análise de indicadores como o volume de negócios e o número de pessoas empregadas.

Relativamente às abordagens qualitativas, uma das definições mais conhecidas é apresentada pelo Comité Bolton. Esta definição combina três elementos fundamentais *«Em primeiro lugar, e em termos económicos, uma pequena empresa tem em termos relativos uma pequena quota de mercado. Em segundo lugar, uma característica essencial de uma pequena empresa é que é gerida pelos seus donos de uma forma personalizada e não através de uma estrutura formal, de gestão média. Em terceiro lugar, também é independente no sentido de que não faz parte de uma grande empresa, e os seus donos/gestores são livres do controlo exterior ao tomar as grandes decisões.»* (Curran e Blackburn, 2001, pág. 12-13)

Contudo, esta definição apresenta algumas dificuldades de operacionalização, dado que as características que apresenta e podem definir uma empresa de pequena e micro dimensão apresentam alguma subjetividade e dependem de empresa para empresa, apesar de se considerarem como características mais frequentes nas empresas de pequena e micro dimensão.

As definições quantitativas, contrariamente às definições qualitativas, são vistas como objetivas e passíveis de tratamento estatístico. As definições quantitativas são também do agrado dos decisores políticos, dado que se consideram mais objetivas e transparentes. (Curran e Blackburn, 2001). A este nível, identificam-se dois indicadores que permitem definir a dimensão de empresa: (i) o número de pessoas empregadas; e o (ii) volume de negócios (Costa,

2005; ETB, 2001; OECD, 2003b). As definições baseadas no número de pessoas empregadas são extremamente populares entre os investigadores e decisores políticos, dada a sua aparente sensibilidade e interligação com o emprego, e para além disso, tratar-se de um indicador quantitativo. (Curran e Blackburn, 2001, pág. 9)

No entanto, as definições de dimensão de empresa baseadas no número de pessoas empregadas devem ser tidas em conta face a algumas desvantagens que apresentam: (i) A mais óbvia prende-se com o facto das medidas de emprego estarem muito dependentes do setor em questão; (ii) outra questão prende-se com a aparente sensibilidade do indicador número de pessoas empregadas como medida da dimensão de empresa está a tornar-se cada vez mais problemática em termos práticos. O emprego em full-time está a tornar-se cada vez menos comum, com os trabalhadores em part-time, temporários ou casuais, ou até mesmo os trabalhadores independentes a serem mais utilizados pelos empregadores. (iii) O indicador que mede a dimensão, como o número de pessoas empregadas é também difícil de utilizar em áreas em que o emprego em part-time, temporário ou casual não está uniformemente distribuído nas diversas dimensões de empresa em análise. (Costa, 2005; Curran e Blackburn, 2001, 1994; ETB, 2001; OECD, 2000b)

Portanto, a utilização do indicador número de pessoas empregadas como unidade de medida para definir dimensão de empresa apresenta limitações, devendo ser usado com algum cuidado. De facto, a maior parte das vezes, o número de empregados é utilizado como único critério, no entanto, considera-se que este critério não deve ser utilizado isoladamente, já que, por exemplo, este número limite varia entre os diversos países. O número limite de empregados utilizado mais frequentemente, na União Europeia, para designar pequena e média empresa é 250 empregados (CE, 2003; EC, 2003a). No entanto, alguns países utilizam como limite 200 empregados. Nos Estados Unidos, considera-se pequena e média empresa até 500 empregados. No entanto, *Tilley*, por exemplo, refere que, «*embora o uso do indicador número de empregados como forma de medir o tamanho de uma empresa pode criar algumas anomalias, este indicador é o mais conveniente e mais facilmente entendido*» (Jones and Tilley, 2003)

No que se refere às definições baseadas no volume de negócios, estas apresentam os mesmos problemas das definições baseadas no indicador número de pessoas empregadas: (i) Um dos maiores problemas prende-se com a dificuldade em saber/identificar o volume de negócios da

empresa; (ii) O uso de diferentes indicadores e práticas de gestão financeira que posteriormente não permitem a comparação de dados; (iii) Existência de dados precisos sobre o volume de negócios e dificuldades em disponibilizar informações precisas para os investigadores; (iv) Relutância por parte dos gestores e/ou proprietários em fornecer dados sobre o volume de negócios, dado que consideram os dados pessoais, e receiam que esse tipo de informação possa chegar aos seus concorrentes. (Costa, 2005; Curran e Blackburn, 2001, 1994; ETB, 2001; OECD, 2000b; Storey, 1990)

Ao longo dos últimos anos têm-se vindo a registar tentativas ocasionais de criar definições fundamentadas de empresas de pequena e micro dimensão, no entanto, continuam a subsistir dificuldades em elaborar uma definição única, amplamente aceite, dado que se continuam a registar diferenças em termos dos indicadores que definem a dimensão de empresa ao nível dos vários continentes, como a África, a Austrália, a Europa e os Estados Unidos.

Na Europa, e de forma a cumprir com o imperativo de facilitar a comparação entre setores e estados membros, a Comissão Europeia adotou uma definição comum para empresas de pequena e média dimensão, utilizada para todos os programas da UE, o que tem dado maior evidência e aceitação a esta definição. Tendo também em atenção, as possíveis abordagens utilizadas para a definição de micro, pequenas e médias empresas aqui analisadas, considera-se que a abordagem mais completa e correta, é aquela que consegue agregar na definição de micro, pequena e média empresa, os aspetos qualitativos que caracterizam estas empresas, bem como os aspetos quantitativos.

Segundo o Projeto de Recomendação da Comissão que altera a Recomendação 96/280/CE relativa à definição de pequenas e médias empresas, *«considera-se empresa qualquer entidade que, independentemente da sua forma jurídica, exerça uma atividade económica. São, nomeadamente, consideradas como tal as entidades que exerçam uma atividade artesanal ou outras atividades a título individual ou familiar, as sociedades de pessoas ou as associações que exerçam uma atividade económica»*. (EC, 2003a, pág. 36)

Considera-se uma **empresa de média dimensão** uma empresa que: (i) emprega menos de 250 trabalhadores; (ii) cujo volume de negócios anual não excede 50 milhões de Euros ou cujo balanço total anual não excede 43 milhões de Euros; (iii) e que não faz parte de um grupo de empresas associadas nem faz parte de um grupo de empresas associadas que preencha as condições previstas nas alíneas (i) e (ii). (CE, 2003; EC, 2003a)

Uma **pequena empresa**: (i) emprega menos de 50 trabalhadores; (ii) e cujo volume de negócios anual não excede 9 milhões de Euros ou cujo balanço total anual não excede 10 milhões de Euros; (iii) e que não faz parte de um grupo de empresas associadas nem faz parte de um grupo de empresas associadas que preencha as condições previstas nas alíneas (i) e (ii). (CE, 2003; EC, 2003a)

Define-se como **micro empresa** a empresa que: (i) emprega menos de 10 trabalhadores; (ii) e cujo volume de negócios anual não excede 1 milhão de Euros ou cujo balanço total anual não excede 1,4 milhões de Euros; (iii) e que não faz parte de um grupo de empresas associadas, nem faz parte de um grupo de empresas associadas que preencha as condições previstas nas alíneas (i) e (ii). (CE, 2003; EC, 2003a)

III.4 Especificidades e dinâmica empresarial das empresas de pequena e micro dimensão

As especificidades e características intrínsecas às empresas de micro, pequena e média dimensão estão a ganhar força e a evidenciar-se na agenda da discussão política nos últimos anos. É fundamental conhecer a dinâmica e as características deste tipo de empresas de forma a articular e adequar a definição de políticas e estratégias para a dinamização e fortalecimento do setor privado do turismo. (Costa, 2005; Graetz e Becton, 2001; Hall, 1995; IFT, 2002; Masschelein e Buyten, 2002; Nilson et al, 2005; Nordin, 2003; Phelps, 1996; Rogerson, 2007, 2005; Thomas, 1995, 1994; Thomas e Thomas, 2006)

No que se refere ao setor do turismo, as empresas de micro, pequena e média dimensão são responsáveis por uma proporção considerável da produção económica, criando rendimento e postos de trabalho, fortalecendo a base económica regional e local, preservando os recursos endógenos, particularmente nas regiões periféricas e insulares. (Buhalis e Peters, 2006; Caniels, 2000; Danson, 1996; Haddad et al, 2011; Keilbach, 2000; Steinhoff e Burgess, 1993; Thomas, 2000; Trembley e Wegner, 2009)

Investigação realizada nesta área evidencia a importância e a preponderância das empresas de micro, pequena e média dimensão, de um ponto de vista económico, social e territorial (Audretsch, 1999; Buhalis e Peters, 2006; Jones e Tilley, 2003; Masschelein e Buyten, 2002; Milne e

Ateljevic, 2001; Mouzas, 2006; Schumacher, 1973; Tyrrel e Johnston, 2006; Wanhill, 1996, 2000). Para Buhalis e Peters (2006) as empresas de micro, pequena e média dimensão apresentam um conjunto de vantagens onde se destacam:

- (1) Dinamizam o desenvolvimento regional;
- (2) Impulsionam a inovação e o crescimento fornecendo um fluxo contínuo de novas ideias, conceitos, produtos e recursos;
- (3) Empregam estratégias de especialização flexíveis para aumentar a competitividade;
- (4) Constituem-se como o ambiente propício à aprendizagem dos empreendedores;
- (5) São mais sensíveis e recetivas às mudanças do mercado comparativamente às empresas de grande dimensão. Adaptam-se e alteram-se rapidamente dado que não possuem hierarquias;
- (6) O trabalho independente pode reduzir o desemprego, particularmente em grupos sociais sub privilegiados (ex: minorias étnicas; jovens com pouca instrução; gerentes a meio da carreira profissional; mulheres desempregadas a tentar entrar no mercado de trabalho após a gravidez;)
- (7) Criam clusters de criação de valor para as regiões e incrementam os efeitos multiplicadores;
- (8) A maioria dos benefícios económicos gerados pelas PME permanecem na região em vez de serem 'exportados';
- (9) Preservam o carácter e cultura local utilizando os recursos locais;
- (10) Os proprietários/gerentes são auto-motivados para sobreviver possuindo incentivos superiores para o trabalho duro e inteligente.

Estas vantagens proporcionadas pelas empresas de micro, pequena e média dimensão advêm de um conjunto de características e especificidades que lhe são inerentes. Entre estas características destacam-se, em primeiro lugar, a capacidade de os proprietários, dada a reduzida dimensão da empresa terem a capacidade de desenvolver relações especiais e pessoais com os clientes. (Morrison, 1994; Morrison et al, 1999) Esta situação permite uma maior fidelização, proximidade e serviço personalizado indo de encontro às necessidades específicas de cada cliente.

Para além disso, aquilo que poderá faltar às empresas de micro, pequena e média dimensão em termos do controlo de qualidade e standardização conseguem complementar em flexibilidade, aposta em mercados de nicho e serviços personalizados, indo de encontro às necessidades específicas de cada cliente. Têm, também, a capacidade de usar a rede de contactos locais e a informação para produzir e distribuir serviços/produtos integrados, procurados por clientes individuais. O produto pode ser personalizado no imediato, de acordo

com os requisitos do cliente, proporcionando uma experiência única e personalizada para cada indivíduo. (Buhalis e Peters, 2006)

A flexibilidade e habilidade das empresas de pequena e micro dimensão para ocupar e desenvolver nichos de mercado representa outra área a ter em atenção. Esta capacidade de adaptação e flexibilização permite um melhor ajustamento e estratégia de sobrevivência para estas empresas em períodos de flutuação da procura. (Burns, 2006; Hall, 1995; Geroski, 1995; Getz et al, 2004; Shumacher, 1973; Steinhoff e Burgess, 1993)

Circunstâncias económicas difíceis podem ‘acabar’ com milhares de empresas de pequena e micro dimensão existentes, mas muitas mais empresas estarão prontas para as substituir, trazendo novos produtos, novas ideias, novas pessoas e novas energias para preencher as lacunas deixadas pelas empresas que fecharam ou não sobreviveram. Como refere Costa, «As empresas valem por aquilo que representam na prática, e tal pode ser explicado por um ou vários dos seguintes elementos: (i) valor do que produzem; (ii) emprego que geram e que ajudam a criar; (iii) capacidade para criar e difundir conhecimento; (iv) competência e capacidade para inovar; (v) capacidade para crescer; (vi) competência e capacidade para influenciar o meio que as rodeia; (vii) mais-valias que proporcionam aos seus acionistas; (viii) contributo que dão à sociedade em geral.» (Costa, 2001, pág. 74)

O compromisso absoluto por parte dos proprietários (considerando a sua ligação ao negócio dado que são mais do que gestores) tem dado às empresas de pequena e micro dimensão uma vantagem em muitos setores. (Lin e Wall, 2006; Steinhoff e Burgess, 1993) O conceito de propriedade, de ligação afetiva ao negócio permite que os seus proprietários e/ou gestores dediquem todo o seu tempo à viabilização e crescimento do seu negócio, encarando as pequenas vitórias ou derrotas como se da sua vida se tratasse.

As empresas de pequena e micro dimensão são de particular importância em países ou regiões que não conseguem atrair ou que não querem atrair multinacionais. Num Mundo a crescer mais lentamente com a escalada do desemprego, tem havido um reduzido investimento por parte das empresas multinacionais, e os decisores políticos têm tido a necessidade de procurar dinamizar o aparecimento de oportunidades de emprego e o crescimento de novos negócios, em empresas de reduzida dimensão e estrutura familiar. (Armstrong e Taylor, 2000; Getz e Carlsen, 2005; Getz et al, 2004; Lin e Wall, 2006)

A importância das empresas de pequena e micro dimensão para as economias regionais revela-se também como uma questão importante. A mais recente evidência regional na performance de crescimento das empresas de menor dimensão (Gudgin et al, 1989; Hart et al, 1993a), considerando em conjunto as variações geográficas nas taxas de formação/constituição de novas empresas (Hart, Harrison e Gallaghn, 1993b) indica que ao longo de vários períodos de tempo se observaram diferenças significativas na capacidade de certas regiões para gerar um número suficiente de empresas de pequena dimensão de sucesso. (Danson, 1996; Haddad et al, 2011; Keilbach, 2000)

Uma das principais questões abordadas foi até que ponto/extensão as características do proprietário-gestor ou o decisor político pode influenciar o crescimento. As características em questão foram amplamente definidas como a formação educacional, a experiência profissional e as motivações do principal decisor dentro da empresa.

O crescimento é importante na medida em que permite gerar riqueza e criar emprego, sendo um tema de grande interesse para os economistas e para os decisores políticos. O crescimento de uma empresa é claramente influenciado por um conjunto de fatores. Alguns desses fatores são externos às empresas e fora do controlo dos seus proprietários e/ou gestores. Outros fatores são internos, e da competência dos proprietários-gerentes para o controlo ou pelo menos na sua influência. Muitos dos fatores externos dizem respeito ao meio ambiente económico, político e social, e são influenciados pelo governo e/ou setor público, onde se incluem os custos do trabalho, os custos de propriedade, e a assistência financeira direcionada apenas para algumas áreas. (Diniz, 2010; Holloway, 2002)

Relativamente aos fatores internos, Storey, numa revisão abrangente da literatura sobre o crescimento de empresas de pequena dimensão, ampliou a sua perspetiva sobre a abrangência das influências sobre o crescimento da empresa. Concluiu que o processo de crescimento das empresas de pequena dimensão é acionado pela combinação de três componentes básicas: (1) As características do empresário (proprietário-gerente); (2) As características da empresa de pequena dimensão; (3) A gama de estratégias de desenvolvimento de negócios. (Storey, 1990)

As *características do empresário* (proprietário-gerente) centram-se: (i) idade; (ii) sexo; (iii) educação; (iv) fundador do negócio; (v) história de carreira; (vi) experiência gestão (função,

setor, tamanho); (vii) outros interesses do negócio; (viii) outros donos do negócio. As *características da empresa*: (i) idade da empresa; (ii) tamanho; (iii) setor industrial; (iv) região; (v) estrutura legal; (vi) propriedade. E a *estratégia de negócios* no: (i) planeamento; (ii) financiamento externo; (iii) desenvolvimento do produto; (iv) desenvolvimento do processo; (v) marketing; (vi) recrutamento de gestão. (Danson, 1996)

III.5 Caracterização da Cadeia de Valor do setor do Turismo

A caracterização da estrutura empresarial do setor do turismo constitui-se como uma área central nesta tese. A investigação realizada nesta área permitiu identificar e analisar um conjunto de referências que abordam a temática do setor empresarial do turismo em termos gerais (Morrison, 2003; Morrison e Thomas, 2004; Thomas, 2000, 1995; Smith, 2006), da estrutura empresarial do setor na União Europeia (EC, 2007c, 2004, 2003b, Masschelein e Buyten, 2002; Thomas, 1994), da integração vertical no setor do turismo (Harrigan, 1985) e na identificação dos investimentos que produzem maiores ganhos (Dwyer et al, 2005; Gratton e Taylor, 2000; Joo e Rosentraub, 2009).

O setor do turismo é constituído por diversos subsectores que integram a sua cadeia de valor, e que se constituem como elementos importantes na oferta do setor do turismo nos destinos. Para se possuir um conhecimento criterioso e rigoroso do setor do turismo é fundamental conhecer-se com rigor a sua estrutura e as componentes que o integram.

Os principais elementos de atração de um destino são os seus recursos turísticos, que permitem caracterizar e diferenciar os destinos. De facto, diversos autores consideram os recursos turísticos como a base da indústria turística, constituindo-se como o principal elemento de atração turística. (Inskeep, 1991; Gunn, 1994)

No entanto, à volta destes recursos existem um conjunto de equipamentos, infraestruturas e serviços que facilitam e apoiam o desenvolvimento deste setor (elementos da oferta), não sendo o primeiro elemento de atração, dado que se tratam de recursos secundários, mas sem os quais seria difícil o crescimento e desenvolvimento do turismo nos destinos.

Os recursos secundários constituem-se como parte integrante da cadeia de valor do turismo e representam aquilo que é considerado como a estrutura base da Conta Satélite do Turismo (CST), de acordo com a metodologia desenvolvida pela Organização Mundial do Turismo (OMT). O desenvolvimento da CST pela OMT constitui um grande avanço nesta área, porque, permite um maior esclarecimento e definição sobre o papel das empresas e das atividades ligadas ao setor do turismo. Como refere Costa, «Ao colocar o ênfase/tónica sobre as áreas de negócio centrais do turismo, as novas definições sugerem claramente que as políticas do turismo e o investimento devem ser direcionadas para as suas atividades do core.» (Costa, 2006, pág. 242, in Buhalis e Costa)

As novas definições pelo lado da oferta definem que o core do setor do turismo compreende sete atividades económicas principais: (1) o Alojamento; (2) a Restauração e bebidas; (3) os Transportes; (4) os Intermediários, Operadores turísticos, Agentes de viagens e Guias interpretes; (5) os serviços de Rent-a-car; (6) os Serviços culturais; (7) as Atividades de recreio e lazer. (Libreros et al, 2006; INE, 2006; OECD, 2001; OMT, 2001b, 1999)

O *subsetor do alojamento* constitui-se como um dos principais subsectores da cadeia de valor do turismo. A sua importância advém de dois fatores principais que importa referir, (i) é neste subsector que se realizam as maiores despesas efetuadas pelos turistas; e pelo facto de (ii) a localização das unidades de alojamento permitir a concentração de turistas em pontos específicos do território, o que facilita a gestão e o planeamento deste setor. (EC, 2003b, 2004; Morrison e Thomas, 2004)

O *subsector da Restauração e bebidas* assume uma posição central na cadeia de valor do setor do turismo, dado que, (i) ao nível deste subsector registam-se, também, as maiores despesas realizadas pelos turistas nas suas deslocações; e (ii) este subsector dinamiza e incentiva a movimentação de turistas e residentes para fora dos seus locais habituais de residência. (EC, 2003b, 2004; Morrison e Thomas, 2004)

O *subsector dos transportes* representa, também, um importante elemento da cadeia de valor do turismo, dado que, (i) também se verificam neste subsector as maiores despesas realizadas pelos turistas nas suas deslocações; e (ii) porque coloca ao dispor dos turistas os meios de transporte necessários para a sua deslocação para fora dos seus locais de residência habituais. O mesmo se pode referir relativamente aos *serviços de rent-a-car*, que facilitam a deslocação e movimentação de pessoas e turistas entre destinos. (EC, 2003b, 2004; Morrison e Thomas, 2004)

Os *Operadores turísticos e as agências de viagens* lidam essencialmente com a organização, gestão e comercialização de produtos turísticos. Desempenham um importante papel na organização e criação de pacotes turísticos funcionando como intermediários entre os fornecedores de serviços (alojamento; restauração e bebidas; transportes; serviços culturais; etc.) e os consumidores finais, os turistas. (Buhalis e Ujma, 2006; EC, 2003b, 2004)

Os *subsetores da cultura e recreio*, que integram os elementos da Conta Satélite do Turismo, que se designam por (i) serviços culturais, e (ii) serviços de recreio e lazer, fazem também parte do designado core do setor do turismo. Estes dois subsectores constituem-se como elementos centrais da cadeia de valor do turismo, dado que a cultura, o património, e as atividades de lazer e recreio, (i) funcionam como elementos que caracterizam e diferenciam os locais; (ii) representam uma parte considerável dos gastos dos turistas; (iii) e incentivam e preservam a cultura e a identidade local das populações. (Gratton e Taylor, 2000; Dwyer et al, 2005; EC, 2007b, 2004, 2003b)

Na seção seguinte, será dada particular atenção aos subsectores da cadeia de valor do turismo aqui referidos, centrando a análise especificamente nos subsectores do alojamento, da restauração e bebidas, e das agências de viagens e operadores turísticos. Pretende-se realizar uma caracterização da oferta e demonstrar a importância económica dos subsectores referidos através da análise de dados estatísticos.

III.6 Importância Económica dos subsectores da Conta Satélite do Turismo

Pretende-se nesta secção realizar uma análise sobre a estrutura empresarial do setor do turismo e da sua importância económica segundo os eixos da conta satélite do turismo, realizando para isso uma análise estatística aos seguintes indicadores: (i) número de empresas; (ii) pessoal ao serviço; (iii) volume de negócios; (iv) valor acrescentado bruto (VAB). A investigação realizada permitiu analisar uma diversidade de autores e referências sobre a estrutura e competitividade das empresas turísticas (Bull, 1998; EC, 2004, 2003b; Idtour, 2012; Masschelein e Buyten, 2002), a importância económica dos subsectores que integram a Conta Satélite do Turismo (Daniels, 2004; Dwyer et al, 2005; EC, 2007b; Eusébio et al, 2008; Farias et al,

2009; Joo e Rosentraub, 2009; Tyrrel e Johnston, 2001; Wood e Hughes, 2006;), e a criação de emprego (Lin e Wall, 2006).

Não tendo como principal objetivo analisar a estrutura e importância da Conta Satélite do Turismo, importa, no entanto, apresentar algumas referências sobre esta temática que permitem expandir o conhecimento nesta área das quais se destacam os documentos elaborados pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OECD, 2001, 2000), pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001b, 1999; WTO, 2002a, 2002c), do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2006, 2003^a, 2003b, 2002, 1999), entre outros (Frechtling, 2009; Hara, 2008; Libreros et al, 2006; Massieu, 2006).

A análise e caracterização da estrutura empresarial do setor do turismo é fundamental para esta investigação, uma vez que, só é possível definir e implementar medidas de política e estratégia para o apoio ao investimento privado no setor do turismo, quando se conhece a realidade, a dimensão e a importância económica dos subsectores que integram o turismo.

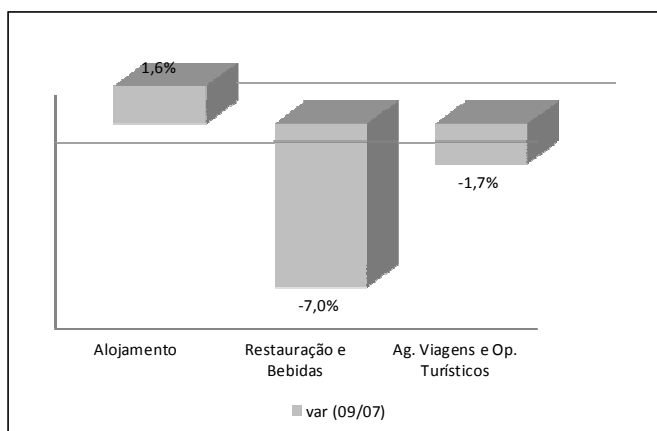
Para isso, irá realizar-se nesta seção uma análise de dados estatísticos que permitam caracterizar os subsectores que integram a cadeia de valor do turismo, e para os quais existam dados estatísticos disponíveis que permitam realizar essa análise, os subsectores do alojamento, da restauração e bebidas, e das agências de viagens e operadores turísticos.

A informação estatística disponível e oficial do Instituto Nacional de Estatística (INE), através do Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE) reporta-se exclusivamente ao período de 2007-2009, e tem na sua génese o apuramento administrativo da Informação Empresarial Simplificada (IES). De acordo com esta metodologia a informação disponível não é comparável com a informação estatística anterior, e que resultava de um Inquérito harmonizado às empresas, com metodologias de recolha e tratamento de informação diferenciadas.

Nesse sentido, para a análise dos indicadores que permitem a caracterização da estrutura empresarial dos subsectores que integram a cadeia de valor do turismo, (i) o número de empresas; (ii) pessoal ao serviço; (iii) volume de negócios; (iv) valor acrescentado bruto (VAB) irá analisar-se apenas o período correspondente aos anos de 2007 a 2009.

Irá também analisar-se os dados financeiros referentes à estrutura da Conta Satélite do Turismo disponíveis para o período de 2000-2009, através dos seguintes indicadores: (i) o

Consumo turístico recetor (CTR); (ii) o Consumo turístico interno (CTI); (iii) e Outras componentes do consumo turístico (OCCT).



Fonte: INE, 2011

Gráfico III.6.1 Número de empresas por subsector do turismo, Δ 09-07

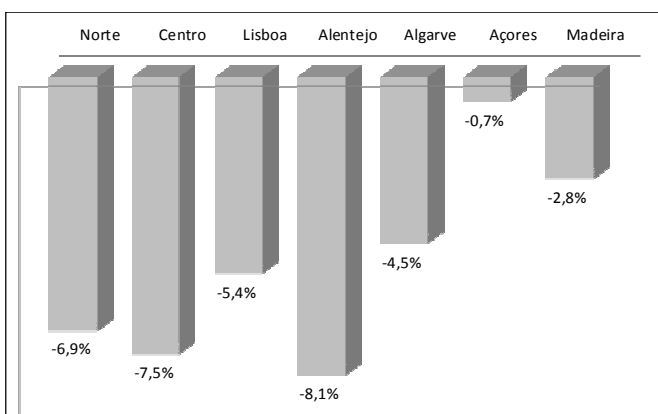
A evolução da oferta de empresas de alojamento, de restauração e bebidas e de Agentes de viagens e operadores turísticos, segundo os dados do INE, apresenta uma variação positiva de 1,6% no subsector do alojamento, para o período de 2007-2009, e

evidencia uma variação negativa nos subsectores da Restauração e bebidas (-7%) e das Agências de viagens e operadores turísticos (-1,7%), correspondendo o último ano (2009) a 6.178 empresas no subsector do alojamento, 75.163 empresas no subsector da Restauração e bebidas, e 1.318 empresas no subsector das Agências de viagens e operadores turísticos.

Estes dados refletem a importância do subsector da Restauração e bebidas na estrutura empresarial do setor do turismo, na qual representam, segundo os dados de 2009, 90,9% do total de empresas do setor, enquanto que o subsector do Alojamento representa 7,5% e o subsector das Agências de viagens e operadores turísticos representam 1,6% do total de empresas.

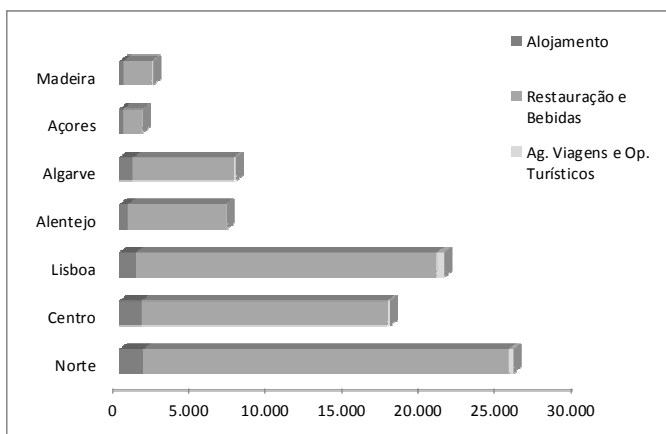
Gráfico III.6.2 Número de empresas por NUT II, Δ 09-07

Em termos regionais observa-se uma variação negativa no número de empresas do turismo em todas as regiões NUT II de Portugal. As regiões NUT II do Alentejo (-8,1%), do Centro (-7,5%) e do Norte (-6,9%) apresentam os decréscimos mais



Fonte: INE, 2011

elevados. As regiões NUT II dos Açores (-0,7%), da Madeira (-2,8%), do Algarve (-4,5%) e de Lisboa (-5,4%) assinalam os maiores decréscimos no número de empresas.



Fonte: INE, 2011

Gráfico III.6.3 Número de empresas por NUT II e por subsector do turismo, 2009

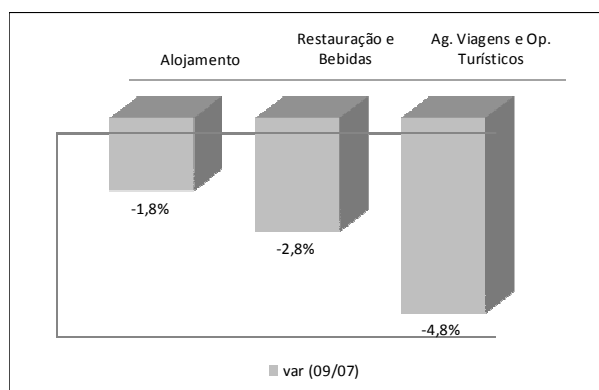
De acordo com os dados de 2009, o número total de empresas dos subsectores do Alojamento, da Restauração e bebidas e das Agências de viagens e operadores turísticos representavam mais de 82.000 empresas, que se

concentravam, principalmente, em 3 regiões NUT II (Norte; Centro; Lisboa), as quais representavam 77,9% do total de empresas do setor do turismo em Portugal.

As empresas que integram o subsector da Restauração e bebidas são as que registam maior expressão em todas as regiões NUT II, logo seguido das empresas que integram o subsector do Alojamento, e em conjunto representam mais de 98% da oferta.

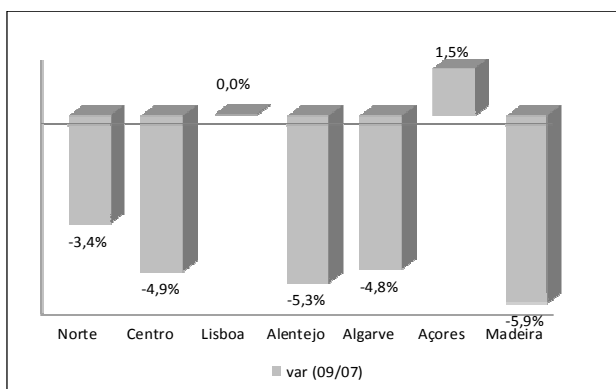
Gráfico III.6.4 Pessoal ao serviço por subsector do turismo, Δ 09-07

Relativamente ao **pessoal ao serviço**, nas empresas que integram os subsectores do Alojamento, da Restauração e bebidas e das Agências de viagens e operadores turísticos, para o mesmo período, observou-se um decréscimo em todos os



Fonte: INE, 2011

subsectores, o Alojamento registou um decréscimo de 1,8%, e também na Restauração e bebidas (-2,8%) e nas Agências de viagens e operadores turísticos (-4,8%).



Fonte: INE, 2011

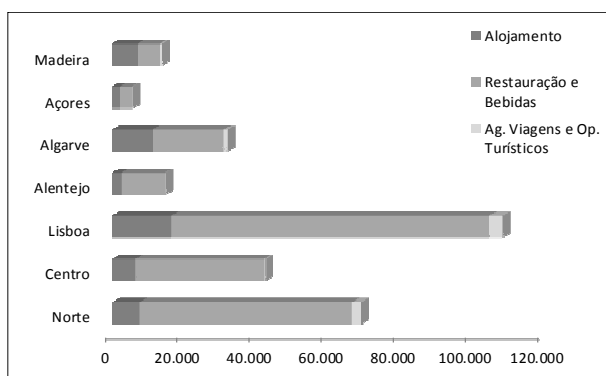
Gráfico III.6.5 Pessoal ao serviço por NUT II, Δ 09-07

A perspetiva regional apresenta uma realidade similar ao indicador número de empresas. Regista-se um decréscimo nas regiões NUT II da Madeira (-5,9%), no Alentejo (-5,3%), no Centro (-4,9%), no Algarve (-4,8%) e no Norte (-3,4%).

Enquanto que, as regiões NUT II de Lisboa (0%, pouco significativo) e Açores (1,5%) registaram um ligeiro acréscimo de pessoal ao serviço no período em análise, o que, considerando os dados do número de empresas na região dos Açores observou-se uma dinâmica de mais pessoas empregadas por empresa.

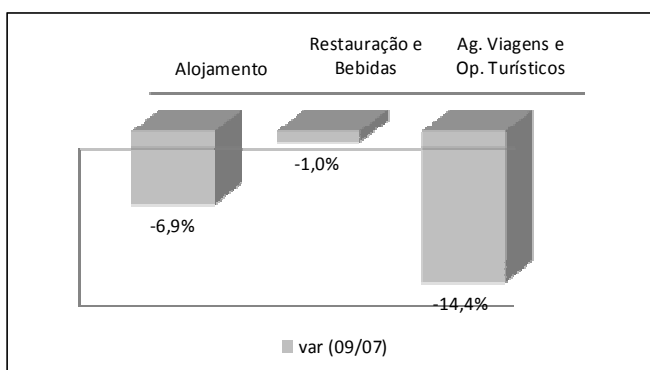
Gráfico III.6.6 Pessoal ao serviço por NUT II e por subsetor do turismo, 2009

Para 2009, e no que se refere à estrutura regional do pessoal ao serviço destacam-se as regiões de Lisboa e Norte que representam 37,8% e 24,1%, respetivamente, do número total de pessoal ao serviço no setor do turismo. O



Fonte: INE, 2011

subsetor da Restauração e bebidas continua a destacar-se ao nível das várias regiões NUT II em termos do indicador pessoal ao serviço, contudo, com um peso inferior ao registado em termos do indicador número de empresas, o que permite evidenciar uma maior capacidade de absorção de recursos humanos por empresa no subsetor do alojamento.



Fonte: INE, 2011

Gráfico III.6.7 Volume de negócios por subsetor do turismo, Δ 09-07

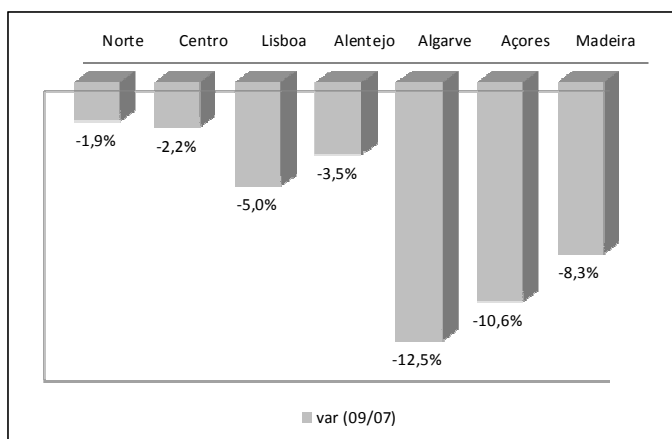
O volume de negócios gerado pelas empresas dos subsetores do Alojamento, da Restauração e bebidas

e das Agências de viagens e operadores turísticos decresceram, respetivamente, 6,9%, 1% e 14,4% entre 2007 e 2009.

Os decréscimos verificados nos 3 subsetores em análise foram influenciados pelos decréscimos observados em todas as NUT II em Portugal. As maiores contrações em termos do volume de negócios entre 2007 e 2009 registaram-se nas regiões do Algarve (-12,5%), dos Açores (-10,6%), da Madeira (-8,3%) e de Lisboa (-5%).

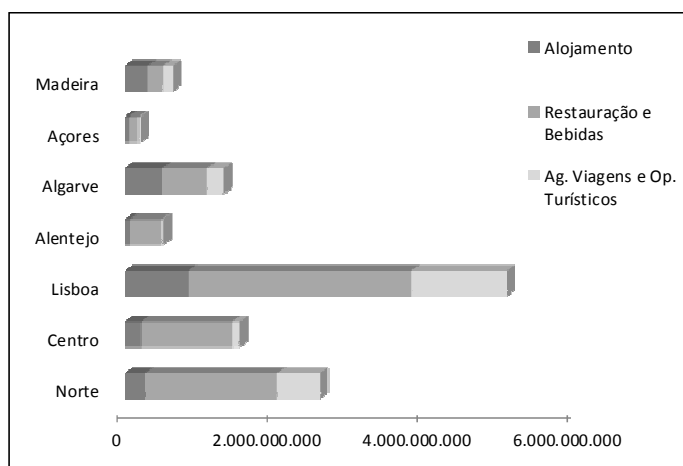
Gráfico III.6.8 Volume de negócios por NUT II, Δ 09-07

Em 2009, as empresas de Restauração e bebidas representavam 60,8% do total do volume de negócios, enquanto que os subsectores do Alojamento (19,7%) e das Agências de viagens e operadores turísticos (19,6%),



Fonte: INE, 2011

registaram sensivelmente a mesma importância ao nível deste indicador.



Fonte: INE, 2011

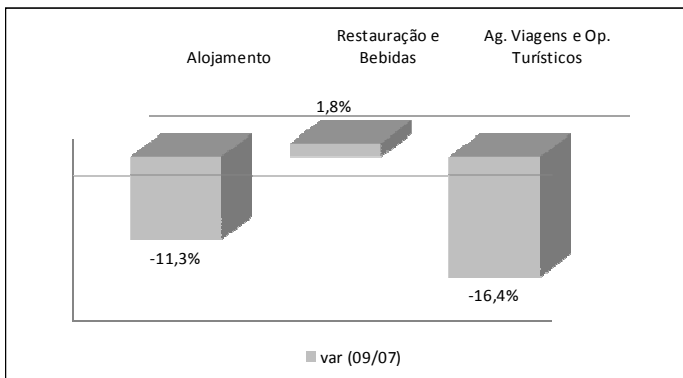
Gráfico III.6.9 Volume de negócios por NUT II e por subsector do turismo, 2009

A região de Lisboa concentrava 42,7% das receitas geradas, enquanto que a região Norte absorve 21,9% do total do volume de negócios. As regiões NUT II do Centro (12,8%) e do Algarve (11,1%)

registaram metade do valor observado na região Norte. Denota-se uma menor diferença em termos do volume de negócios gerados entre os 3 subsectores nas regiões de Lisboa, Algarve e Madeira, comparativamente às regiões Norte e Centro onde se observa uma maior incidência do volume de negócios gerado pelas empresas de Restauração e bebidas.

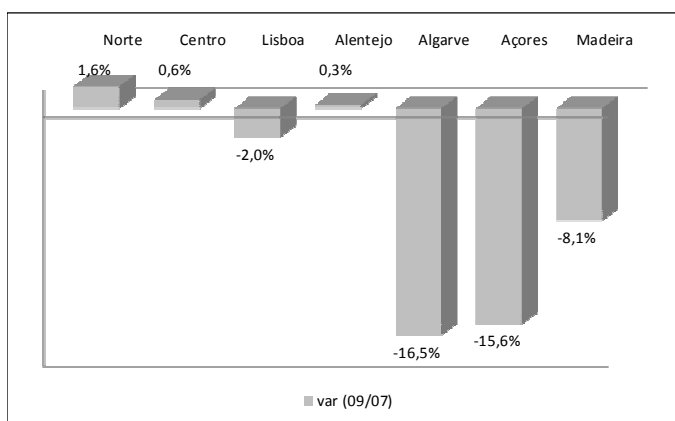
Gráfico III.6.10 Valor Acrescentado Bruto por subsetor do turismo, Δ 09-07

O Valor Acrescentado Bruto (VAB) dos três subsectores atingiu em 2009, mais de 3,5 mil milhões de Euros. No entanto, observa-se um decréscimo do VAB nos subsectores



Fonte: INE, 2011

das Agências de viagens e operadores turísticos (-16,4%) e do Alojamento (-11,3%), enquanto que no subsector da Restauração e bebidas assinala-se um acréscimo de 1,8%.



Fonte: INE, 2011

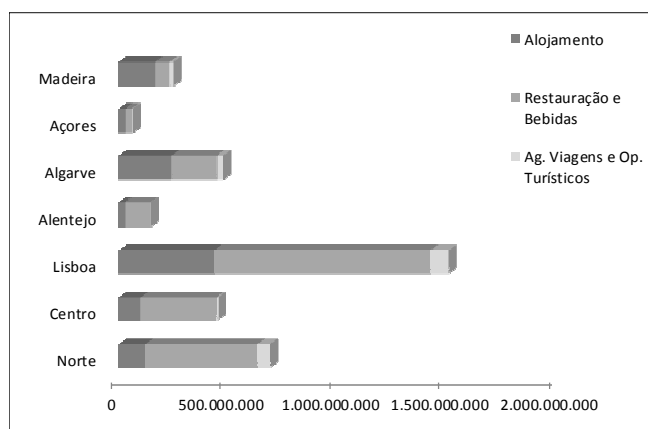
Gráfico III.6.11 Valor Acrescentado Bruto por NUT II, Δ 09-07

Em termos regionais assinala-se o comportamento positivo ao nível das regiões NUT II do Norte (1,6%), do Centro (0,6%) e do Alentejo (0,3%), que registaram um acréscimo no VAB no período de 2007-2009. As regiões NUT II do

Algarve (-16,5%), dos Açores (-15,6%), da Madeira (-8,1%) e de Lisboa (-2%), evidenciam decréscimos no VAB, alguns dos quais bastante expressivos.

Gráfico III.6.12 Valor Acrescentado Bruto por NUT II e por subsetor do turismo, 2009

Para 2009, as empresas de Restauração e bebidas representavam 62,3% do Valor Acrescentado Bruto, seguido do subsector do Alojamento (32%), enquanto que o subsector das Agências de viagens e operadores



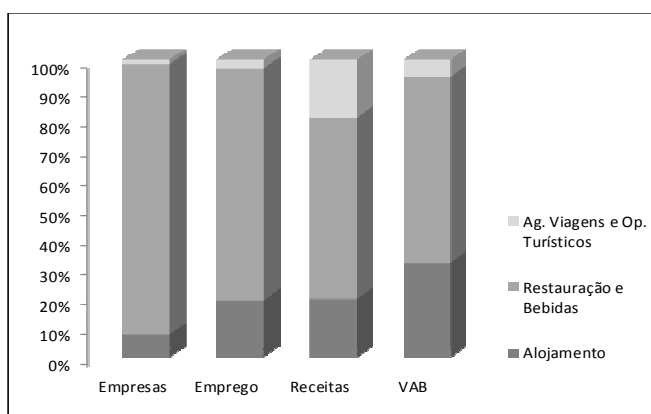
Fonte: INE, 2011

turísticos representavam 5,7%. A região de Lisboa representa 41,8% do VAB gerados pelas empresas que integram os 3 subsetores em análise. As regiões NUT II do Norte (19,2%), do Centro (12,6%) e do Algarve (13,3%) registam valores do VAB muito próximos entre si.

Uma vez mais destacam-se as diferenças mais significativas nos valores percentuais do VAB por subsectores nas regiões NUT II Norte e Centro, enquanto que nas regiões NUT II de Lisboa, Algarve e Madeira, as diferenças em termos percentuais do VAB entre os subsectores em análise são menores. Refira-se também a percentagem do VAB do Alojamento na região NUT II da Madeira e no Algarve, o que evidencia uma maior importância do subsector do Alojamento nestas duas regiões comparativamente ao subsector da Restauração e Bebidas.

Empresas, Emprego, Receitas e Valor Acrescentado Bruto, por subsector do turismo

A análise conjunta dos 4 indicadores, número de empresas; pessoal ao serviço; volume de negócios; valor acrescentado bruto, permite aferir da importância de cada subsector, Alojamento, Restauração e bebidas, Agências de viagens e operadores turísticos, ao nível de cada indicador. Nos 4 indicadores em análise, observa-se um maior peso relativo do subsector da Restauração e bebidas, o que evidencia a sua importância na estrutura empresarial do setor do turismo, principalmente ao nível dos indicadores número de empresas e pessoal ao serviço. Maior destaque para o subsector do Alojamento no indicador Valor Acrescentado Bruto, apesar de este subsector registar pesos relativos próximos nos restantes indicadores, exceto no número de empresas, onde, conforme se referiu, se regista uma maior preponderância do subsector da Restauração e bebidas.



Fonte: INE, 2011

Gráfico III.6.13 Empresas, emprego, receitas e VAB por subsector do turismo

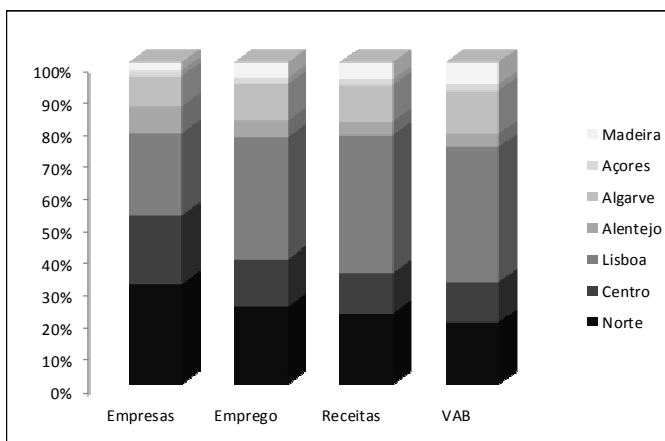
Refira-se também o peso relativo das Agências de viagens e operadores turísticos em termos do volume de negócios, que se aproxima claramente dos valores registados pelo subsector do Alojamento neste indicador. Nos restantes indicadores,

número de empresas, pessoal ao serviço e VAB, a importância deste subsetor é quase residual.

Empresas, Emprego, Receitas e Valor Acrescentado Bruto, por NUT II

Gráfico III.6.14 Empresas, Emprego, Receitas e Valor Acrescentado Bruto, por NUT II

A análise conjunta por NUT II dos indicadores, número de empresas, emprego, receitas e VAB, evidencia a importância da região NUT II Norte, principalmente ao nível do indicador número de empresas. Assinale-se também, o peso relativo



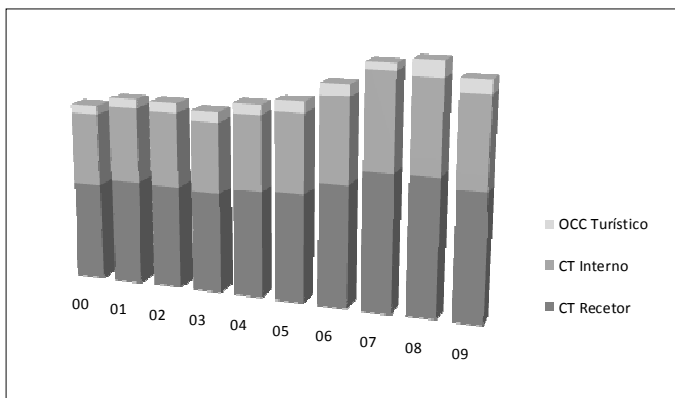
Fonte: INE, 2011

da região de Lisboa no VAB, nas receitas e no emprego que se destaca das restantes regiões NUT II. Refira-se a importância da região Centro ao nível dos 4 indicadores em análise, registando um peso superior ao observado na região do Algarve nos indicadores, número de empresas, emprego e receitas, exceto no VAB, em que a região do Algarve regista um peso relativo superior.

Relevância Económica

Os subsectores do Alojamento, da Restauração e bebidas e das Agências de viagens e operadores turísticos constituem-se, conforme já referido, como elementos centrais da cadeia de valor do setor do turismo. A caracterização efetuada permite evidenciar a importância económica deste setor ao nível de indicadores como a criação de emprego, o volume de negócios e o valor acrescentado bruto.

Em 2009, segundo os dados da Conta Satélite do Turismo, o consumo turístico em Portugal atingiu os 14,8 mil milhões de euros, representando 55,4% do consumo turístico recetor (gastos efetuados pelos visitantes estrangeiros), 39,1% do consumo turístico interno (gastos efetuados pelos visitantes nacionais), e 5,5% a outras componentes do consumo turístico.



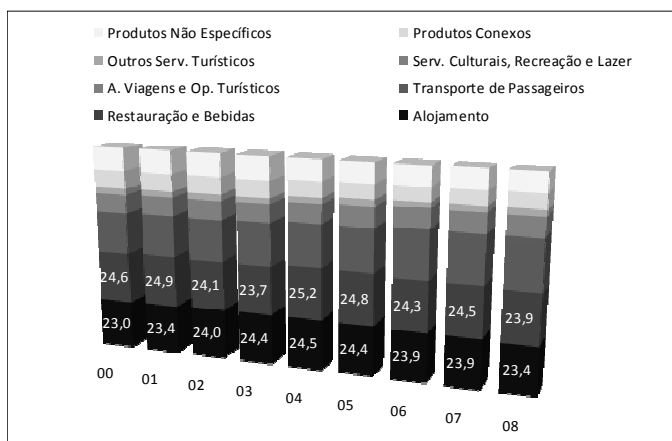
Fonte: INE, 2011

Gráfico III.6.15 Consumo turístico no território económico, 2000-2009

Para o período de 2000-2009, observa-se uma taxa de crescimento média anual do consumo turístico no território económico de 2,8%, apesar de se verificar uma contração no período de 2008-2009 (-6,2%).

Gráfico III.6.16 Consumo turístico no território económico (componentes), 2000-2008

O consumo turístico recetor registou uma taxa de crescimento média anual de 2,9%, enquanto o consumo turístico interno cresceu em média 2,4% por ano. No que se refere às outras componentes do consumo turístico, assinalaram



Fonte: INE, 2011

uma taxa de crescimento média anual mais elevada (4,9%) no período de 2000-2009.

A estrutura do consumo turístico no território económico, tendo por base os produtos característicos (Alojamento; Restauração e bebidas; Transporte de passageiros; Agências de viagens e operadores turísticos; Outros serviços turísticos; Serviços culturais, recreação e lazer), os produtos conexos e os produtos não específicos, evidencia a importância dos subsectores do alojamento e da restauração e bebidas, que, em conjunto, representam cerca de 50% do consumo turístico efetuado em Portugal pelos visitantes estrangeiros e nacionais nas suas viagens turísticas.

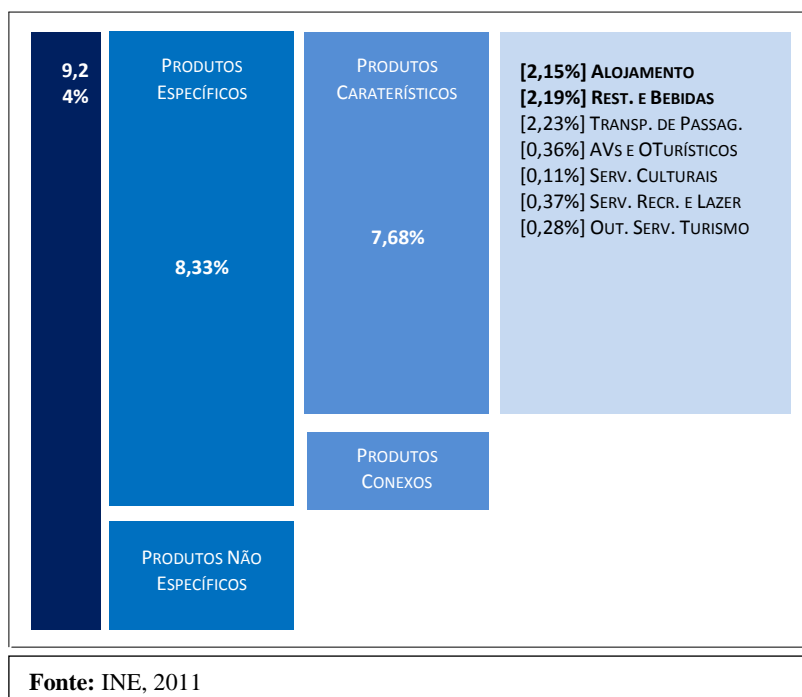


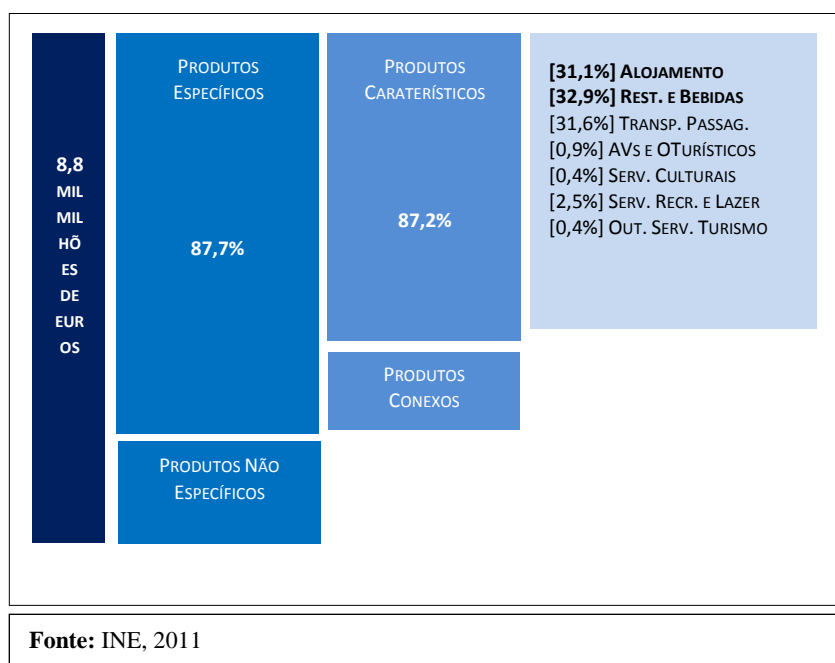
Figura III.6.1 Peso do consumo turístico no território económico no PIB, 2008

Em 2008, o contributo do turismo para o PIB nacional atingiu os 9,24%. Os produtos característicos representam 7,68% da contribuição para o PIB (9,24%). Deve-se evidenciar a importância dos subsectores do

Alojamento e da Restauração e bebidas que contribuem, respetivamente, 2,15% e 2,19% para o PIB, o que equivale a cerca de metade (4,34%) da contribuição total do setor do turismo para o PIB.

Figura III.6.2 Consumo turístico recetor (componentes), 2008

Relativamente ao consumo turístico recetor, verifica-se que dos 8,8 mil milhões de euros do Consumo turístico recetor, 87,7% correspondem aos produtos específicos, dos quais, 87,2%



reportam-se aos produtos característicos, onde os subsectores do alojamento e da restauração e bebidas representam 64,0% do total dos produtos característicos.

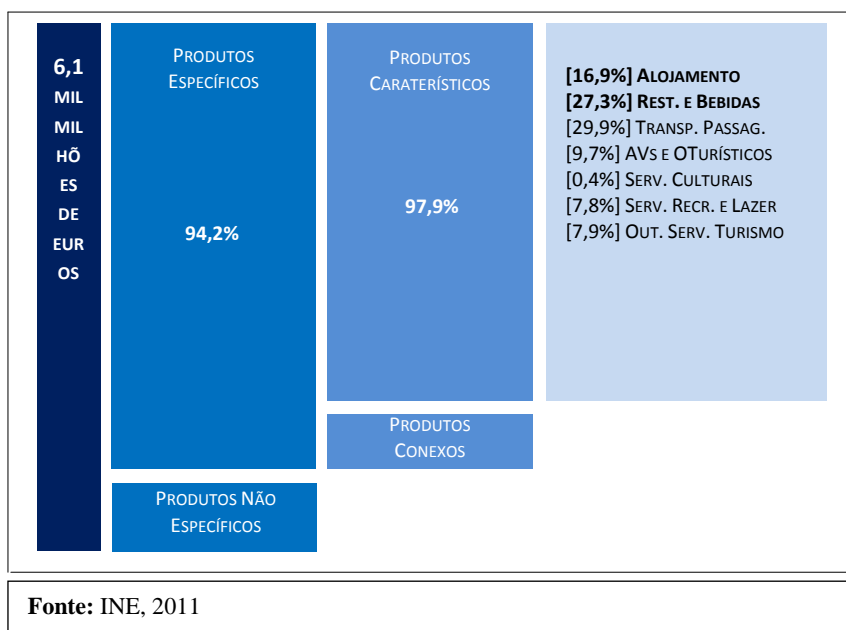


Figura III.6.3 Consumo turístico interno (componentes), 2008

No que se refere ao consumo turístico interno, foram gerados 6,1 mil milhões de euros em 2008, sendo 94,2% efetuados pelos produtos específicos,

e destes, 97,9% pelos produtos característicos, onde os subsectores do alojamento e da restauração e bebidas representam 44,2% dos consumos totais destes produtos.

III.7 Financiamento e Instrumentos Financeiros para o Investimento privado no Turismo

A investigação realizada sobre os instrumentos de financiamento para o setor do turismo permitiu a análise de diversos documentos relacionados com o período de investimento de 1994-2006. Os documentos analisados dividem-se em quatro grandes áreas: (1) a primeira área inclui os documentos diretamente relacionados com a preparação e apresentação dos planos de financiamento à União Europeia, onde se inclui os diagnósticos prospetivos / Análise Económica e Social (MPAT, 1993a; MEPAT, 1998a), os documentos de Opção Estratégica (MPAT, 1993b; MEPAT, 1998b), os Planos de Desenvolvimento Regional / Quadros Comunitários de Apoio (MPAT, 1994a; MEPAT, 1999; MP, 2000) e os Programas Setoriais onde se inclui o setor do Turismo (MPAT, 1994b; ME, 2004; MEID, 2010; MCT, 1992). (2) Uma segunda área de informação inclui os Relatórios de execução Final e a análise dos Quadros Comunitários de Apoio (DGDR, 2000a, 2000b), e um (3) terceiro grupo de análise integra documentos de reflexão, ou investigação realizada sobre esta temática (Costa, 2005; Fazenda, 2011; IFT, 2002; ME, 2002a; EU, 2011). Teve-se também em atenção a programação do Quadro de Referência Estratégico Nacional (MAOTDR, 2007) e o Plano Estratégico Nacional do Turismo (MEI, 2007) apesar de o período de 2007-2013 não se integrar como período de análise para esta investigação.

A estratégia de desenvolvimento em Portugal nos últimos 20 anos tem vindo a beneficiar dos recursos financeiros e ajudas comunitárias contratualizadas com a União Europeia, e que se traduzem nos diferentes períodos de programação comunitária, o QCA I (período de 1989-1993), o QCA II (período de 1994-1999), o QCA III (período de 2000-2006) e mais recentemente o QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional (período de 2007-2013), e que se constituem como elementos centrais para o desenvolvimento económico e social em Portugal, e em particular no que se refere ao setor do turismo.

Os recursos financeiros e ajudas comunitárias atribuídas pela União Europeia a Portugal encontram-se organizados em Quadros Comunitários de Apoio, que por sua vez, se distribuem em Programas Setoriais (considerando os vários setores de atividade económica) e os Programas Operacionais (1 programa operacional por cada região NUT II) que se constituem como importantes elementos de dinamização e desenvolvimento regional.

Pretende-se analisar nesta seção a forma como o Estado e o setor público tem disponibilizado e dinamizado o investimento privado no setor do turismo no período de 1994-2006. Nesse sentido, irá analisar-se de que forma a política e estratégia para o setor do turismo tem vindo a ser implementada e operacionalizada no terreno através do financiamento e da criação de instrumentos financeiros de apoio ao investimento privado no turismo, no período em análise.

III.7.1 Integração Europeia e Política de Coesão

Portugal esteve a partir do início da década de 80 envolvido num processo de integração europeia que terminou com a sua adesão à Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1986. O processo de integração europeia tem vindo a ser aprofundado e alargado tendo por objetivo a convergência a todos os níveis das economias envolvidas, de forma a garantir a homogeneidade económica e social entre os Estados.

Esse objetivo de convergência pretende que as economias menos desenvolvidas possam, através de um desenvolvimento sustentado mais célere, aproximar-se das economias mais desenvolvidas (CE, 2007b). Nesse sentido, as instituições europeias têm promovido a atribuição

de fundos de carácter estrutural aos países com economias menos desenvolvidas, entre os quais se inclui Portugal.

Os Quadros Comunitários de Apoio inserem-se neste esforço de convergência Europeia, e correspondem a contratos de financiamento efetuados entre a União Europeia e cada um dos Estados beneficiários, sendo definidas regras de implementação e obrigações inerentes a cada uma das partes envolvidas, de forma a apoiar os planos de desenvolvimento de cada um desses Estados.

Em Portugal, os planos de desenvolvimento contratualizados com a União Europeia e que dão origem aos Quadros Comunitários de Apoio apresentam 3 objetivos fundamentais: (1) assegurar o crescimento da economia e do nível de vida dos portugueses a ritmos superiores aos da média comunitária; (2) fomentar a convergência real entre a economia portuguesa e a média comunitária; (3) fomentar a coesão económica e social interna do país (DGDR, 2000a).

A Coesão Económica e Social é apontada como um objetivo central da União Europeia. A Política de Coesão é o instrumento privilegiado para a realização desse objetivo promovendo o desenvolvimento equilibrado dos 27 Estados-membros e das 271 regiões que integram a União Europeia. Seja na redução das disparidades entre os níveis de desenvolvimento, seja na coesão social, seja na criação de oportunidades em todo o território da União (EC, 2007a, 2007b).

A União Europeia envolve uma comunidade e um mercado interno de 493 milhões de cidadãos, o que potencia as disparidades económicas e sociais entre esses Estados e as suas 271 regiões. Todo o território da União Europeia é coberto por um ou vários objetivos da política de coesão. Para definir a elegibilidade geográfica de cada região, a Comissão Europeia baseia-se em dados estatísticos, a partir dos quais define quais as regiões elegíveis para apoio (CE, 2007b).

A Europa está dividida em vários grupos de regiões correspondentes à nomenclatura NUTs (Nomenclatura Unidades Territoriais Estatísticas), sendo estas regiões, no caso de Portugal, as 5 regiões do Continente (Norte; Centro; Lisboa; Alentejo; Algarve) e as duas regiões Autónomas (Madeira e Açores).

São três os Fundos que estão ao serviço da Política de Coesão: (1) O Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), destina-se a reforçar a coesão económica e social na União

Europeia através da correção dos desequilíbrios regionais; (2) o Fundo Social Europeu (FSE), tem por objetivo melhorar o emprego e as possibilidades de emprego na União Europeia; (3) e o Fundo de Coesão, apoia as ações no âmbito do objetivo ‘convergência’ e está sujeito às mesmas regras de programação, de gestão e de controlo que o FSE e o FEDER (CE, 2007b).

III.7.2 Período de Adesão à CEE e o I Quadro Comunitário de Apoio

Portugal iniciou em 1985 a apresentação de candidaturas de projetos à Comissão Europeia. *«Durante os três primeiros anos de aplicação de FEDER em Portugal, os apoios do Fundo incidiram em projetos de investimento em infraestruturas, programas plurianuais de investimento (os quais integravam apoios a projetos privados no investimento produtivo, no quadro de sistemas de incentivos existentes), ações de valorização do potencial endógeno e estudos.»* (Pires, 1998, pág. 49-50)

No período de 1986 a 1988, no quadro dos Fundos Estruturais (FEDER; FSE; FEOGA-O), a Comissão Europeia transferiu para Portugal um total de cerca de 237 milhões de contos. Durante os dois primeiros anos posteriores à adesão, a contribuição do FEDER para o desenvolvimento regional orientou-se fundamentalmente para o financiamento de projetos públicos de infraestruturas e estudos.

Estes financiamentos apoiaram, designadamente, a concretização de 2.262 projetos de investimento e de cerca de 650 projetos integrados nos seguintes programas: (1) Programa Nacional de Interesse Comunitário de Incentivos à Atividade Produtiva; (2) Programas específicos de certas áreas como o STAR (telecomunicações) e o VALOREN (energia); (3) e a Operação Integrada de Desenvolvimento do Norte Alentejano (DGDR, 2000a; Fazenda, 2011).

É a partir do período de 1989-93, que corresponde ao período do I Quadro Comunitário de Apoio (I QCA) que os Fundos Estruturais se constituem como um suporte central nas políticas de desenvolvimento setorial e regional em Portugal. O montante de Fundos Estruturais comunitários destinados a Portugal através do I QCA totalizou 1.708 milhões de contos. O apoio comunitário, conjugado com a participação financeira nacional (cerca de 50%), pública e privada, permitiu viabilizar um investimento de 3.441 milhões de contos (MPAT, 1993a; MPAT, 1994a).

É também no I QCA que surge o primeiro Sistema de Incentivos específico para o turismo, o Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo (SIFIT), e direcionado para o setor privado, dado que o setor público dispunha de outros instrumentos de financiamento direcionados, essencialmente, para a componente infraestrutural do setor (DGDR, 2000b). A criação deste instrumento financeiro específico para o investimento privado no setor do turismo, vem demonstrar a importância atribuída ao setor do turismo no âmbito do quadro de investimentos disponibilizados a Portugal.

A intervenção no setor do turismo durante o período 1989-1993 concentrou-se principalmente na criação e/ou na modernização dos alojamentos turísticos, no apoio aos investimentos em outros produtos turísticos (turismo rural, turismo de saúde e turismo desportivo), a par de um importante esforço na formação profissional específica para este setor através do FSE. As melhorias nas infraestruturas de transporte, comunicação e saneamento, não diretamente afetas ao setor do turismo, contribuíram, no entanto, para elevar a qualidade geral da oferta turística em Portugal (MPAT, 1994a).

Apesar deste importante esforço, subsistiram um conjunto de problemas no setor do turismo, e que, posteriormente deram origem a um novo quadro de investimento no setor, e dos quais se destacam: (i) diversas insuficiências nas infraestruturas de apoio à atividade turística; (ii) deficiente articulação entre a oferta e a procura dos serviços turísticos, o que originou, uma quebra significativa da duração média da estada dos turistas; (iii) baixa qualidade na prestação dos serviços de hotelaria e de restauração, considerando o fraco nível das qualificações do pessoal do setor; (iv) ausência ou ineficácia da planificação e do ordenamento turístico do território, com a conseqüente redução da sua atratividade turística; (v) deficiências importantes no controlo e manutenção da qualidade do ambiente; (vi) esforço de promoção turística inferior às capacidades turísticas reais de Portugal (MPAT, 1993a).

Esta situação não teve apenas efeitos ao nível do setor do turismo, dado que o relatório elaborado pela DGDR refere que *«No início dos anos 90 e não obstante os importantes progressos económicos gerados pelos apoios do QCA I, subsistiam ainda sérios problemas de desenvolvimento, de que se destaca a insuficiência de infraestruturas e de equipamentos, a fragilidade do tecido empresarial, o baixo nível de instrução da população e de qualificação profissional.»* (DGDR, 2000b, Pág. 5). Depreende-se que, apesar de se constituir como uma importante fonte de investimento e dinamização de vários setores da atividade económica,

subsistiram algumas lacunas e insuficiências após o quadro de investimentos protagonizado pelo I QCA.

II Quadro Comunitário de Apoio 1994-1999

A investigação realizada no âmbito do II QCA teve em atenção a análise de diversos documentos referentes a esse período, publicadas posteriormente ou durante o seu período de vigência. Deve-se destacar os documentos *‘Análise Económica e Social – Preparar Portugal para o século XXI’* que apresenta um diagnóstico prospetivo da sociedade e economia Portuguesa (MPAT, 1993a); as *‘Opções Estratégicas – Preparar Portugal para o século XXI’*, que apresenta as principais linhas de orientação estratégica para a economia portuguesa (MPAT, 1993b); o *‘Plano de Desenvolvimento Regional 1994-1999 – Preparar Portugal para o século XXI’*, que operacionaliza as linhas de orientação estratégica definidas e o quadro financeiro aprovado pela União Europeia (MPAT, 1994a), e o *‘Quadro Comunitário de Apoio / Plano de Desenvolvimento Regional 1994-1999, Modernização do Tecido Económico’*, programa direcionado para a dinamização da Economia e onde se inclui o Subprograma Turismo e Património Cultural (DGDR, 1994b). O Estudo de Avaliação do II QCA – Componente Turismo (Costa, 2001) e a sua atualização (Costa, 2003) realizada em 2003, permitiu também avaliar a importância do turismo para a economia e os projetos de investimento apoiados nesse período.

O II Quadro Comunitário de Apoio vigorou por um período de 6 anos, desde Janeiro de 1994 a Dezembro de 2006. Este Quadro Comunitário de Apoio (QCA) foi estruturado em 17 Programas Operacionais agrupados em 4 Eixos Prioritários, e onde se incluíam também 14 Programas de Iniciativa Comunitária. Cada Programa Operacional (divididos entre programas setoriais e programas regionais) eram, por sua vez, divididos por duas ou mais intervenções, que se designavam por Subprogramas e estavam direcionados para objetivos mais específicos.

Neste II Quadro Comunitário de Apoio (II QCA) foi privilegiada uma ótica nacional-setorial, em detrimento de uma ótica regional, dado que, (i) As disparidades de desenvolvimento em Portugal relativamente à média comunitária eram mais elevadas que as observadas entre as regiões menos prósperas do país e a média nacional; (ii) Estudos de avaliação regional mostravam que o desenvolvimento global do país e nomeadamente das regiões mais

prósperas tinham um efeito de alavanca muito importante sobre as regiões menos desenvolvidas; (iii) Tendo em atenção a dimensão do país, o esforço específico com carácter regional deveria constituir um complemento das ações estruturantes com carácter nacional (MPAT, 1994a).

Neste período de vigência do II QCA considerou-se que a diferença em termos de desenvolvimento, entre a média dos países da União Europeia era maior que a diferença entre as várias regiões de Portugal. E, considerando, que o desenvolvimento global do país, nomeadamente das regiões mais prósperas iria criar um efeito de alavanca nas regiões menos desenvolvidas, então seria preferível optar por apostar e investir nas regiões mais desenvolvidas em Portugal para diminuir a diferença para a média dos países da União Europeia.

No âmbito do II QCA, o investimento apoiado pela União Europeia, divide-se pelas seguintes áreas de atuação: (1) Recursos Humanos: na qual se incluem as intervenções efetuadas nos domínios da educação, da ciência e tecnologia, do emprego e formação profissional; (2) Infraestruturas de Apoio ao Desenvolvimento: incluindo-se nesta área, os investimentos efetuados no âmbito dos transportes, telecomunicações e energia; (3) Modernização do tecido produtivo: reportando as intervenções nos domínios da pesca, indústria, comércio e serviços, turismo e património cultural; (4) Qualidade de vida: refletindo os investimentos em infraestruturas relativas à melhoria da qualidade do ambiente, à renovação urbana, à saúde e à integração social; (5) Base Económica Regional: na qual se incluem todas as intervenções de natureza marcadamente regional, que tiveram como principal objetivo a melhoria das condições de vida das populações, contribuindo para a sua fixação (MPAT, 1994a).

O setor do Turismo encontra-se enquadrado no Eixo 2 '*Reforçar os Fatores de Competitividade da Economia*' no Programa Modernização do Tecido Económico, integrado num Subprograma específico, o Subprograma Turismo e Património Cultural (MPAT, 1994b). O Subprograma Turismo e Património Cultural encontra-se dividido em 3 componentes, a componente Cultura que integra as medidas 4 – Valorização do Património Cultural e 5 – Museus e outros equipamentos culturais do Subprograma, a Componente Turismo que integra as medidas 1 – Modernização e Diversificação da Oferta Turística de Alojamento e Animação, 2 – Alojamento Turístico em Edifícios Históricos e 3 – Formação dos Profissionais do Turismo, e a Componente Juventude que integra a Medida 6 – Turismo Juvenil.

A opção política de interligar o Turismo e a Cultura num Subprograma específico e integrado no programa de Modernização do Tecido Económico é particularmente interessante. Neste âmbito Costa (2003), refere que *«a aposta na associação entre desenvolvimento do turismo e proteção do património sociocultural foi uma opção de política e de estratégia que nos parecer ter sido extremamente positiva ao nível do II QCA e que, tudo indica, deve continuar a ser perseguida no futuro»* (Costa, 2003, pág. 39). O Turismo deve, cada vez mais, representar a sua base de sustentação e de apresentar e apostar em produtos autênticos e diferenciados.

De salientar também a importância atribuída ao setor do turismo como ‘motor’ de desenvolvimento económico ao passar de um instrumento financeiro específico (SIFIT) para um subprograma mais abrangente que contemplou um conjunto de medidas direcionadas para vários subsectores que integram a cadeia de valor do turismo, e interligado a outros setores da atividade económica.

Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural – Componente Cultura

A Componente Cultura do Subprograma Turismo e Património Cultural teve como principal objetivo a recuperação e valorização do património histórico e cultural, visando não só a sua salvaguarda mas, também, a qualificação e a diversificação da oferta cultural e turística. Esta componente foi estruturada em duas medidas, que por sua vez integram o Subprograma Turismo e Património Cultural, de acordo com as seguintes áreas de atuação: (i) Medida 4 – Valorização do Património Cultural; (ii) Medida 5 - Museus e outros equipamentos culturais. (MPAT, 1994b)

A Medida 4 – Valorização do Património Cultural teve por objetivo a recuperação e revitalização dos principais Monumentos Nacionais, visando o incremento da atividade cultural e a valorização turística dos locais reabilitados e das regiões onde se inserem. Os projetos apoiados e as principais ações realizadas no âmbito desta medida centraram-se na: (i) Recuperação e valorização de Mosteiros e Palácios que constituíam alguns dos mais importantes Monumentos Nacionais; (ii) Infraestruturas de acesso do público ao Parque Arqueológico do Vale do Côa.

Os objetivos desta Medida foram plenamente atingidos, pois que os projetos apoiados tiveram um impacto muito positivo na dinamização da atividade cultural dos monumentos recuperados e no acréscimo do número de visitantes. Com efeito, nos Monumentos que foram objeto de intervenção verificou-se um aumento médio anual de visitantes de 5% desde o início do QCA II, do qual resultou um total acumulado de 32%. (DGDR, 2000b, pág. 76)

A Medida 5 – Museus e Outros Equipamentos Culturais teve por objetivo a construção, reconstrução e revitalização de alguns dos mais importantes Museus Nacionais, para a valorização da Rede Nacional de Museus e a criação de importantes polos de atração cultural e turística. Esta medida teve ainda por objetivo a recuperação e dinamização de Outros Equipamentos Culturais, o que permitiu apoiar alguns projetos de recuperação de Teatros e Cine-Teatros. De forma a complementar os projetos de recuperação de salas de espetáculos, foi ainda concretizado o apoio a Festivais Culturais de nível internacional, os quais tiveram por objetivo a captação de novos públicos. Os projetos apoiados e as principais ações levadas a cabo no âmbito desta medida consistiram na: (i) Construção e equipamento de dois novos Museus Nacionais; (ii) Recuperação e valorização de Museus; (iii) Recuperação de salas de espetáculos que se encontravam fechadas ao público (DGDR, 2000b).

Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural – Componente Turismo

A componente Turismo da Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural enquadrou-se nos objetivos definidos para a política do Turismo, que assentava no reforço da competitividade do setor no sentido de garantir um crescimento sustentado a médio e longo prazo, através do aumento das entradas de turistas, do crescimento progressivo da respetiva despesa média diária e da redução da sazonalidade (DGDR, 2000b; MPAT, 1994b).

Os objetivos da componente Turismo centravam-se: (1) na melhoria da oferta de alojamento; (2) em suprir carências de estruturas de animação; (3) em recuperar o património para fins turísticos; (4) e melhorar a qualificação dos profissionais do setor (MPAT, 1994b). Tendo por base os objetivos da componente turismo, a estrutura desta intervenção operacional subdivide-se da seguinte forma:

A Medida 1 – Modernização e Diversificação da Oferta Turística de Alojamento e Animação teve como principais objetivos: (i) modernizar a oferta turística nacional, melhorando a qualidade e aumentando a produtividade por forma a torna-la mais competitiva em termos internacionais; (ii) diversificar, através da criação de estruturas de animação e recuperação de património para fins turísticos, investimentos com efeitos na atenuação da sazonalidade e no aumento da despesa média diária dos turistas e da distribuição regional mais equilibrada do investimento, aproveitando potencialidades regionais (MPAT, 1994b; DGDR, 2000b).

Esta medida concretizou-se através da disponibilização de diversos instrumentos financeiros de apoio às empresas, participações financeiras reembolsáveis e não reembolsáveis, onde se enquadrava o SIFIT, Fundos de Capital de Risco, Investimento Imobiliário e Garantia Mútua, e também no apoio às Associações Empresariais e Regiões de Turismo (DGDR, 2000b).

Tabela III.7.3.1 Medidas e Ações do Subprograma Turismo e Património Cultural – Turismo

MEDIDAS / AÇÕES	
MEDIDA 1	Modernização e Diversificação da Oferta Turística de Alojamento e Animação
Ação 1	Sistema de Incentivos Financeiros Investimento no Turismo
Ação 2	Empréstimos em Condições Preferenciais
Ação 3	Fundo de Capital de Risco
Ação 4	Fundo de Investimento Imobiliário
Ação 5	Assistência Técnica
Ação 6	Fundo de Garantia Mútua
Ação 7	Apoio a Estruturas Associativas
Ação 8	Órgãos Regionais e Locais do Turismo
MEDIDA 2	Alojamento Turístico em Edifícios Históricos
MEDIDA 3	Formação dos Profissionais do Turismo

Fonte: MPAT, 1994a, 199b

O SIFIT III teve por objetivo alcançar níveis superiores de qualidade e diversidade da oferta turística nacional que permitissem o desenvolvimento económico sustentado e a correção das assimetrias regionais (FT, 1998f). Uma análise cuidada permite observar que os projetos abrangidos por este instrumento financeiro, enquadram-se nas linhas de ação da Medida 1, que pretendia modernizar a oferta turística nacional, na sua qualidade e na sua produtividade de forma a torná-la mais competitiva. O SIFIT III abrangia o apoio aos seguintes projetos de investimento:

(1) *Projetos de construção, remodelação, ampliação e redimensionamento dos seguintes empreendimentos turísticos:* (i) Hotéis de 5, 4 e 3 estrelas; (ii) Pousadas, Estalagens e Albergarias; (iii) Hotéis Apartamentos e Hotéis de 2 estrelas; (iv) Pensões de 1ª categoria; (v) Pensões de 2ª e 3ª categoria; (vi) Parques de campismo públicos; (vii) Aldeamentos Turísticos (FT, 1998f).

(2) *Projetos de construção, ampliação e remodelação dos seguintes estabelecimentos declarados de interesse para o turismo:* (i) Instalações náuticas, quando inseridas em marinas, fluviais ou marítimas e portas ou docas de recreio; (ii) Parques temáticos com carácter não sazonal; (iii) Golfe; (iv) Embarcações destinadas a passeios marítimos ou fluviais, de natureza turística ou cultural; (v) Instalações e equipamentos para salas de congressos e reuniões; (vi) Instalações termais; (vii) Restaurantes; (viii) Outros empreendimentos de animação turística, de carácter cultural ou desportivo (FT, 1998f).

(3) *Projetos de recuperação ou adaptação de património qualificável como de relevante valor histórico, cultural ou arquitetónico, em ordem à construção, ampliação ou remodelação dos seguintes empreendimentos:* (i) Hotéis de 5, 4 e 3 estrelas e rurais; (ii) Pousadas, albergarias e estalagens; (iii) Hotéis Apartamentos e Hotéis de 2 estrelas; (iv) Pensões de 1ª categoria; (v) Restaurantes; (vi) Instalações termais; (vii) Pensões de 2ª e 3ª categoria; (viii) Animação turística (FT, 1998f).

(4) *Projetos de TER:* (i) Hotéis rurais; (ii) Turismo de Aldeia; (iii) Turismo de Habitação; (iv) Turismo Rural e Agroturismo com declaração de interesse arquitetónico e histórico ou cultural; (v) Parques de campismo rurais (FT, 1998f).

Os **Financiamentos Diretos** foram criados com o objetivo de conferir uma maior racionalidade e eficácia ao conjunto de incentivos financeiros disponibilizados para o setor do turismo (FT, 1998d). Este instrumento financeiro estava direcionado para o reforço da competitividade das empresas do setor e para a atenuação das assimetrias regionais, e apoiava os seguintes projetos:

(1) Projetos tipificados no SIFIT III e no SIR que, por não preencherem as condições de acesso referentes à data do início das obras, ao valor de investimento máximo elegível, bem como à natureza do promotor, não possam aceder aos referidos sistemas de incentivos; (2) Projetos de

instalação de estabelecimentos hoteleiros e de empreendimentos de animação de interesse para o turismo; (3) Projetos de redimensionamento de estabelecimentos hoteleiros; (4) Projetos de remodelação a realizar em estabelecimentos de restauração e de bebidas declarados de interesse para o turismo pela DGT; (5) Projetos de investimento a realizar em estabelecimentos hoteleiros turísticos existentes que se traduzam em instalações de sistemas de eficiência energética; (6) Projetos de arranjo paisagístico (espaços exteriores) de estabelecimentos hoteleiros e aldeamentos turísticos existentes; (7) Projetos de investimento que consistam na prestação comum e concertada de serviços relacionada com a atividade turística e que tenham por objeto a criação de infraestruturas e equipamentos complementares de estabelecimentos hoteleiros; (8) Projetos de modernização tecnológica ou remodelação das instalações das agências de viagens; (9) Projetos destinados à remodelação de balneários termais declarados de interesse para o turismo; (10) Projetos de criação e remodelação de apoios e equipamento de praia em áreas concessionadas; (11) Projetos que visem a obtenção de um certificado de qualidade que tenha por objeto empreendimentos turísticos, bem como projetos que visem a admissão à cotação, em qualquer bolsa de valores, de ações representativas do capital de sociedades comerciais exploradoras de empreendimentos turísticos; (12) Projetos de aquisição, construção, ampliação, remodelação e equipamento de instalações destinadas ao funcionamento das Regiões e Juntas de Turismo; (13) Projetos de criação ou remodelação e modernização de postos de informação turística dos Órgãos Regionais e Locais de Turismo (FT, 1998d).

O **Fundo de Investimento de Capital de Risco**, como o próprio nome indica, tinha por objetivo a aquisição de participações no capital de sociedades com elevado potencial de crescimento e valorização. Era um instrumento de investimento de capital fixo, cujo património se destina a ser investido na atividade de capital de risco.

Para este instrumento financeiro, o Investimento é realizado em Sociedades que sejam promotoras dos seguintes projetos: (i) recuperação de património arquitetónico, histórico e cultural para instalação de equipamentos hoteleiros e de animação turística; (ii) animação turística com carácter inovador; (iii) cooperação empresarial; (iv) redimensionamento de unidades hoteleiras; (v) saneamento financeiro e modernização; (vi) recuperação de empreendimentos turísticos não incluídos, cujas obras se encontrem paralisadas há mais de 5 anos que constituam, por isso, fator de degradação ambiental dos locais onde estão inseridos;

(vii) serviços a empresas do sector turístico; (viii) internacionalização de empresas nacionais do sector (FT, 1998b).

O **Fundo de Investimento Imobiliário Fechado Turístico (FIFIT)**, estava direcionado para o desenvolvimento de projetos e aquisição de imóveis afetos à atividade turística, nomeadamente: (i) de animação turística com carácter inovador; (ii) hoteleiros e de animação turística que envolvam a recuperação de património arquitetónico, histórico e cultural; (iii) hoteleiros que necessitem de modernização e redimensionamento; (iv) turísticos que envolvam a recuperação de imóveis não concluídos, cujas obras se encontrem paradas há mais de cinco anos e que constituam fator de degradação ambiental; (v) saneamento financeiro de empreendimentos economicamente viáveis.

O **Fundo Contra Garantia Mútua** teve por objetivo permitir às pequenas e micro empresas a utilização de um instrumento financeiro que lhes permitisse ter uma maior capacidade negocial com o sistema bancário, e que permitisse reduzir os custos financeiros das empresas. As empresas de pequena e micro dimensão representam um papel relevante na estrutura económica e empresarial do turismo. Estas empresas, pela sua dimensão, deparam-se com fatores muito específicos no acesso ao crédito, nomeadamente no que se refere às condições e prazos dos financiamentos obtidos, o que influencia a sua capacidade de expansão e competitividade. O Fundo Contra Garantia Mútua pretendia minimizar os impactos sentidos pelas empresas de pequena e micro dimensão no acesso ao crédito.

Os instrumentos financeiros destinados às **Associações Empresariais do Turismo** e aos **Órgãos Regionais e Locais de Turismo** foram criados face ao relevante papel que estas entidades desempenham no setor do turismo. Pretendia-se apoiar projetos de investimento direcionados para (i) recolha, sistematização e divulgação de informação técnica e económica relevante para o setor do turismo, designadamente através da criação de bases de dados informatizados e de seminários, bem como a elaboração e edição de estudos técnicos e económicos de relevância setorial, designadamente estudos de mercado, inovação da gestão e novas tecnologias aplicáveis à atividade turística; (ii) ações de divulgação dos instrumentos financeiros e respetivo quadro legal e apoio às empresas associadas; (iii) aquisição ou modernização das instalações, desde que estes projetos estejam diretamente associados às ações de divulgação, informação e formação e à constituição de gabinetes de apoio específico aos investidores; (iv) participação em missões empresariais internas ou no estrangeiro; (v)

contratação de técnicos especializados para desempenho de atividades de apoio técnico ou formação.

Tendo em atenção as políticas definidas para o setor do turismo e os instrumentos financeiros criados no âmbito do II QCA concluiu-se que determinadas áreas de intervenção definidas ao nível da política e estratégia para o setor do turismo não tinham sido operacionalizadas em instrumentos financeiros. Nesse sentido, foram criados determinados instrumentos financeiros, apenas com participação nacional, para colmatar esta situação, nomeadamente, os instrumentos: (1) Bonificação de Rendias de Locação Financeira; (2) Financiamento Bancário; (3) ProRest; (4) Rotas de Vinho; (5) Sinalização Turística.

O instrumento **Bonificação de Rendias de Locação Financeira** eram protocolos celebrados entre o IFT e as sociedades de locação financeira, e tinha como principal objetivo atribuir uma bonificação de rendias de locação que tivessem por objeto equipamentos necessários a um adequado re-equipamento e apetrechamento de estabelecimentos hoteleiros, meios complementares de alojamento, restaurantes típicos ou declarados de interesse para o turismo e agências de viagens e turismo (FT, 1998a).

Estavam abrangidos os seguintes bens de equipamento: (i) equipamento telefónico, telex, telecópia; (ii) equipamento de som; (iii) equipamento de TV e vídeo; (iv) equipamento de cafetaria; (v) equipamento administrativo e informático; (vi) elevadores, monta-cargas, e monta-pratos; (vii) ar condicionado central e individual; (viii) sistema de segurança; (ix) rede de incêndio; (x) equipamento de cozinha industrial e lavandaria; (xi) sistema audiovisual e de som para salas de congressos; (xii) frigo-bares; (xiii) equipamento de filtragem e tratamento de água; (xiv) caldeiras e equipamento de aquecimento; (xv) equipamento de ginásio e health-club; (xvi) equipamento de energia solar; (xvii) equipamento de conservação de energia e geradores; (xviii) equipamento de arranjos exteriores; (xix) tratores limpa praias para empresas concessionárias; (xx) mobiliário que permita melhorar a instalação de equipamentos informáticos e de telecomunicações (FT, 1998a).

O instrumento **Financiamento Bancário** pretendia possibilitar a conceção de créditos em condições mais favoráveis através da redução de taxas de juro. Para isso, o IFT celebrou protocolos com diversas instituições financeiras tendo como principal objetivo uma maior eficiência e competitividade do financiamento ao investimento no setor do turismo.

Os projetos de investimento abrangidos pelo Financiamento Bancário eram os seguintes: (i) estabelecimentos hoteleiros; (ii) aldeamentos turísticos; (iii) apartamentos turísticos, constituídos no mínimo por 10 apartamentos no mesmo edifício, com uma gestão comum; (iv) conjunto de, pelo menos, 10 moradias turísticas exploradas por uma única entidade, que se encontrem afetas de forma permanente e continuada à utilização turística e que se localizem num espaço delimitado sem soluções de continuidade; (v) parques de campismo públicos; (vi) turismo no espaço rural, exceto casas de campo; (vii) estabelecimentos declarados de interesse para o turismo, nos termos do artigo 57º do decreto-lei n.º 167/97 de 4 de julho e respetiva regulamentação; (viii) agências de viagens devidamente licenciadas pela DGT; (ix) restaurantes; (x) rent-a-car; (xi) aquisição de imóveis por sociedades arrendatárias dos mesmos, afetos à instalação de qualquer dos empreendimentos turísticos atrás referidos; (xii) aquisição de imóveis que se encontrem inacabados há mais de três anos por entidades que visem com a aquisição instalar qualquer dos empreendimentos turísticos referidos; (xiii) projetos de internacionalização desde que aprovados pelo ICEP; (xiv) aquisição de viaturas ligeiras ou pesadas de passageiros, nomeadamente para agências de viagem, desde que devidamente justificada em razão do tipo de atividade do promotor e desde que assegurado o seu licenciamento (FT, 1998c).

O **ProRest** (Programa de Apoio à Requalificação e Modernização dos Estabelecimentos de Restauração e de Bebidas), destinava-se a apoiar financeiramente projetos promovidos por entidades ou empresas exploradoras de estabelecimentos de restauração e bebidas, com incidência nas áreas da higiene e segurança. Os projetos de investimento abrangidos por este instrumento financeiro eram a: (i) remodelação de instalações sanitárias; (ii) remodelação de cozinhas, zonas de fabrico de pastelaria e de apoio (copas, armazéns, etc.) e redes de frio; (iii) instalação de sistemas de segurança contra incêndio; (iv) instalação de sistemas de exaustão, ventilação e ar condicionado; (v) instalação de sistemas de poupança de energia; (vi) estudos, projetos, incluindo o seu acompanhamento e controlo, com o limite máximo de 5% do custo total elegível (FT, 1998e).

Nesse período foi também criado um instrumento financeiro que se denominava **Rotas de Vinho**, e que tinha por objetivo contribuir para o desenvolvimento local e para a melhoria das condições de vida das populações. A introdução deste instrumento financeiro pretendia estimular o aproveitamento turístico das adegas, caves e quintas associadas à produção de vinho, bem como dos atrativos paisagísticos, etnográficos e culturais. Os projetos de

investimento abrangidos eram: (i) elaboração da rota; (ii) sinalização da rota; (iii) construção, ampliação, melhoria, remodelação e adaptação de um equipamento de apoio e de acolhimento dos turistas que pretendessem visitar locais integrados na rota; (iv) conceção e realização de roteiros vinícolas ou centros de interesse vitivinícola; (v) ampliação, melhoria, remodelação e adaptação de adegas, caves e quintas conexas com a produção de vinho e outros centros de interesse para a dinamização de rotas de vinho, com vista à correspondente afetação à atividade turística.

Outra área de intervenção da política do turismo para a qual foi criado um instrumento financeiro específico no período do II QCA foi a **Sinalização Turística**. O instrumento financeiro Sinalização Turística abrangia projetos de: (i) Conceção e instalação de sinalização turística, com vista à normalização da sinalética de acordo com regras internacionais; (ii) Quiosques multimédia enquadrados em sistema informático desenvolvido pela DGT.

A Medida 2 – Alojamento Turístico em Edifícios Históricos, teve como objetivo a recuperação de monumentos e edifícios com especial interesse histórico e patrimonial para alojamento turístico (Pousadas). Concretizou-se no apoio à recuperação, adaptação e ampliação de património classificado que, pela sua localização, potenciou o desenvolvimento das regiões do interior oferecendo um produto de qualidade e contribuindo, igualmente, para diversificação da oferta turística. Esta medida foi totalmente direcionada para a recuperação das Pousadas de Portugal, propriedade da ENATUR (DGDR, 2000b; MPAT, 1994b).

A Medida 3 – Formação dos Profissionais do Turismo procurou reduzir o desequilíbrio entre a oferta e a procura de mão-de-obra qualificada através de ações de formação inicial e contínua, e da qualificação dos atuais profissionais do setor. Foram destinatários empresários e quadros médios e superiores de PME e outros ativos de empresas de turismo. Esta medida absorveu os apoios financeiros disponibilizados pelo Fundo Social Europeu (FSE) (DGDR, 2000b; MPAT, 1994b).

Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural – Componente Juventude

Na Componente Juventude desenvolveram-se diversas iniciativas focalizadas na construção e recuperação das Pousadas da Juventude sob a responsabilidade da Movijovem. Teve como principal objetivo fomentar ações de intercâmbio e turismo juvenil, e proporcionar aos jovens

portugueses e de outros países um contato mais direto com a realidade portuguesa (DGDR, 2000b; MPAT, 1994b). Com a construção e a recuperação de Pousadas da Juventude foi possível o alargamento e melhoramento da rede nacional de Pousadas da Juventude, abrangendo todos os distritos de Portugal.

III.7.4 III Quadro Comunitário de Apoio 2000-2006

A definição da política e estratégia para o setor do turismo para o período de 2000-2006 incluiu a elaboração de um conjunto de documentos de suporte: o *Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social* (MEPAT, 1998a) onde se efetua um diagnóstico prospetivo da globalidade dos setores da economia, e onde se inclui em particular o setor do turismo; o documento *Uma Visão Estratégica para Vencer o século XXI* (MEPAT, 1998b), em que, como o próprio nome indica, se definem as opções estratégicas para Portugal para o período de vigência do III QCA; o *Plano de Desenvolvimento Regional* (MEPAT, 1999) onde se incluem as principais medidas e ações a adotar para o desenvolvimento de Portugal; e o *Quadro Comunitário de Apoio III – Portugal 2000-2006*, suporte financeiro das estratégias, medidas e ações definidas (MP, 2000). A investigação realizada sobre esta temática teve também em atenção o estudo elaborado para o Observatório do QCA III, *Governança Regional e Gestão das Intervenções Financiadas pelos Fundos Estruturais* (Reis, 2005) que apresenta uma análise pormenorizada à forma como eram geridos os instrumentos financeiros disponibilizados nesse período.

O III Quadro Comunitário de Apoio (III QCA) vigorou do início do ano 2000 ao final do ano de 2006. O diagnóstico prévio elaborado, o PNDES – Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social identificou o setor do turismo como um dos principais clusters da economia portuguesa (MEPAT, 1998a). Este QCA foi estruturado em 4 Eixos prioritários que, por sua vez, contemplaram 17 Programas Operacionais (divididos entre programas setoriais e programas operacionais regionais) (MP, 2000). O Programa Operacional denominado POE/PRIME constituiu-se como o programa operacional com maior dotação financeira do III QCA, e no qual estavam integrados os instrumentos financeiros para o apoio ao investimento privado no turismo.

Considerando a estrutura empresarial do setor do turismo, constituído maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, e tendo em atenção a importância destas empresas no fortalecimento da base económica regional e local, diversificação de produtos, multiplicador económico, criação de emprego, inovação e desenvolvimento, o POE/PRIME tinha por objetivo criar instrumentos financeiros direcionados para o apoio a estas empresas de pequena e micro dimensão.

Para além disso, e tendo em atenção o III Quadro Comunitário de Apoio em toda a sua extensão, observa-se que entidades ligadas à área do turismo podiam obter financiamento ao nível de outros programas e iniciativas comunitárias, nomeadamente, os Programas Operacionais Regionais, e o LEADER MAIS. Refira-se ainda que existiam instrumentos financeiros orientados para a área do turismo no instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (IFT), destinados a empresas da área do turismo e no seguimento dos instrumentos financeiros disponibilizados no anterior QCA, tais como o PROREST III e Apoios Sinalização Turística.

Outra questão que importa evidenciar, prende-se com a alteração ocorrida no ano de 2002, onde se verificou uma transição do financiamento existente na altura, para a área da economia, o Programa Operacional da Economia (POE), para o Programa de Incentivos à Modernização da Economia (PRIME). Segundo o governo português, esta transição permitiu uma alteração de fundo na estrutura do Programa, nomeadamente ao nível do conceito, dos objetivos e da filosofia.

Segundo o Ministério da Economia, «*A grande novidade introduzida pelo PRIME é a garantia aos empresários de que os projetos com mais valor, com mais resultados efetivos e com maior sucesso serão os mais apoiados. A alteração global vem introduzir maior simplicidade nas medidas, mais rapidez na decisão e maior transparência nos critérios de avaliação.*» (ME, 2004, página)

Nesse sentido, o PRIME – Programa de Incentivos à Modernização da Economia, aprovado pela Comissão Europeia a 14 de maio de 2003 para vigorar até ao final de 2006, tinha como principais objetivos estratégicos: (1) Reforçar a produtividade e competitividade das empresas dos setores da Indústria, Energia, Construção, Transportes, **Turismo**, Comércio e Serviços, diretamente ou através de entidades da sua envolvente, de natureza financeira, associativa,

formativa ou tecnológica e autárquica, entre outras; (2) Incrementar a sua participação no mercado global, através da melhoria da capacidade para defrontar uma concorrência externa acrescida, quer a nível de uma União Europeia voltada para um alargamento aos Países da Europa Central e de Leste, quer a nível mundial; (3) Promover o investimento em áreas potenciais de desenvolvimento, especialmente naquelas em que são decisivos os fatores dinâmicos de competitividade; (4) Incorporar nas empresas uma cultura de investigação e desenvolvimento de novos produtos e métodos produtivos; (5) Orientar os recursos humanos para a produtividade através da sua qualificação técnico-científica e, também, do desenvolvimento de tarefas mais motivadoras e geradoras de mais valor. (ME, 2004)

O PRIME encontrava-se dividido em 3 Eixos Estratégicos, que representavam os principais níveis de intervenção estratégica e oito medidas. Os dois primeiros Eixos tinham por objetivo uma intervenção direta ao nível das empresas, enquanto que o terceiro Eixo estava direcionado para a dinamização da envolvente empresarial.

Tabela III.7.4.1 Estrutura do PRIME

EIXO 1	DINAMIZAÇÃO DAS EMPRESAS
Incentivos ao investimento de modernização, inovação e à estratégia competitiva das empresas	
EIXO 2	QUALIFICAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS
Apoios à qualificação dos recursos humanos, significando o reforço da aposta nesta área	
EIXO 3	DINAMIZAÇÃO DA ENVOLVENTE EMPRESARIAL
Incentivos à melhoria das infraestruturas, às parcerias empresariais, de internacionalização, e instrumentos de modernização financeira	

Fonte: ME, 2004

Os três Eixos do PRIME dividem-se em 8 medidas (menos 4 medidas que as definidas no programa anterior, o POE). O Eixo 1 – Dinamização das Empresas incluía as seguintes medidas: Medida 1 – Estimular a Modernização Empresarial; Medida 2 – Apoiar o Investimento Empresarial; Medida 3 – Melhorar as Estratégias Empresariais.

Tabela III.7.4.2 Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 1

EIXO 1	DINAMIZAÇÃO DAS EMPRESAS		
	Medida 1	Estimular a Modernização Empresarial	
		SIME	Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial
		Apoio a médios e grandes investimentos, promoção de fatores dinâmicos de competitividade, nas áreas da qualidade, internacionalização, energia, ambiente e recursos humanos	

	Medida 2	Apoiar o Investimento Empresarial	
		SIPIE	Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais
		URBCOM	Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial
		SIVETUR	Sistema de Incentivos a Produtos Turísticos de Vocação Estratégica
		NEST	Novas Empresas de Suporte Tecnológico
	Medida 3	Melhorar as Estratégias Empresariais	
		3.1 IDEIA	Apoio à Investigação e Desenvolvimento Empresarial Aplicado
		3.2 SIUPI	Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial
		3.3 Promoção de Fatores Dinâmicos de Produtividade	
			SIME INOVAÇÃO - Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológicos
			NITEC - Sistema de Incentivos à Criação de Núcleos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico no setor Empresarial
			PME DIGITAL
			QUADROS - Incentivo à Contratação de Técnicos Qualificados
			DEMTEC - Pr. Piloto – Produtos, Processos e Sistemas Tecnicamente Inovadores
		3.4 Fomento do Empreendedorismo	
			MAPE – Medida de Apoio ao Aproveitamento do Potencial Energético e à Racionalização de Consumos
			SICE – Reforço de Cooperação Empresarial

Fonte: (ME, 2004)

O Eixo 2 – Qualificação dos Recursos Humanos integrava a seguinte medida: Medida 4 – Incentivar os investimentos em Recursos Humanos.

Tabela III.7.4.3 Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 2

EIXO 2	QUALIFICAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS		
	Medida 4	Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	
		4.1	Formação Associada a Estratégias de Investimento das Empresas e da Envolveente Empresarial
		4.2	Formação de Quadros a Inserir em PME
		4.3	Formação em Novos Desafios Económicos no âmbito de Parcerias
		4.4	Formação para as Atuais Escolas Tecnológicas

Fonte: (ME, 2004)

O Eixo 3 – Dinamização da Envolveente Empresarial incorporava as seguintes medidas: Medida 5 – Incentivar a Consolidação de Infraestruturas; Medida 6 – Apoiar as Parcerias Empresariais; Medida 7 – Dinamizar Mecanismos de Inovação Financeira Empresarial; Medida 8 –

Internacionalizar a Economia. Apresentam-se de seguida as tabelas correspondentes a cada Eixo, com as correspondentes medidas e sistemas de incentivos associados.

Tabela III.7.4.4 Sistemas de Incentivos Financeiros para as Pequenas e Micro Empresas – Eixo 3

EIXO 3	DINAMIZAÇÃO DA ENVOLVENTE EMPRESARIAL		
	Incentivar a Consolidação de Infraestruturas		
	5.1	Apoio à Criação de Novas Infraestruturas Tecnológicas e às Atuais Infraestruturas Tecnológicas, da Formação e da Qualidade	
	Transferência de tecnologia no âmbito do sistema científico e tecnológico nacional		
	Dinamização de infraestruturas dos sistemas tecnológico, da formação e da qualidade		
	Projetos de demonstração tecnológica de natureza estratégica		
	5.2	Apoios às Atuais Infraestruturas Associativas	
	5.3	Medida de Apoio à Modernização e Desenvolvimento das Infraestruturas Energéticas	
	5.4	Apoio às Infraestruturas Turísticas	
	Pousadas Históricas		
	Infraestruturas Turísticas		
	5.5	Fomento de Novos Espaços de Desenvolvimento Económico	
	Desenvolvimento/Qualificação de Áreas de Localização Empresarial (ALE)		
	PITER – Programas Integrados Turísticos de Natureza Estruturante e Base Regional		
	Requalificação das Áreas de Produção Mineral		
	Medida 6	Apoios a Parcerias Empresariais	
	Dinamizar Mecanismos de Inovação Financeira Empresarial		
	Medida 7	Ação A	Criação e Reforço de um Fundo de Sindicação de Capital de Risco
		Ação B	Constituição e Reforço dos Mecanismos de Garantia
	Medida 8	Internacionalizar a Economia	
		8.1	Promoção de Portugal e Criação de Marcas Portuguesas
		8.2	Promoção de Acesso a Mercados

Fonte: (ME, 2004)

O PRIME definiu para o setor do Turismo 5 objetivos estratégicos: (1) Promover e reforçar a competitividade das empresas do setor do Turismo, fomentando o desenvolvimento de estratégias que visem o aumento da sua capacidade técnica e tecnológica e o aumento do seu poder de negociação dentro da cadeia de valor do turismo; (2) Apoiar o aparecimento de novas áreas de negócios que apostem na criação de novos produtos turísticos, baseados em potencialidades existentes e/ou contribuindo para o reforço da coesão regional, através da exploração e valorização de novas áreas turísticas. (ME, 2004; MEID, 2010)

Tinha também como principal objetivo (3) Atuar sobre os fatores críticos do setor do Turismo, garantindo a sua sustentabilidade, nomeadamente através da: (i) Consolidação dos grandes centros de produção turística, ordenando e qualificando o espaço, de forma a diferenciá-los pela qualidade e complementaridade, no quadro da competitividade internacional; (ii) Consolidação da oferta turística existente, através da modernização e requalificação do produto, dos ativos e da gama de serviços; (iii) Promoção do acréscimo de produtividade das empresas, através da inovação de processos e de recursos técnicos, designadamente fomentando o processo de introdução de novas tecnologias de informação e comunicação; (iv) Qualificação e intensificação da formação de profissionais de e para o Turismo; (v) Promoção da internacionalização de Portugal como destino turístico, com base nos atuais produtos e mercados nucleares do Turismo, complementando-a com um esforço de penetração de novos produtos em novos e atuais mercados. (ME, 2004; MEID, 2010)

Pretendia ainda, (4) Apoiar a internacionalização dos agentes económicos do Turismo, através de mecanismos financeiros adequados às formas de acesso à internacionalização, autonomamente ou em associação; (5) Estimular o aparecimento de novas áreas de negócios que apostem na criação de novos produtos turísticos, baseados em potencialidade existentes e/ou contribuindo para o reforço da coesão regional, através da exploração e valorização de novas áreas turísticas (ME, 2004; MEID, 2010).

No âmbito do III QCA e do PRIME, em particular, existem diversos Sistemas de Incentivos direcionados para o setor do Turismo. Dos vários sistemas de financiamento apresentados nas tabelas anteriores identificam-se, seguidamente, aqueles que de uma forma direta apoiavam financeiramente o setor privado do turismo: (i) O SIME - Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial (Medida 1); (ii) O SIVETUR – Sistema de Incentivos a Produtos de Vocação Estratégica do Sector do Turismo (Medida/Ação 2.3); (iii) O PITER – Programas integrados turísticos de natureza estruturante e base regional (Medida/Ação 5.5.B); (iv) O SIME Internacional (Medida/ Ação 1.E – para projetos de pequena dimensão); (v) O SIPIE – Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais (Medida/ Ação 2.1) (ME, 2004; MEID, 2010).

De salientar a criação de dois sistemas de financiamento específicos para o setor do Turismo, o SIVETUR e o PITER (Programas Estruturados Turísticos de Natureza Estruturante e Base Regional), o que confere ao setor do turismo uma maior importância na política de investimento. O PITER, em particular, constituía-se como um programa que pretendia apoiar um conjunto de

programas de investimento, complementares entre si, e implementados num horizonte temporal limitado. Os programas e investimentos definidos prosseguiram os mesmos objetivos estratégicos de forma a estruturar a oferta turística local ou regional e criar um impacto económico significativo na área territorial onde se inseriam (Costa, 2002). Refira-se, no entanto, que, com maior ou menor projeção, esta especificidade atribuída ao setor do Turismo esteve sempre presente nos três Quadros Comunitários de Apoio que Portugal beneficiou.

A análise realizada aos instrumentos financeiros disponibilizados para o investimento privado no setor do turismo permite concluir que, em termos gerais, durante os períodos de vigência dos Quadros Comunitários de Apoio os instrumentos financeiros criados permitiram uma qualificação global da oferta turística em Portugal, nomeadamente, no que diz respeito à : (i) criação e qualificação de infraestruturas de suporte ao turismo; (ii) qualificação e modernização da oferta de alojamento e restauração; (iii) melhoria das acessibilidades; (iv) valorização do património histórico-cultural.

III.8 Conclusão

O setor privado do turismo integra maioritariamente empresas de pequena e micro dimensão, constituindo-se como um elemento central na criação de rendimento e de emprego, no desenvolvimento económico e no fortalecimento da base económica regional e local, no aumento da competitividade dos destinos, na preservação e dinamização dos recursos endógenos e na criação de benefícios sociais para as comunidades onde se integram.

No entanto, a investigação realizada nesta área continua a ser insuficiente, dado que, considerando os potenciais benefícios que podem advir e serem criados por este tipo de empresas, não tem sido dada a devida atenção às necessidades das empresas de pequena e micro dimensão que possuem características e especificidades para as quais devem ser definidas medidas de política e estratégia que tenham em consideração as características e especificidades que lhes são inerentes.

Esta questão da pouca atenção dada às empresas de pequena e micro dimensão torna-se ainda mais evidente, quando se observa que continua a não existir uma definição única, universalmente aceitável de empresas de pequena e micro dimensão. Apesar dos diversos estudos realizados nesta área, continua a definir-se empresas de pequena e micro dimensão

de acordo com o objetivo específico do estudo em causa, ou então socorrendo-se de diferentes abordagens, qualitativas e/ou quantitativas.

No entanto, estas diferentes abordagens refletem algumas fraquezas na definição de empresas de pequena e micro dimensão. Enquanto que a definição segundo uma abordagem qualitativa centra-se em opiniões e comportamentos, o que transpõe alguma subjetividade na definição, sendo mais difícil o seu tratamento estatístico, a definição tendo por base uma abordagem quantitativa é mais objetiva, está sujeita à possibilidade de análise estatística e pode incluir dois indicadores, o volume de negócios e o número de pessoas empregadas.

Contudo, apesar de a abordagem quantitativa ser mais objetiva, fiável, e aquela que habitualmente é utilizada, apresenta também algumas desvantagens que se prendem essencialmente com a falta e/ou o rigor e fiabilidade da informação disponível, a dificuldade de por vezes obter esta informação, habitualmente dependente da disponibilização da informação por parte das empresas, para além dos diferentes parâmetros de medidas que podem ser utilizados.

A União Europeia de forma a responder a uma necessidade objetiva de definição da dimensão de empresas para a atribuição de financiamento no âmbito dos Quadros Comunitários de Apoio adotou uma definição, que tem sido amplamente utilizada e consensualizada, de pequena e micro empresa, e que tem por base uma abordagem quantitativa e utiliza como parâmetros os indicadores volume de negócios e número de pessoas empregadas.

Apesar das enormes vantagens que caracterizam a atuação das empresas de pequena e micro dimensão, estas possuem um conjunto de constrangimentos no seu crescimento e desenvolvimento que advém principalmente da sua reduzida dimensão e estrutura familiar. Dada esta situação é frequente observar uma elevada dinâmica de entrada e saída de empresas da atividade económica que advém da facilidade em criar empresas de pequena e micro dimensão, que tendem a apostar em nichos de mercado e/ou áreas não cobertas pelas empresas de grande dimensão, e dos constrangimentos sentidos por estas empresas que lutam diariamente para sobreviver, não tendo como principal objetivo o seu crescimento, mas simplesmente a manutenção da sua atividade económica.

O setor privado do turismo integra na sua cadeia de valor, e segundo a metodologia da Conta Satélite do Turismo, os subsetores que representam as principais atividades económicas do turismo, o subsetor do alojamento, da restauração e bebidas, dos transportes, das agências de viagens e dos operadores turísticos, dos serviços recreativos e de lazer e dos serviços culturais.

Os subsetores mais representativos em termos do número de empresas são os subsetores do alojamento e da restauração e bebidas, constituindo-se também como os subsetores que detêm maior peso na atividade económica, no volume de negócios e no número de pessoas empregadas. São também estes dois subsetores que detêm mais importância, a par do subsetor dos transportes, nos indicadores utilizados na Conta Satélite do Turismo, o indicador do consumo turístico no território económico, no contributo para o PIB, e também no consumo turístico recetor e no consumo turístico interno relegando para segundo plano, em termos da sua importância económica, os subsetores dos serviços culturais e dos serviços recreativos e de lazer, que se constituem como os subsetores em maior evidência em termos das tendências de crescimento internacionais.

Esta preponderância dos subsetores do alojamento e da restauração e bebidas reflete-se também ao nível da política de investimento para o setor do turismo no período de 1994-2006. A análise realizada permitiu concluir que as medidas de política e estratégia para o setor do turismo e a sua implementação através dos instrumentos financeiros disponibilizados pelos Quadros Comunitários de Apoio contratualizados com a União Europeia, se centrou, principalmente, na melhoria e diversificação da oferta turística ao nível dos subsetores do alojamento e da restauração e bebidas. Contudo, denotou-se um esforço em diversificar os investimentos realizados neste setor através da aposta e incentivo à realização de investimentos na área da cultura (essencialmente investimento público) e nos serviços de recreio e lazer.

No entanto, a efetividade e realização de investimentos no subsetor das atividades recreativas, culturais e desportivas carece ainda de uma análise quantitativa que se irá realizar nos capítulos seguintes, dado que, apesar da estratégia e definição política por parte do setor público, não significa que o setor privado, nos investimentos que realizou neste período, siga as orientações definidas por parte do setor público.

CAPÍTULO IV

Metodologia

IV.1 Introdução

Considerando o enquadramento teórico apresentado, é fundamental definir um modelo de investigação adequado àquilo que se pretende analisar, tendo particular atenção às especificidades do setor e das áreas em estudo. O capítulo da metodologia constitui-se como o elemento central da investigação, dado que, é neste capítulo que se realiza o enquadramento e explicação da metodologia adotada, a definição do modelo de análise e a explicação e sequência do processo de investigação. É também no capítulo da metodologia que se realiza a interligação entre a componente teórica e a análise empírica, que por sua vez irá permitir demonstrar os objetivos de investigação definidos para responder à pergunta de investigação formulada.

Conforme referido, o capítulo da metodologia apresenta a filosofia e modelo de investigação definido, tendo-se procedido a uma pesquisa pormenorizada sobre modelos de investigação utilizados nesta área, que permitisse definir as principais etapas do processo de investigação, que posteriormente devem servir de base à estruturação e elaboração do próprio capítulo da metodologia.

Nesse sentido, e tendo por base as etapas do modelo de investigação desenvolvido, definiu-se, num primeiro momento, o problema de investigação e os objetivos gerais e específicos que pretendem responder ao problema de investigação definido. Tendo em atenção o problema e os objetivos gerais e específicos definidos, realiza-se uma revisão da literatura e procede-se à construção do modelo teórico que, como o próprio nome indica, apresenta a conceptualização teórica e o estado da arte da temática que se pretende estudar. Esta etapa é central no processo de investigação, na medida em que irá permitir definir um fio condutor para a análise.

A recolha e sistematização dos dados e a análise empírica, constituem-se, também, como duas etapas fundamentais do processo de investigação. É nesta fase que se procede à recolha de informação e à seleção dos métodos e técnicas de análise mais adequadas para a investigação. É também na análise empírica que se irá proceder à verificação das hipóteses de investigação definidas, que por sua vez, pretendem validar os objetivos específicos e gerais definidos, como suporte à problemática identificada.

Como síntese, refira-se que o capítulo da metodologia apresenta da uma forma agregada as etapas do modelo de investigação definido, apresentando em cada secção os principais aspetos inerentes a esta investigação, realizando uma articulação e sistematização entre a componente teórica e a componente prática que permita responder de uma forma sustentada, através da validação das hipóteses de investigação definidas e dos objetivos gerais e específicos considerados, à problemática considerada.

IV.2 Filosofia e Modelos de Investigação

A metodologia definida para esta investigação tem como suporte uma intensa e pormenorizada análise de trabalhos realizados por diversos autores na área da metodologia de investigação em turismo (Friedmann, 1968; Pearce e Butler, 1993; Gunn, 1994; Pizam, 1994; Costa, 1996; Veal, 1997; Deshaies, 1997; Quivy e Campenhoudt, 1998; Finn et al, 2000; Kerlinger, 2000; OMT, 2001a; Jennings, 2001; Denker, 2002; Ferreira, 2003; Silva, 2004; Hill e Hill, 2005; Ramos, 2005; Costa, 2005; Almeida, 2008; Silva, 2009; Breda, 2010; Fazenda, 2011)

De acordo com Elias (1986, in Veal, 1997) «*o termo descoberta pode ser visto, em primeiro lugar, como o processo de descobrir. O avanço do conhecimento humano, para o tornar mais assertivo, requer mais do que a acumulação de informação. É também necessário, em segundo lugar, apresentar uma explicação, explicar porque as coisas são como são*». Para além disso, outra função central da investigação prende-se com a função de avaliação, ou seja, «*é fundamental avaliar o sucesso e o valor das políticas e programas*».

Assim sendo, podem definir-se três tipos de investigação, (1) a *investigação descritiva*, que significa essencialmente o processo de descoberta e da sua descrição; (2) a *investigação explicativa*, que tem como objetivo explicar como e porque as coisas são como são, usando esta explicação para prever o que poderá acontecer; e a *investigação de avaliação*, que tem como principal objetivo, avaliar o sucesso das políticas e programas implementados. (Veal, 1997)

A investigação que se pretende realizar integra os três tipos de investigação apresentados. Nesta investigação, o primeiro principio enunciado, a investigação descritiva, encontra-se nos capítulos iniciais desta tese, onde é feito um enquadramento teórico, descritivo da temática a analisar. Como refere Veal (1997, pág. 3), «*A investigação descritiva é muito comum na área do*

*lazer e turismo. Esta situação justifica-se principalmente porque a área do lazer e turismo são campos de estudo relativamente recentes, havendo a necessidade de definir o território». A análise explanatória centra-se na análise realizada nos capítulos V, VI e VII. Aqui pretende-se explicar e analisar padrões e tendências que permitam estabelecer relações de causalidade (Veal, 1997). Para isso, é fundamental o rigor na seleção, recolha, análise e interpretação dos dados. A investigação de avaliação, «altamente desenvolvida em algumas áreas das políticas públicas, por exemplo a educação, mas menos desenvolvidas na área do lazer e turismo». (Shadish et al., 1991 e Howell and Badmin, 1996, in Veal, 1997, pág. 4), está presente nas várias conclusões intercalares realizadas por capítulo, e no capítulo VIII de *Síntese e Conclusões* que pretende avaliar e retirar conclusões sobre a temática em estudo.*

Outra questão particularmente importante prende-se com os princípios que integram esta investigação. Segundo Deshaies (1997, pp 30-31) para dar corpo a uma opção de abertura ao conhecimento, é importante adotar quatro princípios gerais: *O princípio da tecnicidade* – enuncia que o progresso do conhecimento científico não se pode separar do dos meios tecnológicos, e especialmente do progresso e adaptação dos instrumentos necessários à análise e experimentação (Deshaies, 1997). A investigação realizada tem como base de suporte os meios tecnológicos existentes, tendo sido efetuada investigação em motores de pesquisa nacionais e internacionais, bases de dados de bibliotecas e de revistas internacionais. Para além disso, na análise de dados empírica foi utilizado um software de análise de dados que permitiu uma análise mais robusta da informação recolhida.

O princípio da revisibilidade - considera como norma a possibilidade de uma revisão do conhecimento, mais ou menos profunda, podendo atingir mesmo as noções de base (Deshaies, 1997). A revisão de literatura realizada nos capítulos I, II e III desta investigação, enquadra-se no princípio da revisibilidade, tendo sido realizada uma revisão do conhecimento, do estado da arte, tendo-se definido o enquadramento teórico que permitiu a definição de um fio condutor para esta investigação.

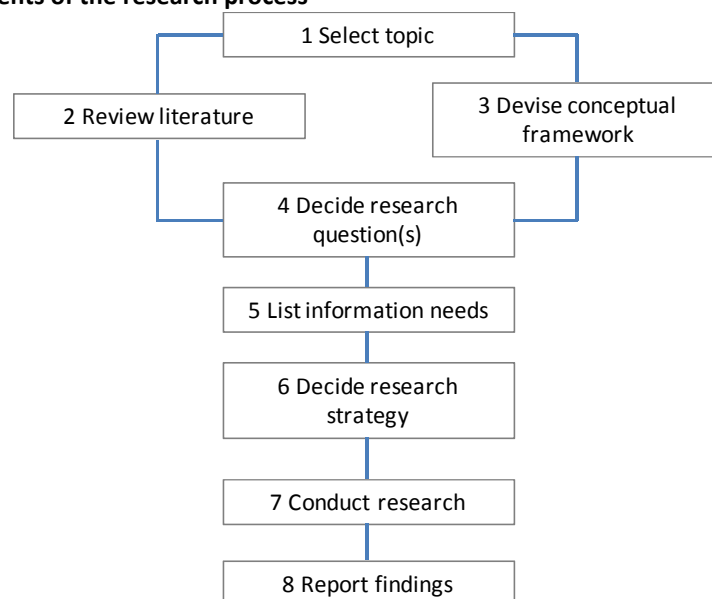
O princípio da dualidade - Insiste na existência de um plano teórico e de um plano experimental, que deverão manter-se permanentemente em ação e reação mútua (Deshaies, 1997). A investigação realizada inclui os dois planos de análise, definindo-se como o enquadramento teórico, os capítulos I, II e III, e como a componente de análise empírica os capítulos V, VI e VII, demonstrando-se uma complementaridade e interação entre os dois planos, o teórico e o plano experimental.

O princípio da solidariedade – corresponde ao facto de qualquer progresso na precisão de um conhecimento dever corresponder à aplicação de conhecimentos cada vez mais vastos (Deshaies, 1997). A investigação aqui realizada centra-se na área das ciências sociais. Nesta área o ‘laboratório de análise’ é a sociedade. Pretende-se também que o conhecimento e a investigação realizada possam ter uma aplicação prática, ou seja, ser incorporada na sociedade, nas empresas e nas organizações. Tendo em atenção que esta investigação analisa questões como o financiamento de empresas e organizações, dinâmica de investimento em termos territoriais e impactes na criação de emprego, considera-se que estas questões vão de encontro ao princípio aqui enunciado.

IV.3 Conceção do Modelo de Investigação

A conceção e o desenho do modelo de investigação é central para qualquer investigação. Para Veal (1997, pág.39), «o processo de investigação pode ser dividido em oito elementos centrais (...) no entanto, a enorme variedade de abordagens em termos de pesquisa sugere que nem todos os projetos de investigação seguem precisamente a mesma sequência de procedimento». Refere ainda que, «em particular os quatro primeiros elementos - seleção do tema, revisão de literatura, a elaboração do quadro conceptual e a definição das questões de investigação – raramente acontecem da forma direta e linear que a sequência definida sugere». (Figura IV.3.1)

Figura IV.3.1 Elements of the research process

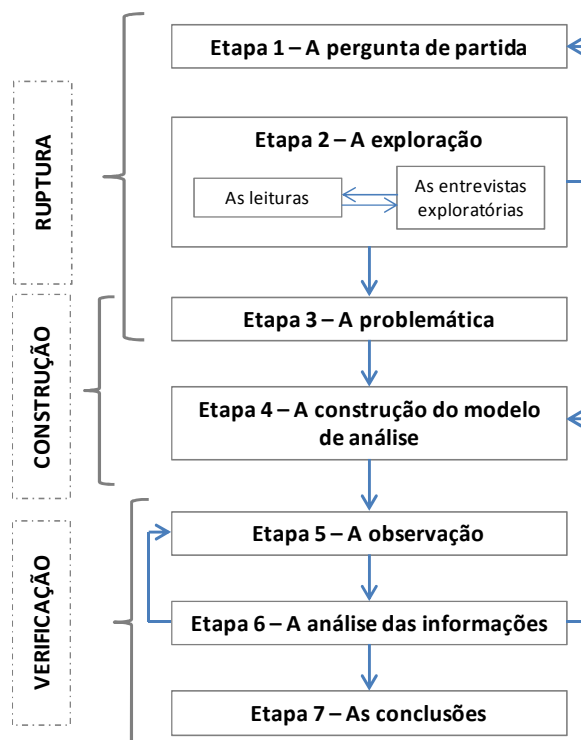


Fonte: Adaptado de Veal, 1997, pág. 40

A situação referida por Veal observa-se também nesta investigação. Considerando as etapas definidas para o processo de investigação, observa-se que, ao longo do processo de investigação as componentes que integram cada etapa foram sendo ajustadas de forma a criar um fio condutor para a própria investigação, ou seja, o ajustamento foi sendo realizado ao longo da própria investigação e não de uma forma estanque por etapa, o que demonstra a interação entre as diferentes fases da investigação.

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 24-25), «o problema do conhecimento científico põe-se da mesma maneira para os fenómenos sociais e para os fenómenos naturais: em ambos os casos há hipóteses teóricas que devem ser confrontadas com dados de observação ou de experimentação». Sugere-se que o procedimento científico constitui-se como uma forma de avançar no sentido de um determinado objetivo. Este procedimento consiste na descrição dos princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação, constituindo-se os métodos a utilizar como o enunciado das formalizações particulares do procedimento (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Figura IV.3.2 Atos e etapas do procedimento científico

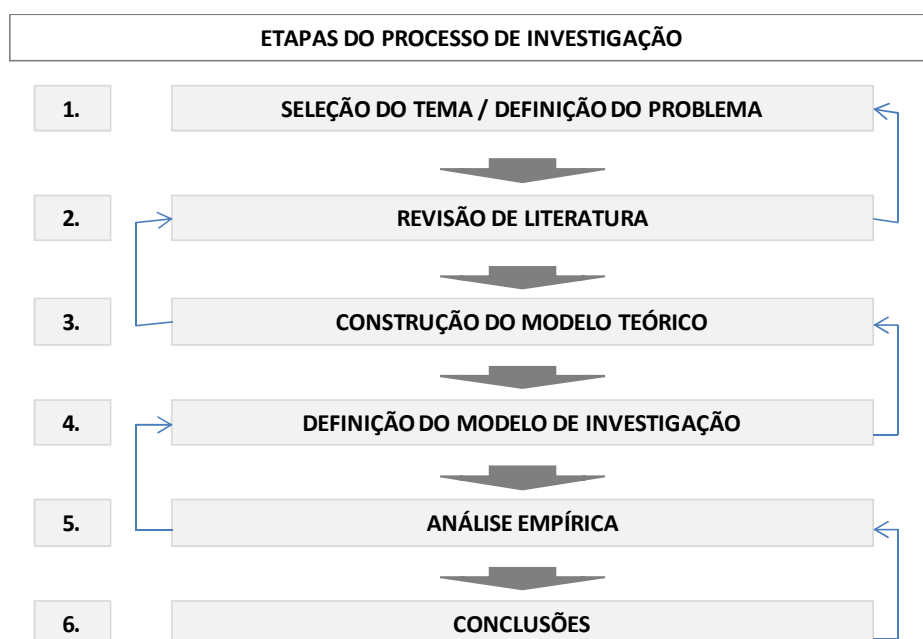


Fonte: Adaptado de Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 27

No entanto, é importante não abdicar dos princípios fundamentais que toda a investigação deve integrar. Estes princípios foram identificados por Bordieu et al (1968), citado por Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 25) como sendo a «*hierarquia dos atos epistemológicos*». Estes três atos, a rutura, a construção e a verificação, incluem as etapas do procedimento científico, contudo, não são independentes entre si.

O primeiro dos três atos do procedimento científico enunciado por Quivy e Campenhoudt, a *rutura*, «*consiste precisamente em romper com os preconceitos e as falsas evidências, que somente nos dão a ilusão de compreendermos as coisas*» (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 25). Pretende-se um distanciamento relativamente à ideia que o conhecimento assenta em posições inquestionáveis, sendo fundamental um espírito crítico em relação a ideias preconcebidas.

Figura IV.3.3 Principais Etapas do Processo de Investigação



No entanto, esta rutura «*só pode ser efetuada a partir de um sistema conceptual organizado, suscetível de exprimir a lógica que o investigador supõe estar na base do fenómeno*» (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 26). Só assim é possível enunciar as «*(...) proposições explicativas do fenómeno a estudar e prever qual o plano de pesquisa a definir, as operações a aplicar e as consequências que logicamente devem esperar-se no termo da observação*» (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 26). Esta construção teórica irá permitir a verificação através da análise empírica, uma vez que, «*Não pode haver, em ciências sociais, verificação frutuosa sem*

construção de um quadro teórico de referência». (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 28). O terceiro ato do procedimento científico denomina-se de verificação, onde é realizado o teste dos factos.

Tendo por base os atos e etapas do procedimento científico apresentados nesta secção, define-se que esta investigação deverá passar por 6 etapas principais enunciadas na figura IV.3.3. Estas etapas de investigação, por sua vez, enquadram-se nos modelos de investigação analisados, e subdividem-se em 8 fases que foram sendo refinadas e sujeitas a alterações e ajustamentos ao longo do processo de investigação, e que se constituem como o modelo de investigação utilizado neste processo de investigação (Figura IV.3.4).

Figura IV.3.4 Definição do modelo de investigação



As 3 primeiras fases, (1) definição do problema; (2) objetivos gerais da investigação; (3) e objetivos específicos enquadram-se na etapa de seleção do tema e definição do problema e dos objetivos de investigação, representando a fase de rutura e parte da fase de construção enunciado por Quivy e Campenhoudt. As fases (4) revisão de literatura e (5) construção do modelo teórico, integram a etapa da definição do modelo teórico e representam a fase de construção de Quivy e Campenhoudt, e as fases (6) recolha e sistematização dos dados; (7)

análise empírica; (8) conclusões; integram a etapa de definição do modelo de investigação da componente prática, e representam a fase 3 do procedimento científico enunciado por Quivy e Campenhoudt, a fase de verificação.

O capítulo da Metodologia é estruturado, tendo por base o modelo de investigação definido na figura IV.3.4. Nesse sentido, cada secção deste capítulo corresponde a uma etapa do processo de investigação, sendo apresentadas as considerações teóricas inerentes a cada etapa, e a interligação com as etapas de investigação definidas para esta tese.

IV.4 Definição do problema e objetivos de investigação

A definição do problema de investigação constitui-se como uma etapa central no modelo de investigação definido para esta tese. Para Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 44), «*A melhor forma de começar um trabalho de investigação em ciências sociais consiste em esforçar-se por enunciar o projeto sob a forma de uma pergunta de partida*».

Contudo, como refere Kerlinger (2000, pág. 24), «*Nem sempre é possível para um investigador formular o problema de forma simples, clara e completa. Esta é a natureza e a complexidade da investigação científica*», dado que, «*a maior parte das vezes o investigador tem apenas uma noção geral, difusa e até mesmo confusa do problema*». No entanto, a definição adequada do problema de pesquisa é uma das partes mais importantes da investigação, porque «*o investigador tenta exprimir o mais exatamente possível aquilo que procura saber, elucidar, compreender melhor*» (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 44), de forma a que a pergunta de partida sirva como fio condutor da investigação.

Para Kerlinger (2000, pág. 25) o problema de investigação questiona como as variáveis estão relacionadas e procura avaliar o modo como se interligam os fenómenos ou variáveis. Este autor refere ainda que um bom problema de investigação deve obedecer a três critérios: «*O problema deve expressar a relação entre duas ou mais variáveis. Por exemplo, 'A está relacionado com B?' ou 'De que forma A e B estão relacionados com C?'; O problema deve ser apresentado de forma interrogativa, porque o evidencia de forma direta; O problema deve ser colocado de forma a permitir validação empírica, ou seja, que permita evidência empírica sobre a relação apresentada no problema*».

Para Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 43), «(...) *uma boa pergunta de partida visará um melhor conhecimento dos fenómenos estudados e não apenas a sua descrição*», considerando que as boas perguntas de partida são *«aquelas através das quais o investigador tenta destacar os processos sociais, económicos, políticos ou culturais que permitem compreender melhor os fenómenos e os acontecimentos observáveis e interpretá-los mais acertadamente»*. Através da formulação da pergunta de partida o investigador procura saber e compreender melhor determinado acontecimento de forma a interpretá-lo adequadamente.

Para isso, uma boa pergunta de partida deve respeitar três questões fundamentais. Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 44), apresenta os três níveis de exigência que uma boa pergunta de partida deve respeitar, *«primeiro, exigência de clareza; segundo, exigência de exequibilidade; terceiro, exigência de pertinência, de modo a servir de primeiro fio condutor a um trabalho do domínio da investigação em ciências sociais»*.

O primeiro nível de exigência prende-se com a questão de clareza da pergunta de investigação. Para Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 35), *«As qualidades de clareza dizem essencialmente respeito à precisão e à concisão do modo de formular a pergunta de partida»*, ou seja, pretende-se que a pergunta de investigação seja precisa e concisa. O segundo nível de exigência, a exequibilidade da pergunta de investigação, *«estão essencialmente ligadas ao carácter realista ou irrealista do trabalho que a pergunta deixa entrever»*. (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 37) O terceiro nível de exigência diz respeito à pertinência da pergunta de investigação, que como refere Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 38), *«As qualidades de pertinência dizem respeito ao registo (explicativo, normativo, preditivo), em que se enquadra a pergunta de partida»*. Ou seja, a pergunta de investigação deve constituir-se como uma verdadeira pergunta, abordar o estudo do que existe, e ter a intenção de compreensão dos fenómenos estudados.

A definição da pergunta de investigação resulta, fundamentalmente, da análise e revisão de literatura realizada sobre a temática de investigação. O setor do turismo é considerado como um setor em crescimento, e olhado como um setor estratégico por parte dos governos dos países que vêem este setor como a panaceia para a resolução dos problemas estruturais, e que permite um crescimento e desenvolvimento sustentado. Esta situação é tanto mais importante, quando se demonstra que a estrutura empresarial do setor, é constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, que dada a sua dimensão reduzida e estrutura familiar regista um conjunto de fragilidades que importa solucionar.

Considerando estas duas situações, torna-se ainda mais importante avaliar o papel desempenhado por estas empresas de pequena e micro dimensão na criação de emprego, no volume de negócios que gera, e no papel que podem desempenhar na qualificação, diversificação e melhoria da oferta no setor do turismo. Tendo por base esta problemática sobre a importância do setor do turismo na dinamização da atividade económica, e a estrutura empresarial que o suporta, constituído maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, define-se como **pergunta de investigação** *'De que forma as dinâmicas do investimento realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão do turismo podem contribuir para a qualificação, diversificação e melhoria da oferta nos destinos?'*

Figura IV.4.1 Pergunta de investigação e objetivos de investigação

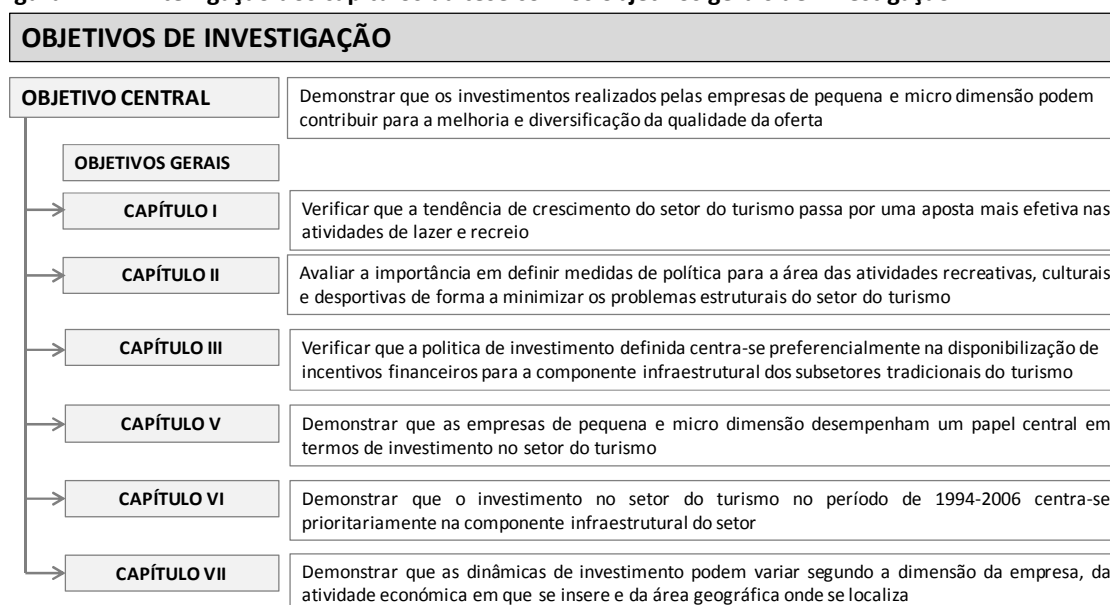


Esta pergunta de investigação pretende responder ao **objetivo central** desta investigação, onde se pretende, conforme se pode verificar na figura IV.4.1, *'Demonstrar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão podem contribuir para a melhoria e diversificação da qualidade da oferta'*. Face à pergunta de investigação

definida e ao objetivo central desta investigação, definem-se agora os objetivos gerais que pretendem apoiar a demonstração do objetivo central definido e responder à pergunta de investigação formulada. Nesse sentido, definem-se os objetivos gerais de investigação de acordo com a figura IV.4.1.

Os objetivos gerais enunciados enquadram-se nos capítulos definidos nesta tese, ou seja, pretende-se que cada capítulo permita demonstrar o objetivo a que se refere, e por sua vez ‘apoiar’ a demonstração do objetivo central de investigação e responder à pergunta de investigação formulada. Nesse sentido, a figura IV.4.2 apresenta a estrutura geral desta investigação por capítulo, referindo o objetivo geral referente a cada capítulo, que em conjunto pretendem validar o objetivo central definido para esta investigação.

Figura IV.4.2 Interligação dos capítulos da tese com os objetivos gerais de investigação



Demonstra-se assim que, existe uma interligação entre os vários capítulos e objetivos definidos da tese que em conjunto pretendem validar o objetivo central desta investigação, e para além disso, observa-se uma ligação entre a componente teórica, representada pelos capítulos I, II e III e a componente prática desta investigação, representada pelos capítulos V, VI e VII.

IV.5 Revisão de Literatura e Construção do Modelo Teórico

A revisão da literatura e a construção do modelo teórico integram a etapa do processo de investigação denominada como a definição do modelo teórico. Veal (1997, pág. 69), «*Não há praticamente nenhuma investigação que não beneficie de alguma referência à literatura existente. Para a maior parte da investigação, essas referências são fundamentais*».

Esta questão é ainda mais importante para novas áreas de estudo, como a área do lazer, recreio e turismo, dado o seu carácter multidisciplinar e a necessidade de consolidação do conhecimento existente. «*Rever investigações anteriores ou escrever sobre um tema é um passo vital no processo de investigação. (...) A investigação nesta área não é tão abundante que permita ignorar o trabalho realizado por outros autores*». (Veal, 1997, pág. 76)

IV.5.1 Revisão de literatura

Tendo por base o modelo de investigação definido por Quivy e Campenhoudt, a revisão de literatura integra a fase de exploração, onde se incluem as operações de leitura e alguns métodos de exploração complementares. «*As operações de leitura visam essencialmente assegurar a qualidade da problematização, ao passo que as entrevistas e os métodos complementares ajudam especialmente o investigador a ter um contato com a realidade vivida pelos atores sociais*». (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 49)

Outra questão particularmente importante, prende-se com o trabalho desenvolvido por outros autores na mesma área de investigação. Como refere Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 50) «*Quando um investigador inicia um trabalho, é pouco provável que o assunto tratado nunca tenha sido abordado por outra pessoa, pelo menos em parte ou de forma indireta. (...) Todo o trabalho de investigação se inscreve num continuum e pode ser situado dentro de, ou em relação a, correntes de pensamento que o precedem e influenciam*», ou seja, uma investigação não tem necessariamente de começar do zero, é fundamental reunir informação sobre a investigação realizada na área que apresente o 'estado da arte' e permita a 'construção' de mais um bloco de conhecimento.

A revisão de literatura desempenha um papel fundamental no processo de investigação. Para Veal (1997, pág. 69), «*A revisão de literatura apresenta o estado do conhecimento num*

determinado tema, constituindo-se também como uma fonte, ou estímulo de ideias, quer em termos substantivos quer em termos metodológicos».

Figura IV.5.1.1 Enquadramento teórico – principais referências

<p>Dinâmicas Internacionais e Nacionais do setor do turismo</p>	<p>OMT, 2011; INE, 2011; Banco de Portugal, 2011; ANA, 2011; Turismo de Portugal, 2011; DGT, 2002; Silva, 2009; MEI, 2007; Costa, 2005; Costa, 2003; Costa, 2000; OMT, 1999a; MEPAT, 1999; MPAT, 1993; Leiper, 2004; WTO, 1999; Buhalis e Costa, 2006;</p>
<p>Avaliação de Políticas Públicas no setor do Turismo</p>	<p>Pearce, 1989; Hall e Jenkins, 1995; Elliott, 1997; Cooper et al, 1998; OMT, 1998; Hall, 2000; Jeffries, 2001; Holloway, 2002; Kerr, 2003; Hall e Jenkins, 2004; Pearce, 1992; Mill e Morrison, 1992; WTO, 1997; Inskeep, 1991; Burkart e Medlik, 1981; Gunn, 1994; Costa, 2001; Richter, 1989; Hall, 1994; Cooper et al, 2001; Hall e Jenkins, 1995; Goeldner e Ritchie, 2003; Dye, 1992; Jenkins, 1993; Simeon, 1976; Armstrong e Taylor, 2000; EC, 1999; IDR. 2000: MFAF. 1998: MFA-DIDC. 1998: EC. 1995: Costa. 1996: Silva. 2009:</p>
<p>O investimento privado no setor do Turismo</p>	<p>Storey, 1994; Curran e Blackburn, 2001; Thomas et al, 2011; Thomas, 2000; Buhalis, 2002; Morrison, 2003a; Wanhill, 1999; Jones e Haven.Tang, 2005; Novelli, Schmitz & Spencer, 2005; OCDE, 2008; Andriotis, 2002; Echtner, 2005; Tinsley & Lynch, 2001; Fuller, Buultjens & Cumming, 2005; Horobin & Long, 1996; Ateljevic e Dourne, 2000; Shaw e Williams, 2004; Kokkranical & Morrison, 2002; Nilsson, Petersen & Wanhill, 2005; Rogerson, 2005; Thomas, 1994, 1995; Bridge, O'Neill, Crombie, 2008; Smith, 2006; Burn, 1996; Jones e Tilley, 2003; EC, 2003; Buhalis e Peters, 2006; Morrison, 1994; Morrison et al, 1999; Pires, 1998; ME, 2003;</p>

Nesse sentido, procedeu-se a uma revisão da literatura tendo em atenção a temática considerada e o problema de investigação definido. As áreas de revisão de literatura são patenteadas na figura IV.5.1.1, onde se pretende também apresentar o estado da arte nas temáticas em análise e que integram os capítulos teóricos definidos (Capítulo I, II e III).

IV.5.2 Construção do modelo teórico

A definição e construção de um modelo teórico constitui-se como um desafio e uma etapa importante para a investigação. Para Veal (1997, pág. 44) «*O desenvolvimento de um quadro conceptual é sem dúvida a parte mais importante de qualquer projeto de investigação e também o mais difícil. (...) A elaboração de um quadro conceptual envolve a definição de conceitos. Conceitos são representações gerais dos fenómenos em estudo – os blocos de construção de um estudo*». Através da definição do quadro conceptual pretende-se analisar as relações existentes entre os conceitos apresentados determinando um fio condutor para a investigação em si.

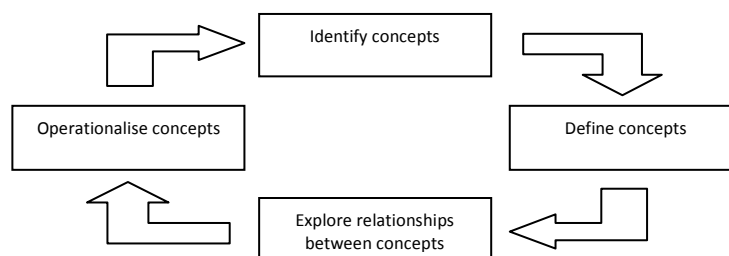
Para Deshaies (1997, pág. 295), «*A pesquisa implica o uso de uma técnica de exploração, ou método, a recolha de dados ou de informação, e a organização e sistematização da informação tendo em vista a análise e a interpretação do material de pesquisa recolhido*». É fundamental

organizar e sistematizar a informação recolhida para que a análise e interpretação da informação seja direcionada e objetiva.

Para Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 150), «*O modelo de análise é o prolongamento natural da problemática*». Segundo o autor, «*A conceptualização, ou construção dos conceitos, é uma construção abstrata que visa dar conta do real. Para este efeito, não retém todos os aspetos da realidade em questão, mas somente aquilo que exprime o essencial dessa realidade, do ponto de vista do investigador. Trata-se, portanto, de uma construção-seleção*». A construção do modelo teórico pretende apresentar aquilo que é central para a investigação, de forma a criar um fio condutor de análise.

De acordo com Veal (1997, pág. 44), o desenvolvimento de um quadro conceptual envolve 4 fases, (1) a identificação dos conceitos, geralmente o ponto de partida; (2) a definição de conceitos; (3) a exploração de relações entre conceitos; e a (4) operacionalização de conceitos, que envolve a decisão de como devem ser medidos os conceitos, de um ponto de vista quantitativo ou qualitativo. (Figura IV.5.1)

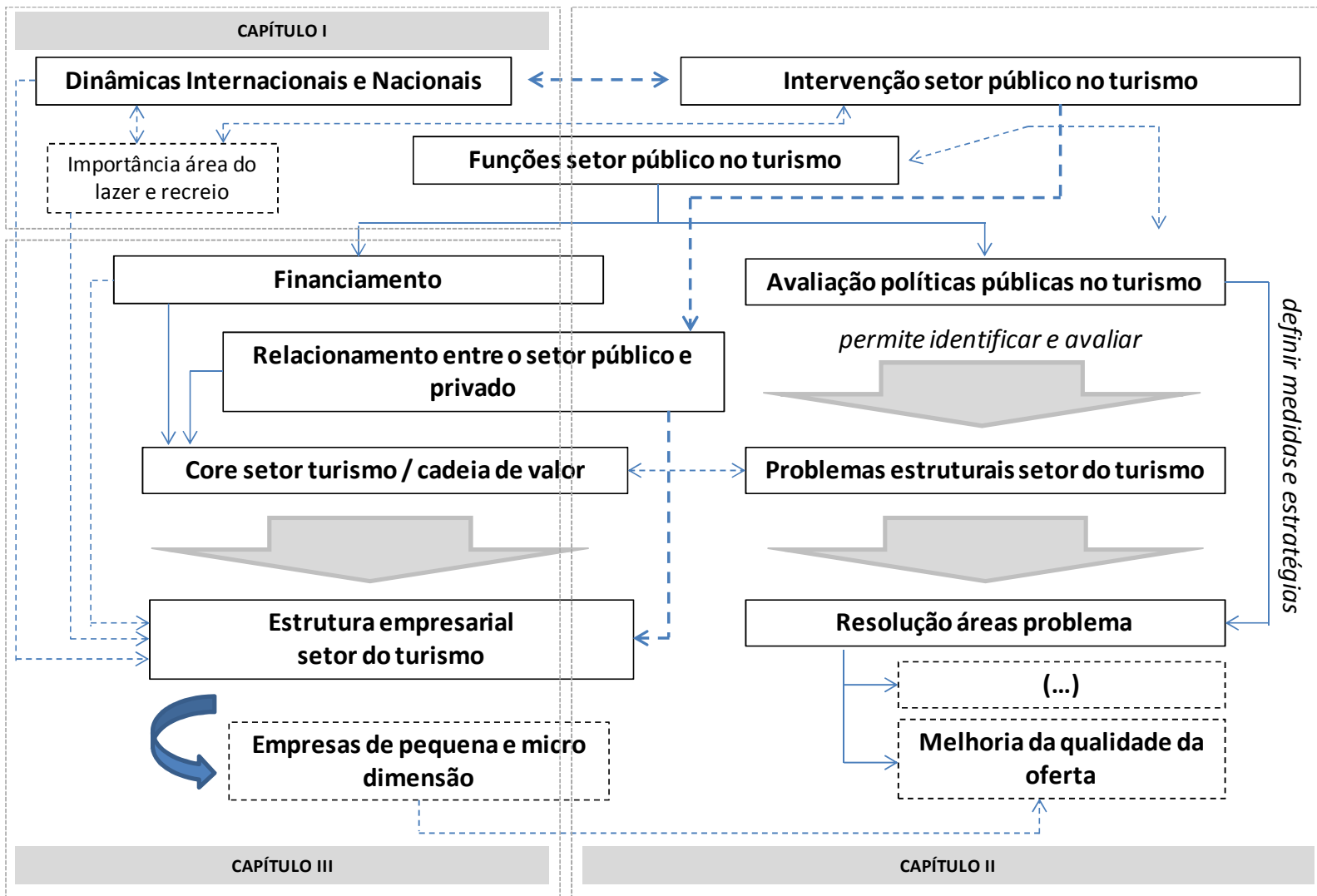
Figura IV.5.1 Development of a conceptual framework



Fonte: Veal, 1997, pág. 46

No entanto, apesar de existirem estas quatro etapas, não têm necessariamente de ocorrer de uma forma contínua, uma vez que se pretende essencialmente uma interação ao longo da investigação que permita encontrar um quadro conceptual adequado e ajustado à problemática em análise.

Figura IV.5.2 Modelo teórico de investigação



Veal (1997, pág. 46) refere ainda que «*o elemento central para grande parte da investigação é a possibilidade de encontrar relações entre os vários conceitos definidos e considerados como fundamentais para o estudo*», situação que se pretende apresentar na figura IV.5.2, onde é definido o modelo teórico para esta investigação, onde se relacionam conceitos, de forma a justificar as áreas de análise e definir um fio condutor para esta investigação, que permita responder de uma forma clara à questão de investigação formulada através dos objetivos gerais definidos.

O modelo teórico definido na figura IV.5.2. relaciona os 3 capítulos teóricos realizados, e as temáticas abordadas em cada um conforme se demonstra na análise da figura. O princípio enunciado por Veal confirma-se nesta investigação, dado que se encontram relações entre os vários conceitos definidos e considerados fundamentais para o estudo, existindo uma complementaridade de análise entre as várias temáticas abordadas.

IV.6 Definição do Modelo de Investigação – componente prática

IV.6.1 Bases de dados e variáveis de análise

O período de investimento de 1994-2006, constitui-se como a base empírica de suporte à análise de dados que se irá realizar no âmbito desta investigação. O período considerado corresponde ao período de vigência de dois Quadros Comunitários de Apoio (QCA), o II QCA referente ao período de 1994-1999 e o III QCA referente ao período de 2000-2006.

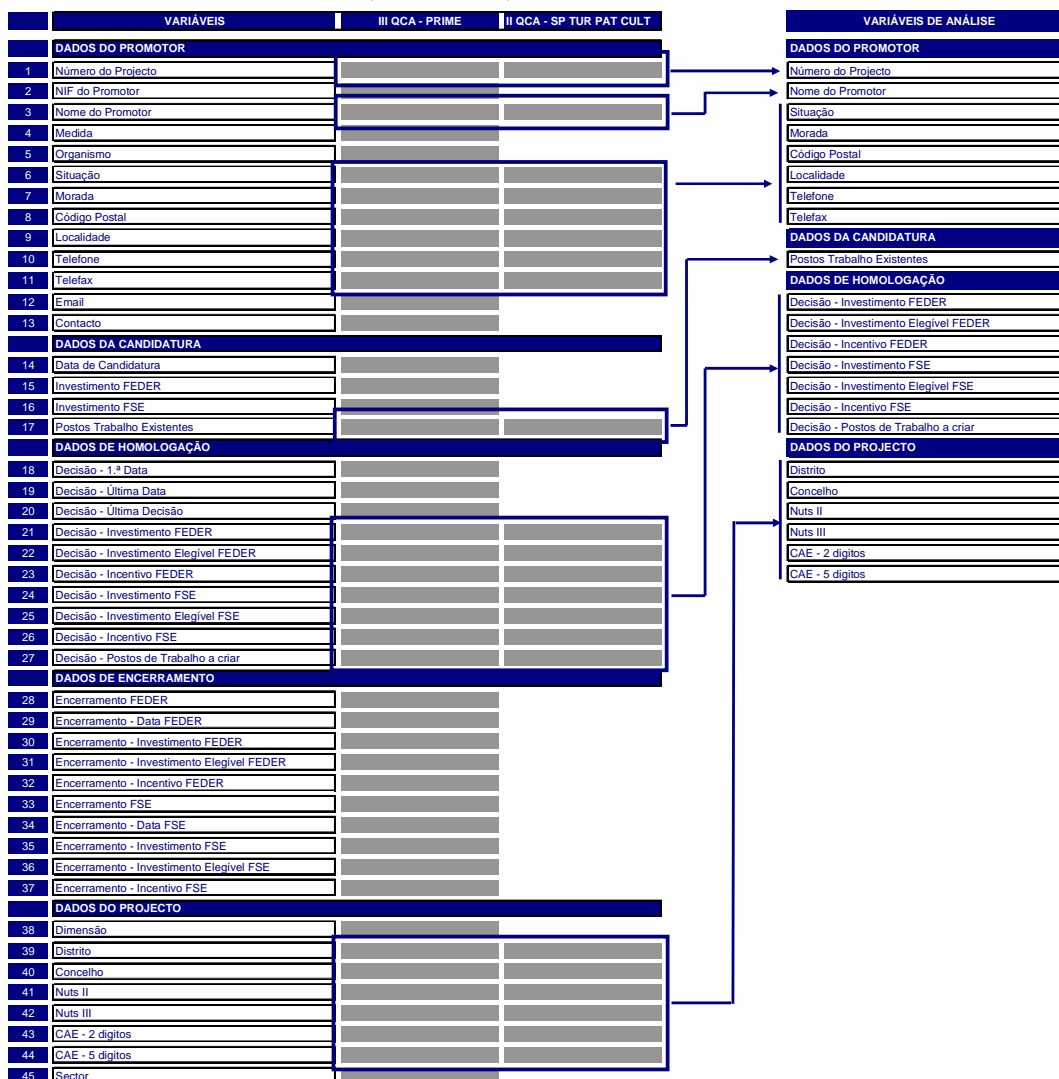
A base de dados do II QCA (SIDReg) disponibilizada pelo Instituto de Apoio ao Financiamento do Turismo permite realizar a análise referente ao período de 1994-1999. A base de dados do PRIME disponibilizada pelo Gabinete de Gestão do PRIME permite realizar a análise para o período de 2000-2006.

De forma a permitir uma análise conjunta para o período correspondente aos dois Quadros Comunitários de Apoio, período de 1994 a 2006, e dado que não existe uma uniformização das bases de dados em estudo, procedeu-se a uma análise pormenorizada de cada base de dados, para a identificação de todas as variáveis existentes, o que permitiu identificar as variáveis de análise comuns às duas bases de dados. A figura IV.6.1.1 apresenta de uma forma clara a análise

e identificação de variáveis efectuada, bem como a identificação das variáveis comuns para uma análise global do período de 1994 a 2006.

As variáveis encontram-se divididas em cinco grandes áreas de informação, a saber, (i) *dados do promotor*, onde se inserem todas as variáveis relativas aos dados pessoais do promotor e principais contatos; (ii) *dados da candidatura*, com variáveis relativas ao investimento apresentado na candidatura; (iii) *dados de homologação*, onde se incluem os dados de investimento, incentivo e de postos de trabalho aprovados; (iv) *dados de encerramento*, que se referem aos valores de investimento de encerramento do quadro comunitário; e (v) *dados do projeto*, onde se insere a informação relativa à localização do projeto, à atividade económica onde se incluem e ao setor a que se referem.

Figura IV.6.1.1 Base de dados do II QCA e do III QCA - Variáveis de análise



A análise exploratória de dados demonstrou a importância de um ajustamento das bases de dados do II e do III QCA e a preparação de uma base de dados conjunta que permitisse uma análise temporal mais alargada e que incluísse os dois quadros comunitários de apoio. Nesse sentido, procedeu-se à identificação das variáveis comuns às duas bases de dados e na seleção das variáveis mais adequadas para uma análise pormenorizada do investimento realizado no sector do turismo no período de 1994-2006.

A seleção e identificação de variáveis comuns permitiu a criação de 4 grupos de variáveis, conforme demonstra a figura IV.6.1.1 . Os grupos de variáveis foram denominados de acordo com as principais características de variáveis que incluem, (i) dados do promotor; (ii) dados da candidatura; (iii) dados de homologação; e (iv) dados do projeto.

O grupo *dados da candidatura* inclui apenas uma variável *postos de trabalho existentes*. Apesar da importância desta variável para a caracterização da dimensão das empresas que realizaram investimentos no setor do turismo, uma análise cuidada permitiu aferir da pouca validade e veracidade dos dados apresentados, dado que a maior parte dos projectos de investimento não apresentavam informação relativa ao número de postos de trabalho existentes ou então apresentavam o valor 0. Nesse sentido, optou-se por não considerar na análise final a variável *postos de trabalho existentes*, uma vez que uma das principais informações que poderíamos obter com esta variável já existia ao nível de outra variável denominada dimensão de empresa.

IV.6.2 Métodos e técnicas de análise

A seleção e definição das variáveis em estudo coloca o investigador perante a necessidade de escolher os métodos e técnicas de análise mais adequadas. Veal, (1997, pág. 67) refere que, «*Escolher os métodos e as técnicas de investigação apropriados é claramente vital. (...) Uma questão fundamental prende-se com a necessidade do investigador estar ciente das limitações de qualquer método em particular e não apresentar justificações que não tenham suporte nos métodos utilizados*». Nesse sentido, é fundamental ter em atenção a natureza da informação que se pretende analisar e por conseguinte, identificar os métodos de análise mais adequados que permitam daí retirar conclusões.

Segundo Denker (1998, pág. 132) in Ferreira (2003, pág. 366), a escolha da técnica de pesquisa obedece, por regra, a vários pressupostos: (i) a técnica que será empregue em cada investigação dependerá do problema que está a ser investigado, dos objetivos e da disponibilidade de recursos para a realização do projeto; (ii) As técnicas não se excluem; numa mesma pesquisa podem empregar-se métodos e técnicas diferentes, conforme a variável que se está a analisar ou a fase do projeto em que se encontra; (iii) o estudo deve ser iniciado com uma fase exploratória, para tomar conhecimento da situação, o que irá facilitar a decisão do investigador em decidir quais as melhores técnicas a utilizar nas fases posteriores.

Uma revisão da literatura sobre métodos e técnicas de análise permite concluir que o investigador tem ao seu dispor uma diversidade de métodos e técnicas, sendo fundamental selecionar aqueles que sejam mais adequados tendo por base a seleção de variáveis realizada. Considerando esta situação, os métodos e técnicas de investigação quantitativos são os mais adequados para esta investigação.

Para Becker, 1998 in Ramos (2005) «*A utilização de métodos quantitativos está fundamentalmente ligada à investigação experimental, ou quasi-experimental, que pressupõem, por sua vez, a análise e observação dos fenómenos, a formulação de hipóteses explicativas dos mesmos, o controlo de variáveis, a seleção dos sujeitos de investigação, a verificação ou rejeição das hipóteses após uma recolha rigorosa dos dados, posteriormente sujeitos a análises estatísticas, e à utilização de modelos matemáticos que permitam testar as referidas hipóteses. Estes métodos são geralmente utilizados de forma dedutiva: as hipóteses são testadas e os resultados são interpretados a partir de uma teoria previamente estabelecida*».

A investigação quantitativa envolve a recolha e seleção de informação que vá de encontro à revisão de literatura e à definição do modelo teórico, constituindo-se como elemento central desta investigação, a análise das hipóteses de investigação definidas que permitam demonstrar os objetivos gerais e específicos definidos, que por sua vez pretendem responder à pergunta de investigação formulada.

Para Veal (1997, pág. 34), «*A maior parte da investigação na área do lazer e turismo envolve a recolha, análise e apresentação de informação estatística. (...) Na investigação, a abordagem quantitativa envolve análise estatística. Baseia-se na análise numérica para retirar conclusões e testar hipóteses*». Esta investigação analisa o investimento com apoio comunitário, realizado

na área do turismo no período de 1994-2006. Para isso, procedeu-se à recolha e análise de 2 bases de dados de investimento, o SIDReg para o período de 1994-1999 e o PRIME para o período de 2000-2006. Face ao volume de informação existente, houve a necessidade de analisar pormenorizadamente a informação constante das bases de dados, tendo para isso, sido definidas e testadas uma diversidade de hipóteses de investigação.

De acordo com Ramos (2005, pág. 286), «A investigação quantitativa tem como principais objetivos, (i) descrever a distribuição das variáveis pré-definidas para uma população em estudo; (ii) determinar se as referidas variáveis, previamente selecionadas, apresentam uma relação causa-efeito; (iii) estabelecer predições; (iv) avaliar a eficácia ou eficiência de uma investigação».

Tendo por base, os principais objetivos referidos, procedeu-se no âmbito desta investigação, a uma extensa e pormenorizada análise de dados determinando relações de causa-efeito entre as variáveis, e estabelecendo predições na base da extensa lista de hipóteses de investigação definidas. Pretende-se através do teste das hipóteses de investigação, demonstrar a relevância dos objetivos específicos definidos, que por sua vez permitam responder à pergunta de investigação.

IV.6.3 Classificação e codificação das variáveis

As variáveis estatísticas definidas para esta investigação podem ser classificadas como (McCall, 1998; Maroco, 2010: 23-24):

(a) *Variáveis qualitativas*, variáveis cuja escala de medida apenas indica a sua presença em categorias de classificação discreta exaustivas e mutuamente exclusivas. Estas variáveis podem ser medidas numa escala:

Nominal: As variáveis são medidas em classes discretas, mas não é possível estabelecer à partida um qualquer tipo de qualificação ou ordenação;

Ordinal: As variáveis são medidas em classes discretas entre as quais é possível definir uma determinada ordem, segundo uma relação descritível mas não quantificável.

(b) *Variáveis quantitativas*, variáveis cuja escala de medida permite a ordenação e quantificação de diferenças entre elas. Estas variáveis podem ser medidas numa escala:

Tabela IV.6.3.1 Denominação e codificação das variáveis

DENOMINAÇÃO DAS VARIÁVEIS	CODIFICAÇÃO	VARIÁVEIS QUALITATIVAS		VARIÁVEIS QUANTITATIVAS	
		Nominal	Ordinal	Intervalar	Razão
Identidade do projeto	id				
Período investimento	qca				
Código projeto	cod_pj				
Nome da entidade	entd				
CAE 2 dígitos	cae_2dg				
CAE 3 dígitos	cae_3dg				
CAE 5 dígitos	cae_5dg				
Investimento total	inv_tot				
Investimento elegível	inv_eleg				
Incentivo	incentv				
Postos trabalho a criar	p_trab				
Dimensão de empresa	dim_emp				
Concelho	conc				
NUT II	nut_ii				
NUT III	nut_iii				

Intervalar: As variáveis assumem valores quantitativos;

Razão: As variáveis assumem valores quantitativos cuja relação exata entre estes é possível definir porque esta escala possui um zero absoluto (o que não acontecia para a escala intervalar).

Tabela IV.6.3.2 Período de investimento

PERÍODO DE INVESTIMENTO	
Código	Denominação
0	II QCA
1	III QCA

A codificação das variáveis seguiu as atribuições

que cada uma pode adquirir, tendo como exemplo a variável *período de investimento* (*qca*) que pode referir-se ao II QCA sendo atribuído o código 0, ou referir-se ao III QCA sendo atribuído o código 1.

DIMENSÃO DE EMPRESA	
Código	Denominação
1	Micro empresa
2	Pequena empresa
3	Média empresa
4	Não PME
6	Não Aplicável

Tabela IV.6.3.3 Dimensão de empresa

A variável *dimensão de empresa* (*dim_emp*) pode adquirir as seguintes opções, 1=micro empresa;

2=pequena empresa; 3=média empresa; 4=não pme; 5=não aplicável.

Tabela IV.6.3.4 NUT II

NUT II	
Código	
1	Norte
2	Centro
3	LVT
4	Alentejo
5	Algarve
6	Açores
7	Madeira
8	Não regionalizável
9	Multi-concelhos

A variável relativa à localização por *NUT II*, por *NUT III* ou *concelho* adquire as codificações 1 a 9 para *NUT II* (dado que se considera também os itens não regionalizável e multi-concelhos), 1 a 35 para a variável

NUT III (considerando aqui também os itens não regionalizável e multi-concelhos) e a variável concelho não foi sujeita a codificação tendo assumido o nome referente a cada concelho. No que se refere às variáveis nominais, cae_2dg; cae_3dg; cae_5dg; não foi efectuada codificação referindo-se este item ao código de actividade económica em que se insere.

A análise exploratória de dados permitiu também observar que nas variáveis cae_2dg; cae_3dg; e cae_5dg; o número de projetos de investimento executados ao nível de algumas CAE (Código de Atividades Económicas) eram muito baixos, registando em alguns casos apenas 1 ou 2 projetos de investimento, o que face aos valores observados principalmente na CAE 55 – *Alojamento e Restauração*, mas também nas CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas*, CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo* e CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória*, constituíam-se como valores insignificantes, praticamente residuais.

Face a esta situação, optou-se por agrupar as CAE que, para além de algumas não terem ligação direta com o setor do turismo, o número de projetos de investimento aí executados eram residuais. Nesse sentido, foram criadas, para efeitos de análise de dados, novas CAE, a saber CAE 00; CAE 77; e CAE 88. A tabela seguinte permite observar as CAE que foram agrupadas e a sua designação.

Tabela IV.6.3.5 Número de projetos de investimento por Atividade Económica

CAE	DENOMINAÇÃO	CAE 5 DIGITOS	DENOMINAÇÃO	CAE II QCA	CAE III QCA	CAE II + III QCA		
01	Agricultura, produção animal, caça e activ. serviços relacionados	01300 01501	Produção agrícola e animal associadas Caça e repovoamento cinegético	1 4		1 4		
11	Extracção petróleo bruto e gás natural e activ. serv. Relacionados	11100	Extracção de petróleo bruto e gás natural	1		1		
15	Indústrias alimentares e das bebidas	15811 15812 15931	Panificação Pastelaria Produção de vinhos comuns e licorosos		2 1	2 1		
20	Indústria da Madeira e da Cortiça e suas Obras, excepto mobiliário	20	Indústria da Madeira e da Cortiça e suas Obras, excepto mobiliário	1		1		
27	Indústrias metalúrgicas de base	275	Fundição de metais ferrosos e não ferrosos	2		2		
45	Construção	45211 45212 45230	Construção de Edifícios Construção e Engenharia Civil Construção de Estradas, vias férreas, aeroportos e inst. Desport.	6 1 1		6 1 1		
51	Comércio por grosso e agentes do comércio, excepto veíc. Aut. e Mot.	51700	Comércio por grosso, n. e.	1		1		
52	Comércio a retalho	522	Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco	1		1		
55	Alojamento e Restauração	Alojamento e Restauração		6		6		
		551 - Alojamento		12 9 2 177 25 36 56 2 17 2 1 7 30 15 4 3 3 2 30 3		122 16 20 16 5 6 28 20 23 4 14 3 6 4 110 2	12 9 2 299 41 56 72 2 22 5 7 35 50 38 8 17 6 6 140 5	
		553 - Restauração		10	264	274		
		554 - Estabelecimentos de Bebidas			289 20 69 144 19 13	289 20 69 144 19 13		
		61	Transportes por água	61101	Transportes marítimos não costeiros	1		1
		63	Activ. anexas e aux. dos transportes, agências de viagem e turismo	63	Activ. anexas e aux. Dos transportes; agências de viagem e turismo	4		4
				631	Manuseamento e armazenagem	1		1
				6312	Armazenagem	2		2
				63110	Manuseamento de carga	1		1
				63210	Outras actividades auxiliares dos transportes terrestres	2		2
				63220	Outras actividades auxiliares dos transportes por água	1		1
		65	Intermediação financeira, excepto seguros e fundos pensões	65221 65230	Sociedades de Investimento Outra intermediação financeira, n. e.	2 2		2 2
		70	Actividades Imobiliárias	70	Actividades Imobiliárias	3		3
				70110	Promoção Imobiliária	1		1
				70120	Compra e venda de bens imobiliários	3	2	5
				70200	Arrendamento de bens imobiliários	1		1
		71	Aluguer máquinas e equip. s/ pessoal e de bens pessoais e domésticos	71100	Aluguer de veículos automóveis		5	5
				71220	Aluguer de meio de transporte marítimo e fluvial	1		1
				71400	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n. e.	1		1
				74140	Actividades de consultoria para os negócios e a gestão		1	1
		74	Out. activ. serviços prestados principalmente às empresas	74201	Actividades de arquitectura	1		1
				74202	Actividades de engenharia e técnicas afins	2		2
				74700	Actividades de limpeza industrial	1		1
				74842	Outras activ. de serviços prestados principalmente às empresas div.		5	5
				74871	Organização de feiras, exposições e de outros eventos		2	2
		75	Administração pública, defesa e seg. social obrigatória	75112	Administração regional	13		13
				75113	Administração local	2	1	3
75122	Administração pública - actividades de educação			25		25		
75123	Adm. Pública - activ. cultura, desporto, recreação, ambiente, hab. (...)				21	21		
75130	Administração pública - actividades económicas				13	13		
80	Educação	80421	Formação Profissional		1	1		
91	Actividades associativas diversas, ne	91	Actividades associativas diversas, n. e.	3		3		
		91110	Organizações económicas e patronais	1	12	13		
		91333	Outras actividades associativas, n. e.	4	6	10		
92	Actividades recreativas, culturais e desportivas	92	Actividades recreativas, culturais e desportivas	3		3		
		926	Actividades desportivas	23		23		
		927	Outras actividades recreativas	6		6		
		92320	Gestão de salas de espectáculo e actividades conexas		3	3		
		92330	Parques de diversão	4	2	6		
		92342	Outras actividades de diversão e espectáculo diversas, n. e.	1	6	7		
		92610	Gestão de instalações desportivas	6	15	21		
		92620	Outras actividades desportivas	9	29	38		
92720	Outras actividades recreativas, n. e.	2	31	33				
93	Outras actividades de serviços	930	Outras actividades de serviços	1		1		
		93041	Terrorismo	5	6	11		
		93042	Manutenção física, n. e.		1	1		
BLANKS				38		38		

De uma forma sucinta refira-se que os principais agrupamentos de CAE centram-se na recém criada CAE 00 (23 projetos) que agrupa as CAE 01 – *Agricultura, produção animal, caça e atividade de serviços relacionados* (5 projetos); 11 – *Extração de petróleo bruto, gás natural e atividades de serviços relacionados, exceto a prospeção* (1 projeto); 15 – *Produção de óleos e gorduras animais e vegetais* (4 projetos); 20 – *Indústrias da madeira e da cortiça e suas obras, exceto mobiliário, fabricação de obras de cestaria e de espartaria* (1 projeto); 27 – *Indústrias metalúrgicas de base* (2 projetos); 45 – *Construção* (8 projetos); 51 – *Comércio por grosso de eletrodomésticos, aparelhos de rádio e de televisão* (1 projeto); 52 – *Comércio a retalho (exceto de veículos automóveis, motociclos e combustíveis para veículos), reparação de bens pessoais e domésticos* (1 projeto).

Tabela IV.6.3.6 Agrupamento de CAE a 2 dígitos

CAE A 2 DÍGITOS			
Código	Denominação	CAE's a 2 dígitos	
00	Agricultura; Extração de petróleo bruto; Indústrias alimentares e das bebidas; Indústrias da madeira e da cortiça; Indústrias metalúrgicas; Construção; Comércio por grosso e Comércio a retalho	01	Agricultura, produção animal, caça e atividade de serviços relacionados
		11	Extração de petróleo bruto, gás natural e atividades dos serviços relacionados, exceto a prospeção
		15	Indústrias alimentares e das bebidas
		20	Indústrias da madeira e da cortiça e suas obras, exceto mobiliário; fabricação de obras de cestaria e de espartaria
		27	Indústrias metalúrgicas de base
		45	Construção
		51	Comércio por grosso e agentes do comércio, exceto de veículos automóveis e de motociclos
		52	Comércio a retalho (exceto de veículos automóveis, motociclos e combustíveis para veículos); reparação de bens pessoais e domésticos
55	Alojamento e Restauração	55	Alojamento e restauração (restaurantes e similares)
63	Agências de viagem e de turismo e outras actividades auxiliares dos transportes	61	Transportes por água
		63	Actividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo
75	Administração Pública	75	Administração Pública, defesa e segurança social obrigatória
77	Intermediação financeira, actividades imobiliárias, outras actividades de serviços prestados às empresas e educação	65	Intermediação financeira, exceto seguros e fundos de pensões
		70	Actividades imobiliárias
		71	Aluguer de máquinas e de equipamentos sem pessoal e de bens pessoais e domésticos
		74	Outras actividades de serviços prestados principalmente às empresas
		80	Educação
88	Actividades associativas diversas e outras actividades de serviços	91	Actividades associativas diversas, n.e.
		93	Outras actividades de serviços
92	Actividades recreativas, culturais e desportivas	92	Actividades recreativas, culturais e desportivas

Na CAE 77 (34 projetos) que agrupa as CAE 65 – *Intermediação financeira, exceto seguros e fundos de pensões* (4 projetos); 70 – *Atividades imobiliárias* (10 projetos); 71 – *Aluguer de máquinas e de equipamentos sem pessoal e de bens pessoais e domésticos* (7 projetos); 74 – *Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas* (12 projetos); 80 – *Educação* (1 projeto).

Optou-se também por agrupar na CAE 88 (39 projectos), as CAE 91 – *Actividades associativas diversas, n.e.* (26 projectos) e 93 – *Outras actividades de serviços* (13 projectos). Refira-se que o agrupamento de variáveis realizado deve-se principalmente ao facto de não ser possível realizar uma correta análise de dados tendo por base o número reduzido de projetos de investimento executados ao nível de algumas CAE, sendo necessário o agrupamento de CAE para que sejam cumpridos os requisitos dos testes de análise realizados.

Tabela IV.6.3.7 Agrupamento de CAE a 3 dígitos

CAE A 3 DÍGITOS			
Código	Denominação		CAE's a 3 dígitos
000	Agricultura; Extração de petróleo bruto; Indústrias alimentares e das bebidas; Indústrias da madeira e da cortiça; Indústrias metalúrgicas; Construção; Comércio por grosso e Comércio a retalho	013	Produção agrícola e animal associadas
		015	Caça, repovoamento cinegético e actividades dos serviços relacionados
		20	Indústrias da madeira e da cortiça e suas obras, excepto mobiliário; fabricação de obras de cestaria e de espartaria
		111	Extração de petróleo bruto e gás natural
		158	Fabricação de outros produtos alimentares
		159	Indústria das bebidas
		275	Fundição de metais ferrosos e não ferrosos
		452	Construção de edifícios (no todo ou em parte); engenharia civil
		517	Comércio por grosso, n.e.
		522	Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas e tabaco em estabelecimentos especializados
551	Estabelecimentos hoteleiros	55	Alojamento e restauração
		551	Estabelecimentos hoteleiros
552	Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração	55	Alojamento e restauração
		552	Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração
553	Restaurantes	553	Restaurantes
554	Estabelecimentos de bebidas	554	Estabelecimentos de bebidas
630	Actividades anexas e auxiliares dos transportes	611	Transportes marítimos
		63	Actividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo
		631	Manuseamento e armazenagem
		632	Outras actividades auxiliares dos transportes
633	Agências de viagem e turismo	633	Agências de viagem e turismo
751	Administração Pública em geral, económica e social	751	Administração Pública em geral, económica e social
777	Intermediação financeira, actividades imobiliárias, outras actividades de serviços prestados às empresas e educação	662	Outra intermediação financeira
		70	Actividades imobiliárias
		701	Actividades imobiliárias por conta própria
		702	Arrendamento de bens imobiliários
		711	Aluguer de veículos automóveis
		712	Aluguer de outro meio de transporte
		714	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n.e.
		741	Actividades jurídicas de contabilidade e auditoria; consultoria fiscal; estudos de mercado e sondagens de opinião; consultoria empresarial e de gestão; gestão de sociedades de participações sociais (holdings)
		742	Actividades de arquitectura, de engenharia e técnicas afins
		747	Actividades de limpeza industrial
		748	Outras actividades de serviços prestados principalmente às empresas
		804	Ensino para adultos e outras actividades educativas
		888	Actividades associativas diversas e outras actividades de serviços
911	Actividades de organizações económicas, patronais e profissionais		
913	Outras actividades associativas		
930	Outras actividades de serviços		
923	Outras actividades artísticas e de espectáculo	92	Actividades recreativas, culturais e desportivas
		923	Outras actividades artísticas e de espectáculo
926	Actividades desportivas	926	Actividades desportivas
927	Outras actividades recreativas	927	Outras actividades recreativas

Relativamente à análise da CAE a 3 dígitos e da CAE a 5 dígitos, a existência de CAE com apenas 1 ou 2 projetos é ainda mais evidente. Optou-se, nestes dois casos por manter a mesma lógica de agrupamento de CAE utilizada para o agrupamento das CAE a 2 dígitos. Nesse sentido, as subdivisões registadas nas CAE originais que foram agrupadas na nova CAE a 2 dígitos foram também incluídas no mesmo agrupamento de CAE, considerando neste caso o facto de se estar perante CAE a 3 dígitos e CAE a 5 dígitos. A tabela IV.6.3.7 permite observar o agrupamento de CAE realizado para as CAE a 3 dígitos, tendo sido remetido para anexo o agrupamento de CAE a 5 dígitos (ver anexo 1).

IV.6.4 Definição e dimensão de empresa

Outra questão particularmente importante e central nesta investigação, prende-se com a definição e classificação da estrutura empresarial, nomeadamente da definição de micro, pequenas e médias empresas. A União Europeia tendo em atenção a diversidade de definições que existiam nos Estados Membros e a possibilidade de esta situação suscitar incoerências, no

que se refere, por exemplo, à atribuição e definição de políticas e fundos estruturais de apoio às empresas de pequena e micro dimensão, considerou fundamental apresentar uma definição comum, e que fosse utilizada por todos os Estados-Membros, de micro, pequenas e médias empresas.

A Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003, relativa à definição de micro, pequenas e médias empresas, define como empresa *«qualquer entidade que, independentemente da sua forma jurídica, exerce uma atividade económica. São, nomeadamente, consideradas como tal as entidades que exercem uma atividade artesanal ou outras atividades a título individual ou familiar, as sociedades de pessoas ou as associações que exercem regularmente uma atividade económica»*. (CE, 2003, pág. 36)

O mesmo documento define as categorias de empresas tendo por base dois critérios, o critério do número de pessoas empregadas, o qual *«mantêm-se indubitavelmente um dos mais importantes e deve ser considerado como critério principal»* (CE, 2003, pág. 36), e o critério do volume de negócios, na medida em que a introdução de um critério financeiro é necessário para que se *«possa compreender a importância real e o desempenho de uma empresa, bem como a sua posição em relação, às suas concorrentes»*. (CE, 2003, pág. 36)

Nesta investigação para os dados referentes ao período de 1994-1999, e dado que a base de dados SIDReg não possui informação sobre a categoria de empresa, houve a necessidade de analisar a informação adicional, (i) número de pessoas empregadas, e (ii) volume de negócios, para classificar as empresas segundo a Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003. Para isso, e para os projetos que possuíam essa informação, foi efetuada uma análise individual por projeto segundo os dois critérios apresentados, estruturando os projetos por categoria de empresa.

Relativamente à base de dados PRIME, referente ao período de 200-2006, não houve necessidade de efetuar esta análise, na medida em que a informação relativa à dimensão de empresa já constava da base de dados. Refira-se que a classificação por dimensão de empresa estava de acordo com as normas europeias, dado que esta Recomendação da CE vem no seguimento de uma recomendação anterior que definia já micro, pequenas e médias empresas, tendo isso implementada em todos os Estados-Membros.

A Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003, no seu artigo 2.º classifica as categorias de empresa como: «**1.** A categoria das **micro, pequenas e médias empresas (PME)** é constituída por empresas que empregam menos de 250 pessoas e cujo volume de negócios anual não excede 50 milhões de euros ou cujo balanço total anual não excede 43 milhões de euros. **2.** Na categoria das PME, uma **pequena empresa** é definida como uma empresa que emprega menos de 50 pessoas e cujo volume de negócios anual ou balanço total anual não excede 10 milhões de euros. **3.** Na categoria das PME, uma **microempresa** é definida como uma empresa que emprega menos de 10 pessoas e cujo volume de negócios anual não excede 2 milhões de euros». (CE, 2003, pág. 39), tendo sido esta a definição utilizada no decorrer desta investigação.

IV.6.5 Divisão Territorial

No período de 1994-2006 verificou-se algumas alterações ao nível da divisão territorial que importa abordar para clarificação da opção tomada no decurso desta investigação. A divisão territorial na base da informação existente na base de dados SIDReg que se refere ao período de 1994-1999 rege-se pelo Decreto-Lei n.º 46/89 de 15 de Fevereiro. No entanto, em 2002, a meio do período de vigência do III QCA (2000-2006) surge uma nova legislação, o Decreto-Lei n.º 244/2002 de 5 de Novembro que define uma nova divisão territorial em Portugal.

De facto, em 2002, o Governo português, atendendo à realidade socioeconómica da região de Lisboa e Vale do Tejo (LVT), diferente daquela que esteve na base da definição das NUTS II (ano de 1986, com posteriores alterações na sequência da publicação do Decreto-Lei n.º 46/89 de 15 de Fevereiro), e tendo em vista uma distribuição mais equitativa do financiamento europeu, dado que as regiões NUT III da Grande Lisboa e da Península de Setúbal registavam uma maior riqueza e dinâmica económica comparativamente às restantes três regiões NUT III da Lezíria do Tejo, Médio Tejo e Oeste, decidiu extinguir a região NUT II de Lisboa e Vale do Tejo.

Como refere o Decreto-Lei n.º 244/2002 de 5 de Novembro, «(...) ocorreram alterações no perfil socioeconómico das regiões, em particular na NUTS II – Lisboa e Vale do Tejo, que não podem deixar de ser tidas em conta», o que mantendo o desenho implicaria a perda de acesso a fundos comunitários para toda a região. Com a extinção da região NUT II de Lisboa e Vale do Tejo, transitaram para a região NUT II Centro as regiões do Oeste e do Médio Tejo, para a

região NUT II do Alentejo a região NUT III da Lezíria do Tejo, mantendo as regiões NUT III da Grande Lisboa e da Península de Setúbal na nova região NUT II denominada Lisboa.

No entanto, esta extinção apenas teve efeito ao nível da nomenclatura territorial, uma vez que, continua a existir ao nível da administração indireta do Estado, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR) de Lisboa e Vale do Tejo, mantendo a mesma superfície da anterior região, e com responsabilidades ao nível do planeamento regional, das políticas do meio ambiente, e do ordenamento do território.

Considerando o referido anteriormente e, tendo presente que a informação estatística na área do turismo da responsabilidade do INE, para o período de 1994-2006, tem em atenção a divisão territorial por NUT II definida pelo Decreto-Lei n.º 46/89 de 15 de Fevereiro, a divisão territorial considerada para efeitos desta investigação será a constante do referido Decreto-Lei n.º 64/89. Mais, mesmo que se considere ao longo desta investigação a análise de dados atuais, estes irão ter sempre em consideração a divisão territorial selecionada como a base para esta investigação.

IV.6.6 Conta Satélite do Turismo e Código das Atividades Económicas

A Classificação Portuguesa de Atividades Económicas (CAE), Revisão 2, abreviadamente designada por CAE-Rev.2, elaborada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) estabelece o novo quadro das atividades económicas portuguesas, harmonizado com a Nomenclatura Estatística das Atividades Económicas na Comunidade Europeia/NACE-Rev.1, no âmbito do Regulamento da CEE n.º 761/93 de 24 de Março.

De acordo com o Decreto-Lei n.º 182/93 de 14 de Maio que cria a CAE-Rev.2, *«Uma Classificação de Atividades Económicas bem adaptada à realidade económica portuguesa constitui uma estrutura indispensável ao desenvolvimento e à Consolidação do Sistema Estatístico Nacional, quer pelo papel que desempenha na recolha, tratamento, publicação e análise da informação estatística, quer pelo sentido de coerência e de unidade que confere ao sistema, constituindo, neste aspeto, uma vertente muito importante no processo de normalização estatística»*.

A CAE-Rev.2, entrou em vigor a 1 de Janeiro de 1994 tendo sido substituída pela CAE-Rev.2.1 através do Decreto-Lei n.º 197/2003 de 27 de Agosto. Esta substituição decorreu da necessidade de alguns ajustamentos à CAE-Rev.2, de forma a manter a harmonização com a NACE-Rev.1.1 (Nomenclatura das Atividades Económicas da Comunidade Europeia) que foi objeto de revisão pelo Regulamento (CE) n.º 29/2002 de 19 de Dezembro de 2001, o qual é aplicável a partir de 1 de Janeiro de 2003.

Considerando que a investigação realizada tem por base o período de investimento de 1994-2006, observa-se que, na análise dos projetos de investimento por atividade económica, se está perante duas classificações, a CAE-Rev.2 que vigorou de 1 de Janeiro de 1994 a 26 de Agosto de 2003, e a CAE-Rev.2.1 que vigorou de 27 de Agosto até ao final do III Quadro Comunitário de Apoio. No entanto, a análise efetuada às duas classificações de atividades económicas permitiu concluir que, no que se refere à área do turismo, não se registam alterações no código das atividades económicas. Assim sendo, optou-se por na análise das atividades económicas realizada nesta investigação ter por base a CAE-Rev.2. Nesse sentido, as referências utilizadas no decorrer desta investigação são apresentadas conforme descritas no Decreto-Lei n.º 182/93 que integra a CAE-Rev.2.

Considera-se fundamental a utilização da Classificação das Atividades Económicas, na medida em que (i) permite comparação estatística a nível nacional, da União Europeia e a nível Mundial, e para além disso, permite (ii) organizar de uma forma coordenada e coerente a informação estatística por ramo de atividade económica, situação que se constitui como a base essencial para a formulação de políticas setoriais adequadas e orientadas.

Outra questão central prende-se com a harmonização da Classificação das Atividades Económicas (CAE) com a Conta Satélite do Turismo (CST). De acordo com a OMT, a implementação da Conta Satélite do Turismo permite atingir inúmeras vantagens das quais se destacam:

- (1) Aumentar e melhorar o conhecimento da importância económica do Turismo face à totalidade das atividades económicas de um determinado país;
- (2) Fornecer um instrumento que permita a elaboração de políticas mais eficientes relacionadas com o turismo;

(3) Criar a consciência entre os diversos atores direta e indiretamente envolvidos no turismo, da importância económica desta atividade e, conseqüentemente, o seu papel nas indústrias envolvidas na produção de bens e serviços procurados pelos visitantes.

Tabela IV.6.6.1 Conta Satélite do Turismo – Atividades características

CST	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS
1. ALOJAMENTO	1.1. Hotéis e outro alojamento colectivo
	1.2. Residências secundárias por conta própria ou gratuita
2. RESTAURAÇÃO E BEBIDAS	2. Restaurantes e similares
3. TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	3.1. Transporte ferroviário de passageiros
	3.2. Transportes rodoviários de passageiros
	3.3. Transportes marítimos de passageiros
	3.4. Transportes aéreos de passageiros
	3.5. Serviços auxiliares aos transportes de passageiros
4. ALUGUER DE EQUIPAMENTO DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	4.1. Aluguer de equipamentos de transporte
	4.2. Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte
5. AGÊNCIAS DE VIAGEM, OPERADORES TURÍSTICOS E GUIAS INTERPRETES	5.1. Agências de viagem
	5.2. Operadores turísticos
	5.3. Informação turística e guias interpretes
6. SERVIÇOS CULTURAIS	6.1. Actividades artísticas e de espectáculo
	6.2. Museus e outros serviços culturais
7. DESPORTO, RECREAÇÃO E LAZER	7.1. Serviços desportivos e recreativos
	7.2. Outros serviços de recreio e lazer
8. OUTROS SERVIÇOS DE TURISMO	8.1. Serviços financeiros
	8.2. Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico
	8.3. Outros serviços de turismo

Nesse sentido, considera-se fundamental conciliar a informação contida na CAE com a estrutura da Conta Satélite do Turismo, de forma a aferir pormenorizada e criteriosamente a importância económica do setor do turismo, e em particular dos subsectores que integram a estrutura do core do setor, e que se encontram definidos na figura IV.6.6.1.

A Conta Satélite do Turismo integra 8 grandes áreas de análise, conforme se observa na figura IV.6.6.1, a saber, (1) o alojamento; (2) a restauração e bebidas; (3) o transporte de passageiros; (4) o aluguer de equipamento de transporte de passageiros; (5) as agências de viagem, operadores turísticos e guias intérpretes; (6) os serviços culturais; (7) as atividades de desporto, recreio e lazer; e (8) os outros serviços de turismo, que por sua vez, possuem um conjunto de atividades características.

Tabela IV.6.6.2 Integração das atividades características da CST com a CAE a 2 e a 3 dígitos

CST	ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS	CAE 2 DIG	DESIGNAÇÃO CAE	CAE	DESIGNAÇÃO CAE
1. ALOJAMENTO	1.1. Hotéis e outro alojamento coletivo	55	Alojamento e Restauração	551 552	Estabelecimentos hoteleiros Parques de campismo e outros locais de aloj. de curta duração
	1.2. Residências secundárias por conta própria ou gratuita	70	Atividades imobiliárias	702*	Arrendamento de bens imobiliários
2. RESTAURAÇÃO E BEBIDAS	2. Restaurantes e similares	55	Alojamento e Restauração	553 554 555*	Restaurantes Estabelecimentos de bebidas Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio
3. TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	3.1. Transporte ferroviário de passageiros	60	Transportes terrestres; transportes por oleodutos ou gasodutos	601	Caminhos-de-ferro
	3.2. Transportes rodoviários de passageiros			6021 6022 6023	Outros transportes terrestres regulares de passageiros Transporte ocasional de passageiros em veículos ligeiros Outros transportes terrestres de passageiros
	3.3. Transportes marítimos de passageiros	61	Transportes por água	611 612	Transportes marítimos Transportes por vias navegáveis interiores
	3.4. Transportes aéreos de passageiros	62	Transportes aéreos	621 622	Transportes aéreos regulares Transportes aéreos não regulares
	3.5. Serviços auxiliares aos transportes de passageiros	63	Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e turismo	632	Outras atividades auxiliares dos transportes
4. ALUGUER DE EQUIPAMENTO DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	4.1. Aluguer de equipamentos de transporte	71	Aluguer de máquinas e de equip. s/ pessoal e de bens pessoais e domésticos	711 712	Aluguer de veículos automóveis Aluguer de outro meio de transporte
	4.2. Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte	35 50	Fabricação de outro material de transporte Comércio, man. e rep. de veic. Aut. e motoc.; comércio a ret. combust. veículos	3512 353 50200 50402	Construção e reparação de embarcações de recreio e de desporto Fabricação de aeronaves e de veículos espaciais Manutenção e reparação de veículos automóveis Manutenção e reparação de motocicletas, de suas peças e acessórios
5. AGÊNCIAS DE VIAGEM, OPERADORES TURÍSTICOS E GUIAS INTERPRETES	5.1. Agências de viagem	63	Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo	633	Agências de viagem e turismo
	5.2. Operadores turísticos				
	5.3. Informação turística e guias interpretes				
6. SERVIÇOS CULTURAIS	6.1. Atividades artísticas e de espetáculo	92	Atividades recreativas, culturais e desportivas	92311 9232	Atividades de teatro e musicais Gestão de salas de espetáculo e atividades conexas
	6.2. Museus e outros serviços culturais			9252 9253	Activ. de museus e conservação de locais e de monumentos históricos Atividades dos jardins botânicos, zoológicos e das reservas naturais
	7.1. Serviços desportivos e recreativos	92	Atividades recreativas, culturais e desportivas	9262 9271 9272	Outras atividades desportivas Lotarias e outros jogos de aposta Outras atividades recreativas n.e.
7.2. Outros serviços de recreio e lazer	9233			Parques de diversão	
8. OUTROS SERVIÇOS DE TURISMO	8.1. Serviços financeiros	65	Intermediação financeira, excepto seguros e fundos de pensões	6512 6522	Outra intermediação monetária Outras atividades de crédito
		66	Seguros, fundos de pensão e de out. activ. complementares de seg. social	6603	Seguros não vida
		67	Activ. auxiliares interm. Financeira	6713	Atividades auxiliares de intermediação financeira, n. e.
	8.2. Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico	71	Aluguer de máq. e de equip. s/ pessoal e de bens pessoais e domésticos	714	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n. e.
	8.3. Outros serviços de turismo	52	Comércio a retalho (excepto veic. automov., motoc. e combust. para veic.); repar. bens pessoais e domésticos	52740	Reparação de bens pessoais e domésticos, n.e.
		74	Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	7484	Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas, n.e.
		75	Administração pública, defesa e segurança	751 752	Administração pública em geral, económica e social Negócios estrangeiros, defesa, justiça, segurança, ordem pública e protecção civil
		93	Outras atividades de serviços	9304 9305	Manutenção física Outras atividades de serviços, n.e.

A integração da estrutura da Conta Satélite do Turismo com a Classificação das Atividades Económicas constitui-se como um exercício de reflexão que pretende interligar as atividades económicas com a estrutura do core do setor do turismo definida pela CST (Figura IV.6.6.2). Esse exercício permitiu a interligação das atividades características da CST com a CAE a 2 dígitos e a 3 dígitos, o que por sua vez irá permitir uma análise pormenorizada e coerente da informação existente nas Bases de dados do SIDReg e do PRIME e a sua interligação com os subsectores do turismo que integram a cadeia de valor do setor.

A interligação realizada permite, numa primeira fase de análise, verificar que nem todas as atividades características do setor do turismo que integram a CST registam investimentos realizados com a participação da UE, no período de 1994-2006. A figura IV.6.6.3 permite observar que a estrutura central da CST, onde se encontram integradas as 8 grandes áreas de análise regista investimentos no setor do turismo no período de 1994-2006.

Tabela IV.6.6.3 Atividades Económicas com investimentos no período de 1994-2006

CST	ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS	CAE 2 DIG	DESIGNAÇÃO CAE	CAE	DESIGNAÇÃO CAE
1. ALOJAMENTO	1.1. Hotéis e outro alojamento coletivo	55	Alojamento e Restauração	551 552	Estabelecimentos hoteleiros Parques de campismo e outros locais de aloj de curta duração
	1.2. Residências secundárias por conta própria ou gratuita	70	Atividades imobiliárias	702	Arrendamento de bens imobiliários
2. RESTAURAÇÃO E BEBIDAS	2. Restaurantes e similares	55	Alojamento e Restauração	553 554 555*	Restaurantes Estabelecimentos de bebidas Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio
3. TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	3.1. Transporte ferroviário de passageiros	60	Transportes terrestres; transportes por oleodutos ou gasodutos	601	Caminhos-de-Ferro
	3.2. Transportes rodoviários de passageiros			6021 6022 6023	Outros transportes terrestres regulares de passageiros Transporte ocasional de passageiros em veículos ligeiros Outros transportes terrestres de passageiros
	3.3. Transportes marítimos de passageiros			611 612	Transportes marítimos Transportes por vias navegáveis interiores
	3.4. Transportes aéreos de passageiros	62	Transportes aéreos	621 622	Transportes aéreos regulares Transportes aéreos não regulares
	3.5. Serviços auxiliares aos transportes de passageiros	63	Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e turismo	632	Outras atividades auxiliares dos transportes
4. ALUGUER DE EQUIPAMENTO DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	4.1. Aluguer de equipamentos de transporte	71	Aluguer de máquinas e de equip. sl pessoal e de bens pessoais e domésticos	711 712	Aluguer de veículos automóveis Aluguer de outro meio de transporte
	4.2. Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte	35	Fabricação de outro material de transporte	3512 353	Construção e reparação de embarcações de recreio e de desporto Fabricação de aeronaves e de veículos espaciais
		50	Comércio, man. e rep. de veic. Aut. e motoc.; comércio a ret. combust. veículos	50200 50402	Manutenção e reparação de veículos automóveis Manutenção e reparação de motocicletas, de suas peças e acessórios
5. AGÊNCIAS DE VIAGEM, OPERADORES TURÍSTICOS E GUIAS INTERPRETES	5.1. Agências de viagem 5.2. Operadores turísticos 5.3. Informação turística e guias interpretes	63	Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo	633	Agências de viagem e turismo
6. SERVIÇOS CULTURAIS	6.1. Atividades artísticas e de espectáculo	92	Atividades recreativas, culturais e desportivas	92311 9232	Atividades de teatro e musicais Gestão de salas de espectáculo e atividades conexas
	6.2. Museus e outros serviços culturais			9252 9253	Activ. de museus e conservação de locais e de monumentos históricos Atividades dos jardins botânicos, zoológicos e das reservas naturais
7. DESPORTO, RECREAÇÃO E LAZER	7.1. Serviços desportivos e recreativos	92	Atividades recreativas, culturais e desportivas	9262 9271 9272	Outras atividades desportivas Lotarias e outros jogos de aposta Outras atividades recreativas n.e.
	7.2. Outros serviços de recreio e lazer			9233	Parques de diversão
8. OUTROS SERVIÇOS DE TURISMO	8.1. Serviços financeiros	65	Intermediação financeira, excepto seguros e fundos de pensões	6512 6522	Outra intermediação monetária Outras atividades de crédito
		66	Seguros, fundos de pensão e de out. activ. complementares de seg. social	6603	Seguros não vida
		67	Activ. auxiliares interm. Financeira	6713	Atividades auxiliares de intermediação financeira, n. e.
	8.2. Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico	71	Aluguer de maq. e de equip. sl pessoal e de bens pessoais e domésticos	714	Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n. e.
	8.3. Outros serviços de turismo	52	Comércio a retalho (excepto veic. automov., motoc. e combust. para veic.); repar. bens pessoais e domésticos	52740	Reparação de bens pessoais e domésticos, n.e.
		74	Outras actividades de serviços prestados principalmente às empresas	7484	Outras actividades de serviços prestados principalmente às empresas, n.e.
		75	Administração pública, defesa e segurança	751 752	Administração pública em geral, económica e social Negócios estrangeiros, defesa, justiça, segurança, ordem pública e protecção civil
		93	Outras actividades de serviços	9304 9305	Manutenção física Outras actividades de serviços, n.e.

No entanto, uma análise pormenorizada, permite concluir que os projetos de investimento realizados centram-se ao nível de algumas atividades características, não existindo projetos de investimento ao nível de outras atividades características, uma vez que não se regista a correspondência entre a Classificação das Atividades Económicas a 2 e a 3 dígitos.

Contudo, observa-se que os principais elementos da estrutura do core do turismo, e que integram a sua cadeia de valor (alojamento; restauração e bebidas; agências de viagem; área das atividades recreativas, culturais e desportivas) registam investimentos na área do turismo com financiamento comunitário no período de 1994-2006.

IV.7 Análise Empírica

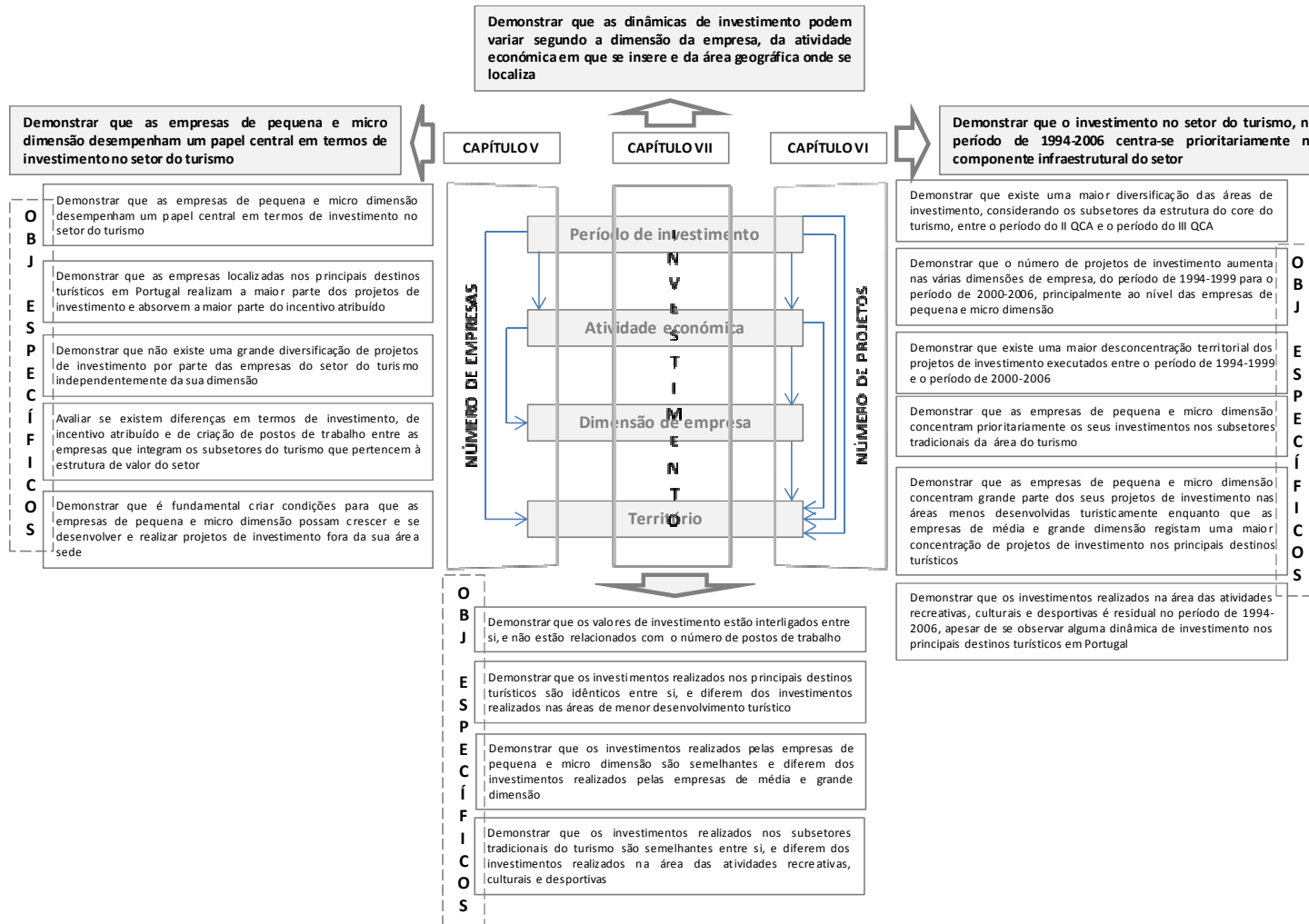
IV.7.1 Metodologia utilizada na análise empírica

A análise empírica nesta investigação centra-se em 4 áreas principais, a partir das quais se desenvolve toda a investigação realizada, nomeadamente a definição dos objetivos gerais e específicos referente a cada capítulo, bem como as hipóteses de investigação formuladas. A primeira área central de estudo refere-se ao período de investimento, sendo realizada uma análise por cada período de investimento a que corresponde cada Quadro Comunitário de Apoio (II QCA no período de 1994-1999 e III QCA no período de 2000-2006), e também uma análise global do período de investimento de 1994-2006.

A segunda área de análise central refere-se à atividade económica em que os projetos de investimento são executados. Esta área é particularmente importante, dada a transversalidade do setor do turismo, e a diversidade de subsetores que integram a sua cadeia de valor, desde a área do alojamento, da restauração, das atividades recreativas culturais e desportivas entre outras. Nesse sentido, é efetuada uma interligação entre as atividades económicas onde se realizam os projetos de investimento na área do turismo, e os subsetores que integram a Conta Satélite do Turismo, de forma a permitir uma interligação de conceitos para uma análise pormenorizada e direcionada para os objetivos desta investigação.

A análise da estrutura empresarial que executa os projetos de investimento na área do turismo, tendo por base os critérios definidos pela UE para a dimensão de empresa, é outra área de análise fundamental. O setor empresarial do turismo é constituído, principalmente, por empresas de pequena e micro dimensão que face à sua dimensão e estrutura familiar registam um conjunto de fragilidades que as inibem de crescer e se desenvolver, apesar de também apresentarem uma diversidade de vantagens, principalmente para as áreas onde se inserem.

Figura IV.7.1.1 Metodologia investigação componente empírica



Uma das principais dificuldades que as empresas de pequena e micro dimensão identificam, prende-se com a dificuldade de acesso a financiamento e da falta de apoio das entidades do Turismo, entre outras. Considerando as questões aqui apresentadas, é importante verificar se o investimento realizado no período de 1994-2006, teve em atenção aquela que é a estrutura empresarial do setor do turismo, para além de avaliar o papel e a importância das empresas de pequena e micro dimensão que caracterizam a estrutura empresarial do setor do turismo.

A quarta área de análise central refere-se à localização geográfica onde são executados os projetos de investimento na área do turismo. A análise da localização geográfica irá identificar áreas territoriais (por NUT II, NUT III e concelho) onde se concentram os projetos de investimento realizados no setor do turismo. As regiões NUT II e NUT III que representam a divisão territorial regional em Portugal apresentam entre si diferentes dinâmicas de crescimento e desenvolvimento do setor do turismo. Tendo em atenção este facto é fundamental analisar a forma como o investimento privado no setor do turismo se distribui em termos territoriais, se existe uma distribuição uniforme no território, ou então, se se observa uma concentração do investimento nos principais destinos turísticos em Portugal ou nas áreas em que o setor do turismo ainda não se encontra tão desenvolvido.

Em síntese, considera-se que as 4 áreas de análise prioritárias identificadas nesta investigação são fundamentais para uma apresentação e avaliação do investimento no setor do turismo, que permita, da parte do setor público do turismo, uma avaliação adequada da forma como o investimento privado tem sido concretizado, de forma a tomar as medidas e as estratégias mais apropriadas para uma intervenção eficaz e eficiente que permita o crescimento e o desenvolvimento do setor do turismo em Portugal.

IV.7.2 Importância da Definição das Hipóteses de investigação

Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 119) refere que «*A organização de uma investigação em torno de hipóteses de trabalho constitui a melhor forma de a conduzir com ordem e rigor, sem por isso sacrificar o espírito de descoberta e de curiosidade que caracteriza qualquer esforço intelectual*». O mesmo autor refere ainda que «*(...) a hipótese fornece à investigação um fio condutor particularmente eficaz que, a partir do momento em que é formulada substitui nessa*

função a questão de pesquisa, mesmo que esta deva permanecer presente na nossa mente». (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 119-120)

Verma, 1981 in Bell, 1997, define Hipótese de investigação como sendo «*uma proposição hipotética que será sujeita a verificação ao longo da investigação subsequente*». Pode também ser vista como um guia para o investigador, na medida em que representa e descreve o método a ser seguido no estudo do problema, representando as hipóteses de investigação palpites que o investigador possui sobre a existência de relações entre variáveis.

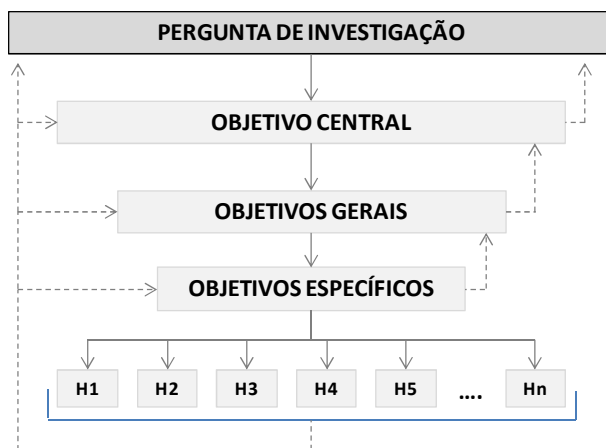
Kerlinger (2000, pág. 26) refere que «*Uma hipótese é uma declaração conjetural da relação entre duas ou mais variáveis. As hipóteses encontram-se sempre na forma de uma frase declarativa, e relacionam de uma forma geral ou específica, variáveis com variáveis*». Para este autor, existem dois critérios para elaborar boas hipóteses. «*(1) Hipóteses são afirmações sobre as relações entre as variáveis; (2) Hipóteses têm implicações claras para testar as relações estabelecidas*».

Estes dois critérios enunciados por Kerlinger referem dois aspetos muito importantes e que se deve ter em atenção. As hipóteses definidas podem conter duas ou mais variáveis que são mensuráveis ou potencialmente mensuráveis, e para além disso, permitem demonstrar como as variáveis estão relacionadas.

Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 138) refere também que «*construir uma hipótese não consiste simplesmente em imaginar uma relação entre duas variáveis ou dois termos isolados. Essa operação deve inscrever-se na lógica teórica da problemática. (...) Geralmente construímos um corpo de hipóteses, hipóteses essas que devem articular-se umas com as outras e integrar-se logicamente na problemática*».

Para Quivy e Campenhoudt (1998, pág.120), «*A hipótese fornece o critério para selecionar, de entre a infinidade de dados que um investigador pode, em princípio, recolher sobre um determinado assunto, os dados ditos ‘pertinentes’.*(...) *Apresentando-se como critério de seleção dos dados, as hipóteses são, por isso mesmo, confrontadas com estes dados. O modelo de análise que exprimem pode assim ser testado*». Sugere-se que o investigador, ao longo da sua investigação, teste as várias hipóteses apresentadas, confrontando essas hipóteses com os dados recolhidos, o que irá permitir ajustar e testar o modelo de análise definido.

Figura IV.7.2.1 Metodologia de investigação



Contudo, o investigador deve ter em atenção que a hipótese apresenta-se como uma resposta provisória a uma pergunta, sendo fundamental apresentá-la de uma forma coerente e integrada com a investigação em curso, para que seja possível no final encontrar argumentos que a validem ou não.

Como refere Quivy e Campenhoudt (1998, pág. 150), uma hipótese «é uma proposição provisória, uma suposição que deve ser verificada. Por conseguinte, a hipótese será confrontada numa etapa posterior da investigação, com dados de observação». Contudo, para ser possível esta verificação empírica a hipótese deve ser refutável. *«Isto significa, em primeiro lugar, que ela deve poder ser testada indefinidamente e ter portanto, um carácter de generalidade; depois, que deve admitir enunciados contrários que sejam teoricamente suscetíveis de verificação».*

O modelo de análise é definido através da formulação de hipóteses que decorrem da análise da problemática, que integra a pergunta de investigação e os objetivos definidos. As hipóteses de investigação são testadas através da análise empírica. A figura IV.7.2.1 sintetiza o modelo de investigação da componente prática.

«Sob as formas e processos mais variados, as investigações apresentam-se sempre como movimento de vaivém entre uma reflexão teórica e um trabalho empírico. As hipóteses constituem as charneiras deste movimento; dão-lhe a amplitude e asseguram a coerência entre as partes do trabalho». (Quivy e Campenhoudt, 1998, pág. 120) A análise empírica deverá permitir a correção e orientação, e, para além disso, deve permitir uma amplitude e coerência entre a

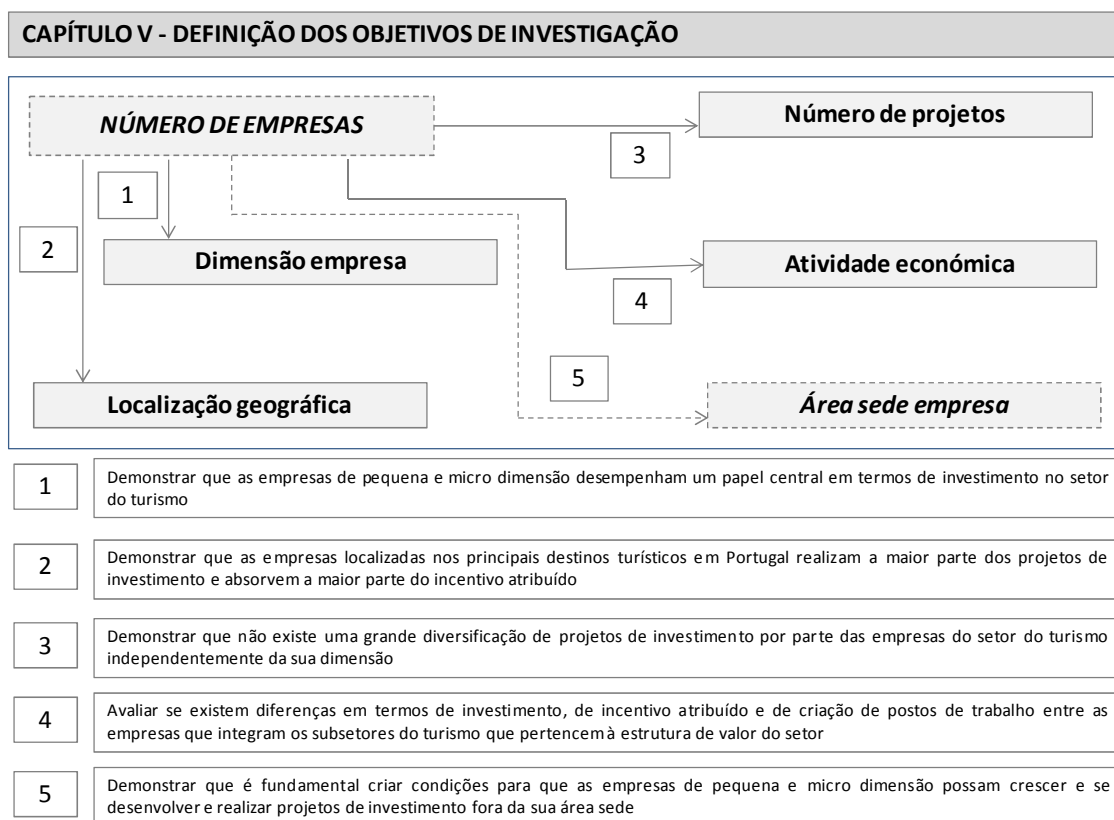
componente teórica e a componente prática, não se circunscrevendo a uma análise da realidade a partir de um modelo concetual definido.

Nas seções seguintes apresenta-se de uma forma pormenorizada e sistematizada os objetivos específicos de cada capítulo que integra a componente prática desta investigação (capítulo V, VI e VII), e das hipóteses de investigação que pretendem validar cada objetivo definido.

IV.7.3 Definição hipóteses investigação – capítulo V

O capítulo V tem como principal objetivo **‘Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão desempenham um papel central em termos de investimento no setor do turismo’**. Para isso, é realizada uma análise centrada em 5 áreas principais relacionando e sistematizando a informação constante da base de dados agrupada, conforme se pode observar na figura IV.7.3.1.

Figura IV.7.3.1 Definição dos objetivos de investigação – Capítulo V



Pretende-se analisar cada um dos objetivos definidos em análises mais pormenorizadas conforme numeração apresentada na figura IV.7.3.1. Cada número representado na figura,

para além de se referir a um objetivo definido corresponde a uma secção apresentada no capítulo V.

A primeira área considerada (1) relaciona os dados sobre o número de empresas e a sua dimensão, tendo como principal objetivo *‘Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão desempenham um papel central em termos de investimento no setor do turismo’*. A segunda área de análise (2) realiza a análise entre o número de empresas e a localização geográfica, em que o objetivo é *‘Demonstrar que as empresas localizadas nos principais destinos turísticos em Portugal realizam a maior parte dos projetos de investimento e absorvem a maior parte do incentivo atribuído’*.

A terceira área realiza a análise entre o número de empresas e o número de projetos, tendo como objetivo *‘Demonstrar que não existe uma grande diversificação de projetos de investimento por parte das empresas do setor do turismo independentemente da sua dimensão’*. Outra área central neste capítulo analisa (4) o número de empresas com a atividade económica, em que o principal objetivo é *‘Avaliar se existem diferenças em termos de investimento, de incentivo atribuído e de criação de postos de trabalho entre as empresas que integram os subsectores do turismo que pertencem à estrutura de valor do setor’*. A última área de análise, (5) relaciona o número de empresas e a área sede de empresa, e tem como objetivo *‘Demonstrar que é fundamental criar condições para que as empresas de pequena e micro dimensão possam crescer e se desenvolver e realizar projetos de investimento fora da sua área sede’*.

Tabela IV.7.3.1 Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo V

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento no setor do turismo	
Número de empresas segundo a sua dimensão e número de projetos	
As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.1.1.
As empresas que concorrem a financiamento do Subprograma Turismo e Património Cultural/PRIME são maioritariamente de pequena e micro dimensão	H 5.1.2.
As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.1.3.
As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.1.4.
As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.1.5.

O objetivo específico 1 pretende *‘demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento no setor do turismo’*. Para isso irá analisar-se o número de empresas segundo a sua dimensão e número de projetos, tendo por base os seguintes parâmetros (i) quais as empresas que realizam mais projetos de

investimento; (ii) qual a capacidade de investimento que demonstram; (iii) quais as empresas que absorvem mais incentivo por projeto; (iv) e quais as empresas que apresentam a maior capacidade de criação de emprego. As questões aqui consideradas têm o seu reflexo nas hipóteses de investigação definidas.

Tabela IV.7.3.2 Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo V

Demonstrar que as empresas localizadas nos principais destinos turísticos em Portugal realizam a maior parte dos projetos de investimento e absorvem a maior parte do incentivo atribuído	
Localização das empresas por NUT II	
A maior parte dos projetos de investimento realizam-se por empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira	H 5.2.1.
O investimento é realizado maioritariamente por empresas que se localizam na região NUT II de LVT	H 5.2.2.
As empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.2.3.
As empresas sedeadas na região NUT II Norte demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego	H 5.2.4.

O objetivo específico 2 pretende *‘demonstrar que as empresas localizadas nos principais destinos turísticos em Portugal realizam a maior parte dos projetos de investimento e absorvem a maior parte do incentivo atribuído’*. Será realizada uma análise da localização das empresas por NUT II, com o principal objetivo de responder às perguntas de investigação formuladas, e que se prendem essencialmente com (i) as áreas onde se localizam a maior parte dos projetos de investimento realizados pelas empresas; (ii) onde se localizam as empresas que absorvem a maior parte do incentivo atribuído; (iii) e quais as áreas onde se localizam as empresas que criam mais postos de trabalho.

Tabela IV.7.3.3 Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo V

Demonstrar que não existe uma grande diversificação de projetos de investimento por parte das empresas do setor do turismo independentemente da sua dimensão	
Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão	
As empresas do setor do turismo quando concorrem a incentivos financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto de investimento	H 5.3.1.
As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas que apresentam apenas 1 projeto	H 5.3.2.
As empresas que apresentam 1 projeto de investimento são maioritariamente de pequena e micro dimensão	H 5.3.3.
As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.3.4.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.3.5.
As empresas de maior dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de menor dimensão	H 5.3.6.
As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são maioritariamente de média ou grande dimensão	H 5.3.7.
As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam mais de 1 projeto demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.3.8.
As empresas de maior dimensão demonstram uma maior propensão para a realização de mais projetos de investimento e de investimento superior	H 5.3.9.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo	H 5.3.10.
As empresas de média e grande dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de criação de emprego	H 5.3.11.

O objetivo específico 3 tem como objetivo ***‘demonstrar que não existe uma grande diversificação de projetos de investimento por parte das empresas do setor do turismo independentemente da sua dimensão’***. Para isso, irá analisar-se (i) se o número de projetos que cada empresa apresenta está relacionada com a sua dimensão; (ii) se a realização de um maior número de projetos está relacionada com a capacidade de investimento por dimensão de empresa; (iii) se o incentivo atribuído por projeto de investimento tem em atenção o número de projetos que cada empresa executa; (iv) se o número de postos de trabalho a criar por dimensão de empresa está relacionado com o número de projetos que cada empresa realiza.

Tabela IV.7.3.4 Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo V

Avaliar se existem diferenças em termos de investimento, de incentivo atribuído e de criação de postos de trabalho entre as empresas que integram os subsetores do turismo que pertencem à estrutura de valor do setor	
Número de empresas segundo a sua área de atividade	
Na área do alojamento e restauração, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.1.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.2.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.3.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.4.4.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.5.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.6.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.7.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.4.8.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.9.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.10.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.11.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.4.12.

Outro objetivo central deste capítulo, o objetivo específico 4, pretende ***‘avaliar se existem diferenças em termos de investimento, de incentivo atribuído e de criação de postos de trabalho entre as empresas que integram os subsetores do turismo que pertencem à estrutura de valor do setor’***. Ou seja, para cada subsetor que pertence ao core do turismo, como o subsetor do Alojamento e restauração, o subsetor das agências de viagem e de turismo, e o subsetor das áreas recreativas, culturais e desportivas irá ter-se em atenção (i) quais as empresas que demonstram maior dinâmica na execução de projetos de investimento; (ii) qual(ais) a(s) dimensão(ões) de empresa que demonstram uma maior capacidade de

investimento; (iii) qual (ais) as dimensão(ões) de empresa que absorvem mais incentivo por projeto de investimento; e (iv) qual(ais) a(s) dimensão(ões) de empresa que demonstram uma maior capacidade de criação de emprego.

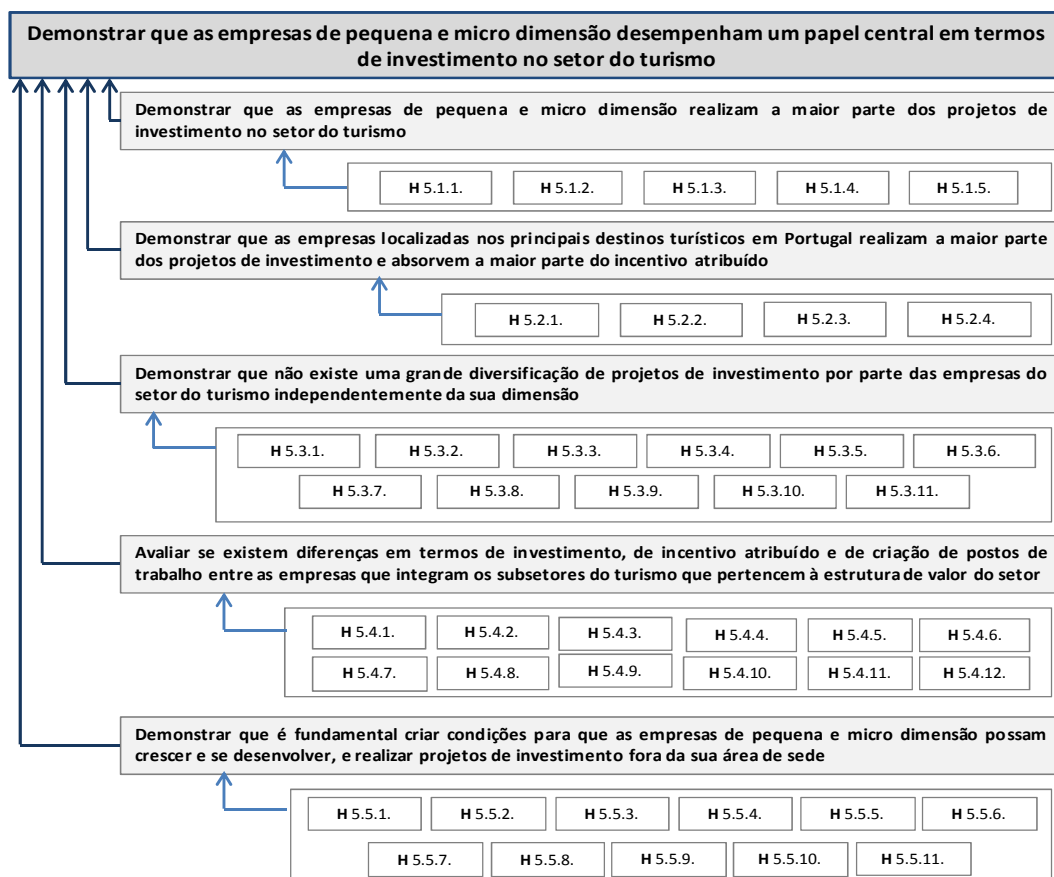
Tabela IV.7.3.5 Hipóteses de investigação do objetivo específico 5 – Capítulo V

Demonstrar que é fundamental criar condições para que as empresas de pequena e micro dimensão possam crescer e se desenvolver e realizar projetos de investimento fora da sua área sede	
Localização do investimento segundo a sede de empresa	
A maior parte dos investimento são realizados na área sede de empresa	H 5.5.1.
Os projetos realizados fora da área sede implicam uma maior capacidade de investimento por parte das empresas	H 5.5.2.
As empresas que diversificam as áreas onde realizam os investimentos obtêm uma majorição do incentivo atribuído	H 5.5.3.
As empresas de média e grande dimensão são as empresas que realizam mais projetos de investimento fora da área sede	H 5.5.4.
As empresas de média e grande dimensão demonstram uma maior capacidade de investimento tendo em atenção as empresas que realizam investimentos fora da área sede	H 5.5.5.
As empresas de média e grande dimensão que realizam investimentos fora da área sede absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.5.6.
As empresas de média e grande dimensão que realizam investimentos fora da área sede são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	H 5.5.7.
As empresas de pequena e micro dimensão realizam maioritariamente projetos de investimento na área sede	H 5.5.8.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.5.9.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.5.10.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de criação de emprego	H 5.5.11.

Para o objetivo específico 5 pretende-se ***‘demonstrar que é fundamental criar condições para que as empresas de pequena e micro dimensão possam crescer e se desenvolver e realizar projetos de investimento fora da sua área sede’***. Nesta secção a análise irá focar-se fundamentalmente na localização do investimento segundo a sede de empresa. Nesse sentido, para a confirmação deste objetivo, irá analisar-se 4 áreas principais, (i) qual a dimensão de empresas que realiza mais investimentos na área sede e fora da área sede; (ii) se as empresas que realizam mais projetos fora da área sede se demonstram uma maior capacidade de investimento; (iii) se as empresas que realizam mais projetos fora da área sede se absorvem uma maior percentagem de incentivo; e, (iv) se as empresas que realizam mais projetos fora da área sede se demonstram uma maior capacidade de criação de emprego.

A figura IV.7.3.2 pretende apresentar como síntese o esquema metodológico do capítulo V, onde se incluem os objetivos específicos do capítulo e as hipóteses de investigação que têm como função validar o objetivo específico onde se incluem.

Figura IV.7.3.2 Esquema metodológico do Capítulo V



Conforme se pode observar, todos os objetivos específicos apresentados convergem para a validação do objetivo geral do capítulo, tendo por base a validação das hipóteses de investigação definidas que têm por objetivo validar o objetivo específico que lhe está subjacente.

IV.7.4 Definição das Hipóteses de Investigação - Capítulo VI

IV.7.4.1 Metodologia de análise

Dada a especificidade da informação e objeto de estudo, considera-se importante apresentar a metodologia de análise que serviu de base à elaboração deste capítulo. Pretende-se numa primeira fase efetuar uma análise univariada tendo por base todas as variáveis identificadas e selecionadas para a análise, conforme enunciado na secção IV.6.3. Para cada uma das variáveis selecionadas foi efetuada uma análise descritiva, que permitiu registar as frequências obtidas

em cada variável. Integrando ainda a análise univariada são efetuados testes de normalidade às variáveis numéricas através do teste de Kolmogorov-Smirnov.

A análise descritiva permite caracterizar em termos de proporções cada variável em estudo, contudo, é essencial analisar o grau de associação entre variáveis. Nesse sentido, será efetuada uma análise inferencial bivariada através de tabelas de contigência e testes estatísticos que permitirão aferir o grau de associação entre as variáveis não numéricas em estudo. Refira-se que para esta análise serão efetuados todos os cruzamentos possíveis entre variáveis. Para além disso, será ainda efetuada uma análise de correlações entre variáveis numéricas que permitirá analisar o grau de associação entre as variáveis.

De forma a analisar as diferenças entre grupos relativamente às variáveis em estudo serão utilizados o teste de Mann-Whitney que representa o teste não paramétrico do teste t, o teste de Kruskal-Wallis que representa o teste não paramétrico da Anova com testes de Post-hoc de Games-Howell, uma vez que não é satisfeito o pressuposto da homogeneidade de variâncias.

Para a análise de dados será utilizado o programa PASW (v. 19). O PASW Statistics (Predictive Analytics Software, anteriormente 'SPSS – Statistical Package for the Social Sciences) é o software de manipulação, análise e apresentação de resultados de análise de dados de utilização predominante nas Ciências Sociais e Humanas. A versão base é constituída pelo PASW Statistics Base que engloba os procedimentos necessários à análise descritiva e exploratória; comparação inferencial de grupos paramétrica e não paramétrica; análise de contagens e proporções e regressão linear.

Tabela IV.7.4.1.1 Grau de associação entre variáveis – tabela síntese

GRAU DE ASSOCIAÇÃO ENTRE VARIÁVEIS CATEGORIAIS DA BASE DE DADOS					
Crosstabs		Chi-Square Tests	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Período de Investimento	Cae a 2 dígitos	Pearson Chi-Square	107,495	6	,000
	Cae a 3 dígitos		900,110	12	,000
	Cae a 5 dígitos		984,638	31	,000
	Dimensão de empresa		406,139	4	,000
	NUT II		138,908	8	,000
	NUT III				,000
	Concelho				,000
Dimensão de Empresa	Cae a 2 dígitos	Pearson Chi-Square	1 184,536	24	,000
	Cae a 3 dígitos		1 934,542	48	,000
	Cae a 5 dígitos		2 639,327	124	,000
	NUT II		659,128	32	,000
	NUT III		862,527	136	,000
	Concelho		1 827,820	1032	,000
NUT II	Cae a 2 dígitos	Pearson Chi-Square	654,309	48	,000
	Cae a 3 dígitos		884,866	96	,000
	Cae a 5 dígitos		1 351,384	248	,000

Como se poderá depreender a análise que se pretende efetuar no capítulo VI será extensa e pormenorizada. Nesse sentido, considera-se fundamental apresentar uma matriz síntese dos resultados obtidos na análise inferencial bivariada que permite analisar o grau de associação entre variáveis.

Observa-se que o cruzamento de variáveis realizado para aferir o grau de associação entre as variáveis categoriais, teve por base três grupos de análise, (i) o período de investimento; (ii) a dimensão de empresa; (iii) e a NUT II; o que permite concluir que para todos os cruzamentos realizados existe uma associação estatisticamente significativa entre as variáveis, dado que o teste χ^2 (Qui-Quadrado), $p < ,001$.

Tabela IV.7.4.1.2 Teste de normalidade

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Investimento total	,386	2386	,000	,262	2386	,000
Investimento elegível	,375	2386	,000	,299	2386	,000
Incentivo	,376	2386	,000	,283	2386	,000
Postos de trabalho a criar	,384	2386	,000	,282	2386	,000
Dif entre Inv total e inv elegível	,462	2386	,000	,059	2386	,000
Dif entre Inv total e o Incentivo	,405	2386	,000	,208	2386	,000
Dif entre Inv elegível e Incentivo	,390	2386	,000	,259	2386	,000

a. Lilliefors Significance Correction

A análise da tabela IV.7.4.1.2 apresenta os resultados do teste de normalidade efetuado às variáveis numéricas, concluindo-se que as variáveis não apresentam uma distribuição normal, uma vez que o resultado do teste deu um nível de significância inferior a $p < ,001$.

IV.7.4.2 Grau de Associação entre Variáveis

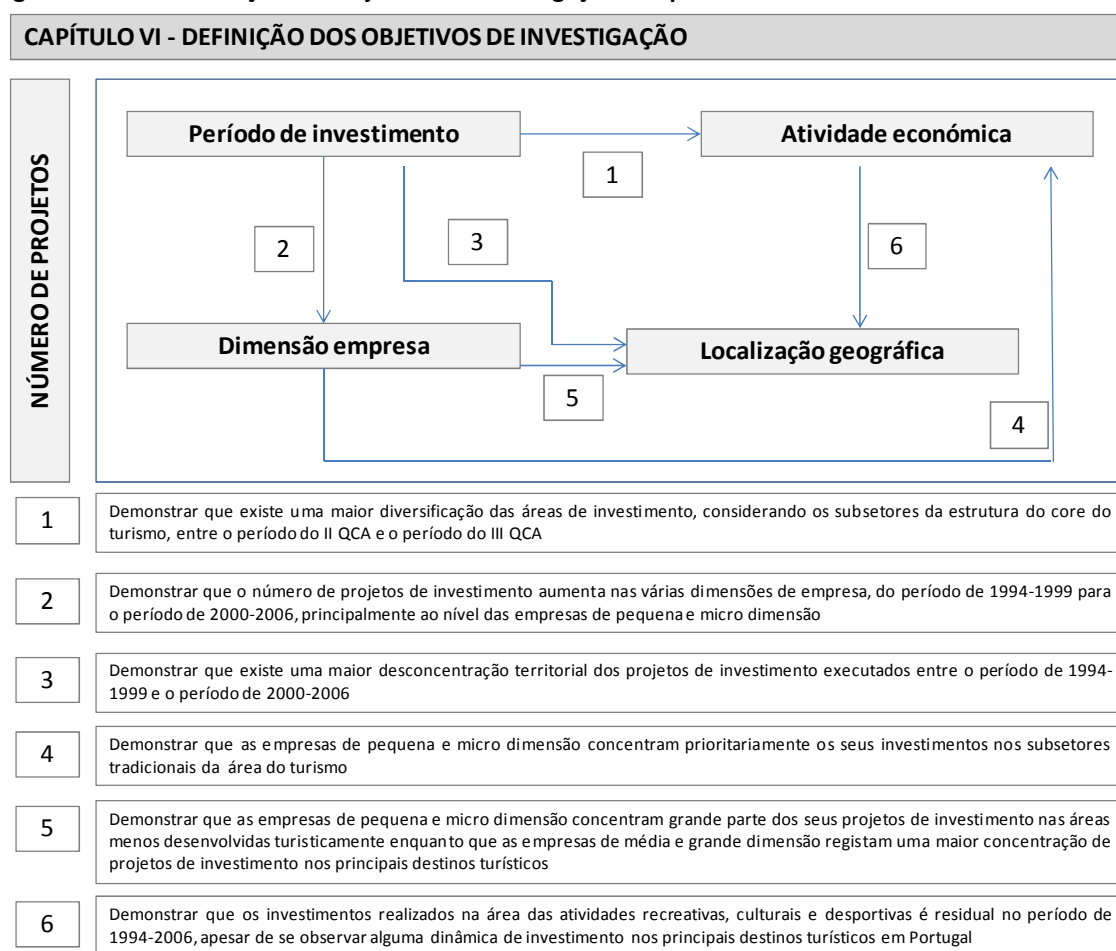
As medidas de associação quantificam a intensidade e a direção da associação entre variáveis. Nas ciências sociais, procura-se com frequência determinar e explicar as relações causais entre variáveis. As medidas de associação, também designadas por coeficientes de correlação medem a associação entre variáveis sem qualquer implicação de causa e efeito entre ambas. As correlações podem ser bivariadas, se envolvem apenas duas variáveis, ou multivariadas, se envolvem mais de duas variáveis. Existem vários coeficientes de correlação bivariados que são definidos em função da escala de medida das variáveis consideradas. Alguns, dos coeficientes de correlação usados mais frequentemente são o *coeficiente de correlação de Pearson* e o

coeficiente de correlação de Spearman. O grau de associação de variáveis será utilizado no capítulo VI, nas seções VI.3, VI.4, VI.5, VI.6, VI.7, VI.8, VI.9.

IV.7.4.3 Hipóteses de Investigação do Capítulo VI

O capítulo VI – Análise e discussão de resultados tem como principal objetivo **‘demonstrar que o investimento no setor do turismo, no período de 1994-2006 centra-se prioritariamente na componente infraestrutural do setor’**. Neste capítulo, a análise irá centrar-se em 6 áreas principais conforme se pode observar na figura IV.7.4.3.1.

Figura IV.7.4.3.1 Definição dos objetivos de investigação – Capítulo VI



A metodologia aqui apresentada pretende analisar cada um dos objetivos definidos pormenorizadamente, conforme numeração apresentada na figura IV.7.4.3.1. Cada número representado na figura, para além de se referir a um objetivo definido corresponde a uma secção apresentada no capítulo VI.

A primeira área considerada relaciona (1) o período de investimento com a atividade económica, tendo como principal objetivo *‘demonstrar que existe uma maior diversificação das áreas de investimento, considerando os subsetores da estrutura do core do turismo, entre o período do II QCA e o período do III QCA’*. A segunda área de análise relaciona (2) o período de investimento com a dimensão de empresa, pretendendo-se *‘demonstrar que o número de projetos de investimento aumenta nas várias dimensões de empresa, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, principalmente ao nível das empresas de pequena e micro dimensão’*.

A interligação entre (3) o período de investimento e a localização geográfica, constitui-se como a terceira área de análise, tendo como objetivo, *‘demonstrar que existe uma maior desconcentração territorial dos projetos de investimento executados entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006’*. A quarta área de análise avalia a relação entre a (4) dimensão de empresa e a atividade económica, pretendendo-se, neste caso, *‘demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os seus investimentos nos subsetores tradicionais da área do turismo’*.

A relação entre a (5) dimensão de empresa e a localização geográfica constitui-se como a 5.^a área de análise. Aqui pretende-se *‘demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram grande parte dos seus projetos de investimento nas áreas menos desenvolvidas turisticamente enquanto que as empresas de média e grande dimensão registam uma maior concentração de projetos de investimento nos principais destinos turísticos’*. A última área de análise interliga (6) a atividade económica e a localização geográfica. Esta análise tem como principal objetivo *‘demonstrar que os investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas é residual no período de 1994-2006, apesar de se observar alguma dinâmica de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal’*.

O objetivo específico 1, pretende ***‘demonstrar que existe uma maior diversificação das áreas de investimento, considerando os subsetores da estrutura do core do turismo, entre o período do II QCA e o período do III QCA’***. Para isso, na análise de dados realizada, irá ter-se em atenção as áreas de onde derivam as hipóteses de investigação. Assim sendo, irá ter-se em atenção (i) o período de investimento no qual os projetos de investimento foram realizados; (ii) as atividades económicas onde esses investimentos foram executados, considerando aqui a análise da CAE a 2, a 3 e a 5 dígitos; e também ter em atenção (iii) o cruzamento de informação

entre o período de investimento em que os projetos foram executados e quais as atividades económicas em que foram distribuídos.

Tabela IV.7.4.3.1 Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo VI

Demonstrar que existe uma maior diversificação das áreas de investimento, considerando os subsectores da estrutura do core do turismo, entre o período do II QCA e o período do III QCA	
Período de investimento e a CAE a 2 dígitos	
Os períodos de investimento do II e do III QCA registam uma forte concentração de projetos na CAE 55 – Alojamento e Restauração	6.3.1.1.
As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.1.2.
Período de investimento e a CAE a 3 dígitos	
Em termos globais, os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na área do alojamento	6.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados no período do II QCA registam uma elevada incidência na área do alojamento	6.3.2.2.
Os projetos de investimento realizados no período do III QCA registam uma forte concentração na área da restauração e similares	6.3.2.3.
As CAE a 3 dígitos da área da restauração e similares registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.2.4.
As CAE a 3 dígitos da área do alojamento registam uma diminuição da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.2.5.
As CAE a 3 dígitos da área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento executados entre o período do II e do III QCA	6.3.2.6.
Em termos globais, verifica-se uma diminuição do número de projetos realizados pelo setor público do turismo entre o período do II e do III QCA	6.3.2.7.
Os projetos de investimento executados na área das agências de viagem e de turismo concentram-se maioritariamente no período do III QCA	6.3.2.8.
Período de investimento e a CAE a 5 dígitos	
Na área do alojamento, regista-se uma maior aposta na diversificação e oferta de alojamento de qualidade superior no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.1.1.
Na área da restauração e bebidas regista-se uma maior diversificação da oferta nos projetos de investimento executados no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.2.1.
Na área das agências de viagem e de turismo regista-se uma maior concentração de projetos de investimento no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.3.1.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas regista-se uma maior concentração de projetos de investimento orientados para a diversificação e melhoria da oferta no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.4.1.
Período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do Alojamento e Restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE A 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da Restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsector das agências de viagem e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE A 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados em estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.

O objetivo específico 2 pretende ***‘demonstrar que o número de projetos de investimento aumenta nas várias dimensões de empresa, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, principalmente ao nível das empresas de pequena e micro dimensão’***, o que permite demonstrar a importância das empresas de pequena e micro dimensão em termos de investimento no setor do turismo.

Nesse sentido, e de forma a comprovar este objetivo específico irá ter-se em atenção, (i) o número de projetos realizados por período de investimento; (ii) o número de projetos

realizados por dimensão de empresa; e para além disso, (iii) o número de projetos por período de investimento e segundo a dimensão de empresa.

Tabela IV.7.4.3.2 Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo VI

Demonstrar que o número de projetos de investimento aumenta nas várias dimensões de empresa, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, principalmente ao nível das empresas de pequena e micro dimensão	
Período de investimento e dimensão de empresa	
As empresas de micro dimensão demonstram uma enorme capacidade de realização de projetos no período de 2000-2006	6.4.1.
No período de 1994-1999 as empresas de média e grande dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento	6.4.2.
No período de 1994-1999, as empresas de média dimensão são responsáveis por um elevado número de projetos de investimento	6.4.3.
As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução da maior parte dos projetos de investimento realizados no período do III QCA	6.4.4.
O número de projetos de investimento aumenta entre o período do II para o III QCA ao nível das várias dimensões de empresa	6.4.5.
Período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.

No que se refere ao objetivo específico 3, pretende-se *‘demonstrar que existe uma maior desconcentração territorial dos projetos de investimento executados entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006’*.

Tabela IV.7.4.3.3 Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo VI

Demonstrar que existe uma maior desconcentração territorial dos projetos de investimento executados entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006	
Período de investimento e NUT II	
As regiões NUT II demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado	6.5.1.1.
Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT II, comparativamente ao período do II QCA	6.5.1.2.
Período de investimento e NUT III	
As regiões NUT III demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado	6.5.2.1.
Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT III, comparativamente ao período do II QCA	6.5.2.2.
período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

Para isso, irá ter-se em atenção (i) o período de investimento em que se realizam os projetos de investimento; (ii) e quais as áreas onde se concentram o maior número de projetos, o que por sua vez irá também permitir quais as áreas onde não se registam investimentos neste setor; (iii) outra questão prende-se com a análise conjunta das duas questões, dado que é central para esta investigação observar as diferenças que existem na dinâmica regional e local do investimento no setor do turismo e o período de investimento a que se refere.

Tabela IV.7.4.3.4 Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo VI

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os seus investimentos nos subsectores tradicionais da área do turismo (alojamento; restauração; agências de viagem)	
Dimensão de empresa e CAE a 2 dígitos	
Na área do alojamento e restauração os projetos de investimento são realizados principalmente por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.1.1.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas regista-se uma distribuição mais equitativa de projetos de investimento por dimensão de empresa	6.7.1.2.
Na área das agências de viagem e de turismo os projetos de investimento são realizados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.1.3.
Dimensão de empresa e CAE a 3 dígitos	
Os projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão concentram-se principalmente na área da restauração e bebidas	6.7.2.1.
As empresas de pequena dimensão apresentam uma distribuição mais equitativa dos projetos de investimento pela área do alojamento e da restauração	6.7.2.2.
As empresas de média e grande dimensão concentram maioritariamente os seus projetos de investimento na área do alojamento	6.7.2.3.
Na área da restauração e bebidas regista-se uma forte concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.2.4.
Na área do alojamento observa-se uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento entre as empresas de pequena e micro dimensão e as empresas de média e grande dimensão	6.7.2.5.
Na área das agências de viagem e de turismo regista-se um elevado número de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.2.6.
Dimensão de empresa e a CAE a 5 dígitos	
O investimento no subsector do alojamento tem sido direcionado principalmente para a melhoria e qualificação da oferta	6.7.3.1.1.
Os projetos de investimento na CAE 55111 – Estabelecimentos hoteleiros são realizados principalmente por empresas de média e grande dimensão	6.7.3.1.2.
As empresas de micro dimensão concentram o seu investimento em tipos de alojamento de qualidade inferior	6.7.3.1.3.
Na área da restauração e bebidas os projetos de investimento têm vindo a ser direcionados para a diversificação da qualidade de oferta	6.7.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados na CAE 92 demonstram uma tentativa de diversificação da oferta de atividades recreativas, culturais e desportivas	6.7.3.4.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma elevada dinâmica na execução de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas	6.7.3.4.2.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do Alojamento e Restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE A 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da Restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsector das agências de viagem e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE A 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados em estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.

Em relação ao objetivo específico 4, pretende-se ***‘demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os seus investimentos nos subsectores tradicionais da área do turismo (alojamento; restauração; agências de viagem)’***. Nesse sentido, irá analisar-se (i) o número de projetos por dimensão de empresa, de forma a identificar a dimensão de empresa responsável pela execução do maior número de projetos de investimento; (ii) os subsectores do turismo onde se concentram o maior número de projetos,

sendo para isso analisadas as atividades económicas a 2, 3 e 5 dígitos, onde se realizam os investimentos na área do turismo; e, para além disso, (iii) é fundamental observar para cada subsetor do turismo, ou área económica onde se registam investimentos na área do turismo, quais as dimensões de empresa que são responsáveis pela execução de um maior número de projetos de investimento.

Tabela IV.7.4.3.5 Hipóteses de investigação do objetivo específico 5 – Capítulo VI

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram grande parte dos seus projetos de investimento nas áreas menos desenvolvidas turisticamente enquanto que as empresas de média e grande dimensão registam uma maior concentração de projetos de investimento nos principais destinos turísticos	
Dimensão de empresa e NUT II	
As empresas de pequena e micro dimensão realizam os seus projetos de investimento maioritariamente nas regiões NUT II Norte e Centro	6.8.1.1.
As empresas de média e grande dimensão realizam os seus projetos de investimento, principalmente nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira	6.8.1.2.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma distribuição de número de projetos de investimento mais equitativa nas várias dimensões de empresa	6.8.1.3.
As regiões NUT II Norte e Centro registam uma forte concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.1.4.
Dimensão de empresa e NUT III	
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Norte	6.8.2.1.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região Norte	6.8.2.1.2.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Norte apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.1.3.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Norte registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.1.4.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Centro	6.8.2.2.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região Centro	6.8.2.2.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Centro registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.2.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Centro apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.2.4.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região de LVT	6.8.2.3.1.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região de LVT	6.8.2.3.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região de LVT registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.3.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região de LVT apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.3.4.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região do Alentejo	6.8.2.4.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região do Alentejo	6.8.2.4.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento da região do Alentejo registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.4.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região do Alentejo apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.4.4.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.5.1.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.5.2.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

O objetivo específico 5, pretende *‘demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram grande parte dos seus projetos de investimento nas áreas menos desenvolvidas turisticamente enquanto que as empresas de média e grande dimensão registam uma maior concentração de projetos de investimento nos principais destinos turísticos’*. Nesse sentido,

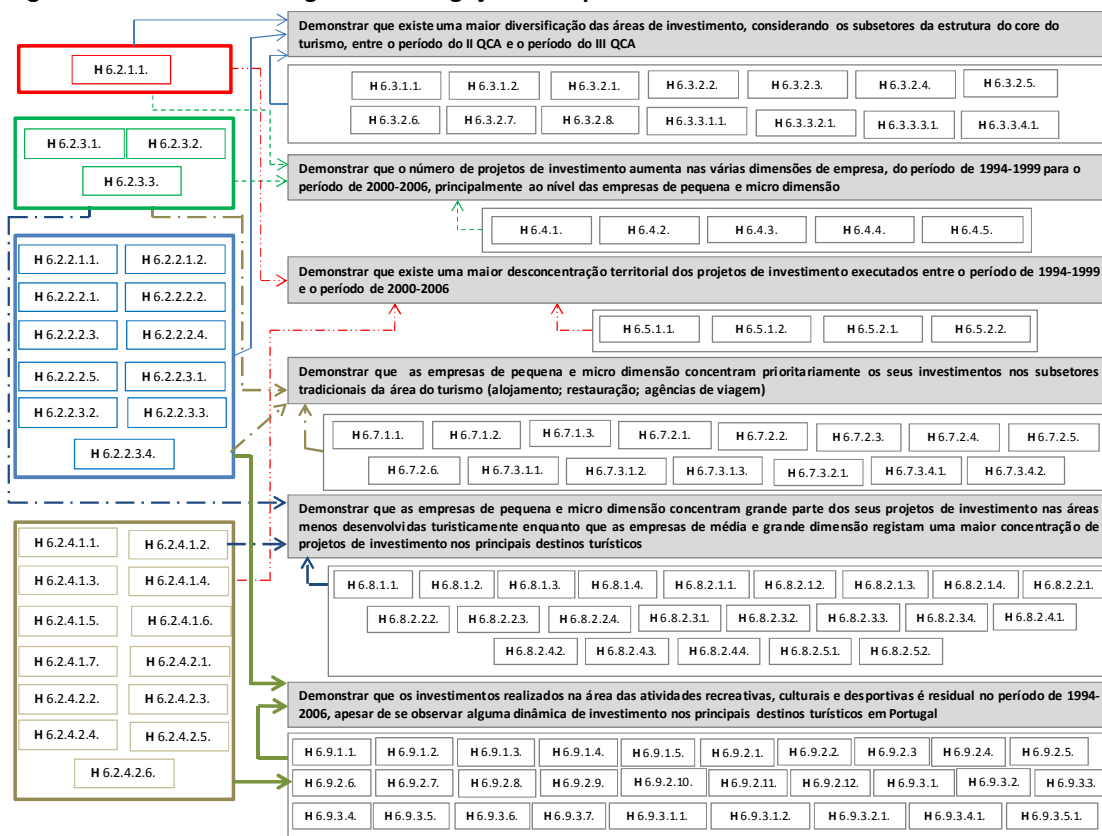
irá ter-se em atenção, (i) os projetos de investimento executados por dimensão de empresa, de forma a aferir quais as dimensões de empresa que executam mais projetos; (ii) quais as áreas geográficas onde se registam uma maior concentração do investimento; (iii) e, outra questão particularmente importante, de que forma se comportam as várias dimensões de empresa, dependendo da área geográfica que estiver a ser considerada.

Tabela IV.7.4.3.6 Hipóteses de investigação do objetivo específico 6 – Capítulo VI

Demonstrar que os investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas é residual no período de 1994-2006, apesar de se observar alguma dinâmica de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal	
CAE a 2 dígitos e NUT II	
As regiões NUT II registam uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento e da restauração	6.9.1.1.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira apresentam uma concentração de projetos de investimento superior na área das atividades de recreio, cultura e desporto, comparativamente às restantes regiões NUT II	6.9.1.2.
As regiões NUT II de LVT e Norte centralizam o maior número de projetos de investimento na área das agências de viagem e de turismo	6.9.1.3.
Os projetos de investimento executados na área do alojamento e restauração concentram-se principalmente nas regiões NUT II que apresentam uma maior dinâmica empresarial	6.9.1.4.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, registam uma distribuição equitativa pelas várias regiões NUT II	6.9.1.5.
CAE a 3 dígitos e NUT II	
Na região Norte, a maior parte dos projetos de investimento concentram-se na área da restauração e bebidas	6.9.2.1.
Na região Centro, regista-se uma grande concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.2.2.
A região de LVT regista uma concentração relevante de projetos de investimento na área do alojamento	6.9.2.3.
A região do Alentejo concentra a maior parte dos projetos de investimento nas áreas do alojamento e restauração	6.9.2.4.
A região do Algarve concentra grande parte dos projetos de investimento na área do alojamento	6.9.2.5.
Na região dos Açores, os projetos de investimento na área do alojamento direcionam-se para a melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.6.
A região da Madeira regista uma elevada concentração de projetos de investimento na área do alojamento, direcionados principalmente para a melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.7.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma concentração relevante de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas	6.9.2.8.
Os projetos de investimento realizados na área do alojamento nas regiões de LVT, Algarve e Madeira concentram-se principalmente na melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.9.
Os projetos de investimento executados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e Centro	6.9.2.10.
Os projetos de investimento realizados na CAE 633 - Agências de viagem e de turismo, concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e LVT	6.9.2.11.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam diferentes concentrações por NUT II dependendo da CAE a 3 dígitos onde se integram	6.9.2.12.
CAE a 5 dígitos e NUT II	
Na região NUT II Norte regista-se uma elevada concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.3.1.
Na região Centro regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.3.2.
Na região de LVT os projetos de investimento realizados demonstram uma aposta na melhoria e qualificação da oferta	6.9.3.3.
Na região do Alentejo, observa-se uma maior diversificação por subsector nos projetos de investimento realizados	6.9.3.4.
Na região do Algarve regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior	6.9.3.5.
A região dos Açores regista uma maior diversificação de projetos de investimento principalmente no subsector do alojamento	6.9.3.6.
Na região da Madeira, a maior parte dos projetos de investimento são realizados na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior	6.9.3.7.
Os projetos de investimento realizados no subsector do alojamento concentram-se maioritariamente nas regiões consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal e apostam na melhoria da qualidade da oferta	6.9.3.1.1.
Os projetos de investimento centrados na diversificação da oferta de alojamento concentram-se, principalmente, nas áreas menos desenvolvidas turisticamente	6.9.3.1.2.
Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas centrados na diversificação da qualidade da oferta localizam-se principalmente nas regiões menos desenvolvidas turisticamente	6.9.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados pela administração pública do turismo concentram-se maioritariamente na região NUT II de LVT	6.9.3.4.1.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se maioritariamente nos principais destinos turísticos em Portugal	6.9.3.5.1.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do Alojamento e Restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE a 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da Restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsector das agências de viagem e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE a 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados em estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

Relativamente ao objetivo específico 6, pretende-se **‘demonstrar que os investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas é residual no período de 1994-2006, apesar de se observar alguma dinâmica de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal’**. Irá ter-se em atenção 3 áreas de análise centrais, (i) quais os subsectores do turismo onde se concentram os projetos de investimento na área do turismo, para isso, irá analisar-se quais as atividades económicas a 2, 3 e 5 dígitos que registam mais projetos de investimento; (ii) quais as áreas geográficas que concentram mais projetos de investimento, sendo aqui analisados o número de projetos por NUT II, NUT III e concelho; e considerando as duas análises anteriores irá também ter-se em atenção (iii) para cada área geográfica considerada (NUT II, NUT III e concelho), quais os subsectores do turismo que concentram mais projetos de investimento, tendo por base a análise dos projetos de investimento por atividade económica a 2, 3 e 5 dígitos.

Figura IV.7.4.3.2 Metodologia de investigação do Capítulo VI



Dada a complexidade e especificidade da informação analisada no capítulo VI, e tendo em atenção o número e a diversidade das hipóteses de investigação definidas, foi elaborada uma

metodologia de investigação que permite integrar e interligar as várias hipóteses de investigação definidas com os objetivos específicos do capítulo VI.

Na secção VI.2 apresentam-se um conjunto de hipóteses de investigação referentes a cada variável considerada individualmente na análise. As secções seguintes apresentam uma diversidade de hipóteses de investigação que se referem à análise que associa cada variável com todas as restantes variáveis, o que permite avaliar o grau de associação entre elas e analisar a sua relação.

Nesse sentido, a validação de cada objetivo específico definido para este capítulo irá ter por base as hipóteses de investigação definidas individualmente para cada variável e que permita a justificação do objetivo específico, e das hipóteses de investigação que têm por objetivo validar de uma forma direta o objetivo específico com que está interligado. Conforme se pode verificar a figura IV.7.4.3.8 demonstra claramente esta questão.

IV.7.5 Definição das Hipóteses de Investigação – Capítulo VII

IV.7.5.1 Modelo de análise

A análise descritiva e o cruzamento de variáveis efetuado no capítulo anterior permitiu identificar 4 áreas de análise de dados centrais, o *território*, representado pelas variáveis NUT II, NUT III e concelho; as *atividades económicas*, identificadas pelas variáveis, código das atividades económicas (CAE) a 2 dígitos, a 3 e a 5 dígitos; a *dimensão de empresa*, desagregada nas suas várias dimensões, empresas de micro dimensão, de pequena dimensão, de média e grande dimensão e não aplicável; e o *investimento* representado pelas variáveis, investimento total, investimento elegível, incentivo e postos de trabalho a criar.

Tendo por base a análise efetuada e as áreas de análise identificadas, pretende-se neste capítulo averiguar a estrutura relacional das variáveis em estudo, ou seja, indicar quais as variáveis que podem estar relacionadas entre si e as que não estão. Será realizada uma análise fatorial, dado que esta análise, segundo Marôco, «é uma técnica de análise exploratória de dados que tem por objetivo analisar a estrutura de um conjunto de variáveis inter-relacionadas de modo a construir uma escala de medida para fatores que de alguma forma controlam as variáveis originais». (Marôco, 2010, pág. 487)

Pretende-se com a análise fatorial, identificar fatores comuns não diretamente observáveis que permitam representar e resumir a informação presente nas variáveis originais, sendo fundamental identificar um número reduzido de fatores que nos permitam explicar convenientemente o fenómeno em estudo. Esta análise irá permitir reduzir o número de variáveis sem existir alterações em termos dos resultados obtidos.

Tendo em atenção o elevado número de projetos de investimento em análise, e face à sua diversidade de implantação territorial é central efetuar uma análise que permita identificar áreas do território homogéneas em termos de dinâmica de investimento que apresentem uma ou mais características comuns.

Nesse sentido, e partindo da identificação das áreas de análise descritas no capítulo anterior (território; atividade económica; dimensão de empresa e investimento) irá realizar-se uma análise de clusters tendo por base todas as variáveis numéricas que se incluem na categoria investimento (investimento total, investimento elegível, incentivo e postos de trabalho a criar), com as seguintes categorias, o *território*, considerando as variáveis NUT II, NUT III e concelho; as *atividades económicas*, considerando as CAE com 2, 3 e 5 dígitos; e a *dimensão de empresa*, nas suas várias dimensões de empresa.

De acordo com Marôco (2010), «*a análise de grupos ou de Clusters é uma técnica exploratória de análise multivariada que permite agrupar sujeitos ou variáveis em grupos homogéneos relativamente a uma ou mais características comuns. Cada observação pertencente a um determinado cluster é similar a todas as outras pertencentes a esse cluster, e é diferente das observações pertencentes aos outros clusters*». (Marôco, 2010, pág. 547)

A análise de clusters a efetuar terá por base resultados obtidos nas análises realizadas em alguns capítulos e secções anteriores, nomeadamente no capítulo V e na secção VII.2. do capítulo VII sobre a análise fatorial. A análise descritiva realizada no capítulo V permitiu o agrupamento das variáveis em estudo em quatro grandes áreas de análise, a partir das quais foram efetuados cruzamentos de variáveis e a análise dos graus de associação entre variáveis. Os grupos de variáveis constituídos denominam-se de *território*; *dimensão de empresa*, *atividade económica*; e *investimento*, sendo que este grupo é central para a análise e servirá de base para os restantes grupos criados dado que apresenta os valores de investimento dos projetos realizados no período de 1994-2006.

Os grupos de variáveis criados caracterizam-se por um elevado grau de associação entre as variáveis inseridas em cada grupo, dado que se verifica um elevado grau de dependência entre elas observando-se em grande parte das situações uma dependência direta uma vez que derivam do agrupamento superior em que se inserem. Refira-se por exemplo o caso evidente do grupo denominado de Atividade Económica, em que as variáveis aí integradas dependem entre si, uma vez que derivam da CAE em que se inserem.

Assim sendo, a análise de clusters realizada neste capítulo irá partir do agrupamento de variáveis realizado, em que o primeiro grupo de variáveis considerado é o *território*, que agrupa, as variáveis *nut_ii*, *nut_iii* e *concelho*; o segundo refere-se à *dimensão de empresa*, que engloba as dimensões, micro empresa, pequena empresa, média empresa, não pme e não aplicável; e o terceiro grupo denomina-se de *atividade económica*, onde se inserem as variáveis *cae_2 dg*, *cae_3dg* e *cae_5dg*.

Refira-se que para cada análise de cluster realizada, tendo como base comum de análise os valores de investimento, serão também efetuadas análise de clusters específicas considerando individualmente cada variável numérica. Pretende-se com esta análise identificar diferentes agrupamentos de clusters e observar se, se registam alterações nos grupos dependendo da variável numérica que estiver a ser considerada.

Outra questão particularmente importante, e após a definição dos agrupamentos de clusters, prende-se com as características inerentes e específicas de cada cluster definido. Considera-se importante obter informação sobre as principais características de cada agrupamento de forma a permitir distinguir os diferentes clusters, nomeadamente ao nível das variáveis numéricas da base de análise (investimento total, investimento elegível, incentivo e postos de trabalho a criar).

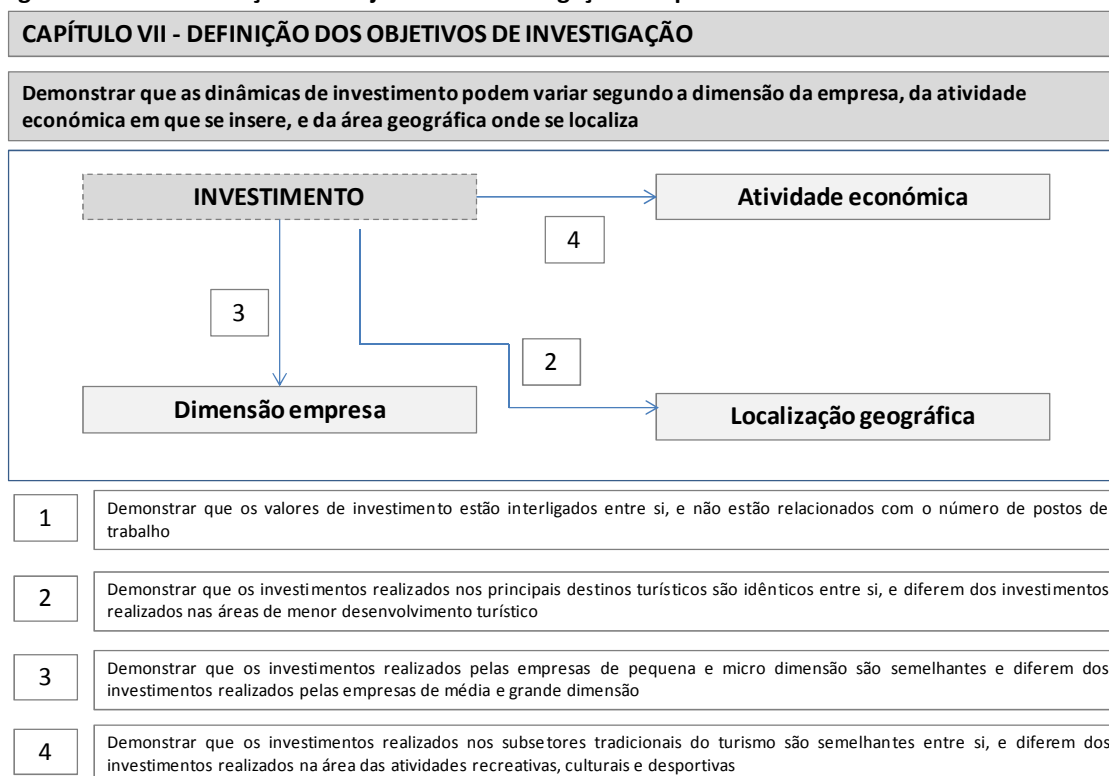
IV.7.5.2 Definição hipóteses de investigação – Capítulo VII

O capítulo VII tem como principal objetivo ***‘demonstrar que as dinâmicas de investimento podem variar segundo a dimensão de empresa, da atividade económica em que se insere, e da área geográfica onde se localiza’***. Tendo em atenção este objetivo a análise irá centrar-se em 4 áreas principais.

Refira-se que a metodologia aqui apresentada pretende analisar cada um dos objetivos definidos pormenorizadamente, tendo em atenção a numeração apresentada na figura IV.7.5.2.1. Cada número representado na figura, para além de se referir a um objetivo definido corresponde a uma secção apresentada no capítulo VII.

Uma questão particularmente importante neste capítulo, e que se constitui como a 1.^a área de análise, pretende ‘*demonstrar que os valores de investimento estão interligados entre si, e não estão relacionados com o número de postos de trabalho*’. A segunda área de análise (2) relaciona o investimento com a localização geográfica, tendo como principal objetivo ‘*demonstrar que os investimentos realizados nos principais destinos turísticos são idênticos entre si, e diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico*’.

Figura IV.7.5.2.1 Definição dos objetivos de investigação – Capítulo VII



A análise dos (3) valores de investimento com a dimensão de empresa, constitui-se como a 3.^a área de análise central neste capítulo, e em que o objetivo principal é ‘*demonstrar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão são semelhantes e diferem dos investimentos realizados pelas empresas de média e grande dimensão*’.

A quarta área de análise interliga (4) o investimento com a atividade económica, pretendendo-se *‘demonstrar que os investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são semelhantes entre si, e diferem dos investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas’*.

Tabela IV.7.5.2.1 Hipóteses de investigação do objetivo específico 1 – Capítulo VII

Demonstrar que os valores de investimento estão interligados entre si, e não estão relacionados com o número de postos de trabalho	
Regista-se uma interligação muito próxima entre os valores de investimento e de incentivo	7.2.1
Não se regista uma interligação direta entre os valores de investimento e o número de postos de trabalho a criar	7.2.2

O objetivo específico 1 pretende *‘demonstrar que os valores de investimento estão interligados entre si, e não estão relacionados com o número de postos de trabalho’*. Tendo em atenção o objetivo definido é efetuada uma análise fatorial que permita reduzir o número de variáveis em fatores, e em que os valores de investimento (investimento total; investimento elegível; incentivo) esteja interligados.

O objetivo específico 2 pretende *‘demonstrar que os investimentos realizados nos principais destinos turísticos são idênticos entre si, e diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico’*. Ou seja, os projetos realizados nos principais destinos turísticos apresentam características em termos de investimento de investimento total, de investimento elegível e de incentivo muito semelhantes, mas que diferem do tipo de investimentos realizados nos destinos onde a área do turismo ainda não se encontra tão desenvolvida.

Para isso, é realizada uma análise de clusters, tendo em atenção a localização geográfica dos projetos de investimento. Na secção VII.3 denominada de **Localização e principais características do investimento no setor do turismo ao nível regional e local** é realizada uma análise de clusters por NUT II, por NUT III e por concelho.

Esta análise permite observar diferentes concentrações de projetos por localização geográfica, e, em que essas concentrações de projetos são definidas tendo em atenção as semelhanças que existem, em termos das características de investimento, relativamente aos projetos executados.

O objetivo específico 3 (ver tabela IV.7.5.2.3) pretende **‘demonstrar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão são semelhantes e diferem dos investimentos realizados pelas empresas de média e grande dimensão’**. Para comprovar o objetivo enunciado é realizada uma análise de clusters tendo por base a dimensão de empresa.

Tabela IV.7.5.2.2 Hipóteses de investigação do objetivo específico 2 – Capítulo VII

Demonstrar que os investimentos realizados nos principais destinos turísticos são idênticos entre si, e diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico	
NUT II	
As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam características similares em termos de investimento	7.3.1.1.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT II do Algarve e Madeira registam valores médios de investimento superiores às restantes regiões NUT II	7.3.1.2.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo registam os valores médios de investimento mais baixos comparativamente às restantes regiões NUT II	7.3.1.2.2
As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo concentram maioritariamente projetos com menor volume de investimento	7.3.1.3.1
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira integram os projetos com a média de investimento total mais elevada	7.3.1.3.2
NUT III	
As regiões NUT III da Grande Lisboa e do Algarve concentram um considerável número de projetos com um volume de investimento global elevado	7.3.2.2.1
Não se registam diferenças significativas no volume de investimento nos projetos realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.2.2.2
A maior parte das regiões NUT III localizadas nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo, concentram um elevado número de projetos com um menor volume de investimento em termos globais	7.3.2.2.3
As regiões NUT III da Grande Lisboa, do Algarve e da Madeira incluem maioritariamente projetos com um elevado investimento total	7.3.2.3.1
As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo incluem um elevado número de projetos com um investimento elegível reduzido	7.3.2.3.2
As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira incluem um considerável número de projetos que absorvem um elevado valor de incentivo	7.3.2.3.3
As regiões NUT III integradas nas regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo absorvem os menores valores de incentivo por projeto	7.3.2.3.4
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III de menor índice de desenvolvimento turístico criam um menor número de postos de trabalho por projeto	7.3.2.3.5
CONCELHO	
Regista-se uma maior concentração de municípios sem projetos de investimento na área do turismo nas regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores	7.3.3.1.1
As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Centro, do Alentejo, e dos Açores registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho elevado	7.3.3.1.2
As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira, registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho muito baixa ou nula	7.3.3.1.3
Os projetos de investimento realizados nos principais destinos turísticos apresentam um investimento global relevante	7.3.3.3.1
A maior parte dos projetos que se localizam fora dos principais destinos turísticos em Portugal apresentam um investimento global muito reduzido	7.3.3.3.2
Os projetos com maior investimento total localizam-se principalmente nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira	7.3.3.4.1.1
Os projetos de menor investimento total concentram-se, principalmente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.1.2
Os projetos com maior investimento elegível concentram-se, principalmente, nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira	7.3.3.4.2.1
Os projetos de menor investimento elegível concentram-se, maioritariamente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.2.2
Os projetos realizados nos municípios que integram as NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira absorvem o maior valor de incentivo	7.3.3.4.3.1
Os projetos que absorvem o menor valor de incentivo concentram-se maioritariamente nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.3.2
Os projetos de investimento realizados nas NUT III da Grande Lisboa, Madeira e Algarve são responsáveis pela criação de um amior número de postos de trabalho	7.3.3.4.4.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam uma taxa de criação de emprego baixa	7.3.3.4.4.2

Pretende-se analisar as características dos projetos de investimento executados tendo em atenção os valores de investimento total, de investimento elegível, de incentivo distribuído, e do número de postos de trabalho a criar, por dimensão de empresa, para que seja possível aferir da veracidade do objetivo definido.

Tabela IV.7.5.2.3 Hipóteses de investigação do objetivo específico 3 – Capítulo VII

Demonstrar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão são semelhantes e diferem dos investimentos realizados pelas empresas de média e grande dimensão	
Existem diferenças significativas na atribuição do incentivo entre os projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão e os projetos de investimento executados pelas Não PME	7.4.1.1
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento	7.4.1.2
As empresas de pequena e micro dimensão realizam principalmente projetos de baixo investimento	7.4.2.1
As empresas de média e grande dimensão realizam preferencialmente projetos de elevado investimento	7.4.2.2
As empresas de média e grande dimensão recebem a maior parte do incentivo por projeto de investimento	7.4.2.3
As empresas de média e grande dimensão registam a maior média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento	7.4.2.4
O incentivo é absorvido principalmente por empresas de pequena e micro dimensão	7.4.3.1.1
As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela criação da maior parte dos postos de trabalho	7.4.3.1.2

O objetivo específico 4, descrito na tabela IV.7.5.2.4, pretende ***‘demonstrar que os investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são semelhantes entre si, e diferem dos investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas’***.

Para além das diferenças que se possam observar nas características dos projetos de investimento, em termos da localização geográfica e da dimensão de empresa, podem também evidenciar-se diferenças em termos do investimento, tendo por base a atividade económica em que se inserem.

Nesse sentido, é fundamental realizar uma análise de clusters que permita evidenciar as concentrações de projetos e de determinadas atividades económicas que possam surgir, e que reflitam características semelhantes em termos de investimento, patenteando, ao mesmo tempo, as características que as diferenciam das outras concentrações de atividades económicas que possam ocorrer.

Tabela IV.7.5.2.4 Hipóteses de investigação do objetivo específico 4 – Capítulo VII

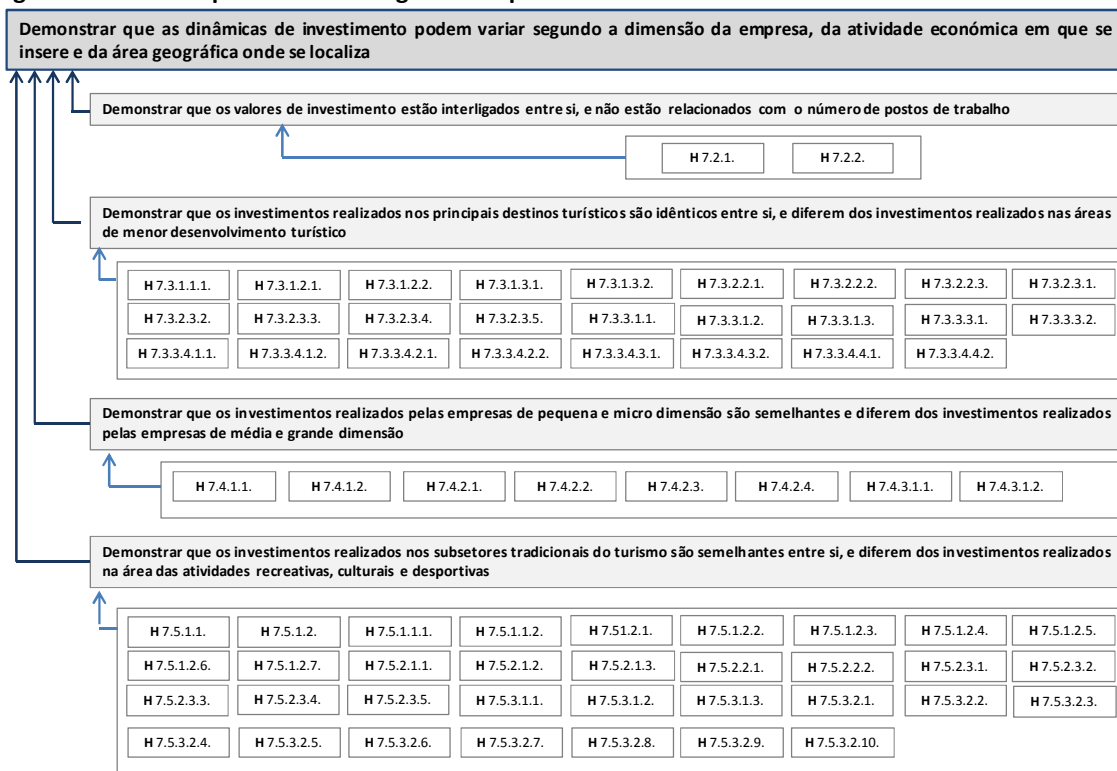
Demonstrar que os investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são semelhantes entre si, e diferem dos investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas

CAE 2 DÍGITOS	
Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo apresentam características semelhantes em termos de investimento	7.5.1.1
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam características que os diferenciam dos investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo	7.5.1.2
A maior parte dos projetos realizados na área do alojamento e restauração e na área das agências de viagem e de turismo registam valores de investimento muito baixos	7.5.1.1.1
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego	7.5.1.1.2
Os projetos de maior investimento estão direcionados para a aquisição e construção imobiliária	7.5.1.2.1
Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são maioritariamente de investimento reduzido	7.5.1.2.2
Os projetos para aquisição e construção imobiliária registam uma elevada elegibilidade de investimento	7.5.1.2.3
Os projetos de menor investimento elegível são executados principalmente nos subsectores tradicionais de turismo	7.5.1.2.4
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas demonstram uma elevada capacidade de investimento	7.5.1.2.5
Os projetos de investimento realizados nos subsectores tradicionais do turismo absorvem a maior parte do incentivo	7.5.1.2.6
Os projetos de investimento realizados nos subsectores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.1.2.7
CAE 3 DÍGITOS	
Os projetos executados nos subsectores tradicionais do turismo apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento	7.5.2.1.1
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas diferenciam-se dos investimentos realizados nos	7.5.2.1.2
Os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior apresenta especificidades próprias e diferentes dos restantes	7.5.2.1.3
Os projetos de investimento realizados para a melhoria da qualidade da oferta apresentam um investimento total e um incentivo atribuído superior aos projetos de investimento realizados nos subsectores tradicionais de turismo	7.5.2.2.1
Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas registam, na sua quase totalidade, valores de investimento consideravelmente baixos	7.5.2.2.2
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, concentram um elevado investimento	7.5.2.3.1
Os projetos de investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior absorvem um elevado valor de incentivo	7.5.2.3.2
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um elevado valor de incentivo por projeto	7.5.2.3.3
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.2.3.4
Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho	7.5.2.3.5
CAE 5 DÍGITOS	
Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo atingem valores de investimento total e de incentivo atribuído consideravelmente baixos	7.5.3.1.1
A maior parte dos projetos de investimento realizados na CAE 7777 representam um investimento total considerável	7.5.3.1.2
Os projetos de investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior representam valores de investimento muito elevados	7.5.3.1.3
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam maioritariamente projetos de elevado investimento	7.5.3.2.1
Os projetos de investimento na oferta de alojamento de qualidade superior representam um investimento considerável	7.5.3.2.2
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são maioritariamente de investimento reduzido	7.5.3.2.3
Os projetos realizados para a melhoria da qualidade da oferta registam uma elevada elegibilidade do investimento	7.5.3.2.4
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas registam a menor elegibilidade de investimento	7.5.3.2.5
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um elevado valor de incentivo	7.5.3.2.6
Os projetos de investimento para aquisição e construção imobiliária recebem o maior valor de incentivo por projeto	7.5.3.2.7
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas recebem o menor valor de incentivo	7.5.3.2.8
Os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.3.2.9
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são responsáveis pela criação de um reduzido número de psotos de trabalho por projeto de investimento	7.5.3.2.10

A figura IV.7.5.2.6 pretende apresentar uma síntese do esquema metodológico do capítulo VII, onde se evidenciam o objetivo geral do capítulo, os objetivos específicos, e as hipóteses de investigação que pretendem comprovar esses mesmos objetivos. Conforme se pode observar, a validação das hipóteses de investigação permitem evidenciar e validar os objetivos

específicos definidos, que por sua vez, pretendem demonstrar e validar o objetivo geral do capítulo.

Figura IV.7.5.2.2 Esquema metodológico do Capítulo VII



Considera-se que a análise de objetivos e hipóteses de investigação através de diagramas em árvore, conforme realizado ao longo desta investigação, permite sintetizar a informação analisada, evidenciar as relações que existem entre as hipóteses de investigação e os objetivos específicos e gerais, permitindo também uma maior clareza em termos de análise.

IV.8 Limitações e contribuições para trabalhos futuros

A investigação realizada no âmbito desta tese pretende cumprir com dois pressupostos centrais. O primeiro pressuposto passa por confirmar e responder à pergunta de investigação formulada através da verificação das hipóteses de investigação e do cumprimento integral do objetivo central e dos objetivos específicos definidos, permitindo a apresentação de situações menos conhecidas ou gerar novo conhecimento.

O segundo pressuposto tem por objetivo cumprir com o modelo de análise definido, garantir a coerência da análise que permita clarificar e compreender a temática em estudo. Tendo em atenção os dois pressupostos definidos irá procurar-se sistematizar os principais contributos que a presente investigação permitiu atingir em três domínios principais, (i) contributo para a área científica; (ii) contributo de âmbito setorial; (iii) contributo de âmbito pessoal e profissional.

Tabela IV.8.1 Contributos da tese

CONTRIBUTOS DA TESE	
Área científica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter demonstrado que o crescimento do setor do turismo passa por uma mudança de paradigma e por uma maior aposta na área das atividades recreativas, culturais e desportivas; 2. Importância em possuir uma política e estratégia para o setor do turismo forte, coerente e polarizada; 3. Ter demonstrado a importância da avaliação das políticas públicas do Turismo; 4. A política definida para o setor do turismo não se reflete em termos do investimento realizado; 5. Importância das empresas de pequena e micro dimensão na revitalização e alavancagem das áreas menos desenvolvidas; 6. Aposta realizada pelas empresas de pequena e micro dimensão na melhoria e diversificação da oferta do setor do turismo; 7. Papel central das empresas de pequena e micro dimensão na criação de emprego; 8. As dinâmicas de investimento variam segundo a dimensão da empresa, da atividade económica e da área geográfica; 9. Contribui para a interligação entre a Conta Satélite do Turismo e as CAE, permitindo quantificar a importância e o peso do investimento privado no setor do turismo 10. Dinâmicas de investimento e análise de concentração do investimento por subsectores do turismo segundo a Conta Satélite do Turismo;
Âmbito setorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistematização e análise da informação estatística, e principais tendências internacionais e nacionais relativamente ao setor do turismo; 2. Análise do investimento privado com acesso a fundos comunitários realizado em Portugal no setor do turismo no período de 1994-2006 (12 anos); 3. Análise da política do turismo entre o período de 1994-2006; compilação dos programas de governo e outros documentos de política e estratégia;

	4. Compilação e sistematização da informação sobre os instrumentos financeiros disponibilizados pelo setor privado do turismo no período de 1994-2006;
Âmbito profissional	1. Recolha e sistematização de informação para preparação de material pedagógico para lecionação; 2. Aquisição de competências ao nível da investigação, maior preparação para lidar com as questões de investigação e novas áreas do conhecimento; 3. Recolha e sistematização na área da política, da estratégia, avaliação de políticas públicas, empresas de pequena e micro dimensão, dinâmica empresarial e investimento privado no setor do turismo para a realização de projetos de investigação.

Apresentam-se também algumas das principais limitações que envolvem um trabalho de investigação desta dimensão. Uma das principais limitações prende-se com o volume de informação recolhido e analisado. No entanto, a dimensão da análise reflete a importância dos dados recolhidos e a necessidade de analisar pormenorizadamente a informação de forma a permitir realizar uma avaliação do investimento realizado nesse período.

A análise do investimento realizado no período de 1994-2006 centra-se apenas no investimento realizado pelo setor privado, não sendo analisado o investimento realizado diretamente pelo setor público a nível nacional e de âmbito setorial, e o investimento público apoiado pelos programas operacionais regionais aplicados no setor do turismo. Considera-se importante, no futuro, realizar uma análise do investimento global, que permita incluir a análise do investimento realizado pelo setor privado e o investimento realizado pelo setor público a nível nacional e regional.

O desfasamento temporal entre o período analisado, 1994-2006, e os dias de hoje, constitui-se como outra limitação a ter em atenção. No entanto, refira-se que os dados analisados referem-se ao investimento realizado através de quadros comunitários de apoio já encerrados, dado que o QREN ainda se encontra em vigência até ao final de 2013. Para além disso, a análise realizada e as conclusões obtidas podem incentivar as entidades públicas e/ou privadas do setor do turismo a efetuar uma análise similar para o período de 2007-2013, o que permitirá obter uma análise do investimento privado no setor do turismo dos últimos 20 anos.

Refira-se também que, a análise realizada por NUT II é fiável, no entanto, tendo em atenção que a maior parte do investimento realizado se concentra na área sede de empresa, a

dificuldade em identificar de uma forma clara a localização da sede de empresa no período de 1994-1999, não permite aferir de uma forma totalmente rigorosa se o investimento se concentra efetivamente na área sede de empresa.

A análise do investimento realizado no subsetor da Restauração e bebidas concentra-se apenas no período de 2000-2006, conforme referido ao longo da análise realizada. Esta limitação deve-se ao facto de o II Quadro Comunitário de Apoio não apresentar uma medida direcionada para o investimento neste subsetor do turismo. Daí, posteriormente, ter sido criado um instrumento financeiro, o PRORest que veio colmatar esta situação, no entanto, este instrumento financeiro não tinha contrapartida da União Europeia. Caso se tivesse considerado o investimento realizado pelas empresas do setor do turismo na área da restauração e bebidas através deste instrumento financeiro, a percentagem de investimento realizado neste subsetor seria certamente superior, bem como a percentagem de projetos e de investimento total realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão.

Um dos objetivos intrínsecos a esta tese é avaliar a capacidade do turismo incentivar o processo de desenvolvimento, no entanto, o que foi avaliado foram os investimentos diretos no turismo. No futuro era importante realizar estudos que avaliassem a capacidade destes investimentos para produzir efeitos de arrastamento nas economias locais. Não sendo este um objetivo desta tese, entenda-se, contudo, que este tipo de objetivos de investigação devem nortear trabalhos subsequentes nesta área.

IV.9 Conclusão

A metodologia de investigação definida teve em atenção uma rigorosa e pormenorizada revisão da literatura relacionada com a investigação científica na área das ciências sociais, e em particular na área do turismo. Tendo-se procedido a uma análise de diversas metodologias de investigação definiu-se um modelo de investigação para esta tese que serviu de suporte à própria estrutura deste capítulo.

Outra questão central nesta investigação prende-se com a estratégia adotada que associa a componente teórica à componente prática. Esta abordagem, referida por diversos autores na investigação realizada, associa o conhecimento e a teoria a ação e à prática permitindo obter uma fundamentação empírica centrada na análise da realidade que valida os conceitos

definidos. No seguimento da conceção da metodologia de investigação definiu-se a pergunta de investigação (figura IV.4.1) e os objetivos gerais e específicos que pretendem justificar a pergunta formulada.

A revisão da literatura realizada e a construção do modelo teórico permitiu analisar o estado da arte da presente investigação (figura IV.5.1.1), e elaborar o quadro conceptual teórico (figura IV.5.2) que serviu de base à elaboração dos capítulos iniciais desta investigação (capítulo I, II e III), e definiu um fio condutor de análise da própria investigação.

A definição do modelo de análise empírica, selecionaram os métodos de análise que serviram para realizar a análise de dados, centrou-se, preferencialmente, na validação das hipóteses de investigação consideradas. A validação das hipóteses de investigação permitiram assegurar a coerência e a interligação entre a componente teórica da investigação e a componente prática.

Na última secção do capítulo procedeu-se a uma síntese da metodologia adotada que permitiu a ligação entre as hipóteses de investigação, os objetivos específicos e os objetivos gerais permitindo responder à pergunta de partida. Considera-se que a metodologia de investigação definida obedeceu a uma análise rigorosa, tendo em atenção às metodologias de investigação abordadas por diversos autores, o que permitiu demonstrar e validar os objetivos preconizados nesta investigação.

CAPÍTULO V

Perfil do investimento no setor do Turismo no período de 1994-2006

V.1 Introdução

O financiamento do setor do Turismo em Portugal tem vindo a realizar-se enquadrado no âmbito dos Incentivos disponibilizados nos Quadros Comunitários de Apoio contratualizados com a União Europeia. O período de investimento de 1994-2006, que serve de base a esta investigação, apresenta informação referente a dois períodos de investimento, que se refletem em dois quadros comunitários de apoio, a saber, o II QCA no período de 1994-1999 e o III QCA, no período de 2000-2006.

A análise empírica que se realiza no âmbito desta tese considera os dois períodos de investimento de uma forma individualizada, na medida em que os Quadros Comunitários de Apoio em que se inserem os Instrumentos financeiros de apoio ao turismo apresentam uma política de estratégia diferenciada. Contudo, a análise individual do Investimento na área do turismo realizado nos 2 Quadros Comunitários de Apoio não invalida uma análise conjunta da informação disponível.

No período 1994-1999, correspondente ao II QCA, a estrutura do Subprograma onde se insere o setor do turismo evidencia uma política de intervenção muito direcionada para o setor público, uma vez que apenas uma Medida se encontra direcionada para o setor privado (e na qual ainda se incluem ações para o setor público).

O III QCA apresenta uma inflexão de política estratégica em relação aos anteriores Quadros Comunitários de Apoio. Neste Quadro Comunitário de Apoio pretende-se integrar todas as áreas sectoriais tendo como principal objetivo uma estratégia centrada na empresa. Nesse sentido o III QCA concentrou num único instrumento financeiro, as políticas e os incentivos dirigidos às empresas que constituem o sistema produtivo em Portugal.

Neste capítulo pretende-se realizar uma caracterização pormenorizada ao perfil do Investidor no setor do Turismo. Nesse sentido, e para os dois períodos em análise, e posteriormente para a Síntese do período de Investimento 1994-2006, a caracterização do perfil do investidor tem como principais objetivos (1) identificar o tipo de empresas que realizam mais projetos de investimento na área do turismo; (2) quais as áreas geográficas onde se concentram as empresas que investem neste setor; (3) observar se existe uma diversificação da área de investimento; (4) analisar a capacidade de investimento por parte das empresas que investem

no setor do turismo; e (5) avaliar se existem diferenças em termos de investimento considerando o subsetor onde a empresa se integra.

A dimensão da empresa é uma variável central na análise empírica que se pretende realizar nesta investigação. Considerando que a estrutura empresarial do setor do turismo é constituída maioritariamente por pequenas e micro empresas, mais de 90% das empresas incluem-se nesta dimensão (para uma análise mais pormenorizada consultar secção III.4, capítulo III), é fundamental analisar se o investimento realizado e o Incentivo atribuído têm em consideração aquela que é a estrutura empresarial do setor do turismo. Para além disso, é fundamental entender se existem diferenças em termos da área de investimento tendo por base a dimensão de empresa.

O core do setor do Turismo é constituído por uma forte componente infraestrutural. (para uma análise pormenorizada sobre estrutura do core do setor do turismo consultar secção III.5, capítulo III). Observe-se, por exemplo, a área do alojamento, da restauração ou até mesmo dos transportes. Assim sendo, poder-se-á deduzir que a maior parte dos projetos de investimento realizados por estas empresas serão na área sede de empresa. Contudo, por questões de estratégia empresarial, candidatura a financiamento, ou simplesmente por questões de conveniência, os projetos realizados podem ser em áreas fora da área sede de empresa. Nesse sentido, considera-se que a variável localização da sede de empresa, é particularmente importante na caracterização do perfil do investimento.

O número de projetos realizados por cada empresa constitui-se como outra área a ter em atenção. A atividade empresarial debate-se hoje em dia com uma série de dificuldades estruturais, face à sua dimensão e estrutura familiar da maior parte das empresas, que as torna mais frágeis e as inibe de crescer e de se desenvolver. Por sua vez, a candidatura a Incentivos financeiros também só é possível para aquelas empresas que apresentam uma base de suporte estável, na medida em que necessitam de apresentar solidez económico-financeira. Nesse sentido, é importante identificar que tipo de empresas demonstram capacidade para concorrer a incentivos financeiros e aquelas que, para além disso, conseguem apresentar mais do que um projeto de investimento.

O setor do turismo, dada a transversalidade do setor, compreende um conjunto de atividades que lhe estão ligadas direta ou indiretamente. Segundo a Conta Satélite do Turismo, existem 8 áreas que integram o core do setor (para uma análise mais pormenorizada consultar secção IV.6.6,

capítulo IV). Para além disso, o setor do turismo é considerado um setor de trabalho intensivo e não de capital intensivo. Face a esta situação é importante identificar a atividade económica das empresas que realizaram projetos de investimento no período em análise. Nesse sentido, será efetuada uma análise cuidada em termos do Código das Atividades Económicas das Empresas (CAE) que permita identificar quais são as principais áreas de investimento no turismo.

V.2 Perfil do Investimento no II QCA – período de 1994 a 1999

No período de 1994-1999, um total de 484 Empresas apresentou 649 projetos de investimento no setor do turismo no II QCA. As candidaturas apresentadas representam um investimento total na área do turismo de 1.061.372.217,72 €, um investimento elegível de 944.333.982,59 €, e um incentivo de 325.423.368,33 €. De acordo com os dados analisados estas empresas empregam 30.704 pessoas, e os investimentos realizados permitiram a criação de 4.321 postos de trabalho.

Tabela V.2.1. Síntese do investimento no período do II QCA, 1994-1999

N.º EMPRESAS	N.º PROJETOS	INV. TOTAL	INV.ELEGÍVEL	INCENTIVO	P TRAB CRIAR
484	649	1.061.372.217,72	944.333.982,59	325.423.368,33	4.321

V.2.1 Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos

A análise do número de empresas segundo a sua dimensão e número de projetos permite quantificar o número de empresas que investiram na área do turismo tendo por base a sua dimensão e o número de projetos executados, isto é, permite entender nomeadamente em que dimensão se concentram a maior parte das empresas que investiram na área do turismo e qual o número de projetos executados por dimensão de empresa.

Esta questão é particularmente importante, na medida em que permite caracterizar o investimento no setor do turismo por dimensão de empresa e perceber se o perfil das empresas que investiram no II QCA representam aquela que é a estrutura empresarial do setor do turismo em Portugal. Conforme se demonstra no Cap. IV – Metodologia, e de acordo com as Normas e Regulamentos da União Europeia, a dimensão das empresas pode ser analisada segundo dois indicadores, o Volume de Negócios e o Número de Pessoas Empregadas.

A Base de dados SIDReg apresenta informação ao nível destes dois indicadores, Volume de Negócios e Número de Pessoas Empregadas. Contudo, nem sempre a informação disponibilizada é passível de ser utilizada, na medida em que apresentam alguns erros e incongruências, tendo havido a necessidade de, na análise de dados realizada, corrigir alguns dados e noutros casos não considerar a informação existente. Assim sendo, e face aos dados existentes é possível analisar a dimensão de 36,1% das empresas que investiram no II QCA (183 empresas).

A análise demonstra que a maior parte das empresas que investiram no II QCA são de micro, pequena ou média dimensão. Mais de 90% das empresas incluem-se nesta dimensão, tendo sido responsáveis pela realização de 87,4% dos projetos de investimento. Contudo, as várias dimensões de empresa aqui consideradas apresentam as suas especificidades, sendo necessário efetuar uma análise individual de dimensão da empresa.

Tabela V.2.1.1 Número de empresas e número de projetos segundo a dimensão de empresa

II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA				
	N.º EMPRESAS	% N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	% N.º PROJECTOS
MICRO EMPRESA	49	26,78%	57	23,17%
PEQUENA EMPRESA	66	36,07%	76	30,89%
MÉDIA EMPRESA	54	29,51%	82	33,33%
NÃO PME	14	7,65%	31	12,60%
	183	100,00%	246	100,00%

Observa-se que 62,9% das empresas são de pequena ou micro dimensão, tendo realizado 54,1% dos projetos de investimento. Enquanto que as empresas de média ou grande dimensão que representam 37,1% do total de empresas realizaram 45,9% dos projetos de investimento. Daqui se conclui que a **HI 5.1.2¹**. *‘As empresas que concorrem a financiamento do Subprograma Turismo e Património Cultural são maioritariamente de pequena e micro dimensão’* é **verdadeira**, dado que estas empresas são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados.

Contudo, observa-se uma maior capacidade de realização de projetos por parte das empresas de média ou grande dimensão comparativamente às empresas de menor dimensão. Nesse sentido, não é possível concluir que a **HI 5.1.1**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de financiamento’*

¹ Para a análise das **Hipóteses de Investigação** realizada nos capítulos V, VI e VII são definidas as seguintes respostas: (1) **Verdadeira**: conforme à verdade, autêntico, exato, real; (2) **Inconclusiva**: pretende transmitir a informação de que não se podem tirar conclusões, que não é conclusiva; (3) **Falsa**: que não é verdadeiro.

é verdadeira, na medida em que, se é verdade que as pequenas e micro empresas representam mais de 50% dos projetos, demonstra-se também que as empresas de maior dimensão apesar de serem em número inferior (36,2%) conseguem, comparativamente, apresentar um maior número de projetos que as empresas de menor dimensão. Neste caso considera-se a Hipótese **inconclusiva**.

A tabela V.2.1.1 demonstra claramente esta situação. Enquanto que as empresas de menor dimensão apresentam uma percentagem de realização de projetos inferior ao peso relativo em termos do total de empresas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma maior capacidade de acederem aos incentivos financeiros e conseqüentemente obterem um maior número de projetos aprovados comparativamente ao peso relativo em termos do número de empresas.

Observa-se também que as empresas de média dimensão apresentaram o maior número de projetos (33,3%), tendo realizado um Investimento total de 154.465.633,13 € (40,1%), absorveram também a maior parte do Incentivo atribuído (39,7%) e foram responsáveis pela criação do maior número de postos de trabalho (40,9%). De facto estas empresas de média dimensão constituem-se como as empresas que mais beneficiaram com financiamento disponibilizado no II QCA.

Tabela V.2.1.2 Investimento no período 1994-1999 segundo a dimensão de empresa

II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	49	57	54.455.011,92	51.789.825,02	17.748.861,18	314
PEQUENA EMPRESA	66	76	110.122.752,00	94.199.981,74	36.529.088,85	373
MÉDIA EMPRESA	54	82	154.465.633,13	143.850.508,66	47.969.751,08	521
NÃO PME	14	31	66.105.565,56	64.565.605,02	18.480.516,42	67
	183	246	385.148.962,61	354.405.920,44	120.728.217,53	1.275

A análise de dados demonstra uma supremacia de pequenas e micro empresas na aprovação de projetos de investimento (63% empresas apresentaram 54,1% dos projetos), comparativamente ao número de empresas e de projetos apresentados pelas empresas de média e grande dimensão (37% empresas apresentaram 45,9% dos projetos), apesar de em termos proporcionais o peso do número de projetos ter baixado comparativamente ao número de empresas.

Contudo, ao nível das variáveis Investimento total, Investimento elegível e Incentivo, a situação altera-se. As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pelos maiores níveis de investimento em termos de Investimento total (57,3%), de Investimento elegível (58,8%) e absorvem também a maior parte do Incentivo atribuído (55,4%). Apenas ao nível da

variável Postos de Trabalho a criar, é que as empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma maior capacidade de criação de emprego, sendo responsáveis pela criação de 53,9% dos postos de trabalho.

Conclui-se que a HI 5.1.3. ‘As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é **verdadeira**, dado que as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pelo maior volume de investimento tendo por base o número de projetos apresentados.

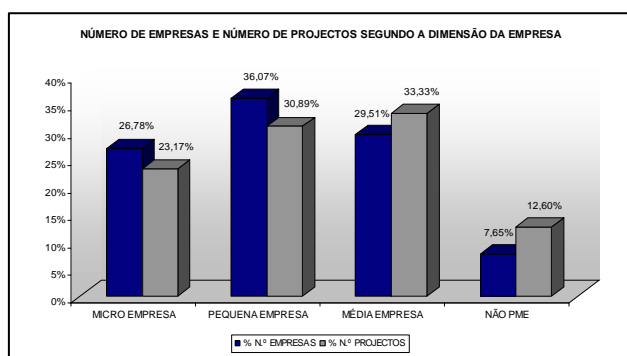


Gráfico V.2.1.1 Número empresas e número projetos por dimensão empresa

A análise empírica demonstra também que relativamente à HI 5.1.4. ‘As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’ é **falsa**. Observa-se que as

empresas de média e grande dimensão absorvem a maior parte do incentivo atribuído (55,4%), apesar de representarem apenas 37% do total de empresas e 45,9% do total de projetos.

Refira-se que as Não PME’s, responsáveis por um Investimento total de 17,2%, e tendo absorvido 15,3% do Incentivo são responsáveis apenas pela criação de 5,25% dos postos de trabalho. Situação contrária à verificada nas empresas de menor dimensão, que demonstram uma capacidade efetiva de criação de emprego comparativamente ao Investimento realizado e ao Incentivo recebido. As empresas de micro dimensão realizaram 14,1% do Investimento, receberam 14,7% do Incentivo e criaram 24,6% dos Postos de trabalho.

Tabela V.2.1.3 Investimento no período 1994-1999 segundo dimensão de empresa (%)

II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	26,78%	23,17%	14,14%	14,61%	14,70%	24,63%
PEQUENA EMPRESA	36,07%	30,89%	28,59%	26,58%	30,26%	29,25%
MÉDIA EMPRESA	29,51%	33,33%	40,11%	40,59%	39,73%	40,86%
NÃO PME	7,65%	12,60%	17,16%	18,22%	15,31%	5,25%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

As empresas de pequena e de média dimensão apresentam valores percentuais muito próximos entre aquilo que é o Investimento total realizado, o Incentivo atribuído e os postos de trabalho a criar. As pequenas empresas são responsáveis por 28,6% do Investimento total, receberam 30,3% do Incentivo e criaram 29,3% dos postos de trabalho. As empresas de média

dimensão realizaram mais de 40,1% do Investimento total, tendo sido atribuído 39,7% do Incentivo, sendo responsáveis pela criação de mais de 40% dos postos de trabalho.

Conclui-se que a HI 5.1.5. ‘As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’ é **inconclusiva**. A análise empírica demonstra que são as empresas de média dimensão que criam o maior número de postos de trabalho (40,9%). Contudo, face à reduzida percentagem de criação de postos de trabalho por parte das Não PME’s (5,2%), as empresas de maior dimensão criam menos postos de trabalho (46,1%) comparativamente às empresas de menor dimensão (53,9%), em que as micro empresas criam 24,6% e as pequenas empresas criam 29,3% dos postos de trabalho.

V.2.2 Localização das Empresas por NUT II

A análise de dados permite referir que 484 empresas apresentaram 649 projetos de investimento. Observa-se uma forte concentração de empresas nas regiões NUT II do Norte e de LVT, que em conjunto representam 48% do total de empresas que investiram no período do II QCA. Deve-se destacar também o número de empresas da região Centro que investiram no setor do turismo, dado que esta região regista um maior número de empresas e de projetos de investimento comparativamente a dois dos principais destinos turísticos em Portugal, as regiões NUT II do Algarve e da Madeira.

Refira-se também que o número de empresas por NUT II que realizaram projetos de investimento é sempre inferior ao número total de projetos por região NUT II, o que demonstra que algumas empresas realizaram mais do que um projeto de investimento, sendo algumas destas diferenças significativas, principalmente na região NUT II de LVT.

Tabela V.2.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II

NUT II	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	% EMPRESAS	% PROJECTOS
NORTE	114	120	23,6%	18,5%
CENTRO	74	88	15,3%	13,5%
LVT	114	163	23,6%	25,1%
ALENTEJO	37	40	7,6%	6,2%
ALGARVE	55	68	11,4%	10,5%
AÇORES	21	28	4,3%	4,3%
MADEIRA	64	76	13,2%	11,7%
MULTI-CONCELHOS	5	66	1,0%	10,2%
	484	649	100%	100%

Observa-se pela análise do gráfico que a região de Lisboa e Vale do Tejo foi a que obteve mais projetos aprovados (25% do total de projetos aprovados). A Região Norte regista um número de projetos inferior à da região de Lisboa e Vale do Tejo, apesar do número de empresas que apresentaram projetos ser o mesmo. Contudo, é ao nível destas duas regiões, Norte e LVT, em que cerca de 50% das empresas apresentaram cerca de 45% do total de projetos que foram aprovados no período de 1994-1999.

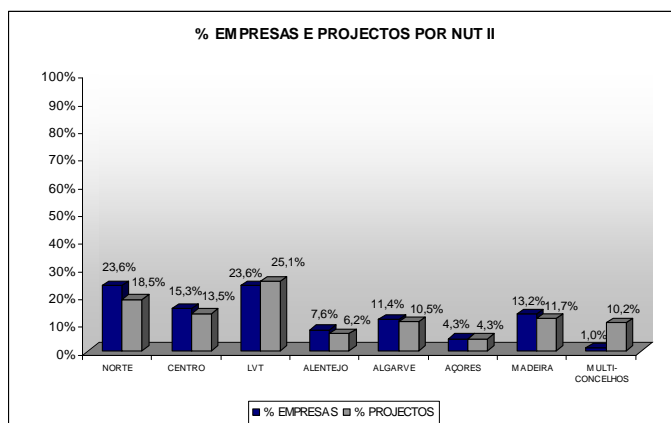


Gráfico V.2.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II (%)

Refira-se que as regiões Norte e Centro apesar de não serem consideradas como dos principais destinos turísticos em Portugal atendendo aos principais indicadores pelo lado da oferta e

da procura, número de camas e número de turistas, no que se refere a projetos de investimento, a região Norte (114 empresas e 120 projetos) e a região Centro (74 empresas e 88 projetos), realizaram um maior investimento na área do turismo, do que dois dos principais destinos turísticos em Portugal, o Algarve (55 empresas e 68 projetos) e a Madeira (64 empresas e 76 projetos).

Conclui-se que a HI 5.2.1. 'A maior parte dos projetos de investimento realizam-se nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira' é **inconclusiva**, na medida em que, apesar de a região de LVT se constituir como a principal região NUT II em termos do número de empresas e projetos de investimento, as regiões NUT II do Algarve e da Madeira registam um número total de empresas e de projetos de investimento inferior às regiões NUT II Norte e Centro.

Tabela IV.2.2.2 Investimento no período 1994-1999 por NUT II (%)

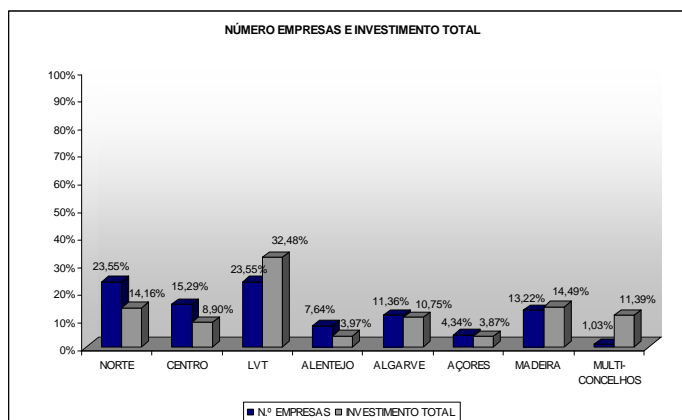
NUT II	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
NORTE	23,55%	18,49%	14,16%	14,58%	17,12%	20,53%
CENTRO	15,29%	13,56%	8,90%	9,46%	10,88%	16,50%
LVT	23,55%	25,12%	32,48%	29,48%	30,71%	25,41%
ALENTEJO	7,64%	6,16%	3,97%	4,16%	5,03%	6,43%
ALGARVE	11,36%	10,48%	10,75%	11,30%	11,79%	8,54%
AÇORES	4,34%	4,31%	3,87%	4,30%	5,26%	0,44%
MADEIRA	13,22%	11,71%	14,49%	14,89%	16,15%	19,02%
MULTI-CONCELHOS	1,03%	10,17%	11,39%	11,83%	3,05%	3,12%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tendo por base o peso relativo das variáveis número de empresas e investimento total, observa-se uma maior capacidade de investimento por parte das empresas que realizaram

investimentos nas regiões NUT II de LVT e da Madeira, dado que se observa um aumento do peso percentual entre o número de empresas e o investimento total. A região de LVT integra 23,6% do total de empresas que são responsáveis por 32,5% do total de investimento do II QCA. O mesmo se observa na região da Madeira, apesar de ser em menor dimensão, nesta NUT II 13,2% das empresas realizaram 14,5% do investimento total.

Gráfico V.2.2.2 Número empresas e investimento total por NUT II (%)

Por sua vez, as empresas que integram as restantes regiões NUT II denotam uma menor capacidade de investimento comparativamente às empresas que se localizam na região NUT II



de LVT e da Madeira, dado que, o peso percentual do investimento total é inferior ao peso percentual do número de empresas que realizaram investimentos nesse período.

Veja-se o caso da região NUT II, Norte, que face ao número de empresas que realizaram investimentos no turismo e se localizam nesta região (23,6%) verifica-se uma diminuição do peso percentual em termos de investimento total (14,2%). A região Centro regista também uma quebra acentuada entre o valor percentual de empresas e de investimento total, uma vez que 15,3% do total de empresas realizam 8,9% do investimento total.

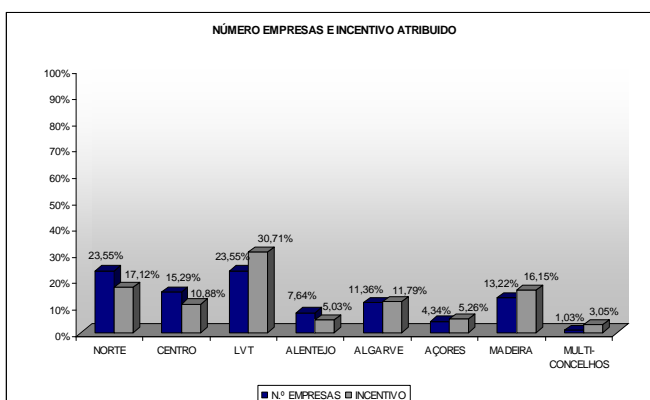
Daqui se infere que a **HI 5.2.2**. 'O investimento é realizado maioritariamente por empresas que se localizam na região NUT II de LVT' é **verdadeira**. Esta região regista o mesmo número de empresas que a região NUT II Norte, no entanto, as empresas aí sediadas são responsáveis por um maior número de projetos de investimento e, em termos de investimento total, constituem-se como a principal região NUT II.

A análise do número de empresas e o incentivo atribuído permite concluir que as regiões NUT II de LVT, do Algarve e da Madeira, absorveram um valor percentual de incentivo superior ao peso percentual de empresas que realizaram projetos de investimento em cada uma das NUT II. Refira-se, contudo, que o peso percentual do incentivo atribuído às empresas que se

localizam nestas regiões NUT II é ligeiramente inferior ao peso percentual do investimento total realizado.

Gráfico V.2.2.3 Número de empresas e incentivo atribuído por NUT II (%)

No que se refere, às restantes regiões NUT II, Norte, Centro, Alentejo, o valor percentual do incentivo atribuído é inferior ao peso percentual do número de empresas, no entanto, o desequilíbrio entre as



duas variáveis é de menor dimensão ao registado tendo por base o investimento total. Daqui se conclui que o incentivo atribuído por empresa é superior nas regiões de LVT, Algarve e Madeira, comparativamente ao incentivo atribuído por empresa nas regiões Norte, Centro e Alentejo. A análise de dados realizada permite inferir que a HI 5.2.3. ‘As empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira absorvem a maior parte do incentivo atribuído’ é verdadeira pelas razões apontadas anteriormente.

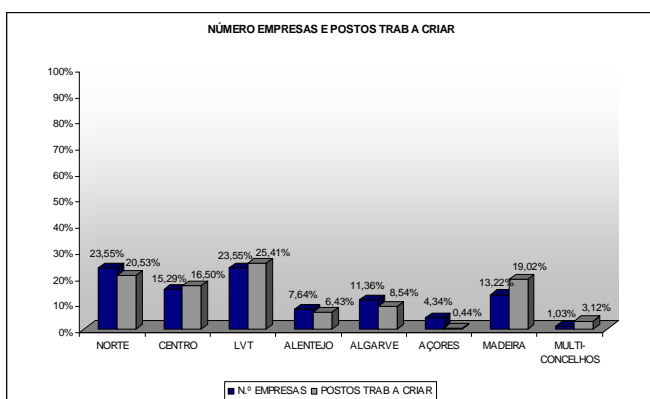


Gráfico V.2.2.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar por NUT II (%)

No que se refere ao número de empresas e o número de postos de trabalho a criar, observa-se uma maior capacidade de criação de emprego por parte das empresas sedeadas na região NUT II de LVT

(25,5%), percentagem ligeiramente superior ao número de empresas que se localizam nesta região (23,5%). Regista-se uma elevada capacidade de criação de emprego por parte das empresas que se localizam na região da Madeira, dado que, 13,2% de empresas são responsáveis pela criação de 19% do total de postos de trabalho.

Face ao número de empresas (23,5%) sedeadas na região NUT II Norte, esta apresenta uma menor capacidade de criação de emprego comparativamente às regiões NUT II de LVT e da Madeira, contudo, refira-se que esta região é ainda assim responsável pela criação de 1/5 dos

postos de trabalho. A menor capacidade de criação de emprego face ao número de empresas, observa-se também ao nível de outras regiões NUT II, do Alentejo, do Algarve e dos Açores, região onde se regista uma maior diferença percentual entre o número de empresas e o número de postos de trabalho a criar. Conclui-se que a **HI 5.2.4. 'As empresas sedeadas na região NUT II Norte demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego' é falsa.**

V.2.3 Número de Projetos por empresa segundo a sua dimensão

No período de 1994-99, 87% das empresas apresentaram 1 projeto de investimento no II QCA, tendo sido aprovados 423 projetos, o que representou um Investimento total de 729.626.696,26 € (68,7%), um Investimento elegível de 638.131.543,12 € (67,6%), e um Incentivo atribuído de 325.423.368,33 € (75,2%). Os projetos realizados permitiram também a criação de 3.474 postos de trabalho.

Tabela V.2.3.1 Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão

TOTAL PROJECTOS	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESA + 1 PROJ INVESTIMENTO	61	226	331.745.521,46	306.202.439,47	80.705.875,99	847
EMPRESA 1 PROJ INVESTIMENTO	423	423	729.626.696,26	638.131.543,12	244.717.492,34	3.474
	484	649	1.061.372.217,72	944.333.982,59	325.423.368,33	4.321

A análise de dados permite concluir que as empresas do setor do turismo na candidatura a Incentivos Financeiros realizam maioritariamente um projeto de investimento. Nesse sentido, a **HI 5.3.1. 'As empresas do setor do turismo quando concorrem a Incentivos Financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto de investimento' é verdadeira.**

No entanto, a análise de dados demonstra também que 12,6% (61 empresas) das empresas apresentaram mais do que um projeto de investimento, tendo realizado 34,8% (226 projetos) do total de projetos. As empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento são responsáveis por 31,3% do Investimento total, 32,4% do Investimento elegível, 24,8% do Incentivo atribuído e 19,6% dos postos de trabalho criados.

Tabela V.2.3.2 Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão

TOTAL PROJECTOS	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESA + 1 PROJ INVESTIMENTO	12,60%	34,82%	31,26%	32,43%	24,80%	19,60%
EMPRESA 1 PROJ INVESTIMENTO	87,40%	65,18%	68,74%	67,57%	75,20%	80,40%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Observa-se uma maior dinâmica e capacidade de investimento por parte das empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento. Estas empresas apesar de representarem

apenas 12,6% do total de empresas, realizaram 34,8% dos projetos, tendo realizado um Investimento total de 31,3%. Conclui-se que a **HI 5.3.2. 'As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas que apresentam apenas 1 projeto' é verdadeira.**

No entanto, as variáveis Incentivo atribuído e Número de postos de trabalho a criar não refletem o peso comparativo do número de projetos e do Investimento total. Demonstra-se que, 1/10 das empresas recebeu $\frac{1}{4}$ do Incentivo, tendo criado 1/5 dos postos de trabalho. Comparativamente às empresas que realizaram apenas um projeto de investimento em que, face ao Investimento total realizado obtiveram valores percentuais superiores ao nível do Incentivo atribuído (75,2%) e dos postos de trabalho a criar (80,4%).

As pequenas e micro empresas que realizaram 1 projeto de investimento apresentam uma taxa de criação de emprego superior às empresas da mesma dimensão que realizaram mais do que um projeto de investimento, na ordem dos 76,4% para 24,8% empregos diretos. Contrariamente, as empresas de média e grande dimensão que realizaram um projeto de investimento apresentaram uma taxa de criação de emprego inferior às empresas da mesma dimensão que realizaram mais do que 1 projeto de investimento, na ordem dos 23,7% para 75,2% empregos criados.

Tabela V.2.3.3 Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa

II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	44	44	42.703.084,06	40.917.891,37	13.757.831,48	255
PEQUENA EMPRESA	57	57	56.653.494,00	54.788.902,66	22.146.987,90	294
MÉDIA EMPRESA	37	37	64.071.446,55	60.997.260,34	22.435.476,19	158
NÃO PME	7	7	20.772.757,65	19.922.816,01	5.758.978,79	12
	145	145	184.200.782,26	176.626.870,38	64.099.274,36	719
II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	30,34%	30,34%	23,18%	23,17%	21,46%	35,47%
PEQUENA EMPRESA	39,31%	39,31%	30,76%	31,02%	34,55%	40,89%
MÉDIA EMPRESA	25,52%	25,52%	34,78%	34,53%	35,00%	21,97%
NÃO PME	4,83%	4,83%	11,28%	11,28%	8,98%	1,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Esta situação pode justificar-se pelo facto das pequenas e micro empresas que realizaram mais do que 1 projeto terem efetuado um ajustamento ao número de pessoas empregadas nos projetos realizados, enquanto que as empresas de média e grande dimensão necessitaram de aumentar o número de pessoas empregadas quando realizaram mais de 1 projeto de investimento.

Daqui se infere que as pequenas e micro empresas criam mais emprego quando realizam um projeto de investimento, na medida em que, a realização de mais do que um projeto de investimento, poderá permitir a estruturação da empresa e o ajustamento em termos do número de pessoas empregadas. As empresas de média e grande dimensão quando realizam mais do que um projeto de investimento necessitam claramente de mais pessoas, permitindo o aumento da taxa de criação de emprego.

Tendo por base de análise as empresas que realizaram um projeto de investimento constata-se que as pequenas e micro empresas (70%) apresentaram 70% dos projetos aprovados (101 projetos), tendo realizado 54% do Investimento total. Daqui se infere que a **HI 5.3.3.** *‘As empresas que apresentam 1 projeto de investimento são maioritariamente de pequena e micro dimensão’* é **verdadeira**.

Os projetos apresentados pelas empresas de pequena e micro dimensão implicaram um elevado investimento, tendo sido responsáveis por 54% do Investimento total. No entanto, face ao número de projetos apresentados estas empresas de pequena e micro dimensão denotam alguma dificuldade de investimento comparativamente à dinâmica demonstrada pelas empresas de média e grande dimensão. Observa-se que 69,7% dos projetos implicaram um investimento de 53,9% das pequenas e micro empresas, enquanto que 30,4% dos projetos, realizados pelas empresas de média e grande dimensão, originaram um investimento de 46,1%, o que demonstra uma maior capacidade de investimento por parte das Médias empresas e Não PME's. Face à informação disponível, conclui-se que a **HI 5.3.4.** *‘As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento’* é **inconclusiva**.

Para além disso, as empresas de pequena e micro dimensão absorveram 56% do Incentivo atribuído e criaram 76,4% do número de postos de trabalho. Considerando que o Incentivo atribuído tem como principal elemento de comparação o Investimento total, regista-se que o Incentivo atribuído às empresas de pequena e micro dimensão foi ligeiramente superior ao Investimento total. Conclui-se que a **HI 5.3.5.** *‘As empresas de pequena e micro dimensão que realizam 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo atribuído’* é **verdadeira**. Comparativamente, as empresas de média e grande dimensão apresentaram 30% dos projetos de investimento, sendo responsáveis por 46% do Investimento total, 44% do Incentivo atribuído e 23,6% dos postos de trabalho a criar.

Demonstra-se que as pequenas e micro empresas apresentam uma maior capacidade de criação de emprego, comparativamente às empresas de média ou grande dimensão. Apresentaram mais projetos mas com um Investimento total inferior, contudo ao nível da criação de emprego, em cada 4 empregos criados, 3 são da responsabilidade das pequenas e micro empresas. Conclui-se que a **HI 5.3.6**. *‘As empresas de maior dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de menor dimensão’* é falsa.

Tabela V.2.3.4 Empresas com mais de 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa

II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM MAIS 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	5	13	11.751.927,86	10.871.933,65	3.991.029,70	59
PEQUENA EMPRESA	9	19	53.469.258,00	39.411.079,07	14.382.100,95	79
MÉDIA EMPRESA	17	45	90.394.186,58	82.853.248,32	25.534.274,89	363
NÃO PME	7	24	45.332.807,91	44.642.789,01	12.721.537,63	55
	38	101	200.948.180,35	177.779.050,05	56.628.943,17	556
II QCA - NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM MAIS 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	13,16%	12,87%	5,85%	6,12%	7,05%	10,61%
PEQUENA EMPRESA	23,68%	18,81%	26,61%	22,17%	25,40%	14,21%
MÉDIA EMPRESA	44,74%	44,55%	44,98%	46,60%	45,09%	65,29%
NÃO PME	18,42%	23,76%	22,56%	25,11%	22,46%	9,89%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Relativamente às empresas que apresentaram mais do que 1 projeto de investimento a situação altera-se, uma vez que, foram as empresas de média e grande dimensão que apresentaram um maior número de projetos (63,2% empresas apresentaram 68,3% projetos). A análise permite concluir que a **HI 5.3.7**. *‘As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são maioritariamente de média ou grande dimensão’* é verdadeira.

Face ao número de projetos as empresas de média e grande dimensão realizaram 67,5% do Investimento total, enquanto que as empresas de pequena e micro dimensão realizaram 31,7% dos projetos que resultou num Investimento total de 32,5%. No entanto, observa-se a grande dificuldade de investimento demonstrada pelas empresas de micro dimensão, dado que tendo realizado 12,9% dos projetos implicou um investimento reduzido, de apenas 5,9% do Investimento total. Da análise empírica infere-se que a **HI 5.3.8**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam mais de 1 projeto demonstram uma grande capacidade de investimento’* é **inconclusiva**. Refira-se que apenas as empresas de pequena dimensão demonstraram alguma dinâmica de investimento, uma vez que realizaram 18,8% dos projetos que implicou um investimento que representa $\frac{1}{4}$ do Investimento total.

Outra questão particularmente importante prende-se com o Incentivo atribuído. Face ao número de projetos apresentado e ao Investimento realizado, observa-se que as empresas de

pequena e micro dimensão receberam um Incentivo de 32,5% enquanto que às empresas de média e grande dimensão foi atribuído um Incentivo de 67,6%. Não se denotam diferenças significativas entre os valores percentuais de Investimento total e de Incentivo tendo por base a dimensão das empresas. A mesma situação se verifica relativamente ao número de projetos e o Incentivo atribuído. Daqui se infere que a **HI 5.3.10**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo’ é falsa.*

Esta investigação permite também concluir que as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de criação de emprego. Nesse sentido, a **HI 5.3.11**. *‘As empresas de média e grande dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de criação de emprego’ é verdadeira.* Refira-se que as empresas de maior dimensão foram responsáveis por 75,2% do total de postos de trabalho a criar, ¼ do total de postos de trabalho a criar, enquanto que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão permitiram a criação de 24,8% do total de postos de trabalho.

Uma análise pormenorizada segundo a dimensão da empresa permite verificar que a quase totalidade das micro (89,8%) e das pequenas empresas (86,4%) apresentaram um projeto de investimento, tendo sido responsáveis por 77,2% e 75% dos projetos realizados por micro e pequenas empresas, respetivamente. Na mesma vertente, as micro empresas que realizaram um projeto de investimento são também responsáveis pela quase totalidade do Investimento total realizado (78,4%), do Investimento elegível (79%) do Incentivo atribuído (77,5%) e do número de postos de trabalho a criar (81,2%).

Tabela V.2.3.5 Número de projetos por empresa – micro empresa

II QCA - MICRO EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	44	44	42.703.084,06	40.917.891,37	13.757.831,48	255
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	5	13	11.751.927,86	10.871.933,65	3.991.029,70	59
	49	57	54.455.011,92	51.789.825,02	17.748.861,18	314
II QCA - MICRO EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	89,80%	77,19%	78,42%	79,01%	77,51%	81,21%
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	10,20%	22,81%	21,58%	20,99%	22,49%	18,79%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Relativamente às pequenas empresas observa-se uma menor capacidade de investimento, comparativamente às empresas de micro dimensão. No entanto, em termos de Incentivo atribuído e principalmente do número de postos de trabalho a criar essa diferença é atenuada. As pequenas empresas (86,4%) que realizaram um projeto de Investimento (75% dos projetos),

são responsáveis por 51,4% do Investimento total, 58,2% do Investimento elegível, 60,6% do Incentivo atribuído e 78,8% do número de postos de trabalho a criar.

Tabela V.2.3.6 Número de projetos por empresa – pequena empresa

II QCA - PEQUENA EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	57	57	56.653.494,00	54.788.902,66	22.146.987,90	294
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	9	19	53.469.258,00	39.411.079,07	14.382.100,95	79
	66	76	110.122.752,00	94.199.981,73	36.529.088,85	373
II QCA - PEQUENA EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	86,36%	75,00%	51,45%	58,16%	60,63%	78,82%
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	13,64%	25,00%	48,55%	41,84%	39,37%	21,18%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Refira-se, no entanto, a dinâmica e capacidade de investimento demonstrada pelas empresas de pequena dimensão. Observa-se que um número reduzido de empresas (13,6%) apresentou ¼ dos projetos de investimento. Contudo, o número de projetos aprovados representou 48,6% do Investimento total, 41,4% do Investimento elegível, 39,4% do Incentivo atribuído e 21,2% do número de postos de trabalho a criar.

Demonstra-se que as empresas de pequena dimensão que realizaram mais do que um projeto, e tendo um valor de Investimento total muito próximo das que realizaram apenas um projeto, não receberam em termos proporcionais o mesmo valor de Incentivo. Para além disso, registase que as empresas de pequena dimensão que realizaram mais do que um projeto de investimento não demonstram a mesma capacidade de criação de emprego das empresas de pequena dimensão que realizaram um projeto de investimento (21,2% e 78,8% respetivamente).

Tabela V.2.3.7 Número de projetos por empresa – média empresa

II QCA - MÉDIA EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	37	37	64.071.446,55	60.997.260,34	22.435.476,19	158
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	17	45	90.394.186,58	82.853.248,32	25.534.274,89	363
	54	82	154.465.633,13	143.850.508,66	47.969.751,08	521
II QCA - MÉDIA EMPRESA - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	68,52%	45,12%	41,48%	42,40%	46,77%	30,33%
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	31,48%	54,88%	58,52%	57,60%	53,23%	69,67%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Relativamente às empresas de média dimensão, a análise empírica apresenta uma realidade diferente da que se tem vindo a analisar nas empresas de menor dimensão. Regista-se uma maior preponderância de empresas que apresentaram apenas 1 projeto de investimento (68,5%), contudo estas empresas apresentaram 45,1% dos projetos, tendo sido responsáveis por 41,5% do Investimento total.

Comparativamente, as empresas que apresentaram mais do que 1 projeto de investimento (31,5%) realizaram 54,9% do total de projetos, tendo sido responsáveis por 58,5% do Investimento total. Refira-se que estas empresas demonstram uma grande capacidade de criação de emprego, comparativamente às empresas de média dimensão que apresentaram apenas 1 projeto. Em termos das variáveis, Investimento elegível e Incentivo atribuído, não existem grandes diferenças, em termos percentuais, com os valores obtidos de Investimento total.

Tabela V.2.3.8 Número de projetos por empresa – Não PME

II QCA - NÃO PME - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	7	7	20.772.757,65	19.922.816,01	5.758.978,79	12
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	7	24	45.332.807,91	44.642.789,01	12.721.537,63	55
	14	31	66.105.565,56	64.565.605,02	18.480.516,42	67
II QCA - NÃO PME - NÚMERO DE PROJECTOS POR EMPRESA						
	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INVESTIMENTO TOTAL	INVESTIMENTO ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS QUE REALIZARAM 1 PROJ INV	50,00%	22,58%	31,42%	30,86%	31,16%	17,91%
EMPRESAS QUE REALIZARAM MAIS 1 PROJ INV	50,00%	77,42%	68,58%	69,14%	68,84%	82,09%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

No que se refere, às empresas de maior dimensão, Não PME's, observa-se que 50% das empresas apresentaram um projeto de investimento e os restantes 50% apresentaram mais do que um projeto de investimento. No entanto, as empresas que apresentaram mais do que 1 projeto de investimento realizaram 77,4% do total de projetos, tendo sido responsáveis por 68,6% do Investimento total, 69,1% do Investimento elegível, 68,4% do Incentivo atribuído. Saliente-se o elevado número de postos de trabalho criados pelas empresas que realizaram mais do que 1 projeto de investimento, 82,1% do número total de postos de trabalho a criar.

Os resultados trazem evidência empírica para o facto de conforme aumenta a dimensão da empresa, maior capacidade as empresas demonstram para a realização de projetos e para a concretização de montantes de investimento superiores. Esta situação verifica-se também ao nível do Incentivo atribuído e do número de postos de trabalho a criar. Conclui-se que a **HI 5.3.9. 'As empresas de maior dimensão demonstram uma maior propensão para a realização de mais projetos de investimento e de investimento superior' é verdadeira.**

V.2.4 Número de empresas segundo a sua área de atividade

Os projetos de investimento realizados no período de 1994 - 1999, correspondente ao II QCA, centraram-se maioritariamente ao nível da CAE 55 Alojamento e Restauração. Neste período realizaram-se 196 *projetos* de investimento apresentados por 147 *empresas*. Os projetos

realizados implicaram um *investimento total* de 273.889.084,47 €, que originou um *Investimento elegível* de 256.139.153,92 € (93,5% do investimento total) e um *Incentivo* de 85.598.181,91 € (31,3% do investimento total), tendo sido criados 941 *postos de trabalho* (4,8 postos de trabalho por projeto).

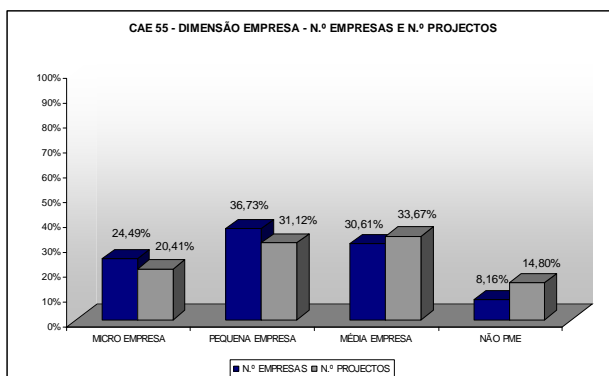


Gráfico V.2.4.1 Número de empresas e número de projetos – CAE 55

A análise das variáveis, número de empresas e número de projetos, permite observar que as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma enorme capacidade para a realização de

projetos de investimento, na medida em que 61,2% empresas de pequena (36,7%) e micro (24,5%) dimensão realizaram, respectivamente, 31,1% e 20,4% projetos de investimento, a que corresponde um total de 51,5%.

Contudo, as empresas de média e grande dimensão, apesar de serem em menor número, demonstram também uma grande dinâmica de realização de projetos, uma vez que 38,8% de empresas realizaram 48,5% do total de projetos na área do alojamento e restauração. Refira-se, neste caso, o papel desempenhado pelas empresas de média dimensão, onde 30,6% das empresas realizaram 33,7% do total de projetos, constituindo-se como a dimensão de empresas que mais projetos realizaram nesta área. Daqui se infere que a **HI 5.4.1. 'Na área do alojamento e restauração as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos'** é **inconclusiva**, dado que, apesar de representarem mais de 60% do total de empresas que investiram nesta área, o número de projetos executados por parte das empresas de pequena e micro dimensão ultrapassou ligeiramente os 51,5%.

Observa-se uma maior capacidade de investimento por parte das empresas de média e grande dimensão comparativamente às empresas de pequena e micro dimensão. Em termos de investimento total, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis por 68,84% do investimento realizado nesta área, o que demonstra uma elevada capacidade de investimento face ao número de empresas que realizaram projetos, 38,8%.

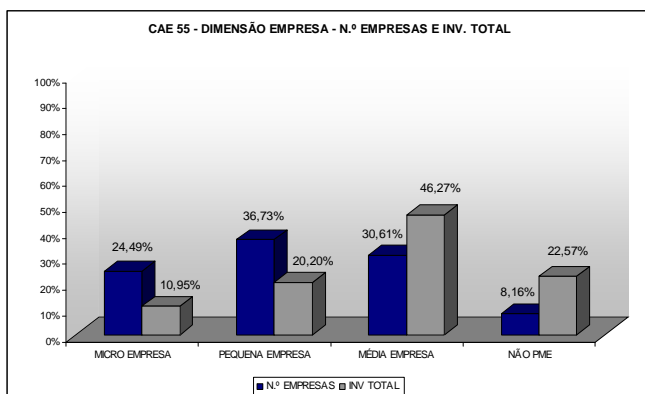


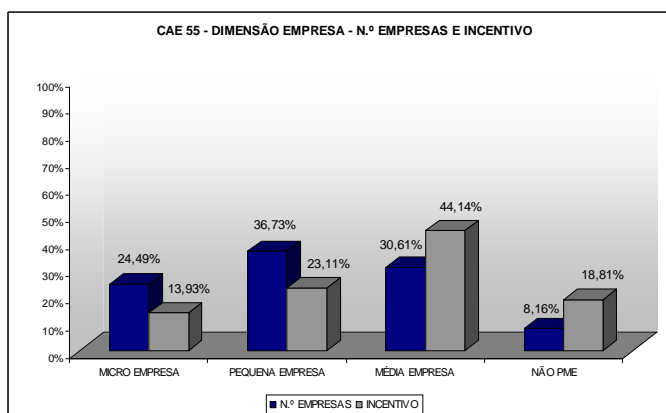
Gráfico V.2.4.2 Número de empresas e investimento total – CAE 55

Refira-se a importância demonstrada pelas empresas de média dimensão em termos de investimento. Estas empresas são responsáveis por quase 50% do investimento realizado na CAE

55, percentagem claramente superior à soma do investimento realizado nesta CAE por parte das empresas de pequena (20,2%) e micro (11%) dimensão. Esta percentagem evidencia ainda uma diferença significativa de capacidade de investimento entre as empresas de média e grande dimensão, na medida em que os investimentos realizados pelas empresas de média dimensão representam mais do dobro do investimento realizado por parte das empresas de grande dimensão. Conclui-se que a **HI 5.4.2. 'Na área do alojamento e restauração as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam' é verdadeira.**

Gráfico V.2.4.3 Número de empresas e incentivo – CAE 55

As empresas de média e grande dimensão absorvem a maior parte do incentivo atribuído, sendo que só as empresas de média dimensão absorvem 44% do incentivo total distribuído enquanto que as



empresas de grande dimensão absorvem 18,8%. Tendo por base de análise o número de empresas observa-se que as empresas de pequena e micro dimensão, apesar de representarem mais de 50% do total de empresas que investiram nesta área, absorvem apenas 37% do incentivo total, o que implica uma menor distribuição de incentivo para as empresas de reduzida dimensão. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.3. 'Na área do alojamento e restauração as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído' é falsa.**

Relativamente ao número de postos de trabalho a criar, observa-se que as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de mais de 50% do total de postos de trabalho, o que demonstra uma grande capacidade de criação de emprego por parte destas empresas. Contudo, uma análise cuidada permite observar que são as empresas de média dimensão as responsáveis pela elevada taxa de criação de emprego, uma vez que 30,61% das empresas são responsáveis pela criação de 46,55% do total de postos de trabalho. Contrariamente às empresas de grande dimensão em que 8,16% de empresas criam 5,84% dos postos de trabalho.

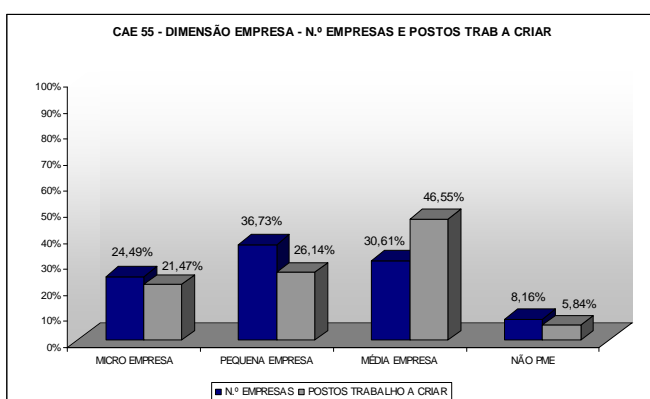


Gráfico V.2.4.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 55

As empresas de pequena e micro dimensão apresentam também taxas de criação de emprego interessantes, demonstrando uma vez mais a sua importância na criação de emprego ao nível desta área. As empresas de

micro dimensão (24,5%) são responsáveis pela criação de 21,8% dos postos de trabalho, e as empresas de pequena dimensão (36,7%) são responsáveis pela criação de 26,1% do total de postos de trabalho. Daqui se infere que a **HI 5.4.4. 'Na área do alojamento e restauração as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho'** é **inconclusiva**, sendo apenas verdadeira para o caso das empresas de média dimensão.

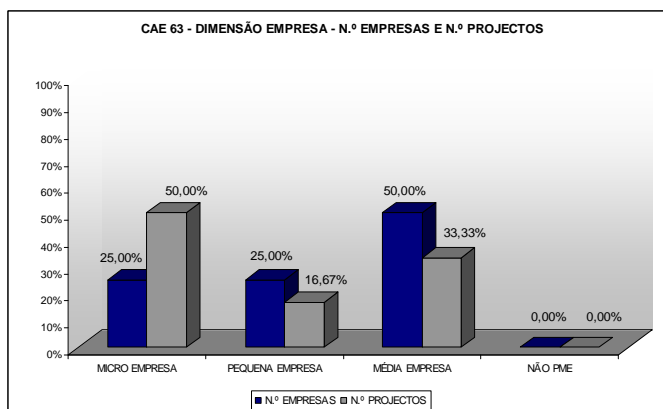
A CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e turismo constitui-se como uma das principais áreas de investimento do sector privado do turismo. No período de 1994-1999, realizaram-se 6 projetos de investimento por parte de 4 empresas na área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total de 3.964.156,38 €, que representou um investimento elegível de 3.931.245,70 €, (99,2% do investimento total) e um incentivo de 2.042.631,72 € (51,5% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 4 postos de trabalho (1,5 postos de trabalho por projeto).

A análise relativa a esta CAE 63 - Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e turismo, em termos da dimensão de empresa, irá centrar-se unicamente na análise

das empresas de média, pequena e micro dimensão, uma vez que não existem projetos realizados por empresas de grande dimensão. Deve-se também ter atenção o número reduzido de projetos realizados ao nível desta CAE, não sendo significativos em termos do total de projetos realizados no período de 1994-1999.

Gráfico V.2.4.5 Número de empresas e número de projetos – CAE 63

Observa-se uma grande dinâmica por parte das empresas de micro dimensão na realização de projetos de investimento, tendo realizado 50% dos projetos nesta área. Esta situação é tanto mais interessante



quando se verifica que as empresas de média dimensão (50% do total de empresas) realizaram 33,3% dos projetos de investimento, e as empresas de pequena dimensão (25% do total de empresas) realizaram apenas 16,67% dos projetos. Daqui se infere que a HI 5.4.5. 'As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento' é **verdadeira**, principalmente no que se refere às empresas de micro dimensão.

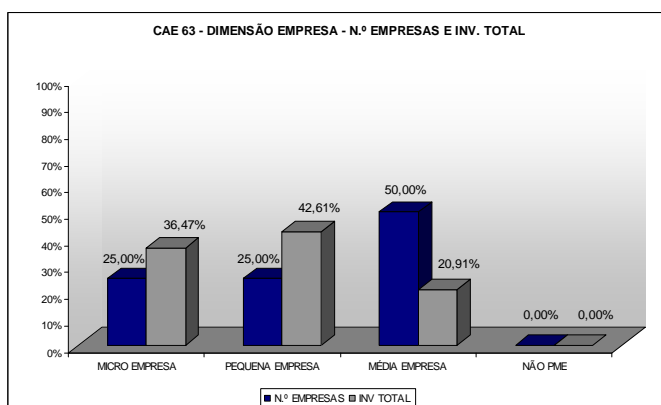


Gráfico V.2.4.6 Número de empresas e investimento total – CAE 63

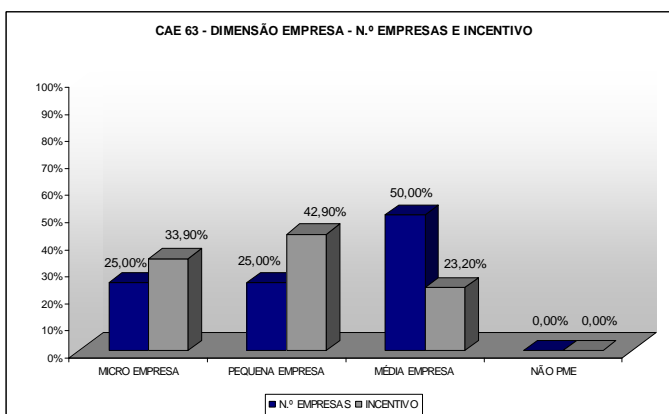
Considerando na análise a variável investimento total, verifica-se algumas alterações em termos de dimensão de empresa. As empresas de micro dimensão mantêm uma interessante dinâmica e capacidade

de investimento, apesar de inferior em termos percentuais à capacidade de realização de projetos. Da mesma forma, as empresas de média dimensão, demonstram dificuldades em termos de capacidade de investimento, dado que face ao número de empresas (50%) são responsáveis por apenas 20,9% do investimento total.

No entanto, as empresas de pequena dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, não evidenciada em termos do número de projetos. Considerando o número de empresas de pequena dimensão (25%), estas empresas foram responsáveis pela realização de 42,6% do investimento total nesta área, o que é demonstrativo da dinâmica de investimento que apresentam. Daqui se conclui que a HI 5.4.6. ‘As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é falsa.

Gráfico V.2.4.7 Número de empresas e incentivo – CAE 63

As empresas de pequena e micro dimensão absorveram a maior parte do incentivo atribuído. No entanto, as empresas de pequena dimensão demonstram uma maior capacidade de atração do incentivo, na medida



em que face ao número de empresas de pequena dimensão (25%) absorvem 42,9% do incentivo total, enquanto que as empresas de micro dimensão (25%) absorvem 33,9% do incentivo.

De salientar o facto de as empresas de média dimensão não terem absorvido mais do que 23,2% do incentivo, apesar de representarem 50% do total de empresas que investiram nesta área. Assim sendo, esta investigação permite concluir que a HI 5.4.7. ‘As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’ é verdadeira, dado que são as empresas de pequena e micro dimensão que absorvem mais de 75% do total de incentivo distribuído.

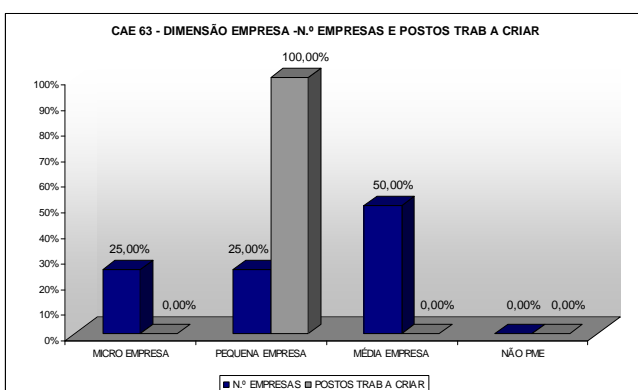


Gráfico V.2.4.8 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63

No que se refere ao número de postos de trabalho a criar, observa-se uma situação interessante, mas que ao mesmo tempo poderá colocar algumas dúvidas relativamente aos dados

existentes neste indicador. Apenas as empresas de pequena dimensão criam postos de trabalho com os projetos de investimento realizados. De facto, não sendo um item obrigatório de preenchimento em termos de candidatura, poderá originar alguns desvios da realidade. Contudo, a investigação aqui realizada, apesar de ser sensível a esta questão, pretende apenas analisar os dados obtidos. Nesse sentido, a HI 5.2.4.8 ‘Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de pequena e média dimensão demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego’ é **verdadeira**. No entanto, face aos dados existentes, deve ter-se algum cuidado nesta análise.

A CAE 92 – Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas representa aquilo que se apelida como o ‘software’ do turismo, sendo parte integrante da Conta Satélite do Turismo no eixo 6 – Serviços Culturais e eixo 7 – Desporto, recreação e lazer, constituindo-se como elementos da cadeia de valor do setor, e sendo, também, consideradas como uma das principais áreas de investimento do setor. No período de 1994-1999, realizaram-se 18 projetos de investimento por parte de 12 empresas da área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total 33.368.949,83 €, que representou um investimento elegível de 31.522.375,10 €, (94,5% do investimento total) e um incentivo de 10.427.080,37 € (31,3% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 78 postos de trabalho (4,3 postos de trabalho por projeto).

A análise relativa à CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas, em termos da dimensão de empresa, irá centrar-se unicamente na análise das empresas de média, pequena e micro dimensão, uma vez que não existem projetos realizados por empresas de grande dimensão nesta área. Deve-se também ter atenção o número reduzido de projetos realizados ao nível desta CAE, não sendo significativo em termos do total de projetos realizados no período de 1994-1999.

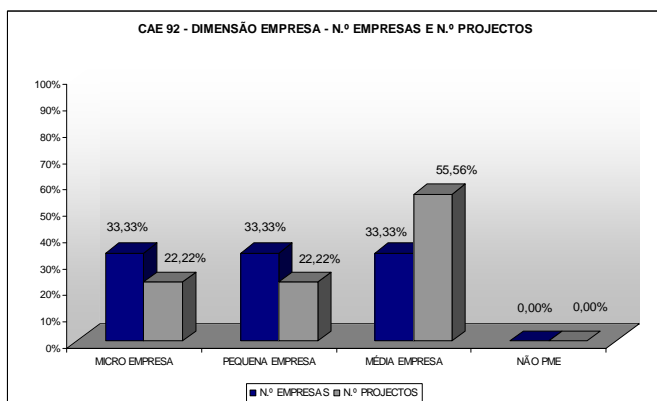


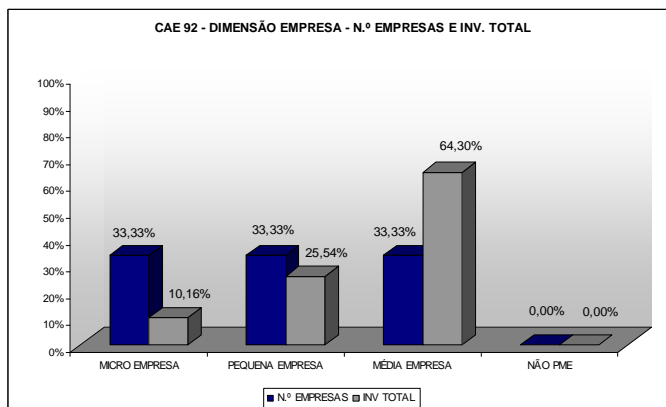
Gráfico V.2.4.9 Número de empresas e número de projetos – CAE 92

Observa-se uma maior dinâmica de realização de projetos por parte das empresas de média dimensão, dado que, existindo o mesmo número de empresas ao nível das várias

dimensões de empresa, regista-se a capacidade das empresas de média dimensão apresentarem o dobro dos projetos (55,6%) apresentados pelas empresas de pequena (22,2%) e micro dimensão (22,2%). Conclui-se que a **HI 5.4.9. ‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento’ é falsa.**

Gráfico V.2.4.10 Número de empresas e investimento total – CAE 92

Considerando o número de empresas e o investimento total realizado, observa-se uma maior preponderância por parte das empresas de média dimensão. As empresas de pequena e micro



dimensão são responsáveis por apenas 35,7% do investimento total, enquanto que as empresas de média dimensão realizaram 64,3% do investimento nesta área. Refira-se que para o mesmo número de empresas, as empresas de micro dimensão realizaram apenas 10% do total de investimento, valores consideravelmente baixos face aos investimentos realizados pelas empresas de média dimensão. Por sua vez, as empresas de pequena dimensão são responsáveis por ¼ do investimento total realizado nesta área. Daqui se infere que a **HI 5.4.10. ‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.**

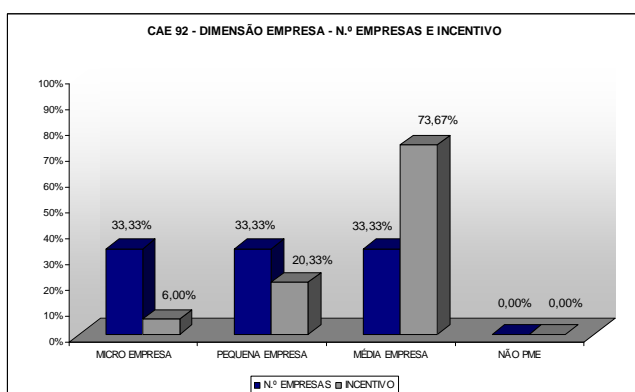


Gráfico V.2.4.11 Número de empresas e incentivo – CAE 92

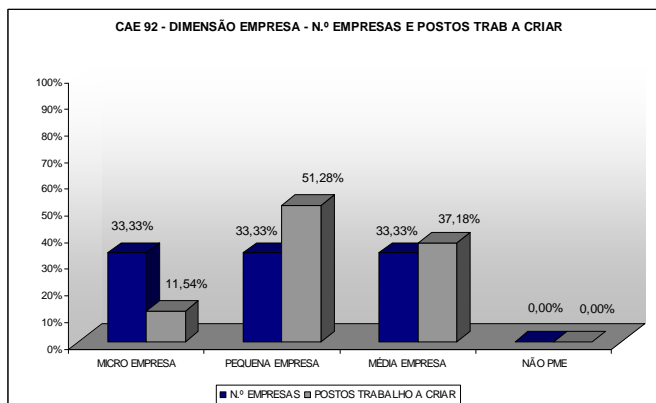
Registe-se também a enorme capacidade de atração de incentivo por parte das empresas de média dimensão, dado que para 33,3% das empresas obtiveram um incentivo de

73,7%. Contrariamente, as empresas de micro dimensão (33,3%) obtiveram apenas 6% de incentivo para os projetos de investimento que realizaram, enquanto que as empresas de pequena dimensão (33,3%) absorveram 20,3% do incentivo. Observa-se um apoio direcionado

às empresas de média dimensão em detrimento das empresas de pequena e micro dimensão. Assim sendo, conclui-se que a HI 5.4.11. *‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’ é falsa.*

Gráfico V.2.4.12 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92

Relativamente à variável número de postos de trabalho a criar, regista-se a grande dinâmica apresentada pelas empresas de pequena dimensão na criação de emprego, tendo criado mais de 50% do total



de postos de trabalho nesta área. A taxa de criação de emprego por parte das empresas de média dimensão (37,2%) reflete também alguma dinâmica contudo, face ao incentivo recebido e ao investimento realizado fica um pouco aquém do que seria desejável. As empresas de micro dimensão, no que se refere a esta área de atividade, apresentam algumas dificuldades na criação de emprego, atingindo apenas os 11,5% do total de emprego criado. Esta investigação permite concluir que a HI 5.4.12. *‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’ é falsa.*

V.2.5 Localização do Investimento segundo a Sede de Empresa

A base de dados SIDReg que possui informação sobre os Investimentos realizados na área do turismo no período de 1994-1999, não existe informação sobre a área sede da empresa. As variáveis de localização que possui referem-se à área onde o projeto de investimento foi realizado. Contudo a localização do projeto poderá não ser a mesma da localização da sede da empresa, daí haver todo o interesse em analisar pormenorizadamente esta questão.

Contudo, pode deduzir-se que o investimento realizado no período 1994-1999 pelas empresas do setor terá sido realizado maioritariamente na área sede da empresa, uma vez que grande parte dos investimentos foram realizados na área do alojamento e dizem respeito a

remodações e adaptações de edifícios. Assim o demonstra o estudo de Avaliação do II QCA – Componente do Turismo, realizado pela Universidade de Aveiro. Assim sendo, e para este período iremos considerar a área onde se localiza o investimento como a área sede da empresa.

Tabela V.2.5.1 Total de projetos da ENATUR

PROJECTOS DA ENATUR - TOTAL				
CONCELHO	NUT III	NUT II	ENTIDADE	N.º PROJECTOS
MIRANDA DO DOURO + BRAGANÇA (3)	ALTO TRÁS-OS-MONTES	NORTE	ENATUR	4
VIEIRA DO MINHO + GUIMARÃES	AVE	NORTE	ENATUR	2
LAMEGO + ALLJÓ (3)	DOURO	NORTE	ENATUR	4
VIANA DO CASTELO (2)	MINHO-LIMA	NORTE	ENATUR	2
AMARES (3)	CÁVADO	NORTE	ENATUR	3
TONDELA (4)	DÃO-LAFÕES	CENTRO	ENATUR	4
BATALHA	PINHAL LITORAL	CENTRO	ENATUR	1
OLIVEIRA DO HOSPITAL (2)	PINHAL INTERIOR	CENTRO	ENATUR	2
MANTEIGAS	BEIRA INTERIOR	CENTRO	ENATUR	1
LISBOA	GRANDE LISBOA	LVT	ENATUR	2
TOMAR	MÉDIO TEJO	LVT	ENATUR	1
ÓBIDOS	OESTE	LVT	ENATUR	1
SETÚBAL	PENINSULA DE SETÚBAL	LVT	ENATUR	2
ELVAS (2) + CRATO (2) + MARVÃO + PORTALEGRE	ALTO ALENTEJO	ALENTEJO	ENATUR	6
BEJA (4)	BAIXO ALENTEJO	ALENTEJO	ENATUR	4
ODEMIRA (4) + ALCÁCER SAL (4) + SANTIAGO CACÉM	ALENTEJO LITORAL	ALENTEJO	ENATUR	9
ARRAIÓLOS (3) + VILA VIÇOSA (2) + ÉVORA	ALENTEJO CENTRAL	ALENTEJO	ENATUR	6
SÃO BRÁS DE ALPORTEL (2)	ALGARVE	ALGARVE	ENATUR	2
				56

A análise de dados demonstra também que apesar de se considerar que o local de investimento é o mesmo da sede de empresa, surgem situações em que a mesma empresa apresenta diferentes locais de investimento, sem disponibilizar informações relativamente à área de sede da empresa. Veja-se o exemplo dos projetos da ENATUR, com sede em Lisboa, que apresentam diversos projetos de investimento por NUT II e NUT III. Para além disso, numa menor escala, os casos de algumas empresas que investiram na área do turismo neste período, a saber, HOBAL – Gestão Turística, Lda.; Armindo Correia; GALBOR – Investimentos e Construções, SAVIOTTI – Empreendimentos Turísticos; VILA GALÉ – Sociedade de Empreendimentos; HOTELGAL – Sociedade de Hotéis de Portugal.

No entanto, caso se considere pertinente é possível fazer uma análise da localização das empresas tendo por base duas premissas:

- (i) Considerar que a sede da empresa se localiza na mesma área onde foi efetuado o investimento;
- (ii) Retirar da análise, as situações apresentadas anteriormente, ENATUR; HOBAL; Armindo Correia; GALBOR; SAVIOTTI; VILAGALÉ; HOTELGAL.

V.3 Perfil do Investimento no III QCA – Período de 2000 a 2006

O período de investimento 200-2006 refere-se ao período de vigência do III QCA. A informação obtida para a análise do investimento no período considerado foi disponibilizada pelo Gabinete PRIME. Pretende-se neste secção realizar a análise do investimento para o período de 2000-2006, na sequência da análise já efetuada no II QCA, correspondente ao período de 1994-1999, ao nível das seguintes áreas, (i) número de empresas segundo a sua dimensão e número de projetos; (ii) localização das empresas por NUT II; (iii) número de projetos por empresa segundo a sua dimensão; (iv) número de empresas segundo a sua área de atividade; e (v) localização do investimento segundo a sede de empresa.

V.3.1 Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos

No período de 2000-2006, e de acordo com a análise efetuada à base de dados disponibilizada pelo gabinete PRIME, entidade responsável pela coordenação das candidaturas de investimento ao sistema de incentivos PRIME do III QCA, 1.640 empresas obtiveram projetos aprovados por este sistema de incentivo.

As empresas que obtiveram financiamento aprovado no sistema de incentivos PRIME do III QCA, realizaram 1.737 projetos tendo sido responsáveis por um Investimento total de 1.691.835.218,59 € o que originou um Investimento Elegível de 1.489.769.516,56 €, tendo obtido um Incentivo de 604.089.630,38 €. Para além disso, as empresas que obtiveram financiamento, foram responsáveis pela criação de 7.332 postos de trabalho.

Tabela V.3.1.1 Investimento no período 2000-2006 segundo a dimensão de empresa

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA DIMENSÃO, N.º PROJECTOS, INV TOTAL, INV ELEGÍVEL, INCENTIVO E POSTOS TRAB A CRIAR						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.092	1.122	137.500.599,46	130.744.287,64	64.064.855,39	1.124
PEQUENA EMPRESA	377	403	491.778.695,13	451.950.997,68	190.069.336,40	2.746
MÉDIA EMPRESA	50	58	419.035.824,85	330.682.153,71	102.403.043,49	1.398
NÃO PME	35	45	454.944.790,17	399.610.332,04	117.433.602,89	2.059
NÃO APLICÁVEL	62	85	185.248.576,42	173.483.065,31	128.421.018,83	5
BLANKS	24	24	3.326.732,56	3.298.680,18	1.697.773,38	0
	1.640	1.737	1.691.835.218,59	1.489.769.516,56	604.089.630,38	7.332

Observa-se que 66,6% das empresas que obtiveram projetos aprovados eram micro empresas, tendo obtido financiamento para um total de 1.122 projetos de investimento. As pequenas empresas (23% do total de empresas) foram responsáveis por 23,2% dos projetos aprovados (403 projetos). Considerando o total de empresas e o número de projetos aprovados, demonstra-se que as empresas de pequena e micro dimensão foram responsáveis por 87,8% do total de

projetos aprovados. Refira-se que as pequenas e micro empresas representam 89,6% das empresas que apresentaram projetos de investimento.

Tabela V.3.1.2 Investimento no período de 2000-2006 segundo a dimensão de empresa (%)

DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	66,6%	64,6%	8,1%	8,8%	10,6%	15,3%
PEQUENA EMPRESA	23,0%	23,2%	29,1%	30,3%	31,5%	37,5%
MÉDIA EMPRESA	3,0%	3,3%	24,8%	22,2%	17,0%	19,1%
NÃO PME	2,1%	2,6%	26,9%	26,8%	19,4%	28,1%
NÃO APLICÁVEL	3,8%	4,9%	10,9%	11,6%	21,3%	0,1%
BLANKS	1,5%	1,4%	0,2%	0,2%	0,3%	0,0%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nesse sentido, conclui-se que a **HI 5.1.1.** *‘As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de financiamento’*, é **verdadeira**. Demonstra-se (ver tabela V.3.1.2) que 87,8% dos projetos aprovados no âmbito do PRIME, foram realizados por empresas de pequena e micro dimensão.

As empresas de maior dimensão, considerando aqui as Médias empresas e as Não PME, que representam 5,1% do total de empresas (85 empresas) que apresentaram projetos de investimento, obtiveram 5,9% do total de projetos aprovados (103 projetos). Daqui se infere, e considerando que os sistemas de incentivo disponibilizados no âmbito do PRIME se encontravam direcionados para as pequenas e micro empresas, a grande dinâmica que as pequenas e micro empresas possuem no que se refere à apresentação e obtenção de financiamento para os seus projetos.

A análise efetuada permite concluir que a **HI 5.1.2.** *‘As empresas que concorrem a financiamento do PRIME são maioritariamente de pequena e micro dimensão’*, é **verdadeira**, uma vez que considerando a variável *dimensão empresarial*, observa-se que são as pequenas e micro empresas que concorrem maioritariamente ao sistema de incentivos do PRIME. Contudo, no que se refere às restantes variáveis (Investimento total, Investimento elegível, Incentivo e Postos de Trabalho a criar) a situação que se observa já é diferente.

As empresas de micro dimensão, apesar de representarem mais de 65% do total de empresas e de apresentarem um elevado número de projetos (1.122 projetos), no que se refere ao volume de investimento, a importância das empresas de micro dimensão não é tão preponderante. No que se refere ao Investimento total e ao Investimento elegível, as micro empresas foram responsáveis por 8,1% e 8,8% respetivamente do total de Investimento realizado nessas rubricas.

O Incentivo obtido (10,6%), apesar de ligeiramente superior em termos percentuais, aos valores do Investimento total e do Investimento elegível ficou também aquém da dinâmica observada em termos do número de projetos aprovados. O mesmo se pode concluir em relação à variável número de postos de trabalho a criar. No entanto, neste caso demonstra-se que as micro empresas com um número de projetos aprovados superior, mas com um Investimento total e Incentivo inferior às empresas de Média dimensão, conseguem criar um número de postos de trabalho muito próximo (tabela V.3.1.2).

As pequenas empresas demonstram uma grande capacidade, não só de apresentação de projetos de investimento (apresentaram 23,2% do total de projetos), como também de investimento e criação de postos de trabalho. Observa-se que o total de projetos apresentados pelas empresas de pequena dimensão refletem-se também em termos de Investimento total e consequentemente no Investimento elegível, uma vez que apresentaram 23,2% do total de projetos aprovados, tendo sido responsáveis por 29,1% do Investimento total e 30,3% do Investimento elegível. O investimento realizado permitiu a obtenção de 31,5% do Incentivo. As empresas de pequena dimensão, são também responsáveis pela criação de 37,5% dos postos de trabalho a criar.

As empresas de maior dimensão, *Média empresa* e *Não PME*, são responsáveis por 51,7% do Investimento total e 49% do Investimento Elegível, sendo que os valores realizados pelas *Não PME's* são ligeiramente superiores aos das empresas de *Média dimensão*. Daqui se infere que a **HI 5.1.3**. *‘As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’* é **verdadeira**. As empresas de *Média e Grande dimensão* apresentaram um número reduzido de projetos, comparativamente ao total de projetos realizados, no entanto, são responsáveis por mais de 50% do Investimento total realizado na área do turismo no período de 2000 a 2006.

Esta tese permite concluir que o Incentivo obtido por estas empresas não reflete o Investimento realizado, uma vez que a percentagem de Incentivo obtida é inferior à percentagem de Investimento realizado. Para além disso, o total de Incentivo obtido pelas empresas de maior dimensão (36,4%, a que corresponde 17% empresas média dimensão e 19,4% Não PME's) é apenas ligeiramente superior ao Incentivo obtido pelas empresas de pequena dimensão (31,5%). Daqui se conclui que houve uma iniciativa clara de atribuir mais Incentivo às empresas de menor dimensão do que às empresas de maior dimensão tendo como elemento de comparação o Investimento total realizado por estas empresas.

A **HI 5.1.4.** ‘*As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído*’ é **verdadeira**. Demonstra-se que, as empresas de Média e Grande dimensão apesar de terem realizado mais de 50% do Investimento Total, a percentagem de Incentivo atribuído foi claramente inferior, atingindo 36,4% do total de Incentivo atribuído.

Demonstra-se também pela análise efetuada que face aos valores percentuais de Investimento total e de Incentivo, as Não PME são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho (28,1% do total de postos de trabalho a criar), inferior às empresas de pequena dimensão, mas claramente superiores às empresas de Média dimensão, que com valores muito próximos de Número de Projetos, de Investimento total e de Incentivo recebido não conseguem criar o mesmo número de postos de trabalho. As médias empresas são responsáveis pela criação de 1.398 postos de trabalho, enquanto que as Não PME conseguem criar 2.059 postos de trabalho.

A criação de emprego é um aspeto central na análise de projetos de investimento. A dimensão das empresas tem claramente influência na dinâmica de criação de emprego. A análise empírica demonstra que as empresas de menor dimensão apresentam um maior número de projetos, contudo, são as empresas de maior dimensão que realizam os maiores investimentos. Uma vez que demonstram uma maior capacidade de investimento definiu-se como Hipótese, **HI 5.1.5.**, ‘*As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho*’.

Contudo, os resultados obtidos permitem concluir que as pequenas e micro empresas apresentam uma maior dinâmica na criação de postos de trabalho, comparativamente às empresas de média e grande dimensão. A Hipótese **HI 5.1.5** é **falsa**, na medida em que estas empresas de menor dimensão, desenvolvem mais projetos, com um investimento total claramente inferior, mas demonstram uma grande capacidade de criação de emprego rivalizando com os dados obtidos pelas empresas de maior dimensão.

Refira-se também a situação denominada de *Não Aplicável* em termos de dimensão de empresa. As entidades aqui consideradas representam maioritariamente o setor público do turismo. Os projetos aqui aprovados têm como entidades proponentes, o Instituto de Financiamento de Apoio ao Turismo, a Direção Geral de Turismo, o ICEP, a ENATUR, Regiões de Turismo, Associações Privadas e Públicas do Setor e Câmaras Municipais.

Estas entidades que representam o setor público e privado do turismo são responsáveis pela candidatura de 4,9% (85 projetos) do total de projetos aprovados. Os projetos aqui considerados permitiram um investimento total de 185.243.576,42 € (10,9% do total de Investimento) a que correspondeu 173.483.065,31 € do Investimento Elegível (11,6%).

Contudo, observa-se que relativamente ao Incentivo recebido, estas entidades apesar de terem um Investimento Total e Investimento Elegível inferior às empresas de média dimensão e Não PME e muito próximo daquele que foi o investimento realizado pelas micro empresas, em termos de Incentivo recebido este foi claramente superior ao obtido pelas micro empresas e também superior, mas em menor dimensão, ao que foi obtido pelas empresas de Média dimensão e Não PME.

Considerando também na análise, os números de postos de trabalho a criar, e de acordo com os dados obtidos, demonstra-se que estas entidades não foram responsáveis pela criação de emprego. Refira-se que neste caso em concreto possa haver alguma incorreção na inserção ou disponibilização de dados, o que permite concluir que o Investimento realizado por estas entidades não tinha como objetivo a criação de emprego, dado não ter sido dada a devida atenção a este indicador, como previsivelmente terá sido dada à informação disponibilizada pelas entidades do setor privado.

V.3.2 Localização das Empresas por NUT II

A localização geográfica das empresas que realizam investimentos na área do turismo, permite aferir a capacidade e dinâmica das regiões onde estas empresas se inserem, dimensão e estrutura empresarial, questões importantes na análise estrutural do setor e que tem implicações para o crescimento e desenvolvimento do turismo ao nível dessas áreas. No período do III QCA, 2000 a 2006 foram aprovados 1.737 projetos de investimento na área do turismo, realizados por 1.640 empresas.

A análise de dados demonstra diferenças significativas ao nível da capacidade e dinâmica empresarial das empresas com sede nas várias NUT II que compõem o território nacional. A *região Norte* apresenta uma grande vitalidade do seu tecido empresarial da área do turismo, onde 636 empresas (38,8%) obtiveram aprovação de 663 (38,2%) projetos de investimento.

Relativamente aos restantes indicadores, as empresas sedeadas na região Norte, são responsáveis por 1/5 do Investimento, 18,4% do Investimento total, 19,4% do Investimento elegível, 19,1% do Incentivo e 21,9% dos Postos de trabalho a criar.

Tabela V.3.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA LOCALIZAÇÃO POR NUT II, N.º PROJECTOS, INV. TOTAL, INV. ELEGÍVEL, INCENTIVO E POSTOS TRAB A CRIAR						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
NORTE	636	663	311.452.248,68	289.151.542,72	115.429.795,60	1.603
CENTRO	299	311	177.981.141,70	158.240.317,54	68.350.128,54	884
LVT	307	344	485.479.124,99	398.174.056,93	197.726.409,62	1.651
ALENTEJO	172	176	106.468.578,09	98.662.234,29	34.097.795,12	709
ALGARVE	113	126	204.120.250,54	185.413.264,65	63.015.811,13	962
AÇORES	50	51	195.187.534,03	173.300.482,34	58.312.064,06	893
MADEIRA	63	66	211.146.340,56	186.827.618,09	67.157.626,31	630
	1.640	1.737	1.691.835.218,59	1.489.769.516,56	604.089.630,38	7.332

A Região Centro e a Região de LVT apresentam valores muito próximos nos indicadores número de empresas e número de projetos. Na Região Centro 18,2% (299 empresas) do total de empresas realizaram 17,9% (311 projetos) dos projetos de Investimento aprovados, enquanto que na Região LVT 18,7% (307 empresas) das empresas realizaram 19,8% dos projetos (344 projetos).

Tabela V.3.2.2 Número de empresas e número de projetos por NUT II (%)

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA LOCALIZAÇÃO POR NUT II, N.º PROJECTOS, INV. TOTAL, INV. ELEGÍVEL, INCENTIVO E POSTOS TRAB A CRIAR						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
NORTE	38,8%	38,2%	18,4%	19,4%	19,1%	21,9%
CENTRO	18,2%	17,9%	10,5%	10,6%	11,3%	37,4%
LVT	18,7%	19,8%	28,7%	26,7%	16,9%	22,5%
ALENTEJO	10,5%	10,1%	6,3%	6,6%	5,6%	9,7%
ALGARVE	6,9%	7,3%	12,1%	11,7%	10,4%	13,1%
AÇORES	3,0%	2,9%	11,5%	11,7%	9,7%	12,2%
MADEIRA	3,8%	3,8%	12,5%	12,5%	11,1%	9%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

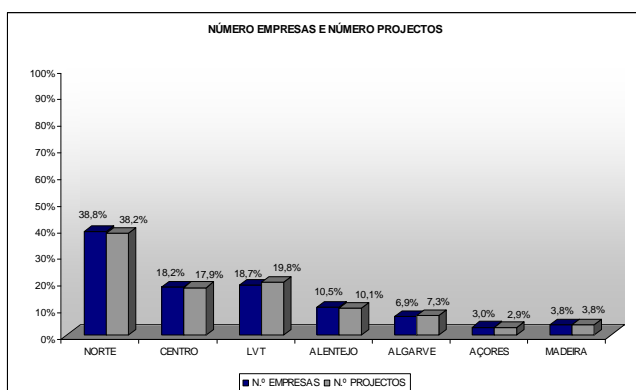


Gráfico V.3.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II

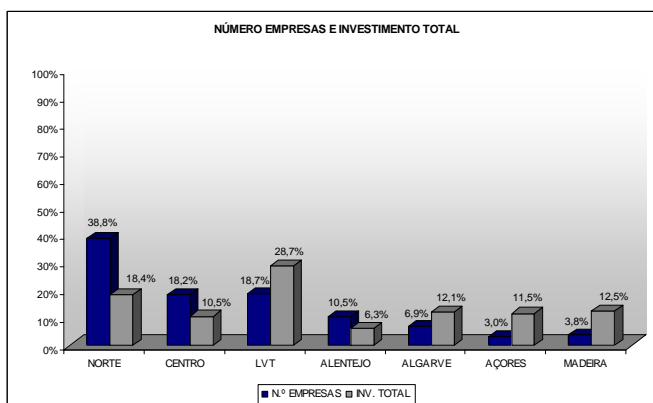
Comparativamente às restantes regiões, Algarve, Açores e Madeira, a região do Alentejo apresenta uma maior dinâmica ao nível empresarial. Regista-se que 10,5% das empresas

que concorreram ao PRIME estão sedeadas nesta área tendo obtido 10,1% do total de projetos aprovados. As regiões do Algarve, Açores e Madeira realizaram 7,3%, 2,9% e 3,8% do total de projetos aprovados, aos quais concorreram, respetivamente 6,9%, 3% e 3,8% do total de empresas.

A análise de dados permite concluir que a **HI 5.2.1. 'A maior parte dos projetos de investimento realizam-se nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira'** é **falsa**. As regiões NUT II do Algarve e da Madeira registam uma taxa de concretização de projetos de investimento muito baixa comparativamente às restantes regiões NUT II, e para além disso, a região de LVT, apesar de apresentar uma razoável percentagem de projetos executados, é contudo inferior aos valores registados na região Norte e igual ao valor observado na região Centro.

Gráfico V.3.2.2 Número de empresas e investimento total

Contudo, ao nível dos Indicadores Investimento total e Investimento elegível observa-se uma diferença significativa entre os montantes de investimento realizados. Verifica-se que 28,7% do Investimento total e



26,7% do Investimento elegível foi realizado na região LVT enquanto que na região Centro o Investimento total ficou-se pelos 10,5% e o Investimento elegível atingiu os 10,6%. Contudo, em termos de investimento total a situação altera-se. As regiões do Algarve, Açores e Madeira são responsáveis por 12,1%, 11,5% e 12,5% respetivamente, do Investimento total, enquanto que na região do Alentejo o Investimento total quedou-se pelos 6,3%. Daqui se infere que a **HI 5.2.2. 'O investimento é realizado maioritariamente por empresas que se localizam na região NUT II de LVT'** é **verdadeira**.

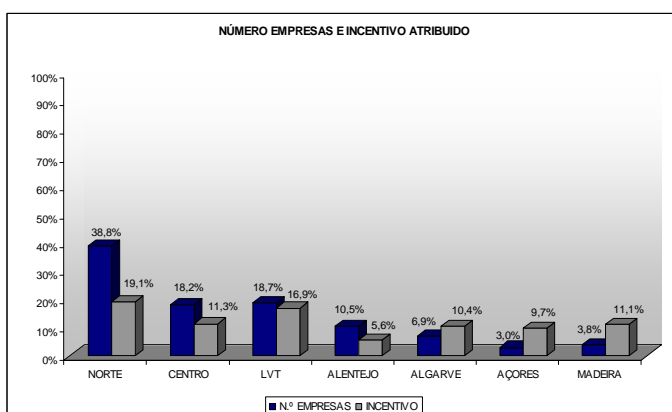


Gráfico V.3.2.3 Número de empresas e incentivo atribuído por NUT II

Denota-se também uma diferença significativa ao nível do Incentivo atribuído. A análise de dados demonstra que apesar do elevado investimento realizado, as empresas na região de LVT não

receberam a maior parte do incentivo atribuído. Face a um investimento total próximo dos 30%, as empresas sedeadas nesta região obtiveram apenas 16,9% do Incentivo atribuído neste período. O que comparativamente às regiões Norte e Centro não se observa a mesma

proporcionalidade. As empresas na região Norte, com um Investimento total de 18,4% receberam um Incentivo de 19,1%, e as empresas sediadas na região Centro, com um Investimento total de 10,5% absorveram 11,3% do Incentivo.

Nas regiões NUT II do Algarve e da Madeira uma análise comparativa entre o investimento total realizado e o incentivo atribuído permite observar uma ligeira diminuição em termos percentuais do incentivo face ao investimento realizado. No entanto, tendo por base o número de empresas face ao incentivo atribuído regista-se a atribuição de um maior incentivo por projeto nestas duas regiões. A análise permite concluir que a **HI 5.2.3. 'As empresas sediadas nas regiões de LVT, Algarve e Madeira absorvem a maior parte do incentivo atribuído'** é **falsa**, considerando que o montante de incentivo atribuído tem em atenção o total de investimento.

Esta situação reflete-se também ao nível do Investimento elegível e do Incentivo atribuído na região do Alentejo, sendo esta a região que menos Incentivo recebeu tendo em consideração o número de empresas que concorreram e o número de projetos aprovados. Conclui-se que as empresas sediadas na região do Alentejo apresentaram mais projetos, mas de menor investimento do que os projetos apresentados pelas empresas sediadas nas regiões do Algarve, Açores e Madeira.

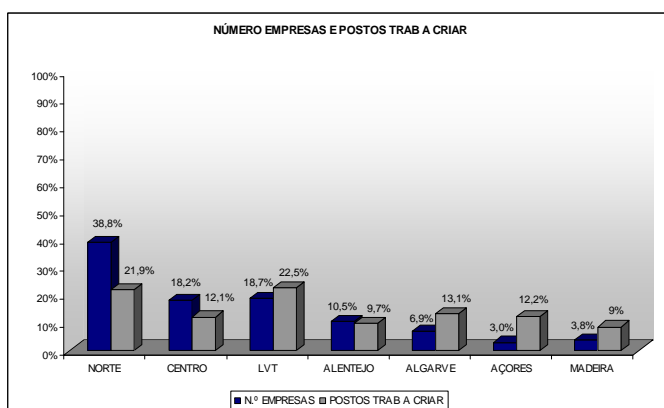


Gráfico V.3.2.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar

De salientar a capacidade demonstrada pelas empresas sediadas na região Norte para a criação de postos de trabalho. Os projetos de investimento aprovados para esta região irão permitir a

criação de 1.603 postos de trabalho, o que comparativamente ao Investimento realizado na região de LVT (28,7%) e o número de postos de trabalho a criar (1.651 postos de trabalho), demonstra bem a dinâmica das empresas sediadas nesta região na criação de emprego. Infere-se que a **HI 5.2.4. 'As empresas sediadas na região NUT II Norte demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego'** é **verdadeira**. Contudo, deve-se ter em atenção a clara diferença que se observa entre a percentagem de postos de trabalho a criar e a percentagem de empresas que investiram no turismo.

V.3.3 Número de Projetos por Empresa segundo a sua Dimensão

Observa-se que mais de 95% das empresas que realizaram projetos de investimento no período de 2000-2006, apenas candidataram um projeto, tendo sido responsáveis por 90,8% (1.577 projetos) dos projetos de investimento aprovados. Apenas 3,8% (63 empresas) das empresas é que realizaram mais de um projeto de investimento neste período, tendo obtido aprovação em 9,2% do total de projetos (160 projetos).

Tabela V.3.3.1 Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão

DESCRIÇÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS 1 PROJ INV	1.577	1.577	1.278.025.453,05	1.111.879.050,73	442.934.147,09	5.915
EMPRESAS + 1 PROJ INV	63	160	413.809.765,54	377.890.465,83	161.155.483,29	1.417
	1.640	1.737	1.691.835.218,59	1.489.769.516,56	604.089.630,38	7.332

Daqui se infere que a **HI 5.3.1. 'As empresas do setor do turismo quando concorrem a Incentivos Financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto de investimento'** é **verdadeira**, dado que mais de 95% das empresas que concorreram a Incentivos Financeiros apresentaram apenas 1 projeto de investimento.

No entanto, tendo por base a análise do Investimento total efetuado verifica-se que as empresas que realizaram apenas um projeto, investiram 1.278.025.453,05 € que corresponde a 75,5% do Investimento total, enquanto que as empresas que realizaram mais de um projeto de investimento (3,8% das empresas), responsáveis por 9,2% dos projetos aprovados (160 projetos) realizaram um investimento de 413.809.765,54 € que representa 24,5% do Investimento total realizado neste período.

Daqui se infere que, apesar do reduzido número de empresas que apresentaram mais de um projeto de investimento, e tendo também em atenção que esses projetos não ultrapassam os 10% do total de projetos, essas empresas demonstram uma maior dinâmica e capacidade de investimento, uma vez que são responsáveis por ¼ do Investimento total realizado no período de 2000-2006 e cerca de 20% dos postos de trabalho a criar, tendo obtido um Incentivo ligeiramente superior a 25% do total de Incentivo atribuído neste período. Conclui-se que a **HI 5.3.2. 'As empresas que apresentam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas que apresentam apenas 1 projeto'** é **verdadeira**.

Tabela V.3.3.2 Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão (%)

DESCRIÇÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS 1 PROJ INV	96,2%	90,8%	75,5%	74,6%	73,3%	80,7%
EMPRESAS + 1 PROJ INV	3,8%	9,2%	24,5%	25,4%	26,7%	19,3%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Assim sendo, é importante analisar qual a dimensão das empresas que realizaram um projeto de investimento ou mais do que um projeto de investimento. Conforme foi referido, as empresas com maior dinâmica e que apresentaram mais do que um projeto de investimento demonstraram também uma maior capacidade de Investimento.

Tabela V.3.3.3 Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA DIMENSÃO, COM 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.064	1.064	126.468.424,77	120.327.431,18	59.288.854,96	1.004
PEQUENA EMPRESA	358	358	416.484.324,22	382.863.510,76	161.037.703,54	2.286
MÉDIA EMPRESA	43	43	329.055.896,94	247.255.397,55	80.204.702,93	996
NÃO PME	30	30	286.330.398,19	248.839.994,87	71.482.580,66	1.624
NÃO APLICÁVEL	58	58	116.359.676,37	109.294.036,19	69.222.531,62	5
BLANKS	24	24	3.326.732,56	3.298.680,18	1.697.773,38	0
	1.577	1.577	1.278.025.453,05	1.111.879.050,73	442.934.147,09	5.915

A análise da tabela V.3.3.4 permite referir que 90,2% das empresas (1.422 empresas – ver tabela V.3.3.3) que apresentaram apenas um projeto de investimento são de pequena ou micro dimensão, das quais, 67,5% são micro empresas e 22,7% são pequenas empresas. A análise de dados permite concluir que a **HI 5.3.3. 'As empresas que apresentam 1 projeto de investimento são maioritariamente de pequena e micro dimensão'** é **verdadeira**, na medida em que mais de 90% das empresas que apresentaram apenas 1 projeto de investimento são de pequena e micro dimensão.

Em termos de investimento total a sua importância não é tão significativa, uma vez que as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis por 42,5% do Investimento total e 45,2% do Investimento elegível, o que não reflete a sua preponderância em termos do número de projetos. De salientar, contudo, a importância das pequenas empresas que face ao número de projetos que apresentam (22,7% do total de projetos) demonstram uma elevada capacidade de investimento (32,6% do investimento total), tendo sido as empresas que mais investiram neste período. Daqui se infere que a **HI 5.3.4. 'As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento'** é **inconclusiva**.

Relativamente ao Incentivo recebido e ao Número de postos de trabalho a criar, a importância das empresas de pequena e micro dimensão acentua-se, tendo obtido 49,8% do Incentivo

total atribuído e ter a capacidade para criar 55,6% do total de postos de trabalho a criar com os projetos de investimento realizados.

Regista-se que as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego do que as empresas de média ou grande dimensão. Conclui-se então que a **HI 5.3.6. 'As empresas de maior dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de menor dimensão' é falsa.**

Da mesma forma que na secção anterior, demonstra-se nesta análise a importância das pequenas empresas nas várias variáveis em análise comparativamente às restantes empresas de micro ou de maior dimensão. Esta preponderância verifica-se principalmente ao nível do Investimento total (32,6%), do Investimento elegível (34,4%), do Incentivo atribuído (36,4%) e do Número de postos de trabalho a criar (38,6%).

Tabela V.3.3.4 Empresas com 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa (%)

DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	67,5%	67,5%	9,9%	10,8%	13,4%	17%
PEQUENA EMPRESA	22,7%	22,7%	32,6%	34,4%	36,4%	38,6%
MÉDIA EMPRESA	2,7%	2,7%	25,7%	22,3%	18,1%	16,8%
NÃO PME	1,9%	1,9%	22,4%	22,4%	16,1%	27,5%
NÃO APLICÁVEL	3,7%	3,7%	9,1%	9,8%	15,6%	0,1%
BLANKS	1,5%	1,5%	0,3%	0,3%	0,4%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Em relação às empresas de maior dimensão, Médias empresas ou Não PME, observa-se uma percentagem pouco significativa de empresas que apresentaram 1 projeto de investimento, o que é natural face ao peso significativo das empresas de pequena e micro dimensão ao nível desta variável.

Conforme já foi referido na secção anterior, ao nível das variáveis, Investimento total e Investimento elegível, a importância das empresas de maior dimensão aumenta significativamente, obtendo valores muito próximos dos obtidos pelas empresas de pequena dimensão. Denota-se, uma vez mais, uma redução importante ao nível do Incentivo obtido quando comparado com as empresas de menor dimensão, o que demonstra um maior interesse em apoiar empresas de menor dimensão.

Daqui se infere que a **HI 5.3.5. 'As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo atribuído' é verdadeira.** A análise de dados demonstra claramente esta situação, uma vez que o Incentivo atribuído às empresas de pequena e micro dimensão quando comparado com o Investimento elegível/total é

superior ao Incentivo atribuído às empresas de média ou grande dimensão comparativamente ao Investimento elegível/total.

Uma breve referência às entidades inseridas no descritivo Não Aplicável, 3,7% das entidades aqui enunciadas efetuaram um investimento de 116.359.676,37 €, que representa 9,1% do Investimento total e se aproxima claramente do Investimento total realizado pelas micro empresas (9,9%). Contudo, no que se refere ao Incentivo atribuído, estas entidades conseguiram obter um maior incentivo comparativamente ao Incentivo obtido pelas micro empresas, e muito próximo do Incentivo atribuído às empresas de maior dimensão, apesar dos valores de Investimento total serem claramente inferiores.

No que se refere às empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento, observa-se que, apesar de não ser tão significativo, é notória a importância das empresas de menor dimensão na candidatura a projetos de investimento. As micro empresas apresentaram 58 projetos (36,2%) e as pequenas empresas 45 projetos (28,1%), o que em termos percentuais representa 74,7% do total de empresas que apresentaram mais do que um projeto de investimento.

Tabela V.3.3.5 Empresas com mais de 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA DIMENSÃO, COM MAIS DE 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	28	58	11.032.174,69	10.416.856,46	4.776.000,43	120
PEQUENA EMPRESA	19	45	75.294.370,91	69.087.486,92	29.031.632,86	460
MÉDIA EMPRESA	7	15	89.979.927,91	83.426.756,16	22.198.340,56	402
NÃO PME	5	15	168.614.391,98	150.770.337,17	45.951.022,23	435
NÃO APLICÁVEL	4	27	68.888.900,05	64.189.029,12	59.198.487,21	0
BLANKS	0	0	0,00	0,00	0,00	0
	63	160	413.809.765,54	377.890.465,83	161.155.483,29	1.417

A análise de dados permite concluir que a HI 5.3.7. ‘As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são maioritariamente de média ou grande dimensão’ é **falsa**. De registar a elevada dinâmica demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão na apresentação de projetos de investimento, apresentando mesmo um número superior de projetos aos apresentados pelas empresas de média ou grande dimensão.

Relativamente às restantes variáveis a importância das empresas de pequena e micro dimensão diminui claramente, principalmente no que se refere às micro empresas. Enquanto que os valores obtidos pelas pequenas empresas em termos de Investimento total, Investimento elegível e Incentivo atinge os 18% do total da cada variável, em relação às micro

empresas os valores não ultrapassam os 3%, o que demonstra a grande dificuldade das micro empresas em realizarem grandes projetos de investimento.

No entanto, observa-se por parte das empresas de maior dimensão, uma maior capacidade de investimento, apesar do número reduzido de projetos apresentados. De acordo com a tabela V.3.3.5, 12 empresas de maior dimensão (19% empresas), que incluem as Médias empresas e as Não PME, apresentaram 30 projetos de investimento (18,8% projetos).

Tabela V.3.3.6 Empresas com mais 1 projeto de investimento segundo a dimensão de empresa (%)

DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	44,5%	36,2%	2,7%	2,7%	3%	8,5%
PEQUENA EMPRESA	30,2%	28,1%	18,2%	18,3%	18%	32,4%
MÉDIA EMPRESA	11,1%	9,4%	21,7%	22,1%	13,8%	28,4%
NÃO PME	7,9%	9,4%	40,8%	39,9%	28,5%	30,7%
NÃO APLICÁVEL	6,3%	16,9%	16,6%	17%	36,7%	0%
BLANKS	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A maior capacidade de investimento por parte das empresas de maior dimensão reflete-se em termos do Investimento total e do Investimento elegível. Estas empresas são responsáveis por 62,5% do total de investimento realizado por empresas que apresentaram mais de um projeto e 62% do Investimento elegível. O que já não se verifica relativamente às empresas de pequena e micro dimensão em que os projetos por si realizados não ultrapassaram os 20,9% do Investimento total. Conclui-se que a **HI 5.3.8. 'As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento' é falsa.**

Observa-se, por parte das empresas de média e grande dimensão, uma grande capacidade de investimento face às empresas de pequena e micro dimensão. Contudo, essa elevada capacidade de investimento, não se reflete em termos do número de projetos, na medida em que estas empresas realizaram apenas 18,8% do total de projetos. Daqui se infere que a **HI 5.3.9. 'As empresas de maior dimensão demonstram uma maior propensão para a realização de mais projetos de investimento e de investimento superior' é inconclusiva.**

Para além disso, e face ao investimento realizado, as empresas de maior dimensão obtiveram um incentivo de 13,8% para as empresas de Média dimensão e de 28,5% para as Não PME's, representando um total de 42,3% do Incentivo atribuído. Ressaltam aqui dois aspetos nesta análise que importa considerar. As empresas de média e grande dimensão apesar de realizarem um maior investimento que as empresas de pequena e micro dimensão, obtiveram em termos percentuais um valor de Incentivo inferior. No entanto, demonstra-se que foram as

empresas de média e grande dimensão que obtiveram a maior parte do incentivo. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 5.3.10**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do Incentivo’ é verdadeira.*

Relativamente à variável, número de postos de trabalho a criar, observa-se que são as empresas de média e grande dimensão as principais responsáveis pela criação de emprego no grupo de empresas que apresenta mais de 1 projeto de investimento. As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de 59,1% do total de postos de trabalho a criar, enquanto que as empresas de pequena e micro dimensão criam 40,9%. No entanto, refira-se a importância das pequenas empresas nesta questão, constituindo-se como o grupo de empresas com maior dinâmica de criação de emprego (32,4% do total de postos de trabalho a criar), em contraponto às microempresas que criaram apenas 8,5% do total de postos de trabalho. Daqui se infere que a **HI 5.3.11**. *‘As empresas de média e grande dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de criação de emprego’ é verdadeira.*

Outro aspeto que importa referir, prende-se com as entidades englobadas no item Não Aplicável. Uma vez mais, apesar de terem realizado um Investimento total e consequentemente um Investimento elegível inferior ao realizado pelas pequenas e médias empresas e pelas Não PME, na atribuição do Incentivo, estas entidades obtiveram um maior incentivo comparativamente às restantes empresas.

Observe-se por exemplo, o caso das empresas de pequena dimensão que o investimento efetuado representa 18,2% do Investimento total em projetos realizados fora da área de sede, e obtiveram um Incentivo de 18%. Comparativamente, as entidades inseridas no item Não Aplicável realizaram um investimento de 16,6% do Investimento total em projetos realizados fora da área de sede e obtiveram um Incentivo (36,7%) que representa mais do dobro do Incentivo atribuído às empresas de pequena dimensão.

Situação idêntica se verifica relativamente às Não PME's, responsáveis por mais de 40% do total de Investimento de projetos fora da área de sede, às quais foi atribuído um Incentivo de 28,5% do Incentivo total, o que fica aquém do Incentivo que foi atribuído às entidades públicas do setor do turismo englobadas no item Não Aplicável.

V.3.4 Numero de empresas segundo a sua área de atividade

Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006, correspondente ao III QCA, centraram-se maioritariamente ao nível da CAE 55, Restauração e Alojamento. Neste período realizaram-se 1.459 *projetos* de investimento apresentados por 1.411 *empresas*. Os projetos realizados implicaram um *investimento total* de 1.161.976.743,47 €, que originou um *Investimento elegível* de 1.062.020.024,19 € (91,4% do investimento total) e um *Incentivo* de 378.640.388,70 € (32,6% do investimento total), tendo sido criados 6.196 *postos de trabalho* (4,25 postos de trabalho por projeto).

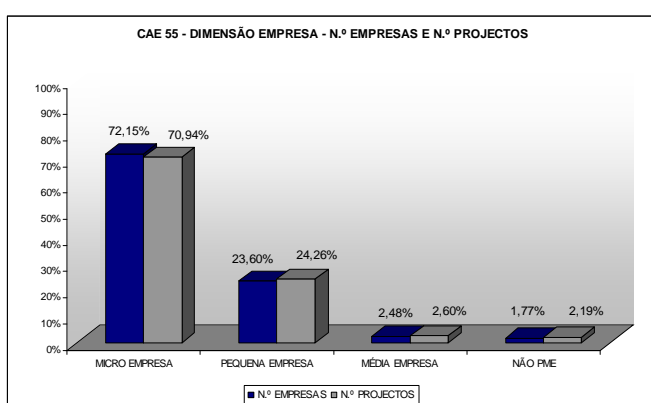


Gráfico V.3.4.1 Número de empresas e número de projetos – CAE 55

A análise de dados permite observar que 95,8% das empresas que realizaram projetos de investimento no período de 2000-2006, na área do alojamento e restauração são de pequena e micro dimensão, das quais

72,2% são micro empresas. O número de empresas de média e grande dimensão não ultrapassa os 4,3% do total de empresas sendo 2,5% empresas de média dimensão e apenas 1,8% empresas de grande dimensão.

Relativamente ao número de projetos observa-se uma situação idêntica, dado que 95,2% dos projetos de investimento foram realizados por empresas de pequena e micro dimensão (70,9% projetos realizados por micro empresas e 24,3% por pequenas empresas). As empresas de média e grande dimensão realizaram 4,8% do total de projetos, não se observando diferenças significativas entre o número de projetos realizados por empresas de média ou de grande dimensão.

Uma análise comparativa entre a variável, número de empresas e número de projetos, permite concluir que as micro empresas demonstram uma menor capacidade de apresentação de projetos comparativamente às empresas de uma dimensão superior, dado que, apenas as micro empresas apresentam uma percentagem inferior de número de projetos face ao número de empresas. Contudo, face à elevada percentagem de empresas de pequena e micro dimensão que investiram nesta área conclui-se que a **HI 5.4.1**. 'Na área do alojamento e

restauração as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento’ é verdadeira.

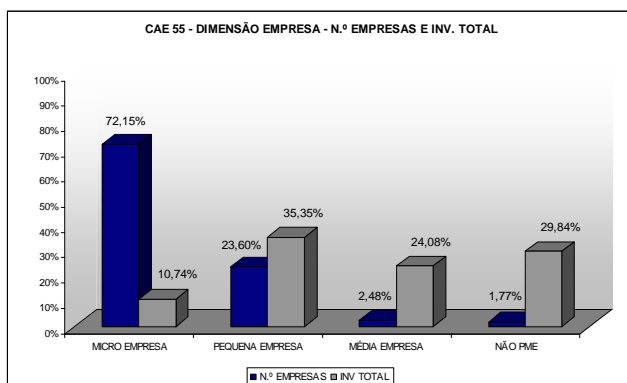


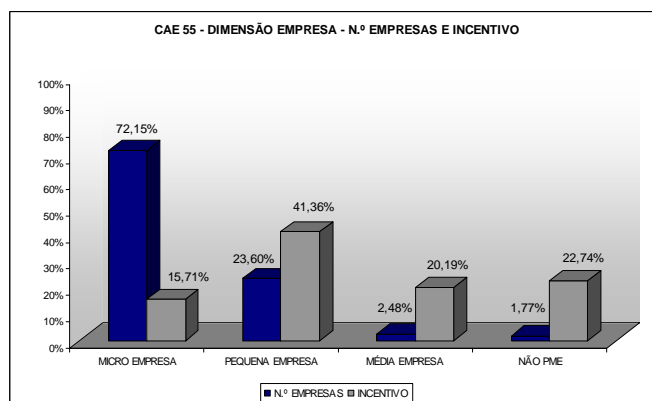
Gráfico V.3.4.2 Número de empresas e investimento total – CAE 55

As micro empresas denotam uma menor capacidade de investimento face às empresas de dimensão superior. Tendo por base o número de empresas que apresentaram projetos

de investimento na área do alojamento e restauração, observa-se que as micro empresas (72,2%) foram responsáveis por apenas 10,7% do investimento total realizado nesta área. As empresas de pequena, média e grande dimensão (27,9% empresas) são responsáveis por 89,16% do investimento total realizado na área do alojamento e da restauração.

Gráfico V.3.4.3 Número de empresas e incentivo – CAE 55

Observa-se que são as pequenas empresas (23,6% das empresas) que mais investimentos efetuam nesta área, sendo responsáveis por 35,4% do investimento total. As empresas de grande dimensão apresentam o



maior investimento por empresa, na medida em que 1,8% das empresas realizou 29,8% do investimento. Regista-se a importância das empresas de média e grande dimensão em termos de investimento total, na medida em que 4,3% das empresas foram responsáveis por 53,9% do investimento total na área do alojamento e restauração. Daqui se infere que a HI 5.4.2. ‘Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.

Relativamente ao incentivo atribuído, observa-se que são as empresas de pequena e micro dimensão que mais incentivo receberam, 57,1%, comparativamente às empresas de média e grande dimensão, 42,9%. Contudo, regista-se que as empresas de micro dimensão receberam

uma percentagem muito baixa de incentivo, face ao número de empresas que apresentaram projetos de investimento (72,2%).

As empresas de pequena, média e grande dimensão receberam uma maior percentagem de incentivo, respectivamente de 41,4%, 20,2% e 22,7%. As empresas de pequena dimensão receberam a maior parte do incentivo (41,4%), enquanto que as empresas de grande dimensão, face ao reduzido número de empresas que apresentaram projetos de investimento (1,8%), absorveram uma percentagem considerável de incentivo (22,7%), cerca de $\frac{1}{4}$ do total de incentivo atribuído. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.3.** *‘Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’* é **verdadeira**, contudo, refira-se que face ao número de empresas de média e grande dimensão que realizam projetos de investimento, estas recebem mais incentivo por empresa do que as empresas de micro dimensão.

A análise de dados permite também observar a grande capacidade de criação de emprego demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão, tendo sido responsáveis pela criação de mais de 50% do total de postos de trabalho. Contudo, as empresas de micro dimensão demonstram uma menor capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de pequena, média e grande dimensão, tendo criado apenas 14,3% do total de postos de trabalho.

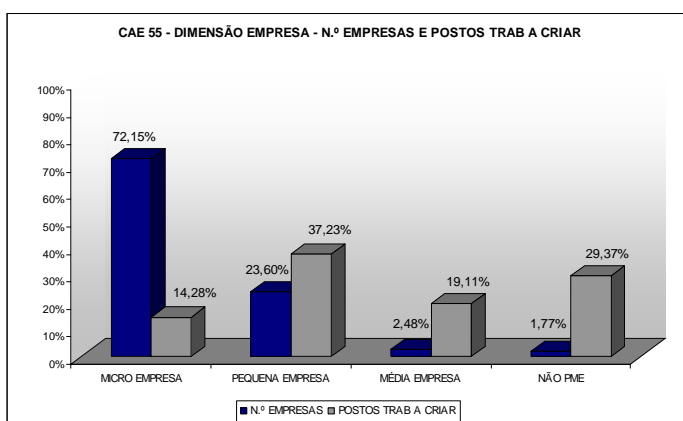


Gráfico V.3.4.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar

As empresas de pequena dimensão são responsáveis pela criação do maior número de postos de trabalho, 37,2%. Refira-se também a importância das empresas de média e grande

dimensão ao nível da criação de emprego. Face ao reduzido número de empresas que realizaram investimentos na área do alojamento e da restauração, as empresas de média e grande dimensão criaram, respetivamente 19,1% e 29,4% do total de postos de trabalho. Daqui se infere que a **HI 5.4.4.** *‘Na área do alojamento e da restauração, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’*

é **falsa**. No entanto, refira-se o importante papel desempenhado por estas empresas que são responsáveis por quase 50% do total de postos de trabalho criados nesta área.

A CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e turismo constitui-se como uma das principais áreas de investimento do sector privado do turismo. No período de 2000-2006, realizaram-se 69 projetos de investimento por parte de 62 empresas na área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total de 16.064.785,65 €, que representou um investimento elegível de 13.952.172,54 €, (86,9% do investimento total) e um incentivo de 5.120.746,35 € (31,9% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 297 postos de trabalho (4,3 postos de trabalho por projeto).

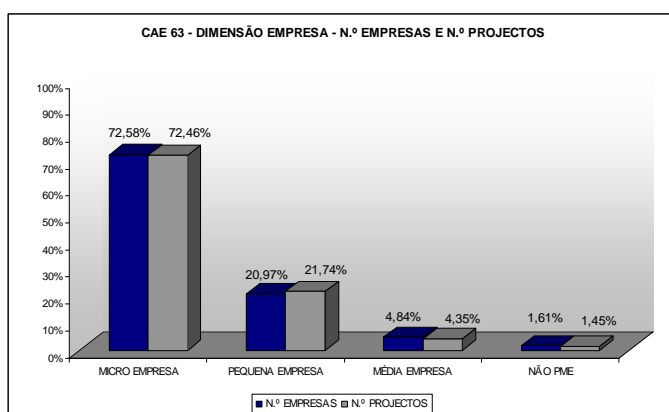


Gráfico V.3.4.5 Número de empresas e número de projetos – CAE 63

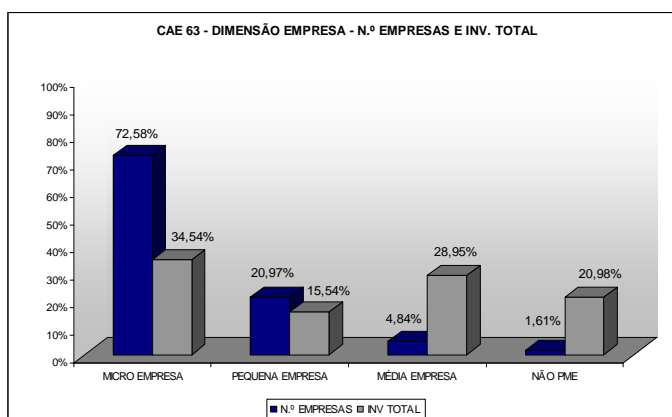
Observa-se uma elevada capacidade, por parte das empresas de pequena e micro dimensão para a candidatura e aprovação de projetos, tendo sido responsáveis por 94,2% dos projetos de

investimento realizados. Tendo por base a dimensão das empresas, não se denotam diferenças entre o número de empresas e o número de projetos realizados. Apenas as empresas de pequena dimensão apresentam uma percentagem superior de projetos realizados face à percentagem de empresas, mas pouco significativo. Conclui-se que a **HI 5.4.5. 'Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento'** é **verdadeira**.

A análise de dados demonstra que ao nível da CAE 63 o investimento total é realizado proporcionalmente entre as empresas de pequena e micro dimensão (51%) e as empresas de média e grande dimensão (49%). Observa-se contudo, e face à variável número de empresas, uma menor capacidade de investimento por parte das empresas de pequena e micro dimensão, comparativamente ao número de empresas de média e grande dimensão e ao investimento que realizaram. As empresas de média e grande dimensão representam 6,5% do total de empresas tendo, no entanto, demonstrado uma enorme capacidade de investimento, sendo responsáveis por 49% do investimento total nesta área.

Gráfico V.3.4.6 Número de empresas e Investimento total – CAE 63

Denota-se uma grande dificuldade de investimento principalmente por parte das empresas de micro dimensão (72,6%), apesar de terem sido aquelas que mais investiram nesta área (34,5%). As empresas de



média e grande dimensão, face ao número de empresas, 4,8% e 1,6% foram responsáveis por 29% e 21% do investimento total, respectivamente. Daqui se infere que a **HI 5.4.6**. *‘Na área das agências de viagem e turismo as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.*

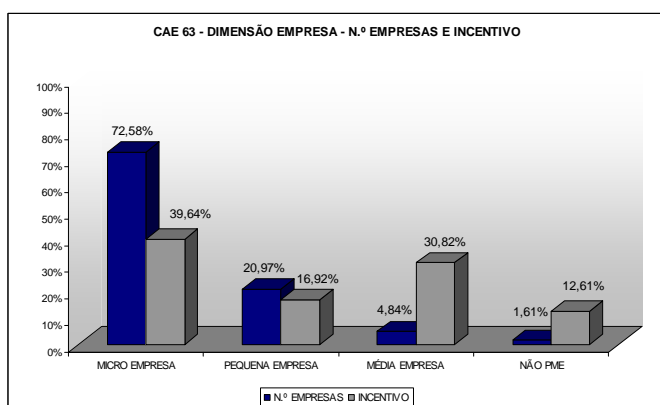


Gráfico V.3.4.7 Número de empresas e incentivo – CAE 63

As empresas de pequena e micro dimensão absorveram a maior parte do incentivo atribuído (56,6%). No entanto, face ao número de empresas, a percentagem de incentivo atribuído é claramente

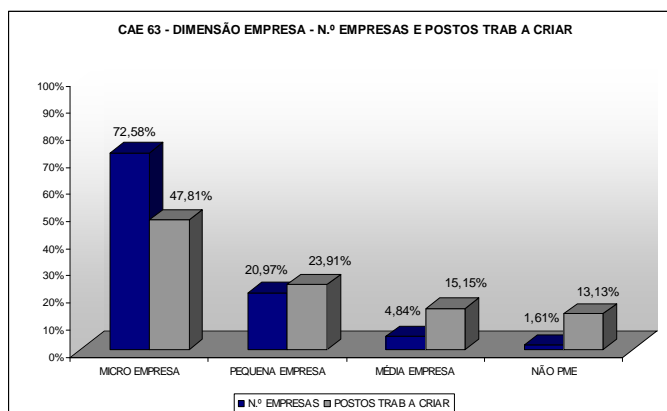
inferior, principalmente ao nível das micro empresas, onde 72,6% das empresas absorveram 39,6% do incentivo. As empresas de média e grande dimensão absorveram 43,4% do incentivo, sendo que as empresas de média dimensão (4,8%) absorveram 30,8% do incentivo e as empresas de grande dimensão (1,6%) terem recebido 12,6% do incentivo total.

Relativamente às empresas de pequena dimensão a diferença percentual entre o número de empresas e a percentagem de incentivo atribuído é pouco significativa apesar de o incentivo atribuído ser inferior em termos percentuais ao número de empresas. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.7**. *‘Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’ é verdadeira.*

As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego ao nível desta área. Regista-se que mais de 70% dos postos de trabalho são criados por empresas de pequena e micro dimensão, enquanto que 28,3% dos postos de trabalho são criados por empresas de média e grande dimensão. Refira-se, a enorme dinâmica demonstrada pelas micro empresas na criação de emprego, onde 72,6% das empresas são responsáveis pela criação de 47,8% do total de postos de trabalho.

Gráfico V.3.4.8 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63

Contudo, observa-se que nas empresas de micro dimensão, em termos percentuais o número de postos de trabalho criados é inferior ao número de empresas que realizaram projetos de



investimento. Situação que já não se verifica ao nível das restantes dimensões de empresa, onde o número de empresas em termos percentuais é inferior ao número de postos de trabalho criados. Conclui-se que a **HI 5.4.8. 'Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho' é falsa.**

Conforme referido numa análise anterior, a CAE 92 – Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas constitui-se como uma das principais áreas de investimento do setor do turismo, integrando a cadeia de valor do setor ao nível dos eixos 6 e 7 da Conta Satélite do Turismo. No período de 2000-2006, realizaram-se 82 projetos de investimento por parte de 73 empresas da área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total 304.452.524,17 €, que representou um investimento elegível de 217.622.281,59 €, (71,5% do investimento total) e um incentivo de 81.358.099,18 € (26,5% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 734 postos de trabalho (8,95 postos de trabalho por projeto).

Observa-se desde já uma clara diferença entre a representatividade do investimento elegível e do incentivo atribuído face ao investimento total realizado entre os investimentos nesta área, e os investimentos realizados na área do 55 - alojamento e da restauração e das 92 - atividades anexas e auxiliares dos transportes – agências de viagem e de turismo. Nesta CAE, a

representatividade do investimento elegível e do incentivo recebido face ao investimento total realizado é menor que nas CAE referidas. Veja-se como exemplo, o incentivo atribuído, na CAE 55 representa 32,6% e na CAE 63 representa 31,9% do investimento total, enquanto que ao nível da CAE 92 o incentivo atribuído representa 26,5% do investimento total.

No entanto, observa-se a situação contrária no que se refere à variável criação de postos de trabalho. Regista-se a elevada capacidade de criação de emprego por parte das empresas que realizaram projetos nesta área, que representa 8,95 postos de trabalho criados por projeto. Enquanto que relativamente às outras CAE o número de postos de trabalho a criar por projeto ronda os 4,3 postos de trabalho.

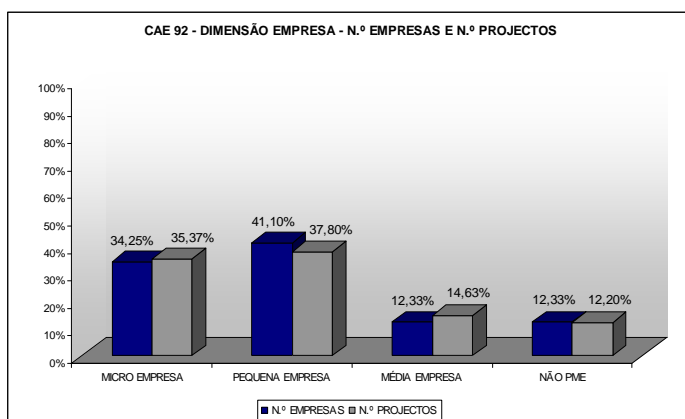


Gráfico V.3.4.9 Número de empresas e número de projetos – CAE 92

Registam-se diferenças pouco significativas entre o número de empresas e o número de projetos de investimento realizados, tendo por base a dimensão da empresa. Observa-se uma maior

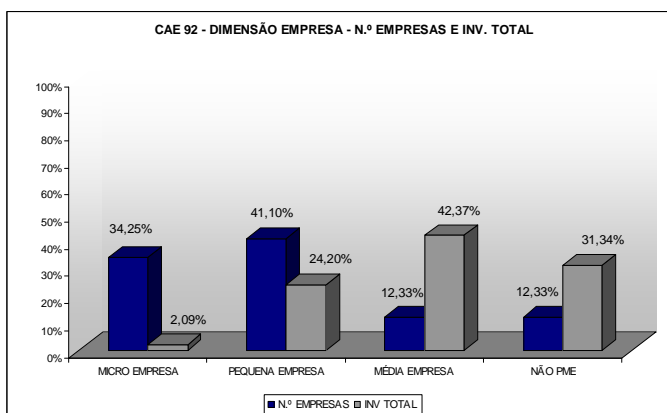
preponderância de empresas de pequena (41,1%) e micro (34,3%) dimensão que por sua vez demonstram também uma maior capacidade para a realização de projetos de investimento, sendo que as micro empresas apresentaram 35,4% dos projetos de investimento e as pequenas empresas 37,8%, o que em termos totais representa mais de 70% do total de projetos apresentados por empresas de pequena e micro dimensão. As empresas de média (12,3%) e grande (12,3%) dimensão são responsáveis pela realização de 14,6% e 12,2% projetos de investimento, respectivamente. Conclui-se que a **HI 5.4.9. 'Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento' é verdadeira.**

Comparativamente ao verificado ao nível das outras CAE em análise, CAE 55 e CAE 63, regista-se um claro aumento de número de empresas e consequentemente do número de projetos por parte das empresas de média e grande dimensão na apresentação de projetos na área das atividades recreativas, culturais e desportivas. Relativamente, às empresas de pequena e micro dimensão observa-se uma diminuição do número de empresas e do número de projetos,

contudo, constituem-se como as empresas que maior dinâmica apresentam na realização de projetos de investimento.

Gráfico V.3.4.10 Número de empresas e investimento total – CAE 92

Relativamente ao número de empresas e ao investimento total realizado, denota-se uma maior capacidade de investimento por parte das empresas de média e grande dimensão, tendo sido



responsáveis por 73,7% do investimento total nesta área. As empresas de média dimensão realizaram 42,4% do investimento total, constituindo-se como as empresas que mais investimento realizaram nesta área, e em que as empresas de grande dimensão realizaram 31,3% do investimento total.

Observa-se uma enorme dificuldade por parte das pequenas e micro empresas em termos de capacidade de investimento, principalmente ao nível das empresas de micro dimensão (34,3%) em que o investimento total rondou os 2%. No que se refere às empresas de pequena dimensão (41,1%) esta dificuldade de investimento também é notória, dado que o investimento total atingiu os 24,2%. Contudo, no que se refere à **HI 5.4.10**. ‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.

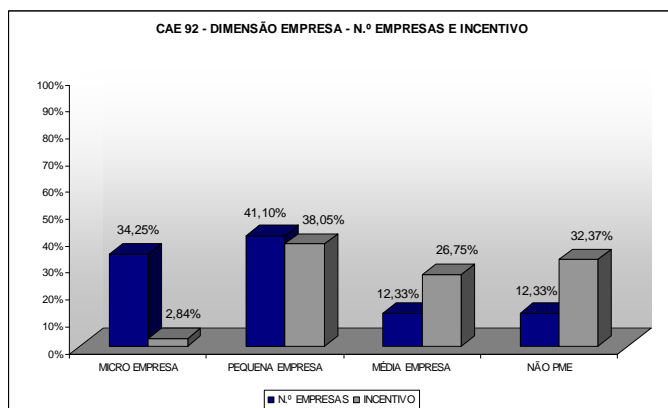


Gráfico V.3.4.11 Número de empresas e incentivo – CAE 92

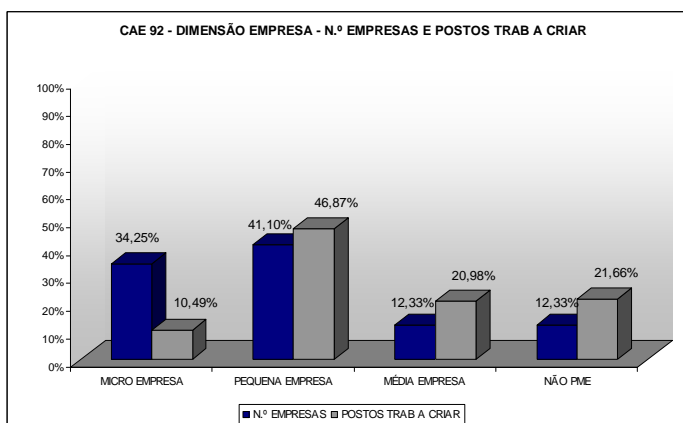
As empresas de média e grande dimensão absorvem a maior parte do incentivo atribuído aos projetos de investimento realizados nesta área, sendo que as empresas de grande dimensão (12,3%) absorvem

32,4% e as empresas de média dimensão (12,3%) absorvem 26,8% do total de incentivo

atribuído. No entanto, são as empresas de pequena dimensão que absorvem a maior percentagem de incentivo (38,1%) contudo inferior em termos percentuais ao número de empresas (41,1%). As empresas de micro dimensão absorvem apenas 2,8% do incentivo o que não é nada significativo em termos do número de empresas (34,3%) que apresentaram projetos de investimento. Conclui-se que a **HI 5.4.11**. ‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’ é **falsa**.

Gráfico V.3.4.12 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92

As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma representatividade elevada ao nível desta CAE em termos do número de empresas, constituindo-se também como as



que mais postos de trabalho conseguem criar com os investimentos realizados, ultrapassando os 57%. Apesar disso, apresentam realidades completamente diferentes, enquanto que as empresas de pequena dimensão (41,1%) são responsáveis pela criação de 46,9% dos postos de trabalho, as empresas de micro dimensão (34,3%) apenas conseguem criar 10,5% dos postos de trabalho. As empresas de média e grande dimensão denotam também uma considerável capacidade de criação de emprego na medida em que as empresas de média (12,3%) e grande (12,3%) dimensão conseguem criar 21% e 21,7% de postos de trabalho, respectivamente. Contudo, no que se refere à **HI 5.4.12**. ‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’ é **falsa**.

V.3.5 Localização do Investimento segundo a Sede de Empresa

A localização do investimento constitui-se como uma área central de análise nesta investigação. O core do setor do turismo inclui subsectores com uma forte componente infraestrutural, veja-se o caso do alojamento e da restauração, em que a localização desse investimento é uma questão fundamental para os investidores e para as áreas onde se localizam esses investimentos. A análise da localização do investimento permite identificar

quais as áreas do território onde o desenvolvimento e crescimento do setor do turismo apresentam maior dinâmica questão central para a definição de medidas e políticas adequadas orientadas para este setor de atividade.

Dado o peso da componente infraestrutural em determinados subsectores do turismo é natural que, à partida, a maior parte dos projetos de investimento sejam realizados ao nível da sede de empresa. Contudo, as empresas, por razões de estratégia empresarial, diversificação do investimento, ou opção estratégica, podem optar por realizar o investimento em áreas fora da sede de empresa. Nesse sentido, é importante identificar esta realidade e entender o peso que estes investimentos têm comparativamente ao investimento total realizado.

Observa-se na tabela V.3.5.1, relativamente ao período de 2000-2006, que mais de 90% dos projetos de investimento foram realizados na área sede da empresa. Apenas 7% dos projetos foram realizados fora da área sede da empresa, e 1,9% do total de projetos foram realizados em multi-concelhos, ou seja, mais do que um concelho. A análise de dados permite concluir que a **HI 5.5.1. 'A maior parte dos investimentos são realizados na área sede de empresa' é verdadeira.**

Tabela V.3.5.1 Localização do investimento segundo a sede de empresa

LOCALIZ. INVESTIMENTO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
INVEST. ÁREA SEDE	1.582	1.127.954.294,05	969.308.854,17	355.241.570,01	5.256
INVEST. FORA ÁREA SEDE	122	379.899.292,10	343.253.418,43	151.879.405,98	1.570
INVEST. MULTI-CONCELHOS	33	183.981.632,44	177.207.243,96	96.968.655,39	506
	1.737	1.691.835.218,59	1.489.769.516,56	604.089.631,38	7.332
LOCALIZ. INVESTIMENTO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
INVEST. ÁREA SEDE	91,1%	66,7%	65,1%	58,8%	71,7%
INVEST. FORA ÁREA SEDE	7%	22,4%	23%	25,1%	21,4%
INVEST. MULTI-CONCELHOS	1,9%	10,9%	11,9%	16,1%	6,9%
	100%	100%	100%	100%	100%

Relativamente às restantes variáveis, regista-se que este elevado número de projetos realizado na sede de empresa representou 66,7% do Investimento total, tendo absorvido 58,8% do Incentivo atribuído. Para além disso, os investimentos realizados na área sede permitiram a criação de 5.256 postos de trabalho (71,7%).

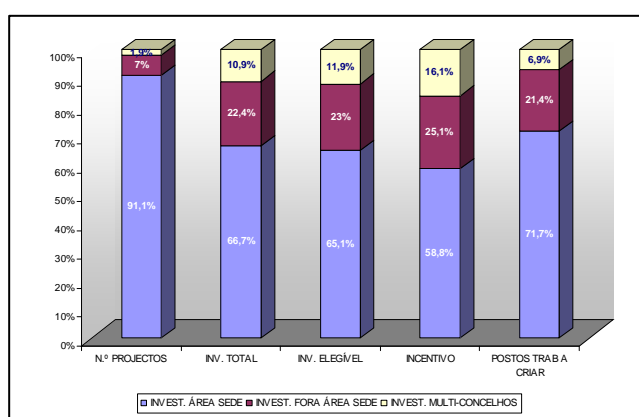
Os projetos realizados fora da área sede (7% projetos) implicaram 22,4% do Investimento total, 25,1% do Incentivo distribuído e a criação de 21,4% de postos de trabalho. Regista-se a capacidade de investimento demonstrada pelas empresas que realizaram investimentos fora da área sede, na medida em que estes investimentos implicaram um maior esforço por parte destas empresas comparativamente aos projetos de investimento realizados pelas empresas

que efetuaram os investimentos na área sede. Daqui se infere que a **HI 5.5.2. ‘Os projetos realizados fora da área sede implicam uma maior capacidade de investimento por parte das empresas’ é verdadeira.**

A análise empírica permite também observar que algumas empresas optaram por diversificar as áreas de localização dos investimentos, tendo efetuado investimentos em multi-concelhos. O número de projetos realizados em multi-concelhos representaram um investimento de 10,9% do investimento total, tendo sido atribuído um incentivo de 16,1%. A realização destes projetos em multi-concelhos permitiu também a criação de 6,9% de postos de trabalho.

Gráfico V.3.5.1 Localização do investimento segundo a sede de empresa

Em termos percentuais, as grandes diferenças existentes verificam-se ao nível do Incentivo recebido. Observa-se que as empresas que realizaram investimentos em multi-concelhos,



obtiveram uma maior percentagem de Incentivo, comparativamente às empresas que realizaram o Investimento na sua área de sede.

Relativamente às empresas que realizaram o Investimento fora da sua área de sede não se denotam diferenças significativas entre a percentagem do Investimento realizado e o Incentivo recebido. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 5.5.3. ‘As empresas que diversificam as áreas de investimento obtêm uma majoração no Incentivo atribuído’ é verdadeira.**

Centrando a análise nos projetos realizados em multi-concelhos, observa-se que em 48,5% dos projetos não é aplicável a variável dimensão, uma vez que estamos perante projetos realizados por Instituições Públicas Nacionais da área do Turismo (ICEP; DGT; INFTUR; IFT; Fundo de Turismo; ANRET). Estas Instituições foram responsáveis pela realização de 16 projetos em multi-concelhos, com um Investimento total de 183.981.632,44 € (61,8% do Investimento total em Multi-concelhos), tendo absorvido 77,4% do Incentivo afeto a projetos realizados em Multi-concelhos.

Tabela V.3.5.2 Empresas que realizam o investimento em multi-concelhos

EMPRESAS QUE REALIZARAM INVESTIMENTO EM MULTI-CONCELHOS					
DIMENSÃO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	21,2%	0,6%	0,6%	0,5%	7,5%
PEQUENA EMPRESA	9,1%	0,3%	0,3%	0,2%	2,6%
MÉDIA EMPRESA	0%	0%	0%	0,0%	0%
NÃO PME	18,2%	36,1%	35,0%	21,1%	89,9%
NÃO APLICÁVEL	51,5%	63,0%	64,1%	78,2%	0%
BLANKS	0%	0%	0%	0,0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%

Refira-se ainda, que no caso concreto dos projetos realizados em Multi-concelhos as empresas *Não PME*, realizaram 21,2% dos projetos, a que corresponde um Investimento total de 37,3%, um Investimento Elegível de 36,3%, e um Incentivo de 21,9%. No entanto, relativamente ao indicador *Postos de Trabalho a criar*, o valor é significativamente elevado, uma vez que as empresas *Não PME* são responsáveis pela criação de 89,9% dos postos de trabalho.

Conforme se demonstrou anteriormente, 7% do total de projetos foram realizados fora da área sede da empresa. Esta percentagem representa um total de 122 projetos, 379.899.292,10 € de Investimento total e 151.879.405,98 € de Incentivo. Os projetos realizados serão responsáveis pela criação de 1.570 postos de trabalho.

As pequenas e micro empresas apresentaram um total de 81 projetos, o que representa 66,3% do total de projetos realizados fora da área sede da empresa, sendo que 35,2% dos projetos foram apresentados pelas micro empresas do setor. Conclui-se que a **HI 5.5.4. 'As empresas de média e grande dimensão são as empresas que realizam mais projetos de investimento fora da área sede'** é **falsa**. Contudo, no que se refere aos restantes indicadores em análise a realidade é consideravelmente diferente, principalmente no que concerne às micro empresas.

Tabela V.3.5.3 Empresas que realizam o investimento fora da área sede de empresa

EMPRESAS QUE REALIZARAM INVESTIMENTO FORA DA ÁREA SEDE					
DIMENSÃO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	36,1%	3,8%	3,9%	4,6%	7%
PEQUENA EMPRESA	32%	23,1%	23,6%	25,4%	32,2%
MÉDIA EMPRESA	8,2%	27,6%	27,8%	21%	20,7%
NÃO PME	9,8%	34,2%	32,5%	21,5%	40%
NÃO APLICÁVEL	13,1%	11,3%	12,2%	27,5%	0,1%
BLANKS	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%
EMPRESAS QUE REALIZARAM INVESTIMENTO FORA DA ÁREA SEDE					
DIMENSÃO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	44	14.304.487,88	13.517.866,08	6.950.976,38	110
PEQUENA EMPRESA	39	87.654.967,22	80.966.730,65	38.521.385,68	505
MÉDIA EMPRESA	10	104.924.592,64	95.393.933,74	31.890.154,80	325
NÃO PME	12	129.897.828,27	111.461.877,68	32.727.220,82	629
NÃO APLICÁVEL	16	43.009.541,07	41.814.313,14	41.740.322,22	1
BLANKS	1	107.875,02	98.697,14	49.346,08	0
	122	379.899.292,10	343.253.418,43	151.879.405,98	1.570

Enquanto que, relativamente às empresas de pequena dimensão, responsáveis pela realização de 31,1% do total de projetos realizados fora da área de sede, o Investimento total, o Investimento elegível, o Incentivo e os Postos de trabalho a criar obtêm percentagens inferiores (21,1%; 21,4%; 22,7%; 30%, respetivamente), próximo dos 10%, no que se refere às micro-empresas a realidade é totalmente diferente.

Observa-se, em relação às micro empresas, responsáveis pela realização de 35,2% dos projetos fora da área sede da empresa, um valor consideravelmente baixo do Investimento Total (3,5%), do Investimento Elegível (3,7%), do Incentivo (4,4%) e dos Postos de Trabalho a criar (6,3%), quando comparados com os restantes projetos realizados por empresas de maior dimensão.

As Médias empresas e as Não PME, cada uma responsável pela realização de 9,9% de projetos fora da área de sede, são responsáveis por 64% do Investimento total realizado fora da área de sede e 62,6% do Investimento Elegível. Conclui-se que a **HI 5.5.5**. *‘As empresas de média e grande dimensão demonstram uma maior capacidade de investimento tendo em atenção as empresas que realizam investimentos fora da área sede’* é **verdadeira**.

Para além disso, as empresas de média e grande dimensão receberam grande parte do Incentivo atribuído (42,5%), comparativamente às empresas de pequena e micro dimensão que receberam 30% do Incentivo. Contudo, o Incentivo atribuído não reflete, em termos percentuais, o Investimento realizado, uma vez que as empresas de média e grande dimensão foram responsáveis pela realização de 61,8% do Investimento total. Daqui se infere que a **HI 5.5.6**. *‘As empresas de média e grande dimensão que realizam investimentos fora da área sede absorvem a maior parte do Incentivo atribuído’* é **inconclusiva**.

Demonstra-se na análise efetuada que, apesar das pequenas e micro empresas apresentarem um maior número de projetos realizados fora da área sede da empresa, esses projetos possuem um Investimento total inferior comparativamente àqueles que são realizados pelas Não PME, Médias Empresas e Pequenas Empresas. A esse Investimento total inferior corresponde um Investimento Elegível inferior e um Incentivo também inferior.

Observa-se também uma maior capacidade das Não PME para a criação futura de novos postos de trabalho, comparativamente às empresas de menor dimensão. Refira-se que no que concerne a este indicador, as empresas de média ou grande dimensão são responsáveis pela criação de 60,7% de novos postos de trabalho. A análise de dados permite concluir que a **HI**

5.5.7. *‘As empresas de média e grande dimensão que realizam investimento fora da área sede são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho’ é verdadeira.*

A análise empírica demonstra que mais de 90% (1.582 projetos) dos projetos foram realizados na área sede de empresa. Os projetos realizados representaram 66,7% do investimento total, tendo sido atribuído 58,8% do Incentivo, e que permitiu criar 71,7% de postos de trabalho.

Tabela V.3.5.4 Empresas que realizam o investimento na área sede

EMPRESAS QUE REALIZARAM INVESTIMENTO NA ÁREA SEDE					
DIMENSÃO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	67,7%	10,8%	12%	15,9%	18,6%
PEQUENA EMPRESA	22,8%	35,8%	38,2%	42,6%	42,4%
MÉDIA EMPRESA	3%	27,9%	24,3%	19,9%	20,4%
NÃO PME	1,7%	22,9%	23,3%	18,1%	18,5%
NÃO APLICÁVEL	3,3%	2,3%	1,9%	3%	0,1%
BLANKS	1,5%	0,3%	0,3%	0,5%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%
EMPRESAS QUE REALIZARAM INVESTIMENTO NA ÁREA SEDE					
DIMENSÃO	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.071	122.077.841,62	116.139.730,50	56.652.874,49	976
PEQUENA EMPRESA	361	403.546.022,87	370.462.387,48	151.363.038,85	2.228
MÉDIA EMPRESA	48	314.111.232,21	235.288.219,97	70.512.888,69	1.073
NÃO PME	27	258.721.116,33	226.083.970,71	64.263.788,89	975
NÃO APLICÁVEL	52	26.279.223,48	18.134.562,47	10.800.550,79	4
BLANKS	23	3.218.857,54	3.199.983,04	1.648.427,30	0
	1.582	1.127.954.294,05	969.308.854,17	355.241.569,01	5.256

Regista-se que as empresas de pequena e micro dimensão executaram 90,5% dos projetos que foram realizados fora da área sede de empresa, a que correspondeu um investimento total de 46,6%, tendo sido atribuído um Incentivo de 58,5%. Daqui se infere que a **HI 5.5.8.** *‘As empresas de pequena e micro dimensão realizam maioritariamente projetos de investimento na área sede’ é verdadeira.* Refira-se que 67,7% dos projetos foram realizados por microempresas, e 22,8% realizados por pequenas empresas. O número de projetos apresentados pelas empresas de Média dimensão e pelas Não PME é praticamente residual, 2,9% dos projetos foram apresentados por empresas de Média dimensão e 1,9% de projetos apresentados por Não PME.

Relativamente à variável Investimento total, denota-se, por parte das empresas de pequena dimensão uma grande capacidade de investimento, que por sua vez se reflete ao nível do Investimento elegível, do Incentivo recebido e dos postos de trabalho a criar. As pequenas empresas investiram 413.143.951,47 €, que se traduz, em termos percentuais, em 36,6% do Investimento total realizado. Contudo, as empresas de média e grande dimensão, face ao número de projetos aprovados demonstram uma maior capacidade de investimento, na medida em que o número de projetos (4,7% projetos) realizados representou mais de 50% do Investimento total. Nesse sentido, a **HI 5.5.9.** *‘As empresas de pequena e micro dimensão que*

realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de investimento’ é falsa.

O Investimento realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão permitiu a absorção de 58,5% do Incentivo atribuído, o que comparativamente ao Investimento realizado pelas empresas de média e grande dimensão (50,8%) permitiu a captação de uma maior percentagem de incentivo. A análise de dados permite concluir que a **HI 5.5.10**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede absorvem a maior parte do incentivo atribuído’ é verdadeira.*

Em relação à variável Postos de trabalho a criar, observa-se uma grande dinâmica na criação de postos de trabalho ao nível das empresas de pequena dimensão. Estas empresas são responsáveis pela criação de 2.251 postos de trabalho (42,8% do total de postos de trabalho criados ao nível dos projetos realizados na sede de empresa). Considerando também os postos de trabalho criados pelas empresas de micro dimensão esta realidade é ainda mais evidente, na medida em que as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela criação de mais de 60% dos postos de trabalho. Daqui se infere que a **HI 5.5.11**. *‘As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de criação de emprego’ é verdadeira.*

Esta tese permite concluir que as microempresas, apesar de se constituírem como as grandes dinamizadoras em termos de número de projetos, no que se refere ao Investimento total realizado, demonstram uma grande dificuldade em apresentarem projetos que representem um elevado investimento. Esta situação reflete-se posteriormente ao nível do Investimento elegível e do Incentivo recebido, que em termos percentuais não vão de encontro à proporção do número de projetos apresentados. Observe-se por exemplo o caso concreto dos projetos realizados na sede de empresa, as micro empresas apresentaram 67,6% do total de projetos, que reflete apenas 11% do Investimento total, 12,2% do Investimento elegível, 16,2 % do Incentivo recebido e 18,8% de postos de trabalho a criar.

As empresas de média e grande dimensão, apesar de possuírem um número reduzido de projetos (2,9% e 1,9% respetivamente), em termos do Investimento total, traduzem-se em 22,5% de Investimento por parte das Médias empresas e 27,3% de investimento por parte das Não PME’s. Demonstra-se uma vez mais que as empresas de média e grande dimensão, demonstram uma grande capacidade de investimento face ao número de projetos que

apresentam, nomeadamente comparando com a realidade das empresas de pequena e micro dimensão.

V.4 Perfil do Investimento em Turismo no período de 1994-2006

Nas duas secções anteriores, secção V.2 e secção V.3, foi efetuada a análise individual ao perfil do investimento por período de investimento, tendo por base os dois Quadros Comunitários de Apoio em vigor, o II QCA no período de 1994-1999 e o III QCA no período de 2000-2006. A análise efetuada demonstra que se registam diferenças no perfil do investimento entre o período do II QCA e o período do III QCA, situação que será analisada pormenorizadamente no capítulo VI, na secção VI.3, VI.4, VI.5 e VI.6. No entanto, e dado que esta investigação se centra na análise do período de investimento de 1994-2006, é fundamental realizar a análise sobre o perfil do investimento para a globalidade do período de investimento.

V.4.1 Número de Empresas segundo a sua dimensão e Número de Projetos

No período de 1994-2006, período de vigência do II e do III Quadro Comunitário de Apoio (QCA), 1.823 empresas obtiveram 1.983 projetos aprovados na área do turismo. Os projetos aprovados implicaram um Investimento total de 2.076.984.181,18 €, um Investimento elegível de 1.844.175.437,09 €, um Incentivo atribuído de 724.817.847,98 €, e a criação de 8.607 postos de trabalho.

Tabela V.4.1.1 Investimento no período de 1994-2006

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA DIMENSÃO, N.º PROJECTOS, INV. TOTAL, INV. ELEGÍVEL, INCENTIVO E POSTOS TRAB A CRIAR						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.141	1.179	191.955.611,40	182.534.112,70	81.813.716,57	1.438
PEQUENA EMPRESA	443	479	601.901.447,10	546.150.979,40	226.598.425,30	3.119
MÉDIA EMPRESA	104	140	573.501.458,00	474.532.662,40	150.372.794,60	1.919
NÃO PME	49	76	521.050.355,70	464.175.937,10	135.914.119,30	2.126
NÃO APLICÁVEL	62	85	185.248.576,42	173.483.065,31	128.421.018,83	5
BLANKS	24	24	3.326.732,56	3.298.680,18	1.697.773,38	0
	1.823	1.983	2.076.984.181,18	1.844.175.437,09	724.817.847,98	8.607
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	62,6%	59,5%	9,2%	9,9%	11,3%	16,7%
PEQUENA EMPRESA	24,3%	24,2%	29,0%	29,6%	31,3%	36,2%
MÉDIA EMPRESA	5,7%	7,1%	27,6%	25,7%	20,7%	22,3%
NÃO PME	2,7%	3,8%	25,1%	25,2%	18,8%	24,7%
NÃO APLICÁVEL	3,4%	4,3%	8,9%	9,4%	17,7%	0,1%
BLANKS	1,3%	1,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A análise de dados permite inferir que 86,9% (1.584 empresas) das empresas eram de pequena e micro dimensão, sendo que 62,6% (1.141 empresas) eram de micro dimensão. Regista-se a

grande dinâmica das pequenas e micro empresas na candidatura e aprovação de projetos de investimento na área do turismo, situação já observada nas secções de análise anteriores. Conclui-se que a **HI 5.1.1. 'As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento'** é **verdadeira**.

Tabela V.4.1.2 Número de empresas e número de projetos por dimensão de empresa

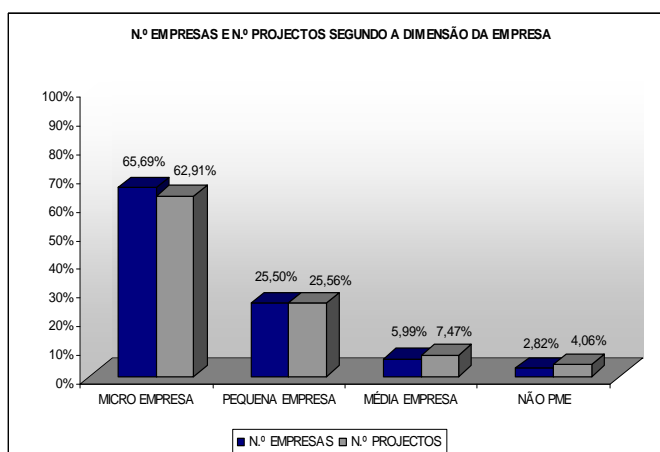
NÚMERO DE PROJECTOS SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - TOTAL				
	N.º EMPRESAS	% N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	% N.º PROJECTOS
MICRO EMPRESA	1.141	65,69%	1.179	62,91%
PEQUENA EMPRESA	443	25,50%	479	25,56%
MÉDIA EMPRESA	104	5,99%	140	7,47%
NÃO PME	49	2,82%	76	4,06%
	1.737	100,00%	1.874	100,00%

Considerando na análise empírica a informação disponível sobre a dimensão da empresa, retirando da análise os casos descritos como *Não Aplicável* ou *Blanks*, a importância das empresas de pequena e micro dimensão na candidatura e aprovação de projetos é ainda mais evidente. Regista-se que do total de empresas (1.737 empresas) que realizaram projetos na área do turismo, 91,2% (1.584 empresas) são empresas de pequena e micro dimensão que realizaram 88,5% (1.658 projetos) dos projetos aprovados.

Contudo, observa-se em termos percentuais uma quebra, pouco significativa, entre a % de empresas que obtiveram projetos aprovados e a % de projetos aprovados. Esta situação vem reforçar a ideia que as empresas de pequena e micro dimensão quando concorrem a Incentivos financeiros apresentam na sua quase totalidade 1 projeto de investimento.

Gráfico V.4.1.1 Número de empresas e número de projetos

Situação contrária à verificada ao nível das empresas de média e grande dimensão em que a percentagem de aprovação de projetos por empresa é superior às empresas de pequena e micro dimensão.



Em termos da variável Investimento total a situação de preponderância das empresas de pequena e micro dimensão altera-se. Observa-se que 91,2% das empresas são de pequena e micro dimensão e realizaram um Investimento total de 42%, enquanto que 8,8% das empresas, consideradas de média e grande dimensão, realizaram um Investimento de 58% (gráfico V.4.1.2).

Mais, considerando o caso específico das micro empresas esta realidade é ainda mais clara. Regista-se que 65,7% das empresas realizaram um investimento de 10,2%, o que comparativamente com as empresas de média (5,99% empresas) ou grande (2,82% empresas) dimensão, responsáveis por 30,4% e 27,6%, respetivamente, do Investimento total, demonstram a grande dificuldade de investimento das pequenas e micro empresas face à dinâmica de investimento demonstrada pelas empresas de média e grande dimensão.

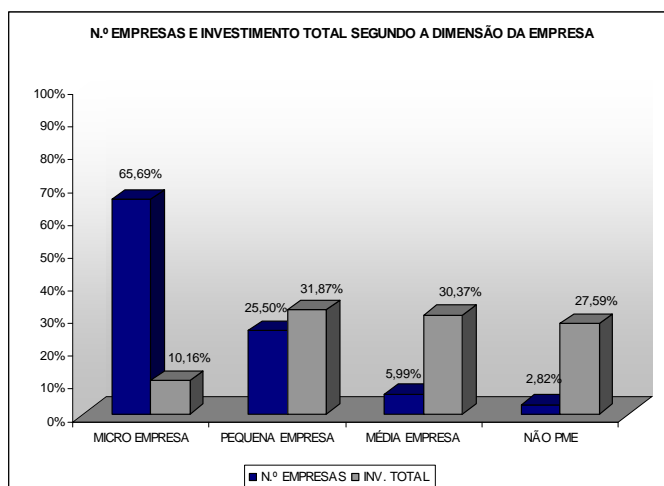


Gráfico V.4.1.2 Número de empresas e investimento total

A análise de dados permite também observar que o número de projetos aprovados ao nível das empresas de pequena e micro dimensão não se reflete em termos do Investimento total. As empresas de pequena e micro dimensão, apesar de terem

obtido a aprovação de 88,5% dos projetos realizados, em termos de investimento atingem os 42% do Investimento. Considerando apenas as empresas de micro dimensão esta realidade torna-se ainda mais evidente, dado que estas empresas obtiveram a aprovação de 62,9% dos projetos que representou um investimento total de 10,2%.

Comparativamente, as empresas de média e grande dimensão não obtiveram a aprovação de um elevado número de projetos, apenas 11,5% do total de projetos aprovados, mas em termos de Investimento total as empresas de maior dimensão são responsáveis por 58% do Investimento total.

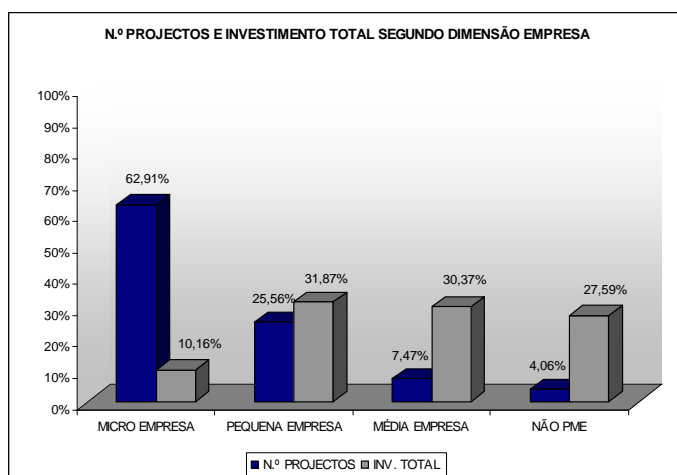


Gráfico V.4.1.3 Número de projetos e investimento total

Considerando também na análise as empresas de pequena dimensão, que em termos comparativos, a percentagem do número de projetos face à percentagem do Investimento total também é superior, regista-se que

37,1% dos projetos aprovados deram origem a 89,8% do Investimento total realizado.

Esta investigação permite concluir que a **HI 5.1.3. 'As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam' é verdadeira.** De facto, o número reduzido de projetos aprovados originaram um investimento considerável, próximo dos 60%, o que reflete que em termos médios, cada projeto aprovado pelas empresas de média e grande dimensão é claramente superior a cada projeto aprovado pelas empresas de pequena e micro dimensão.

Tabela V.4.1.3 Investimento no período de 1994-2006 (inclui apenas a dimensão de empresa)

NÚMERO DE EMPRESAS, SEGUNDO A SUA DIMENSÃO, N.º PROJECTOS, INV TOTAL, INV ELEGÍVEL, INCENTIVO E POSTOS TRAB A CRIAR						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.141	1.179	191.955.611,40	182.534.112,70	81.813.716,57	1.438
PEQUENA EMPRESA	443	479	601.901.447,10	546.150.979,40	226.598.425,30	3.119
MÉDIA EMPRESA	104	140	573.501.458,00	474.532.662,40	150.372.794,60	1.919
NÃO PME	49	76	521.050.355,70	464.175.937,10	135.914.119,30	2.126
	1.737	1.874	1.888.408.872,20	1.667.393.691,60	594.699.055,77	8.602
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	65,69%	62,91%	10,16%	10,95%	13,76%	16,72%
PEQUENA EMPRESA	25,50%	25,56%	31,87%	32,75%	38,10%	36,26%
MÉDIA EMPRESA	5,99%	7,47%	30,37%	28,46%	25,29%	22,31%
NÃO PME	2,82%	4,06%	27,59%	27,84%	22,85%	24,72%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

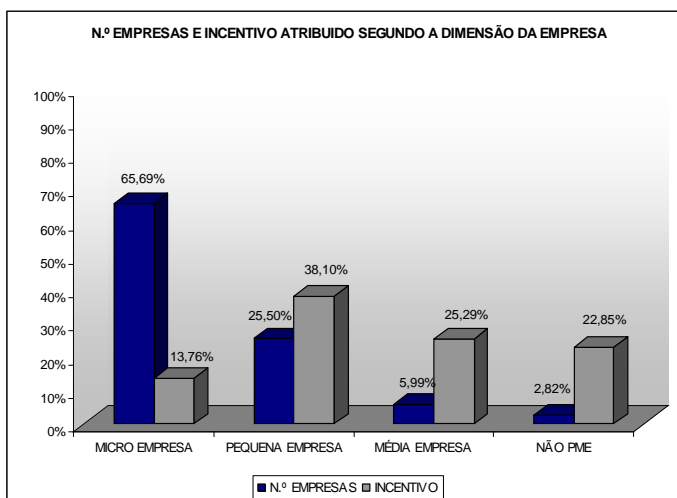
Relativamente à variável Incentivo atribuído, observa-se que face ao número de empresas, as empresas de pequena e micro dimensão receberam a maior parte do incentivo, dado que o valor de incentivo atribuído às empresas de pequena e micro dimensão (51,9%) é superior ao incentivo atribuído às empresas de média e grande dimensão (48,1%).

Contudo, considerando o caso específico das micro empresas, observa-se que as empresas de micro dimensão (65,7%) receberam a menor parte do Incentivo atribuído (13,8%) apesar de se constituírem como o principal grupo de empresas que investiu no setor do turismo neste

período. Situação contrária se verifica relativamente às empresas de média e grande dimensão.

Gráfico V.4.1.4 Número de empresas e incentivo atribuído

Neste caso, o número de empresas que investiu no setor é reduzido, no entanto, o incentivo atribuído é manifestamente superior ao obtido pelas empresas de micro dimensão. As empresas de média dimensão (6%)



receberam 30,4% do Incentivo e as Não PME (2,8%) receberam 27,6%. Mesma situação se verifica em relação às pequenas empresas (25,6%) que receberam 38,1% do Incentivo constituindo-se como o grupo ao qual foi atribuído a maior percentagem de Incentivo.

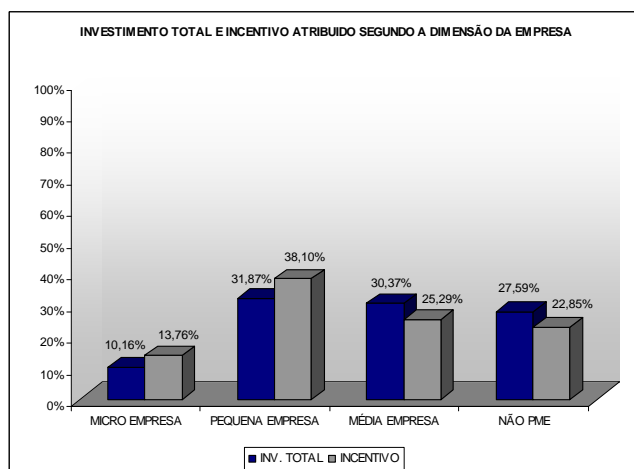


Gráfico V.4.1.5 Investimento total e incentivo atribuído

Uma análise comparativa entre o Investimento total realizado e o Incentivo atribuído permite referir que as empresas de pequena e micro dimensão receberam um valor superior de Incentivo apesar do reduzido valor de Investimento total.

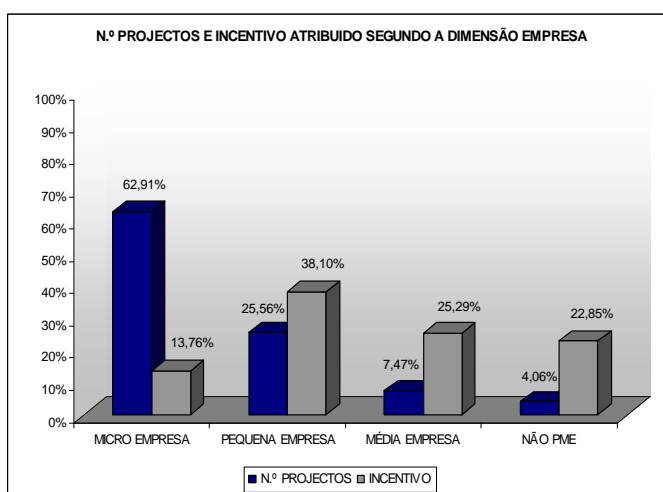
Em termos de Investimento as empresas de pequena e micro dimensão foram responsáveis por 31,9% e 10,2% do Investimento total tendo sido atribuído, respetivamente, 38,1% e 13,8% do Incentivo total.

As empresas de média e grande dimensão não obtiveram, em termos percentuais os mesmos valores do investimento realizado. As empresas de média dimensão face a um investimento de 30,4% receberam um incentivo de 25,3% e as empresas de grande dimensão num investimento de 27,6% receberam um incentivo de 22,9%, ou seja, menor face ao investimento realizado.

Para além disso, e considerando o número de projetos realizados comparativamente ao Incentivo atribuído, verifica-se que, efetivamente foram as empresas de pequena e micro dimensão que receberam a maior parte do Incentivo. Contudo, uma análise pormenorizada permite referir que, em termos percentuais, cada projeto realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão recebeu uma percentagem de Incentivo inferior comparativamente a cada projeto que tenha sido realizado pelas empresas de média e grande dimensão.

Gráfico V.4.1.6 Número de projetos e incentivo atribuído

Esta investigação permite concluir que a HI 5.1.4. *‘As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’* é verdadeira considerando os valores absolutos e percentuais obtidos na análise de



dados. Contudo, considerando o número de empresas que investiram no turismo neste período ou até mesmo o número de projetos realizados, regista-se que o valor de Incentivo atribuído por empresa ou por projeto realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão é inferior ao obtido por empresa ou projeto realizado pelas empresas de média e grande dimensão.

A análise empírica permite também apresentar algumas considerações relativamente à variável Postos de Trabalho a Criar tendo por base a dimensão da empresa. Observa-se que as micro empresas demonstram uma menor capacidade de criação de emprego comparativamente às restantes empresas de pequena, média ou grande dimensão, dado que o número de empresas que concorreu a Incentivos financeiros apresenta uma taxa reduzida de criação de emprego (16,7%).

Gráfico V.4.1.7 Número de empresas e postos de trabalho a criar

As empresas de pequena dimensão demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego, sendo as que apresentam a taxa mais elevada de criação de postos de trabalho. Contudo, são as empresas de média (6% das empresas) e grande

(2,8% das empresas) dimensão, que face ao número de empresas que concorreram a Incentivos financeiros demonstram a maior capacidade de criação de emprego, 22,3% e 24,7% respetivamente.

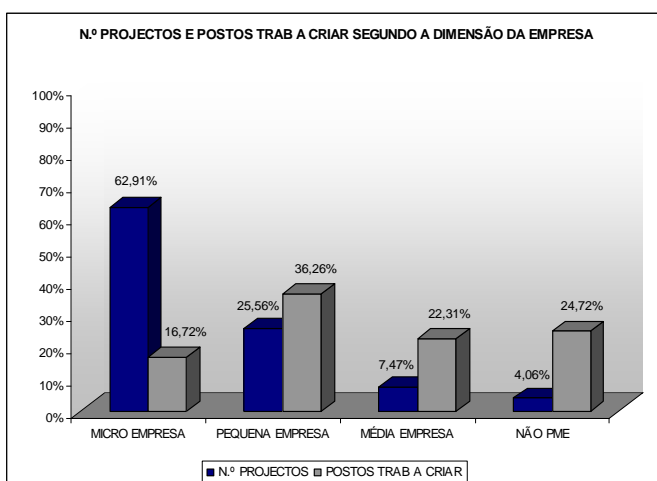
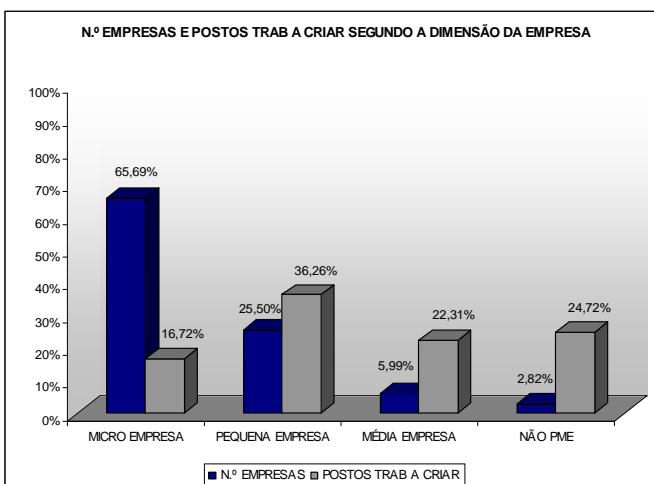


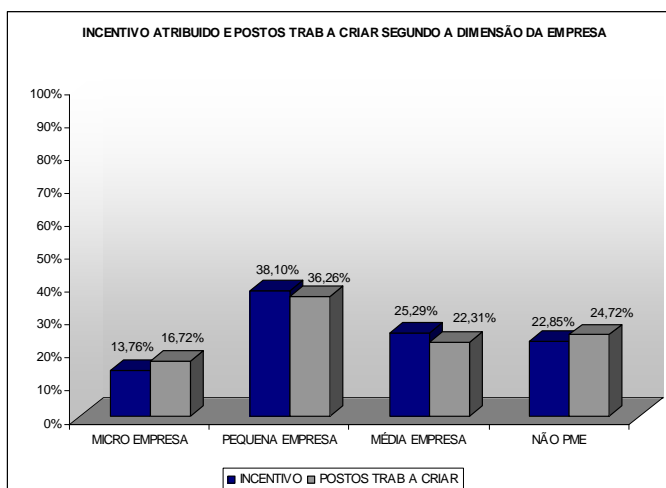
Gráfico V.4.1.8 Número de projetos e postos de trabalho a criar

Mesma situação se verifica considerando na análise o número de projetos e o número de postos de trabalho a criar. As micro empresas face ao número de projetos aprovados apresentam uma taxa de criação inferior comparativamente

às restantes empresas. É ao nível das empresas de pequena dimensão que se obtém a maior taxa de criação de emprego (36,3%), no entanto são as empresas de média e grande dimensão que apresentam o melhor rácio de criação de emprego, tendo por base o número de projetos e a taxa de criação de postos de trabalho. Os projetos realizados pelas empresas de média dimensão (7,5% projetos) permitiram a criação de 22,3% dos postos de trabalho, e o número de projetos realizados pelas empresas de grande dimensão (4,1% projetos) permitiram a criação de 24,7% de postos de trabalho.

Gráfico V.4.1.9 Incentivo atribuído e postos de trabalho a criar

O Incentivo atribuído pode também ter implicações ao nível dos postos de trabalho a criar. O gráfico V.4.1.9 apresenta a percentagem de postos de trabalho a criar comparativamente ao Incentivo atribuído. Observa-se



que as empresas de pequena dimensão obtiveram os valores de incentivo e de postos de trabalho mais elevados, apesar da percentagem de criação de postos de trabalho ser ligeiramente inferior à percentagem de incentivo atribuído. As empresas de micro dimensão e as Não PME registaram um valor de incentivo inferior ao obtido na variável criação de postos de trabalho, ou seja, havendo uma ligação direta entre o Incentivo atribuído e o número de postos de trabalho criados, as empresas de micro dimensão e as Não PME's demonstraram uma maior eficiência na utilização do Incentivo. Comparativamente, as empresas de média dimensão, face ao Incentivo recebido (25,3%), registaram uma percentagem de criação de postos de trabalho inferior (22,3%).

Esta investigação permite concluir que a **HI 5.1.5**. 'As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho' é **falsa**, dado que em termos percentuais, as empresas de pequena e micro dimensão foram responsáveis pela criação de 53% dos postos de trabalho (4.557 postos de trabalho). No entanto, as micro empresas demonstram uma grande incapacidade de criação de emprego face ao número de empresas e de projetos que apresentam. Enquanto que as empresas de média e grande dimensão, não apresentam grande dificuldade de criação de emprego quando se considera o número de empresas ou o número de projetos, ao considerar o volume de Investimento ou o incentivo atribuído denotam já uma menor dinâmica. É ao nível das empresas de pequena dimensão que a variável criação de postos de trabalho apresenta os melhores índices, considerando o número de empresas, o número de projetos, o Investimento realizado ou até mesmo o Incentivo atribuído.

V.4.2 Localização das Empresas por NUT II

Uma questão particularmente importante nesta investigação prende-se com a distribuição e localização territorial do setor empresarial do turismo. Identificar as áreas de maior ou de menor concentração empresarial de empresas que operam no setor do turismo é uma questão fundamental para a tomada de decisões e definição da política de investimento e financiamento do setor.

Nesse sentido, e tendo em atenção a importância desta questão, analisa-se nesta secção a localização das empresas por NUT II, identificando, nomeadamente, quais as regiões NUT II que demonstram um maior potencial e estrutura empresarial para o investimento no setor do turismo no período de 1994-2006. Esta análise irá permitir identificar quais as regiões NUT II que integram mais empresas com investimento no setor do turismo, as regiões onde são executados mais projetos, as regiões onde se registam um maior investimento total, investimento elegível, as que absorvem mais incentivo, e as que criam um maior número de postos de trabalho.

Tabela V.4.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II

DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
NORTE	750	783	461.730.518,25	426.847.861,19	171.146.313,81	2.490
CENTRO	373	399	272.438.049,54	247.568.114,62	103.767.052,32	1.597
LVT	421	507	830.220.389,89	676.565.913,90	297.668.560,85	2.749
ALENTEJO	209	216	148.594.597,68	137.931.289,16	50.473.521,80	987
ALGARVE	168	194	318.201.321,86	292.086.960,90	101.395.304,86	1.331
AÇORES	71	79	236.230.048,05	213.876.974,47	75.434.259,38	912
MADEIRA	127	142	364.901.046,53	327.473.559,23	119.714.649,98	1.452
	2.119	2.320	2.632.315.971,80	2.322.350.673,47	919.599.663,00	11.518
MULTI-CONCELHOS	5	66	120.891.464,51	111.752.825,72	9.913.335,71	135
	2.124	2.386	2.753.207.436,31	2.434.103.499,19	929.512.998,71	11.653
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
NORTE	35,31%	32,82%	16,77%	17,54%	18,41%	21,37%
CENTRO	17,56%	16,72%	9,90%	10,17%	11,16%	13,70%
LVT	19,82%	21,25%	30,15%	27,80%	32,02%	23,59%
ALENTEJO	9,84%	9,05%	5,40%	5,67%	5,43%	8,47%
ALGARVE	7,91%	8,13%	11,56%	12,00%	10,91%	11,42%
AÇORES	3,34%	3,31%	8,58%	8,79%	8,12%	7,83%
MADEIRA	5,98%	5,95%	13,25%	13,45%	12,88%	12,46%
	99,76%	97,23%	95,61%	95,41%	98,93%	98,84%
MULTI-CONCELHOS	0,24%	2,77%	4,39%	4,59%	1,07%	1,16%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

A investigação realizada permite observar que 52,9% das empresas que realizaram projetos de investimento na área do turismo localizam-se nas regiões NUT II do Norte (35,3%) e Centro (17,6%) tendo sido responsáveis por 49,5% (32,8% na região Norte e 16,7% na região Centro) do total de projetos realizados no período de 1994-2006. A região NUT II de LVT posiciona-se em 2º lugar, logo a seguir à região Norte, quer em termos do número de empresas (19,8%) que

realizaram investimentos na área do turismo quer em termos do número total de projetos (21,3%).

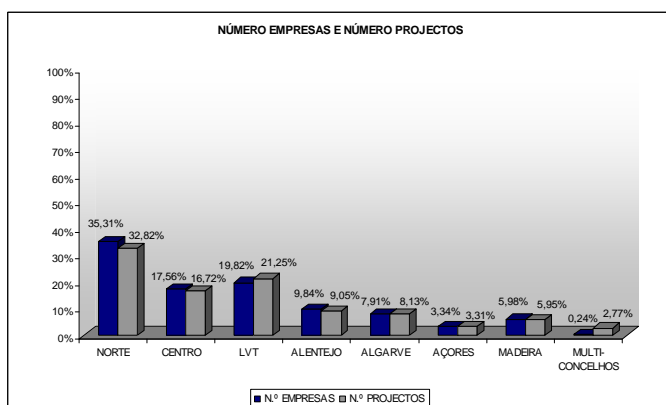


Gráfico V.4.2.1 Número de empresas e número de projetos por NUT II

Refira-se também o reduzido número de empresas e número de projetos realizados nas regiões NUT II do Algarve e da Madeira, dois dos principais destinos turísticos em Portugal. A região NUT II do Algarve

representa cerca de 8% do total de empresas e do total de projetos realizados no período de 1994-2006, enquanto que a região da Madeira não ultrapassa os 6% quer do número total de empresas que realizaram investimentos neste período, quer do número total de projetos realizados nesta região.

Conclui-se que a **HI 5.2.1**. 'A maior parte dos projetos de investimento realizam-se por empresas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira' é **falsa**, considerando que mais de 50% dos projetos de investimento realizam-se nas regiões NUT II Norte e Centro, e em que se observa um reduzido número de projetos de investimento realizados nas regiões NUT II do Algarve e da Madeira, apesar de a região de LVT se constituir como a 2ª principal região em termos de número de projetos de investimento.

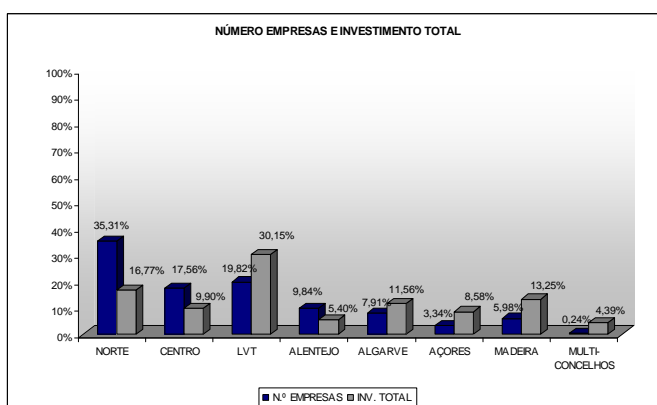
Na região do Alentejo observa-se uma situação particularmente interessante. O número de empresas que apresentam projetos na área do turismo é superior ao número de empresas registado na região do Algarve, contudo, em termos de projetos de investimento, o número de projetos executados na região do Algarve é superior ao número de projetos realizados na região do Alentejo. A região dos Açores absorve um reduzido número de projetos (3,3%) de investimento, constituindo-se como a região NUT II que absorve o menor número de projetos realizados no período de 1994-2006.

Em termos de investimento total observa-se uma clara concentração do investimento na região NUT II de LVT (30,2%), que se distancia claramente do total de investimento realizado na região NUT II Norte (16,8%). De facto, enquanto que na análise entre número de empresas e

número de projetos não se verificava diferenças acentuadas por NUT II, em relação à análise entre número de empresas e investimento total, as diferenças por NUT II são claras. Infere-se que a HI 5.2.2. ‘O investimento é realizado principalmente por empresas que se localizam na região NUT II de LVT’ é verdadeira, uma vez que esta região NUT II se constitui como a principal região em termos de investimento total registando sensivelmente o dobro do investimento total realizado na região NUT II Norte que se posiciona em 2º lugar em termos de investimento.

Gráfico V.4.2.2 Número de empresas e investimento total

Regista-se um maior investimento por parte das empresas sedeadas na região NUT II do Algarve (11,6%) e da Madeira (13,3%) comparativamente ao observado na região Centro (9,9%) e na região do Alentejo (5,4%) que



para além de registarem um maior número de empresas absorvem também um maior número de projetos. Outra situação particularmente interessante prende-se com a região NUT II dos Açores que face ao número de empresas que realizaram projetos de investimento na área do turismo registam um investimento total claramente superior às regiões Centro e Alentejo que absorvem um maior número de projetos.

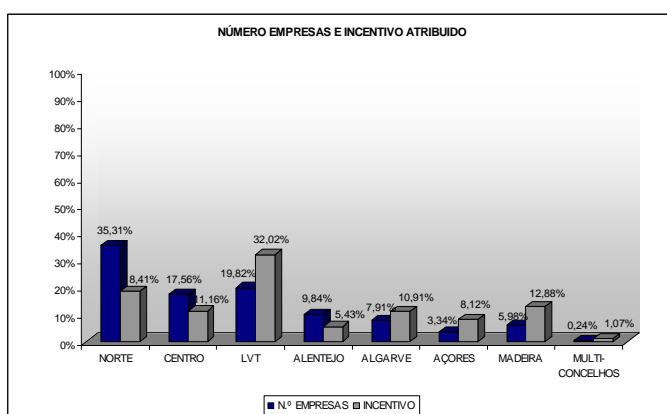


Gráfico V.4.2.3 Número de empresas e incentivo atribuído

No que se refere ao incentivo atribuído observa-se que a região NUT II de LVT absorve mais de 30% do total de incentivo. Esta situação deve-se principalmente ao investimento total realizado nesta

região, apesar de a percentagem de número de projetos ser claramente inferior. A região Norte apesar de registar um elevado número de empresas, a percentagem de incentivo atribuído é claramente inferior ao verificado na região de LVT.

Refira-se também que as regiões NUT II do Algarve (10,9%) e da Madeira (12,9%) registam valores de incentivo atribuído superiores a 10%, o que face ao reduzido número de empresas que realizaram investimentos nestas áreas, permite concluir que o incentivo atribuído por empresa é superior nestas duas regiões comparativamente às regiões Norte, Centro e Alentejo que registam um maior número de empresas com projetos de investimento no turismo. A região dos Açores (8,1%) absorve também uma fatia razoável de incentivo face ao número de empresas que realizaram projetos de investimento na área do turismo.

Assim sendo, conclui-se que a **HI 5.2.3**. ‘As empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira absorvem a maior parte do incentivo atribuído’ é **verdadeira**, dado que, em conjunto estas regiões absorvem mais de 50% do total de incentivo atribuído, e, para além disso, qualquer uma destas regiões NUT II absorve mais incentivo por projeto de investimento, comparativamente às restantes regiões NUT II, Norte, Centro, Alentejo e Açores.

As empresas sedeadas na região NUT II de LVT são responsáveis pela criação do maior número de postos de trabalho (23,6%), logo seguidas das empresas localizadas na região Norte (21,4%). Contudo, observa-se uma maior capacidade de criação de emprego por parte das empresas localizadas na região de LVT comparativamente às empresas localizadas na região Norte, dado que 35,3% das empresas localizadas na região Norte são responsáveis pela criação de 21,4% do total de postos de trabalho, enquanto que, 19,8% das empresas sedeadas na região de LVT são responsáveis pela criação de 23,6% do total de postos de trabalho.

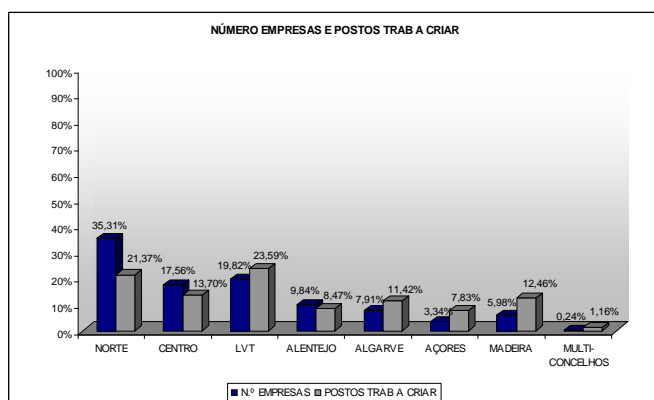


Gráfico V.4.2.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar

Daqui se infere que a **HI 5.2.4**. ‘As empresas sedeadas na região NUT II Norte demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego’ é **inconclusiva**, na medida em que,

apesar de em termos de investimento total, o número de postos de trabalho a criar demonstra alguma dinâmica por parte das empresas localizadas nesta região, no que se refere ao número de projetos de investimento, a região Norte demonstra uma menor capacidade de criação de emprego, face por exemplo à região de LVT.

Observa-se também uma maior dinâmica na criação de emprego nas regiões NUT II do Algarve, dos Açores e da Madeira, que são responsáveis pela criação de, respetivamente, 11,4%, 7,8% e 12,5% do total de postos de trabalho, valores percentuais superiores aos valores observados em termos do número de empresas que se localizam em cada uma destas 3 regiões, 7,9% na Madeira, 3,3% nos Açores, e 6% na Madeira. Por sua vez, as regiões NUT II do Centro e do Alentejo registam algum défice em termos da criação de emprego, dado que na região Centro, 17,6% das empresas criam 13,7% do total de postos de trabalho, e na região do Alentejo 9,8% de empresas são responsáveis pela criação de 8,5% do total de postos de trabalho.

V.4.3 Número de Projetos por Empresa segundo a sua dimensão

No período de 1994-2006, 94,2% (2.000 empresas) das empresas apresentaram 1 projeto de investimento, tendo sido responsáveis pela realização de 83,8% (2.000 projetos) do total de projetos. Os projetos realizados implicaram um Investimento total de 2.007.652.149,31 € (72,9% Investimento total), um Investimento elegível de 1.750.010.593,85 € (71,9% Investimento elegível), tendo sido atribuído um Incentivo de 687.651.639,44 € (74% Incentivo). Para além disso, o Investimento realizado permitiu a criação de 9.389 postos de trabalho (80,6% dos postos de trabalho criados).

Tabela V.4.3.1 Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão

NÚMERO PROJECTOS	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS 1 PROJ INVESTIMENTO	2.000	2.000	2.007.652.149,31	1.750.010.593,85	687.651.639,44	9.389
EMPRESAS + 1 PROJ INVESTIMENTO	124	386	745.555.286,99	684.092.905,30	241.861.359,28	2.264
	2.124	2.386	2.753.207.436,30	2.434.103.499,15	929.512.998,72	11.653
NÚMERO PROJECTOS	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
EMPRESAS 1 PROJ INVESTIMENTO	94,2%	83,8%	72,9%	71,9%	74,0%	80,6%
EMPRESAS + 1 PROJ INVESTIMENTO	5,8%	16,2%	27,1%	28,1%	26,0%	19,4%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

A análise de dados permite também observar que 5,8% (124 empresas) das empresas que investiram neste período realizaram mais do que um projeto de investimento. Estas empresas foram responsáveis pela realização de 16,2% do total de projetos que implicou um Investimento total de 745.555.286,99 € (27,1% do Investimento total), um Investimento elegível de 684.092.905,30 € (28,1% do Investimento elegível), e um Incentivo atribuído de 241.861.359,28 € (26% do Incentivo). O Investimento realizado permitiu também a criação de 2.264 postos de trabalho (19,4% do total de postos de trabalho criados).

Conclui-se que as empresas que realizaram investimentos na área do turismo no período de 1994-2006, realizaram maioritariamente um projeto de investimento, dado que 94,2% das empresas realizaram 83,8% dos projetos. Nesse sentido, a **HI 5.3.1. 'As empresas do setor do turismo quando concorrem a Incentivos financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto de investimento'** é **verdadeira**. Refira-se que esta situação poder-se-á justificar pelo facto dos Instrumentos Financeiros disponibilizados durante este período estarem direcionados para as empresas de pequena e micro dimensão.

Contudo, regista-se a elevada capacidade de investimento demonstrada pelas empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento, na medida em que face ao número de empresas (5,8% empresas) que apresentaram mais do que um projeto de investimento, o número de projetos realizado foi claramente superior (16,2% dos projetos), e o Investimento realizado representou $\frac{1}{4}$ do Investimento total (27,1% do Investimento total). Esta investigação permite concluir que a **HI 5.3.2. 'As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas que apresentam apenas 1 projeto'** é **verdadeira**.

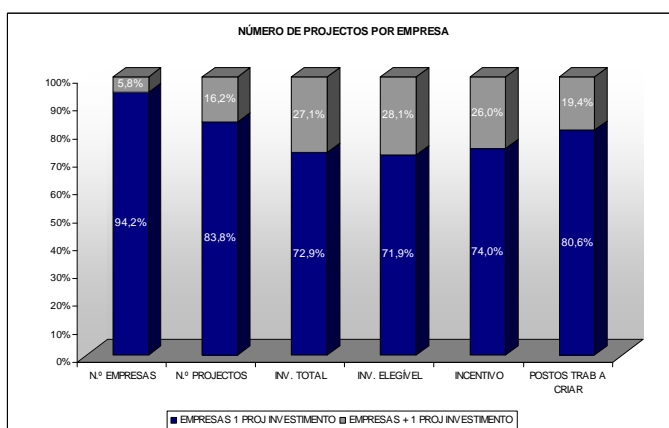


Gráfico V.4.3.1 Número de projetos por empresa

Relativamente às restantes variáveis em análise não se observam diferenças significativas entre estas e a percentagem de Investimento total realizado tendo por base as empresas que

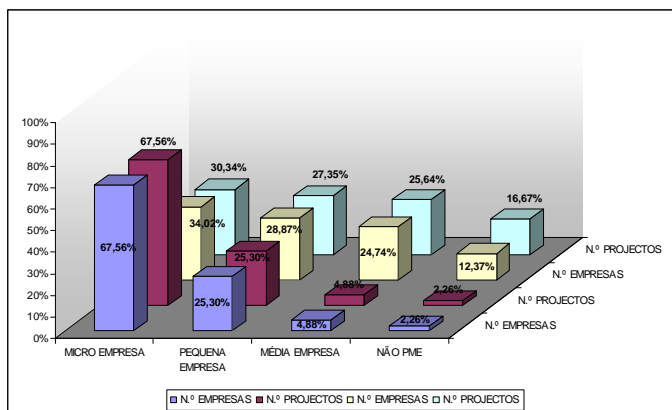
realizaram um projeto ou mais do que um projeto de investimento. Face ao Investimento total, as empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento obtiveram um Incentivo atribuído ligeiramente inferior à percentagem de investimento realizado, assim como ao nível da criação de postos de trabalho, em que se observa que as empresas que realizaram mais do que um projeto de investimento demonstram uma menor capacidade de criação de emprego.

Tendo por base na análise a dimensão das empresas, observa-se que foram as empresas de pequena e micro dimensão que realizaram maioritariamente 1 projeto de investimento, dado

que 92,9% das empresas (1.523 empresas) eram de pequena ou micro dimensão, tendo realizado 92,9% (1.523 projetos) dos projetos. Daqui se infere que a **HI 5.3.3. ‘As empresas que apresentam 1 projeto de investimento são maioritariamente de pequena e micro dimensão’ é verdadeira.**

Gráfico V.4.3.2 Número de empresas e número de projetos por dimensão de empresa

Refira-se que uma análise mais pormenorizada permite inferir que são as micro empresas as principais dinamizadoras na realização de projetos, uma vez que foram



responsáveis pela concretização de 67,6% dos projetos enquanto que as pequenas empresas realizaram 25,3%.

A análise empírica permite observar que as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma menor capacidade de investimento face ao número de projetos realizados e comparativamente à dinâmica de investimento demonstrada pelas empresas de média e grande dimensão. Estas empresas realizaram 7,2% dos projetos (117 projetos), o que implicou um Investimento total de 52,2%. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.3.4. ‘As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento’ é falsa**, face ao número de projetos aprovados e ao Investimento total realizado por parte destas empresas, que é inferior ao Investimento realizado pelas empresas de média e grande dimensão, tendo em atenção o reduzido número de projetos aprovados.

Tabela V.4.3.2 Número de empresas com 1 projeto de investimento

NÚMERO DE PROJECTOS, SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	1.108	1.108	169.171.508,83	161.245.322,55	73.046.696,44	1.259
PEQUENA EMPRESA	415	415	473.137.818,22	437.652.413,42	183.184.691,44	2.580
MÉDIA EMPRESA	80	80	393.127.343,49	308.252.657,89	102.640.179,12	1.154
NÃO PME	37	37	307.103.155,84	268.762.810,88	77.241.559,45	1.636
	1.640	1.640	1.342.539.826,38	1.175.913.204,74	436.113.116,45	6.629

NÚMERO DE PROJECTOS, SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	67,6%	67,6%	12,6%	13,7%	16,7%	19%
PEQUENA EMPRESA	25,3%	25,3%	35,2%	37,2%	42,0%	39%
MÉDIA EMPRESA	4,9%	4,9%	29,3%	26,2%	23,5%	17%
NÃO PME	2,3%	2,3%	22,9%	22,9%	17,7%	25%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Esta dificuldade de investimento demonstrada pelas empresas de menor dimensão reflete-se principalmente ao nível das empresas de micro dimensão. A análise de dados demonstra que são as micro empresas que apresentam uma maior dificuldade de investimento. Regista-se que 67,6% das empresas realizaram 67,6% dos projetos, o que implicou um investimento de 12,6%, consideravelmente baixo tendo em atenção o investimento realizado por empresas de maior dimensão.

Em termos de Incentivo atribuído observa-se que as empresas de média e grande dimensão absorveram um menor valor de incentivo (41,2%) comparativamente ao Investimento realizado (52,2%). Enquanto que as empresas de pequena e micro dimensão absorveram, em termos percentuais, um Incentivo (58,7%) superior ao Investimento realizado (47,8%). Esta investigação permite concluir que a **HI 5.3.5. 'As empresas de pequena e micro dimensão que realizam 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do Incentivo atribuído'** é **verdadeira**.

Refira-se que esta questão é representativa das várias dimensões de empresa aqui analisadas. O investimento realizado pelas empresas de pequena (35,2%) e de micro (12,6%) dimensão é superior em termos percentuais ao incentivo atribuído, de 16,7% e 42% respetivamente. Situação contrária se verifica em relação às empresas de média e grande dimensão em que o Investimento realizado foi de 29,3% e 22,9% e o Incentivo atribuído de 23,5% e 17,7%, respetivamente.

Esta situação de favorecimento em termos da atribuição do Incentivo às empresas de pequena e micro dimensão poderá ter origem numa estratégia de apoio às empresas que demonstram uma maior dificuldade de investimento, como é o caso deste tipo de empresas. O Capítulo III apresenta mais pormenorizadamente esta questão.

Outra questão particularmente importante prende-se com o número de postos de trabalho a criar, a análise de dados permite observar que o total de projetos realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão permitiu criar 58% do total de postos de trabalho (3.839 postos de trabalho), o que é superior em termos comparativos ao número de postos de trabalho criados pelas empresas de média e grande dimensão (42% postos de trabalho). Regista-se o facto das empresas de média e grande dimensão demonstrarem uma grande capacidade de investimento, contudo, essa dinâmica não se reflete na criação de postos de trabalho. Daqui se

conclui que a **HI 5.3.6**. ‘As empresas de maior dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de menor dimensão’ é falsa.

Relativamente às empresas que apresentaram mais do que 1 projeto de investimento, observa-se que 62,9% (61 empresas) das empresas são de pequena e micro dimensão tendo realizado 57,7% (135 projetos) do total de projetos. Regista-se uma vez mais a preponderância das pequenas e micro empresas na realização de projetos de investimento, contudo numa dimensão menor quando comparado com o grupo de empresas que apresentaram 1 projeto de investimento.

Tabela V.4.3.3 Empresas com mais de 1 projeto de investimento

NÚMERO DE PROJECTOS, SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM MAIS 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	33	71	22.784.102,55	21.288.790,11	8.767.030,13	179
PEQUENA EMPRESA	28	64	128.763.628,91	108.498.565,99	43.413.733,81	539
MÉDIA EMPRESA	24	60	180.374.114,49	166.280.004,48	47.732.615,45	765
NÃO PME	12	39	213.947.199,89	195.413.126,18	58.672.559,86	490
	97	234	545.869.045,84	491.480.486,76	158.585.939,25	1.973

NÚMERO DE PROJECTOS, SEGUNDO A DIMENSÃO DA EMPRESA - EMPRESAS COM MAIS 1 PROJECTO DE INVESTIMENTO						
DIMENSÃO	N.º EMPRESAS	N.º PROJECTOS	INV. TOTAL	INV. ELEGÍVEL	INCENTIVO	POSTOS TRAB A CRIAR
MICRO EMPRESA	34,0%	30,3%	4,2%	4,3%	6%	9,1%
PEQUENA EMPRESA	28,9%	27,4%	23,6%	22,1%	27%	27,3%
MÉDIA EMPRESA	24,7%	25,6%	33,0%	33,8%	30%	38,8%
NÃO PME	12,4%	16,7%	39,2%	39,8%	37%	24,8%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Observa-se uma maior dinâmica, relativamente à análise anterior, das empresas de média e grande dimensão na realização de mais de 1 projeto de investimento. A análise de dados permite inferir que 37,1% das empresas realizaram 42,3% dos projetos, o que apesar de ser uma evolução comparativamente à análise anterior fica abaixo daquilo que é realizado pelas empresas de pequena e micro dimensão. Daqui se conclui que a **HI 5.3.7**. ‘As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são maioritariamente de média ou grande dimensão’ é falsa.

A análise empírica atesta também a elevada capacidade de investimento demonstrada pelas empresas de média e grande dimensão, responsáveis por 72,2% do Investimento total realizado em 42,3% do total de projetos. Esta situação é ainda mais evidente no caso das *Não PME's*, na medida em que 12,4% das empresas (12 empresas) executaram 16,7% (39 projetos) dos projetos tendo realizado um investimento de 39,2%, constituindo-se como as empresas que efetuaram o maior investimento do grupo de empresas que realizaram mais do que 1 projeto. Daqui se infere que a **HI 5.3.9**. ‘As empresas de maior dimensão demonstram uma maior propensão para a realização de mais projetos de investimento e de investimento

superior é **inconclusiva**. Se é verdade que as empresas de média e grande dimensão demonstram uma elevada capacidade para a concretização de investimento de valor superior, no que se refere à capacidade para realizarem o maior número de projetos, são as empresas de pequena e micro dimensão.

No que se refere às empresas de pequena e micro dimensão a situação altera-se. Regista-se que 62,9% das empresas executaram 57,7% do total de projetos que representaram 27,8% do Investimento total. A análise de dados permite inferir que as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dificuldade de investimento face ao número de projetos por si realizados. Considerando na análise apenas as empresas de micro dimensão a situação é totalmente esclarecedora. Observa-se que 30,3% dos projetos foram realizados por micro empresas (34%), a que correspondeu apenas 4,2% do Investimento total. Conclui-se que a **HI 5.3.8. 'As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento' é falsa**.

Outra questão particularmente importante prende-se com o Incentivo atribuído face ao Investimentos realizado. A análise de dados demonstra que as empresas de média e grande dimensão (33%) absorveram a maior parte do incentivo atribuído (67%). Contudo, regista-se que o incentivo atribuído é, em termos percentuais, inferior ao Investimento realizado (72,2%) por parte destas empresas. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.3.10. 'As empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo' é falsa**. No entanto, em termos comparativos entre o Investimento realizado e o Incentivo atribuído observa-se que as empresas de pequena e micro dimensão obtiveram um valor de incentivo superior ao investimento realizado.

Em relação à variável Número de postos de trabalho a criar, observa-se que as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de 63,6% do total de postos de trabalho, comparativamente ao número de postos de trabalho criados (36,4%) pelas empresas de pequena e micro dimensão que demonstram uma menor capacidade de criação de emprego quando realizam mais do que 1 projeto de investimento. De salientar o caso concreto das empresas de média dimensão que demonstram uma grande dinâmica na criação de emprego face ao número de projetos executados e ao investimento realizado. Esta tese permite concluir que a **HI 5.3.11. 'As empresas de média e grande dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de criação de emprego' é verdadeira**.

V.4.4 Número de empresas segundo a sua área de atividade

Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, correspondente ao II QCA e III QCA, centraram-se maioritariamente ao nível da CAE 55, Alojamento e Restauração. Neste período realizaram-se 1.655 *projetos* de investimento apresentados por 1.558 *empresas*. Os projetos realizados implicaram um *investimento total* de 1.435.865.827,94 €, que originou um *Investimento elegível* de 1.318.159.178,11 € (91,8% do investimento total) e um *Incentivo* de 464.238.570,61 € (32,3% do investimento total), tendo sido criados 7.137 *postos de trabalho* (4,3 postos de trabalho por projeto).

Os projetos de investimento executados ao nível da CAE 55 – Alojamento e Restauração são realizados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão. Regista-se que 92,5% de empresas de pequena e micro dimensão realizaram 90% dos projetos de investimento nesta área, sendo que 67,7% das empresas são de micro dimensão tendo realizado 65% dos projetos de investimento.

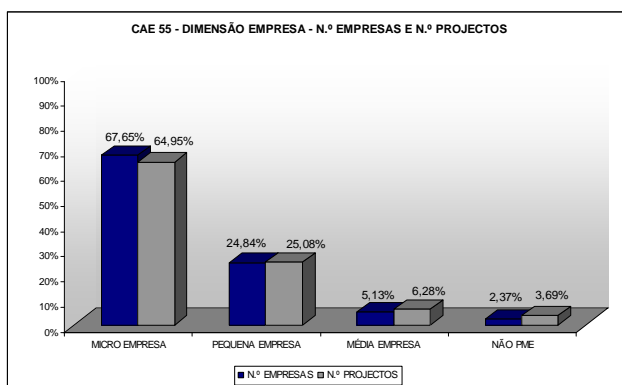


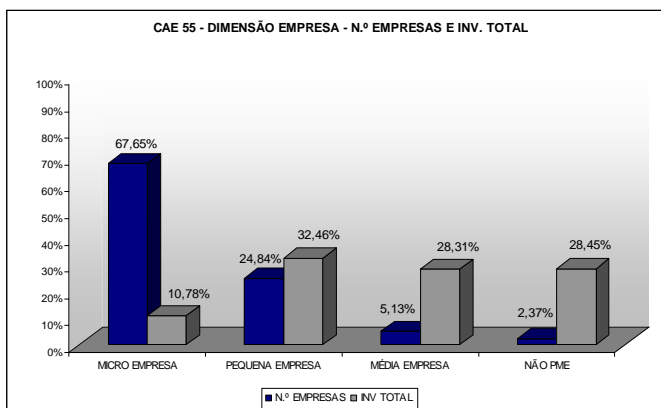
Gráfico V.4.4.1 Número de empresas e número de projetos – CAE 55

Denota-se uma maior capacidade, por parte das empresas de média e grande dimensão na realização de projetos de investimento, na medida em que 7,5% de empresas de média (5,1%) e grande

(2,4%) dimensão executaram 10% dos projetos de investimento nesta área. Daqui se infere que a HI 5.4.1. 'Na área do alojamento e restauração as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento' é verdadeira.

Gráfico V.4.4.2 Número de empresas e investimento total- CAE 55

Relativamente ao número de empresas e ao investimento total realizado, observa-se uma menor capacidade de investimento por parte das empresas de pequena e



micro dimensão (43,2% do investimento total), com maior incidência ao nível das empresas de micro dimensão, onde 67,7% das empresas demonstraram uma menor capacidade de investimento não ultrapassando os 10,8% do investimento total realizado nesta área. Por sua vez, as empresas de pequena dimensão demonstraram uma interessante capacidade de investimento, sendo mesmo as empresas que maior volume de investimento realizaram nesta CAE (24,8% de empresas realizou 32,5% do investimento total).

As empresas de média e grande dimensão apesar de representarem menos de 10% do total de empresas que investiram nesta área, são responsáveis por mais de 50% do investimento total (56,8%). As empresas de média dimensão (5,1%) realizaram 28,3% do investimento total enquanto que as empresas de grande dimensão (2,37%) realizaram 28,5% do investimento. Conclui-se que a **HI 5.4.2.** *‘Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.*

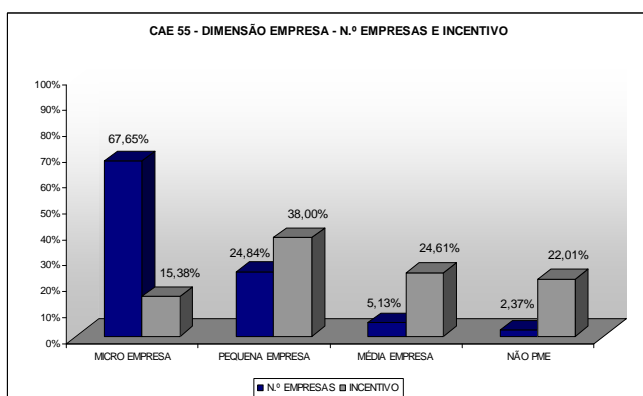


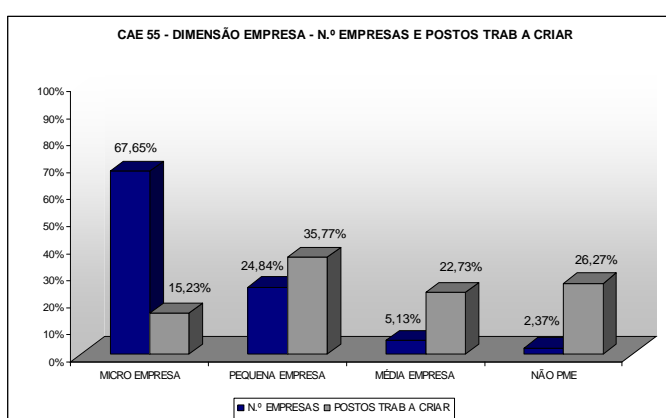
Gráfico V.4.4.3 Número de empresas e incentivo – CAE 55

Tendo por base o número de empresas e o incentivo distribuído observa-se que as empresas de pequena e micro dimensão absorveram a maior parte do incentivo (53,4%). Contudo, regista-se uma menor capacidade de atração do incentivo por parte das empresas de micro dimensão, na medida em que 67,7% absorveram apenas 15,4% do incentivo.

Por outro lado, as empresas de pequena dimensão, apesar de representarem $\frac{1}{4}$ das empresas que investiram nesta área conseguem absorver 38% do incentivo distribuído. No entanto, é ao nível das empresas de média e grande dimensão que as diferenças percentuais entre o número de empresas e o incentivo atribuído são maiores. Regista-se que 7,5% das empresas de média (5,1%) e grande (2,4%) dimensão, absorveram respetivamente, 24,6% e 22% do incentivo, o que representa 46,6% do incentivo total distribuído. Contudo, considera-se que a **HI 5.4.3.** *‘Na área do alojamento e restauração as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’* é **verdadeira**, apesar da elevada dificuldade das empresas de micro dimensão em captarem o incentivo disponibilizado.

Gráfico V.4.4.4 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 55

No que se refere ao número de postos de trabalho a criar e tendo como base de análise o número de empresas, observa-se uma distribuição equitativa na criação de postos de trabalho entre as



empresas de pequena e micro dimensão (51%) e as empresas de média e grande dimensão (49%). No entanto, considerando que as empresas de pequena e micro dimensão representam mais de 90% do total de empresas regista-se uma maior dinâmica na criação de emprego por parte das empresas de média e grande dimensão.

Contudo, uma análise mais cuidada permite observar que as empresas de pequena dimensão (24,8%) são responsáveis pela criação do maior número de postos de trabalho (35,8%), enquanto que as empresas de micro dimensão (67,7%) são responsáveis pela criação de apenas 15% do total de postos de trabalho. As empresas de média e grande dimensão demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego, em que as empresas de média dimensão (5,1%) criam 22,7% do total de postos de trabalho, e as empresas de grande dimensão (2,4%) são responsáveis pela criação de 26,3%. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.4.** *‘Na área do alojamento e restauração as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’* é **verdadeira**.

A CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e turismo constitui-se como uma das principais áreas de investimento do setor privado do turismo. No período de 1994-2006, realizaram-se 75 projetos de investimento por parte de 66 empresas na área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total de 20.028.942,03 €, que representou um investimento elegível de 17.883.418,24 €, (89,3% do investimento total) e um incentivo de 7.163.378,07 € (35,8% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 301 postos de trabalho (4 postos de trabalho por projeto).

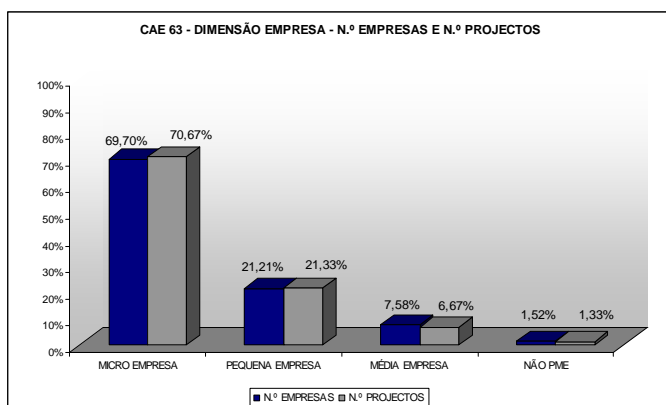


Gráfico V.4.4.5 Número de empresas e número de projetos – CAE 63

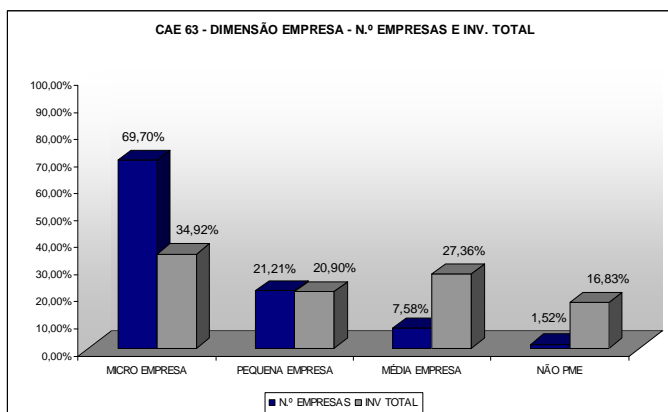
A análise de dados relativa à CAE 63 permite observar que as empresas de pequena e micro dimensão (90,9%) realizam 92% do total de projetos realizados nesta área. Refira-se o peso demonstrado pelas

empresas de micro dimensão em que 69,7% das empresas realizam 70,7% do total de projetos. As empresas de pequena dimensão (21,2%), por sua vez, são responsáveis pela execução de 21,3% dos projetos nesta CAE.

Regista-se a maior dinâmica de execução de projetos demonstrada por parte das empresas de pequena e micro dimensão que apresentam um valor percentual de realização de projetos superior ao número de empresas. As empresas de média e grande dimensão (9,1%) são responsáveis pela execução de 8% do total de projetos nesta área. Ao nível destas empresas observa-se a situação contrária, ou seja, apresentam uma menor dinâmica de execução de projetos, uma vez que o número de projetos realizados é igual ao número de empresas. Conclui-se que a **HI 5.4.5. 'Na área das agências de viagem e de turismo as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento' é verdadeira.**

Gráfico V.4.4.6 Número de empresas e investimento total – CAE 63

As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pelo maior volume de investimento realizado ao nível da CAE 63, tendo realizado 55,8% do investimento



total. Regista-se a dinâmica de investimento realizado demonstrada pelas empresas de micro dimensão (69,7%), constituindo-se como a dimensão de empresa que maior volume de investimento (34,9%) realiza.

Esta situação de maior preponderância por parte das empresas de micro dimensão ao nível da CAE 63 não se verifica ao nível da CAE 55 e da CAE 92. No entanto, face ao número de empresas, observa-se alguma dificuldade de investimento por parte das empresas de micro dimensão, contudo, não tão acentuada como se regista ao nível da CAE 55 e da CAE 92. As empresas de pequena dimensão (21,2%) são responsáveis por 20,9% do investimento total, o que demonstra também alguma dificuldade em termos de volume de investimento.

As empresas de média e grande dimensão, apesar de registarem um valor total de investimento inferior aos obtidos pelas empresas de pequena e micro dimensão, demonstram uma grande capacidade de investimento, dado que as empresas de média (7,6%) e grande (1,5%) dimensão são responsáveis pela execução de, respectivamente, 27,4% e 16,8% do investimento total nesta área. Assim sendo, infere-se que a **HI 5.4.6**. ‘Na área das agências de viagem e de turismo as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’ é verdadeira.

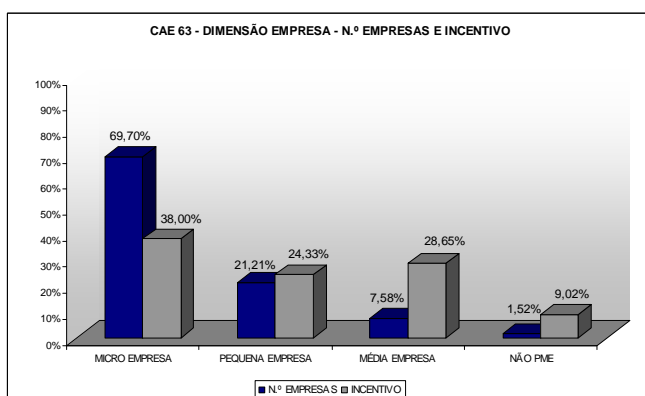


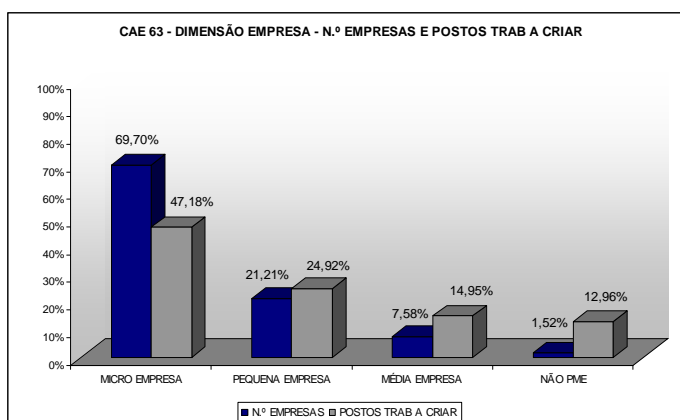
Gráfico V.4.4.7 Número de empresas e incentivo – CAE 63

Relativamente ao número de empresas e ao incentivo atribuído regista-se uma maior capacidade de atração de incentivo por parte das

empresas de pequena e micro dimensão (62,3%), tendo as empresas de micro dimensão absorvido o maior valor de incentivo (38%) e as empresas de pequena dimensão terem recebido 24,3% do incentivo total. Refira-se que tendo por base o número de empresas o incentivo atribuído às empresas de pequena e micro dimensão é menor.

As empresas de média e grande dimensão absorveram 37,7% do incentivo total, tendo as empresas de média dimensão absorvido 28,7% e as empresas de grande dimensão 9%. Regista-se a capacidade demonstrada por parte das empresas de média dimensão na captação de incentivo, na medida em que 7,6% das empresas absorveram 28,7% do incentivo. Por sua vez, as empresas de grande dimensão absorveram 9% do incentivo, constituindo-se como a dimensão de empresa que menor incentivo recebeu. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.7.** *‘Na área das agências de viagem e de turismo as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’* é **verdadeira**. Contudo, o incentivo absorvido por empresa é superior nas empresas de média e grande dimensão comparativamente às empresas de pequena e micro dimensão.

Gráfico V.4.4.8 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 63



As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela criação do maior número de postos de trabalho ao nível desta área, tendo criado mais de 70% dos postos de trabalho. Refira-se o

papel desempenhado por parte das empresas de micro dimensão a este nível, dado que 69,7% das empresas são responsáveis pela criação de 47,2% dos postos de trabalho. As empresas de pequena dimensão são responsáveis por $\frac{1}{4}$ do número de postos de trabalho criados, o que por si só também é significativo, dado que representa um valor próximo do total de postos de trabalho criados pelas empresas de média e grande dimensão.

As empresas de maior dimensão são responsáveis pela criação de 27,9% do total de postos de trabalho, o que face ao número de empresas considerado (9,1%) representa uma taxa de criação de emprego por empresa superior aos valores obtidos por parte das empresas de pequena e micro dimensão. Daqui se conclui que a **HI 5.4.8.** *‘Na área das agências de viagem e*

de turismo, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho' é **falsa**.

Na CAE 92 – Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas considerada como uma das principais áreas de investimento do setor do turismo, realizaram-se, no período de 1994-2006, 100 projetos de investimento por parte de 85 empresas da área do turismo. Os projetos realizados originaram um investimento total 337.821.474 €, que representou um investimento elegível de 249.144.656,7 €, (73,8% do investimento total) e um incentivo de 91.785.179,55 € (27,2% do investimento total), tendo sido ainda criados neste período 812 postos de trabalho (8,12 postos de trabalho por projeto).

Uma análise inicial permite observar uma diferença, apesar de não ser muito acentuada, da representatividade do investimento elegível e do incentivo atribuído face ao investimento total realizado, entre os investimentos na CAE 92, e os investimentos realizados na área do 55 - alojamento e da restauração e na área CAE 63 - atividades anexas e auxiliares dos transportes – agências de viagem e de turismo. Na CAE 92, a representatividade do investimento elegível e do incentivo recebido face ao investimento total realizado é menor que nas CAE referidas. Veja-se como exemplo, o incentivo atribuído, na CAE 55 representa 32,3% e na CAE 63 representa 35,8% do investimento total, enquanto que ao nível da CAE 92 o incentivo atribuído representa 27,2% do investimento total.

No entanto, no que se refere à variável postos de trabalho a criar, observa-se a situação contrária. Regista-se a elevada capacidade de criação de emprego por parte das empresas que realizaram projetos nesta área, que representa 8,95 postos de trabalho criados por projeto. Enquanto que relativamente às outras CAE o número de postos de trabalho a criar por projeto é de 4,3 postos de trabalho na CAE 55 e 4 na CAE 63.

Outra questão prende-se com a estrutura empresarial que realiza projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas (CAE 92). Observa-se que a estrutura empresarial que esta na base do investimento na CAE 92 se diferencia claramente da estrutura empresarial analisada ao nível das CAE 55 e 63. O número de empresas de pequena e micro dimensão é inferior nesta CAE ao verificado ao nível das outras CAE.

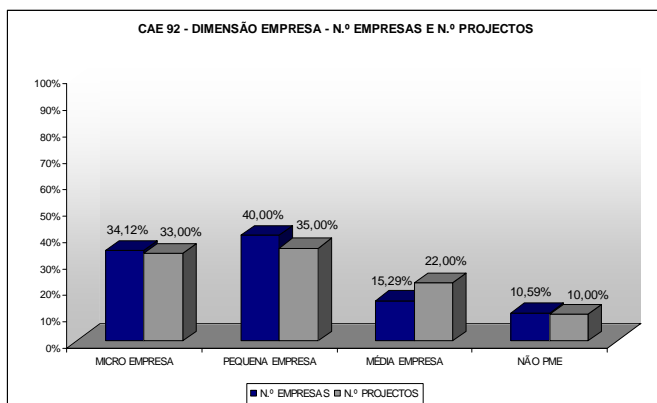


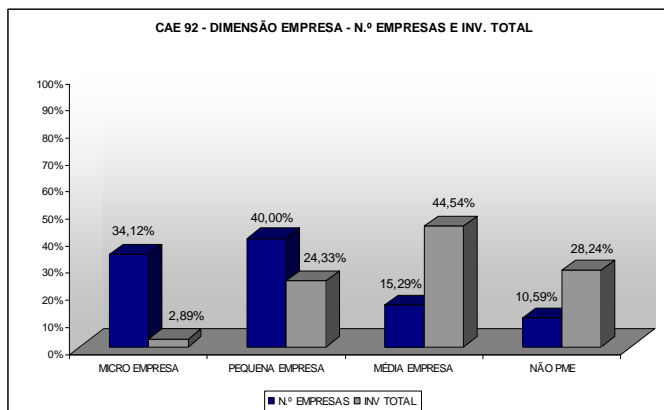
Gráfico V.4.4.9 Número de empresas e número de projetos – CAE 92

As empresas de pequena e micro dimensão realizaram a maior parte dos projetos na CAE 92. Regista-se que 74,1% das empresas realizaram 68% do total de projetos, onde as empresas de micro dimensão (34,1%)

foram responsáveis pela execução de 33% dos projetos e as empresas de pequena dimensão realizaram 35% dos projetos constituindo-se ambas como as dimensões de empresa que mais projetos executaram nesta área. As empresas de média e grande dimensão que representam 25,9% do total de empresas realizaram 32% dos projetos, o que demonstra uma maior capacidade de realização de projetos, na medida em que o número de projetos é substancialmente superior ao número de empresas. Daqui se infere que a **HI 5.4.9**. *‘Na área das atividades recreativas culturais e desportivas, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento’* é verdadeira.

Gráfico V.4.4.10 Número de empresas e investimento total – CAE 92

Relativamente às variáveis número de empresas e investimento total observa-se uma elevada capacidade, por parte das empresas de média e grande dimensão para a realização de projetos que impliquem um maior



investimento, dado que 25,9% de empresas realizou 72,8% do total de investimento. Observe-se que as empresas de média dimensão (15,3%) realizaram investimentos superiores a 44% do investimento total, e as empresas de grande dimensão (10,6%) são responsáveis pela realização de 28,2% do total de investimento. Conclui-se que a **HI 5.4.10**. *‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam’* é verdadeira.

As empresas de pequena e micro dimensão apresentam alguma incapacidade em termos de realização de investimento, uma vez que 74,1% das empresas apresentou 27,2% do investimento. Esta situação é ainda mais evidente ao nível das empresas de micro dimensão que representam 34,1% do total de empresas que investiram nesta área mas que em termos de investimento não ultrapassam os 2,9%. As empresas de pequena dimensão apresentam também algumas dificuldades na realização de investimentos elevados, dado que, representando 40% do total de empresas que investiram nesta área foram responsáveis por apenas 24,3% do total de investimento.

As empresas de média e grande dimensão absorveram a maior parte do incentivo atribuído num total de 60,8%, apesar de representarem 25,9% do total de empresas que investiram nesta área. Regista-se a elevada capacidade demonstrada por estas empresas na captação do incentivo, que se reflete ao nível das empresas de média dimensão (15,3%) que absorveram 32,1% do incentivo, e das empresas de grande dimensão (10,6%) absorveram 28,7% do incentivo distribuído.

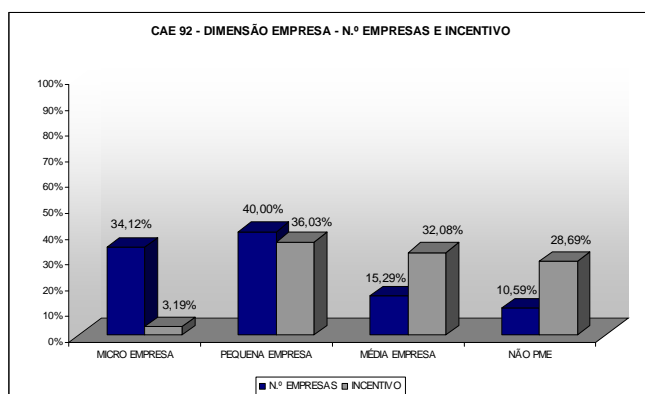
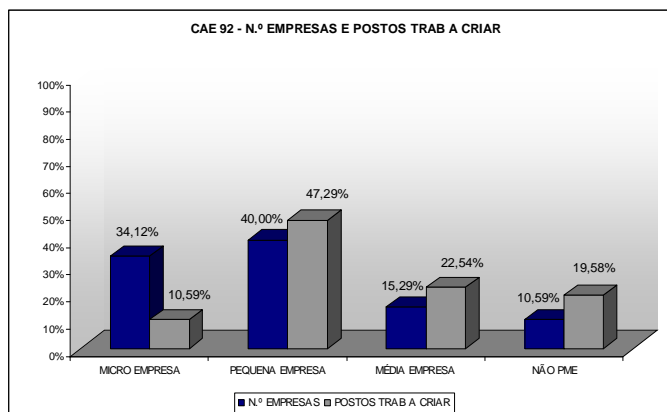


Gráfico V.4.4.11 Número de empresas e incentivo – CAE 92

Em relação às empresas de pequena e micro dimensão regista-se uma maior dificuldade na captação do incentivo, apesar de representarem mais de 70% das empresas que realizaram investimentos nesta área o incentivo atribuído quedou-se pelos 39,2%. No entanto, é ao nível das empresas de micro dimensão que esta situação é mais evidente, na medida em que, as empresas de micro dimensão (34,1%) apenas absorvem 3,2% do incentivo total. As empresas de pequena dimensão (40%) apresentam um valor percentual de incentivo atribuído (36%) inferior ao número de empresas que investiram nesta CAE, o que reflete também alguma incapacidade por parte destas empresas na captação do incentivo. Esta investigação permite concluir que a **HI 5.4.11**. *‘Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído’* é falsa.

Gráfico V.4.4.12 Número de empresas e postos de trabalho a criar – CAE 92

A análise de dados demonstra uma maior dinâmica por parte das empresas de pequena e micro dimensão na criação de postos de trabalho. Estas empresas de menor dimensão são responsáveis pela



criação de 57,9% do total de postos de trabalho. No entanto, observam-se realidades distintas entre as empresas de micro dimensão e as empresas de pequena dimensão na sua relevância ao nível deste indicador.

As empresas de micro dimensão apesar de representarem 34,1% do número total de empresas criam apenas 10,6% do número total de postos de trabalho. Já as empresas de pequena dimensão (40%) demonstram uma elevada capacidade para a criação de emprego dado que são responsáveis pela criação de 47,3% do total de postos de trabalho. Inference-se que a **HI 5.4.12**. 'Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho' é falsa.

V.5 Conclusão

Conclui-se que os investimentos realizados na área do turismo no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, e em que mais de 65% das empresas são de micro dimensão e 25,5% empresas de pequena dimensão. As empresas de média e grande dimensão não ultrapassam os 9%, dos quais 6% são empresas de média dimensão e 2,8% empresas de grande dimensão.

Em termos do número de projetos de investimento os valores apresentados para o número de empresas não varia muito, apesar de se registar uma ligeira quebra em termos percentuais do número de projetos de investimento realizados por parte das empresas de micro dimensão, e em sentido contrário um ligeiro crescimento, em termos percentuais do número de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão.

Considerando a variável investimento total observa-se uma maior capacidade de investimento por parte das empresas de média e grande dimensão face ao número de projetos que executam e comparativamente ao investimento realizado por parte das empresas de pequena e micro dimensão tendo por base os projetos executados. De facto, dada a sua dimensão, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas de pequena e micro dimensão.

Relativamente ao incentivo atribuído, conclui-se que as empresas de pequena e micro dimensão absorveram a maior parte do incentivo disponibilizado a que se deve a elevada capacidade de atração de incentivo por parte das empresas de pequena dimensão, uma vez que as empresas de micro dimensão denotam sérias dificuldades de captação de incentivo, apesar do elevado número de projetos de investimento realizados, situação que decorre já também da enorme dificuldade de investimento que se demonstra claramente nesta investigação. Enquanto que, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma enorme apetência pela captação de incentivo, uma vez que também são responsáveis pela execução de projetos de investimento de maior dimensão.

Apesar das dificuldades demonstradas por parte das empresas de pequena e micro dimensão em termos de investimento e na captação de incentivo, no que se refere à criação de postos de trabalho, estas empresas demonstram uma enorme dinâmica sendo responsáveis por mais de 50% dos postos de trabalho a criar no período de 1994-2006. As empresas de média e grande dimensão demonstram também uma enorme facilidade na criação de postos de trabalho a que se poderá dever os elevados investimentos que consegue concretizar. No entanto, as empresas de pequena e micro dimensão, principalmente as empresas de pequena dimensão demonstram uma enorme capacidade de criação de emprego. Dada a sua dimensão e enormes fragilidades, as empresas de micro dimensão são as empresas que criam um menor número de postos de trabalho, contudo não muito inferior ao registado pelas empresas de média e grande dimensão.

A análise da localização das empresas por NUT II permite concluir que a maior parte das empresas que investiram no setor do turismo no período de 1994-2006 se localizam na região Norte (35,3%) e na região de LVT (19,8%), sendo que, considerando o número de empresas localizadas na região Centro (17,6%) que realizam investimentos na área do turismo neste período, demonstra-se que as empresas localizadas nas regiões NUT II Norte e Centro em

conjunto (52,9%) são responsáveis por metade dos projetos de investimento (49,5%). Em termos de investimento total conclui-se que as empresas localizadas na região de LVT demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às restantes regiões NUT II, de onde, apesar da diferença, ressalta a capacidade de investimento demonstrada pelas empresas localizadas na região do Algarve (11,6%) e da Madeira (13,3%), face ao número de empresas que concorrem a incentivos financeiros. Em contraponto a região Norte demonstra uma menor capacidade de investimento (16,8%) face ao número de empresas (35,3%) que concorrem a incentivos financeiros.

Esta maior capacidade de investimento demonstrada pelas empresas localizadas nas regiões de LVT, Algarve e Madeira reflete-se posteriormente ao nível do incentivo atribuído, dado que estas 3 regiões absorvem mais de 50% do incentivo atribuído, apesar de representarem apenas 33,7% das empresas. Conclui-se também que apesar da elevada capacidade de criação de emprego demonstrada pelas empresas localizadas na região de LVT (23,6%), são as regiões menos desenvolvidas turisticamente que registam a maior percentagem de criação de emprego, dado que as regiões Norte, Centro, Alentejo e Açores são responsáveis pela criação de mais de 50% dos postos de trabalho.

A análise de dados permite também concluir que as empresas do setor do turismo quando concorrem a incentivos financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto, com um volume de investimento reduzido, são principalmente de pequena e micro dimensão e absorvem grande parte do incentivo atribuído.

As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento, demonstram uma maior capacidade de investimento, são também empresas de pequena e micro dimensão, o que demonstra uma elevada dinâmica, contudo a sua importância em termos totais é menor, dado que se regista um crescimento do número de empresas de média e grande dimensão que apresentam mais do que 1 projeto. Estas empresas demonstram uma grande capacidade de criação de emprego, absorvendo também a maior parte do incentivo face ao volume de investimento executado.

Os projetos de investimento realizados na área do turismo concentram-se principalmente na área sede de empresa, sendo executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, que não necessitam de uma grande capacidade de investimento, mas que

demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego e absorvem a maior parte do incentivo.

Considerando que a estrutura empresarial do setor do turismo é constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, e face à sua capacidade de criação de emprego e de dinamização da base económica local, é fundamental incentivar e dinamizar a execução de projetos de investimento fora da área sede por parte destas empresas, criando condições para uma diversificação da área de investimento através de uma maior majoração do incentivo atribuído, de forma a que estas empresas possam crescer e desenvolver e potenciar as vantagens que os seus investimentos permitem.

A análise do investimento realizado pelas empresas do setor do turismo segundo o subsetor a que pertencem permite concluir que independentemente do subsetor que integram, as empresas de pequena e micro demonstram uma grande dinâmica na aprovação de projetos e uma grande capacidade de investimento face ao número de projetos que apresentam.

Em termos do incentivo atribuído conclui-se que nos subsetores do alojamento e restauração, e das agências de viagem e de turismo, são as empresas de pequena e micro dimensão que absorvem a maior parte do incentivo, situação que já não se verifica ao nível do subsetor das atividades recreativas, culturais e desportivas em que são as empresas de média e grande dimensão que absorvem a maior parte do incentivo.

Relativamente ao indicador criação de postos de trabalho, enquanto que na área do alojamento e restauração são as empresas de média e grande dimensão que criam mais postos de trabalho, nos subsetores das agências de viagem e turismo, e das atividades recreativas, culturais e desportivas, são as empresas de pequena e micro dimensão que criam mais emprego.

A análise de dados efetuada no próximo capítulo irá permitir comprovar algumas das hipóteses de investigação aqui testadas, uma vez que neste capítulo, a análise efetuada tem por base o número de empresas, o capítulo seguinte, tem por base de análise o número de projetos, que conforme se demonstra neste capítulo varia de acordo com a dimensão de empresa, com a localização geográfica e com a atividade económica onde se insere.

CAPÍTULO VI

Análise e discussão de resultados I

VI.1 Introdução

A caracterização do perfil do investimento na área do turismo, no período de 1994-2006, realizada no capítulo anterior, permitiu conhecer pormenorizadamente o tipo de empresas que investiram no setor do turismo, qual a sua dimensão, quais os montantes de investimento, onde se localizam no território, bem como qual a principal atividade económica onde se inserem.

Outra questão particularmente importante, e que se pretende abordar neste capítulo, prende-se com a caracterização dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. Refira-se que o período de 1994-2006 integra a análise de 2 Quadros Comunitários de Apoio (QCA), o II QCA que decorreu de 1994-1999, e o III QCA no período de 2000-2006. Assim sendo, é fundamental analisar cuidadosamente cada período, determinar se existem diferenças em termos de investimento e caracterizar cada um dos períodos, tendo por base, a dimensão da empresa, a atividade económica onde se insere cada projeto, a localização geográfica por NUT II, NUT III e concelho de cada projeto, e os montantes de investimento alocados aos projetos que se realizaram no setor do turismo.

Nesse sentido, o presente capítulo encontra-se estruturado em 6 grandes áreas de análise que se interligam com os principais objetivos que se pretendem demonstrar na elaboração deste capítulo. A primeira grande área de análise prende-se com a distribuição do investimento no período de 1994-2006 por subsetor do turismo considerando aqui uma análise comparativa entre os dois períodos de investimento, de 1994-1999 e de 2000-2006. Pretende-se identificar quais os subsectores onde se realizam mais projetos de investimento, se existe uma concentração de investimento em algum subsetor ou então se se regista uma maior diversificação das áreas de investimento.

Outra área estrutural centra-se na análise do número de projetos realizados por período de investimento e por dimensão de empresa. Da mesma forma que se analisa a distribuição do investimento por subsetor do turismo, é fundamental analisar a distribuição de projetos de investimento por dimensão de empresa. Considerando a estrutura empresarial do turismo, constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, é fundamental analisar se as empresas que executam projetos de investimento na área do turismo é representativa da estrutura empresarial do setor.

A distribuição territorial dos projetos de investimento no período de 1994-2006 é também uma área central desta investigação. Sendo o setor do turismo um setor com fortes implicações ao nível do território dado os impactes que gera no seu desenvolvimento, considera-se muito importante analisar a distribuição territorial dos projetos de investimento e entender se existe uma maior desconcentração territorial dos projetos executados em cada período de investimento.

A distribuição do investimento por dimensão de empresa e por subsetor do turismo constitui-se como outra questão central. Tendo presente a importância em identificar quais as dimensões de empresa que concentram mais investimento na área do turismo, importa também entender por dimensão de empresa, para que subsetores incidem esses investimentos, uma vez que na definição da política de investimento pode optar-se por direccionar o investimento para uma determinada área ou para uma dimensão de empresa específica.

O investimento por dimensão de empresa e a sua distribuição territorial é também uma outra questão prioritária a abordar neste capítulo. Dada a importância já evidenciada em analisar o investimento por dimensão de empresa, interligar esta análise com a distribuição territorial do investimento é fundamental para esta investigação. Nesse sentido, pretende-se analisar quais as áreas onde se concentram prioritariamente o investimento tendo em atenção a dimensão de empresa.

Esta investigação pretende também analisar a distribuição dos projetos de investimento por subsetores do turismo, tendo em atenção as áreas territoriais onde se concentram esses projetos. Esta questão pretende integrar na mesma análise a identificação dos subsetores do turismo onde se realizam os projetos de investimento e a sua distribuição territorial, o que permite identificar os subsetores prioritários de investimento e as suas áreas de maior incidência, bem como identificar subsetores com menor investimento e as áreas onde esses investimentos se localizam.

VI.2 Caracterização do Investimento no setor do turismo no período de 1994-2006

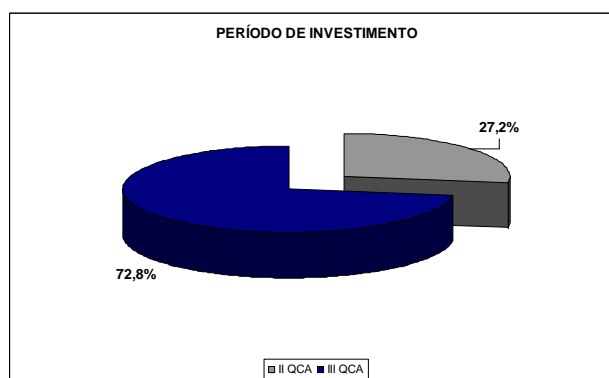
A caracterização do investimento no setor do turismo no período de 1994-2006 irá centrar-se na análise individual das principais variáveis em estudo e estruturantes nesta investigação, conforme demonstra a figura IV.7.1.1 – Metodologia de investigação da componente empírica, (i) período de investimento; (ii) atividade económica; (iii) dimensão de empresa; (iv) território. A secção VI.2.1 irá centrar-se na distribuição por período de investimento tendo em atenção a distribuição do investimento no período do II QCA e do III QCA. A secção VI.2.2 irá analisar a distribuição do investimento por subsector do turismo identificando as atividades económicas onde se concentram mais projetos de investimento. O investimento no setor do turismo por dimensão de empresa, em análise na secção VI.2.3, irá permitir identificar a estrutura empresarial que regista maior dinâmica na realização de projetos de investimento. A outra área em análise, na secção VI.2.4 irá permitir identificar as áreas geográficas onde se concentram os projetos de investimento executados na área do turismo.

VI.2.1 Distribuição do investimento no setor do turismo no período de 1994-2006

O investimento no setor do turismo foi realizado em dois períodos de investimento, a que corresponde o período do II QCA, de 1994-1999, e o período do III QCA, de 2000-2006. No que se refere à variável *período de investimento*, observa-se que no período do III QCA, de 2000 a 2006, o número de projetos de investimento realizados na área do turismo foi claramente superior ao número de projetos realizados no período do II QCA, anos de 1994 a 1999. No período do III QCA realizaram-se 1.737 projetos de investimento (72,8%) e no período do II QCA realizaram-se apenas 649 projetos (27,2%), o que representa uma diferença significativa do número de projetos realizados entre os dois períodos de investimento.

Gráfico VI.2.1.1 Período de investimento

A análise de dados permite concluir que a HI 6.2.1.1 'O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA' é verdadeira, dado que em cada projeto



realizado no período de 1994 a 1999, realizaram-se 3 projetos de investimento no período de 2000 a 2006.

VI.2.2 Investimento por subsetor do turismo

A distribuição do investimento por subsetor do turismo, tendo por base a atividade económica onde os projetos executados se inserem, constitui-se como uma das áreas de análise mais importantes nesta investigação. A definição de medidas de política e de estratégia para o setor do turismo deve centrar-se em decisões informadas que permitam implementar as medidas mais adequadas para o crescimento e desenvolvimento do setor. Nesse sentido, é fundamental conhecer pormenorizadamente as atividades económicas que apresentam uma maior dinâmica de investimento e concentram mais projetos, uma vez que o setor do turismo integra na sua cadeia de valor atividades económicas, (desde o alojamento, a restauração, rent-a-car, agências de viagem e operadores turísticos, atividades recreativas culturais e desportivas entre outras) que apresentam as suas especificidades e se diferenciam das outras áreas que integram o core do setor do turismo, havendo a necessidade de adotar medidas de política diferenciadas dependendo da atividade económica em que se pretende atuar.

VI.2.2.1 Projetos de investimento por CAE a 2 dígitos

A análise da CAE a 2 dígitos tem por base as CAE a 2 dígitos agrupadas e enunciadas na secção IV.6.3. Observa-se uma preponderância de projetos de investimento realizados ao nível da CAE 55 – Alojamento e Restauração. Os projetos realizados nesta CAE representam 83,1% (1.952 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006. Conclui-se que a **HI 6.2.2.1.1** *‘No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do Alojamento e Restauração’* é **verdadeira**, dada a forte concentração de projetos verificada ao nível desta CAE.

A análise de dados permite também observar alguma concentração de projetos ao nível de outras atividades económicas, de menor dimensão comparativamente à concentração verificada na CAE 55, contudo de realçar face a outras CAE que também detêm projetos de investimento na área do turismo.

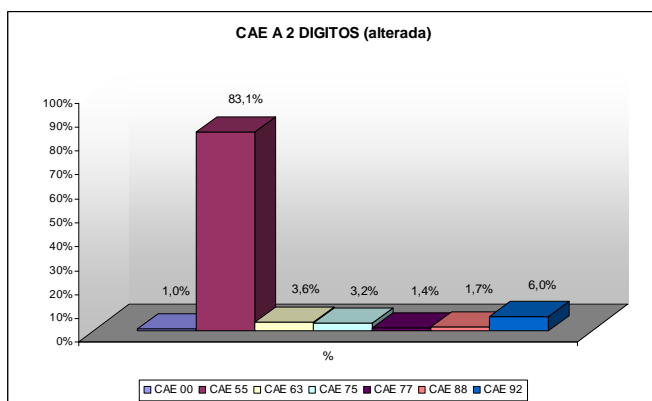


Gráfico VI.2.2.1 Número de projetos por CAE a 2 dígitos²

Regista-se alguma concentração de projetos de investimento ao nível da CAE 92 – *Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas* que representam 6% (140 projetos) do

total de projetos realizados, e também da CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo* que representam 3,6% (85 projetos) do total dos projetos de investimento, e da CAE 75 – *Administração Pública, defesa e segurança social obrigatória* que registam 3,2% (75 projetos) do total de projetos realizados no período em análise.

Tabela VI.2.2.1 Número de projetos por CAE³

ncae_2dg - CAE A 2 DIGITOS (alterada)		
	N.º	%
CAE 00	23	1,0%
CAE 55	1.952	83,1%
CAE 63	85	3,6%
CAE 75	75	3,2%
CAE 77	34	1,4%
CAE 88	39	1,7%
CAE 92	140	6,0%
TOTAL	2.348	100,0%

Daqui se infere que a HI 6.2.2.1.2 ‘*Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo*’ é **verdadeira**. Apesar de o

número de projetos realizados ao nível destas três CAE não ser tão significativo, estas atividades demonstram alguma importância, dado que, a CAE 92 e a CAE 63 representam áreas do core do setor do turismo de acordo com a Conta Satélite do Turismo (CST), a saber os Eixos 7 – Desporto, recreação e lazer e 5 – Agências de viagem, operadores turísticos e guias interpretes respetivamente, e a CAE 75 representa aquilo que são os projetos de investimento realizados pelo setor público na área do turismo.

Os projetos de investimento realizados ao nível das restantes CAE não são significativos, quer em termos percentuais uma vez que, apesar de estarem já agrupadas algumas CAE a 2 dígitos, continuam a manter valores percentuais muito baixos, inferiores a 2%. Para além disso, no que

² Ver Tabela IV.6.3.6 Agrupamento CAE a 2 dígitos (pág. 202) e Tabela IV.6.3.7 Agrupamento de CAE a 3 dígitos (pág. 203) para a designação das CAE.

³ Ver Tabela IV.6.3.6 Agrupamento CAE a 2 dígitos (pág. 202) e Tabela IV.6.3.7 Agrupamento de CAE a 3 dígitos (pág. 203) para a designação das CAE.

se refere à estrutura do setor do turismo, as CAE aqui consideradas não enquadram no core do setor do turismo, tendo por base de análise a Conta Satélite do Turismo.

VI.2.2.2 Projetos de investimento por CAE a 3 dígitos

A análise da CAE a 3 dígitos permite identificar quais as principais áreas de investimento onde incide a elevada preponderância dos projetos realizados ao nível da CAE 55 – *Alojamento e Restauração*, e das restantes CAE onde se observam concentrações de projetos de menor dimensão. Destacam-se, ao nível da CAE a 3 dígitos, o elevado número de projetos de investimento realizados nas CAE 551 – *Estabelecimentos hoteleiros*; 553 – *Restaurantes*; e 554 – *Estabelecimentos de bebidas*; que representam 28,8% (676 projetos), 23,9% (562 projetos) e 23,6% (554 projetos), respetivamente, do total de projetos realizados no período de investimento em análise. Em conjunto, as três CAE aqui consideradas representam mais de 75% do total de projetos.

A análise de dados permite concluir que a HI 6.2.2.2.1 ‘O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento’ é **falsa**, dado que duas das principais CAE onde se registam uma maior concentração de projetos de investimento pertencem à área da restauração (CAE 553 e CAE 554, total de 47,5% de projetos), apesar de a CAE a 3 dígitos onde se registam mais projetos pertencer à área do alojamento (CAE 551 – 28,8% projetos).

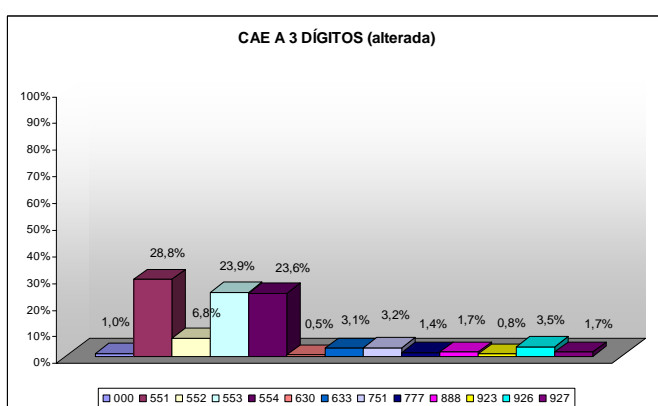


Gráfico VI.2.2.2.1 Número de projetos por CAE a 3 dígitos

Face à elevada concentração de projetos observada na área da Restauração que representa 47,5% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, importa observar as áreas onde se

realizaram mais projetos de investimento. A informação disponível demonstra que os projetos na área da restauração distribuíram de uma forma equitativa entre a CAE 553 – *Restaurantes* (23,9%) e a CAE 554 – *Estabelecimentos de bebidas* (23,6%), o que permite aferir que a HI

6.2.2.2.2 ‘Na área da Restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes’ é falsa.

Refira-se também a importância demonstrada pelos investimentos realizados na CAE 552 – Parques de Campismo e outros locais de alojamento de curta duração, que representam 6,8% (160 projetos) do total de projetos realizados, contudo, em menor dimensão do que os projetos de investimento realizados nas CAE referidas anteriormente.

Daqui se infere que a **HI 6.2.2.2.3** ‘Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros’ é verdadeira, dado que apesar do interessante número de projetos realizados ao nível da CAE 552, regista-se uma elevada concentração de projetos de investimento na CAE 551, em que para 1 projeto realizado na CAE 552 foram executados 4 projetos na CAE 551.

Relativamente à CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas, observa-se que os projetos de investimento realizados incidem principalmente ao nível da CAE 926 – Atividades desportivas com 3,5% (82 projetos) do total de projetos, registando o dobro dos projetos realizados ao nível da CAE 927 – Outras atividades recreativas (1,7% - 39 projetos). Conclui-se que a **HI 6.2.2.2.4** ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio’ é falsa.

Tabela VI.2.2.2.1 Número de projetos por CAE a 3 dígitos⁴

Os projetos de investimento realizados na CAE 63, incidem maioritariamente na CAE 633 – Agências de viagem e turismo registando 3,1% (73 projetos) do total de projetos realizados no período em análise. Esta questão é particularmente importante, na medida em que, estamos perante uma área de atividade que se insere no core do setor do turismo, sendo parte integrante da sua cadeia de valor. Esta

ncae_3dg - CAE A 3 DIGITOS (alterada)		
CAE	N.º	%
000	23	1,0%
551	676	28,8%
552	160	6,8%
553	562	23,9%
554	554	23,6%
630	12	0,5%
633	73	3,1%
751	75	3,2%
777	34	1,4%
888	39	1,7%
923	19	0,8%
926	82	3,5%
927	39	1,7%
TOTAL	2.348	100,0%

⁴ Ver Tabela IV.6.3.6 Agrupamento CAE a 2 dígitos (pág. 202) e Tabela IV.6.3.7 Agrupamento de CAE a 3 dígitos (pág. 203) para a designação das CAE.

investigação permite concluir que a **HI 6.2.2.2.5** ‘Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsetor das agências de viagem e de turismo’ é verdadeira.

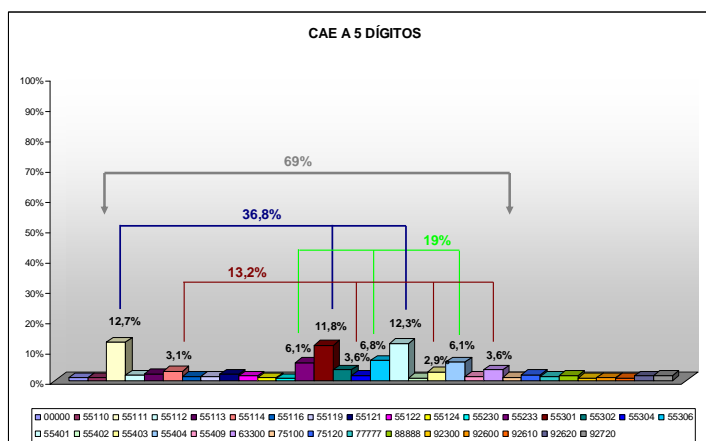
No que se refere aos projetos de investimento realizados na CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória*, observa-se que os investimentos realizados nesta CAE incidem integralmente na CAE 751 – *Administração pública em geral, económica e social*, representando 3,2% dos projetos de investimento (75 projetos), sensivelmente o mesmo número de projetos realizados na CAE 633 – *Agências de viagem e turismo*.

VI.2.2.3 Projetos de investimento por CAE a 5 dígitos

Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 distribuem-se por 32 Código de Atividades Económicas (CAE). Realizar uma análise estatística desta dimensão implica evidenciar aquelas atividades económicas que se constituem como as mais representativas. Nesse sentido, optou-se por analisar grupos de atividade económica que se evidenciam pelo número de projetos de investimento executados, tendo sido definidos os grupos de atividade económica, onde o peso percentual em termos de projetos seja equitativo.

Gráfico VI.2.2.3.1 Número de projetos por CAE a 5 dígitos

A análise dos projetos de investimento tendo por base a CAE a 5 dígitos permite identificar três grupos de atividades económicas que apresentam uma distribuição do número de projetos idêntica,



e que em conjunto representam 69% do total de projetos de investimento realizados. Estes 3 grupos de atividades económicas que se evidenciam, inserem-se maioritariamente ao nível da CAE 55 – *Alojamento e Restauração* (83,1%), com exceção da CAE 63300 – *Agências de Viagem e de turismo* que se insere na CAE 63 (3,6%). Os restantes projetos de investimento (13,3%) incluem-se ao nível de outras áreas de atividade económica de onde se destacam entre outras

a CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória* que abrange 3,2% e a CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas* onde se inserem 6% do total dos projetos de investimento.

O primeiro grupo de atividades económicas representa 36,8% do total de projetos de investimento. As 3 CAE a 5 dígitos inseridas no grupo compreendem, individualmente, mais de 10% do total de projetos realizados. A CAE 55111 – *Hotéis com restaurante* engloba 12,7%, a CAE 55401 – *Cafés* representa 12,3%, e a CAE 55301 – *Restaurantes de tipo tradicional* reúne 11,8% do total de projetos de investimento.

Daqui se infere que a HI 6.2.2.3.1 ‘*As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento*’ é **inconclusiva**, dado que apesar da CAE mais representativa pertencer à área do alojamento, CAE 55111 – *Hotéis com restaurante*, observa-se também uma forte concentração de projetos, apesar de ligeiramente inferior, nas CAE 55401 – *Cafés* e CAE 55301 – *Restaurantes de tipo tradicional* que se incluem na área da restauração e bebidas.

A análise de dados permite concluir que a HI 6.2.2.3.2 ‘*Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes*’ é **inconclusiva**, apesar de a CAE 55301 – *Restaurantes de tipo tradicional* se constituir como uma das principais áreas de atividade onde se registam uma maior concentração de projetos de investimento, a CAE 55401 – *Cafés* representa também um considerável número de projetos, obtendo mesmo um peso percentual ligeiramente superior à CAE 55301. Contudo, uma análise pormenorizada à distribuição dos projetos de investimento por CAE a 5 dígitos demonstra que a área dos restaurantes (24%) regista uma maior concentração de projetos comparativamente à área dos estabelecimentos de bebidas (23,6%), apesar de a diferença ser pouco significativa.

O segundo grupo de áreas de atividade representa 19% do total de projetos de investimento, e engloba as CAE a 5 dígitos que incluem entre 6% a 7% dos projetos realizados. A CAE 55233 – *Turismo no espaço rural* inclui 6,1%, a CAE 55306 – *Restaurantes, n.e.* onde se inserem 6,8% e a CAE 55404 – *Casas de chá e pastelaria* que engloba 6,1% do total de projetos de investimento.

Daqui se infere que a HI 6.2.2.3.3 ‘*Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional*’ é **verdadeira**, uma vez que a CAE 55306 –

Restaurantes n.e. engloba 6,8% do total de projetos de investimento posicionando-se em segundo lugar em termos do número de projetos na área da restauração.

Regista-se também que a **HI 6.2.2.3.4** ‘Os projetos realizados em estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés’ é **verdadeira**, pois a CAE que se posiciona em segundo lugar nesta área regista 6,1% do total de projetos de investimento, metade do peso percentual registado pela CAE 55401 – Cafés.

O terceiro grupo de áreas de atividade identificado, inclui 4 CAE a 5 dígitos que representam 13,2% do total dos projetos de investimento. Este grupo de atividades económicas inclui 3 CAE inseridas na área do Alojamento e restauração (CAE 55), e uma outra atividade económica pertencente à CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e turismo*. As CAE englobadas neste grupo reúnem entre 3% a 4% do total de projetos de investimento realizados no período em análise. Assim sendo, incluem-se neste grupo as CAE 55114 – *Pousadas com restaurante* (3,1%), 55302 – *Restaurantes com lugares ao balcão* (3,6%), 55403 – *Bares* (2,9%) e a CAE 63300 – *Agências de viagem e de turismo* (3,6%).

A desagregação da CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas* por CAE a 5 dígitos evidencia uma maior concentração de projetos de investimento ao nível da CAE 92620 – *Outras atividades desportivas* (38 projetos) e da CAE 92720 – *Outras atividades recreativas, n.e.* (39 projetos) que representam, respetivamente, 1,6% e 1,7% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. De facto, demonstra-se que esta área não tem sido considerada como prioritária em termos de investimento, quer por parte do setor privado, quer na orientação estratégica definida pelo setor público para o turismo.

VI.2.3 Investimento no setor do turismo por dimensão de empresa

O setor do turismo é constituído maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão (ver capítulo II), que face à sua reduzida dimensão e estrutura familiar registam uma diversidade de constrangimentos que têm implicações diretas na sua capacidade de crescerem e se desenvolverem. Uma das principais áreas problema que estas empresas de pequena e micro dimensão enfrentam prende-se com as dificuldades de acesso a financiamento. Dado que nesta investigação a análise centra-se no investimento no setor do turismo no período de

1994-2006, é fundamental avaliar a atuação da estrutura empresarial do setor do turismo, nomeadamente, a capacidade de investimento das empresas de pequena e micro dimensão.

Relativamente à variável *dimensão de empresa*, observa-se a existência de 1.959 respostas válidas (82,1%) e 427 missing values (17,9%), que dizem respeito à inexistência de informação sobre a dimensão de empresa. Refira-se que a inexistência de informação ao nível desta variável centra-se unicamente no período do II QCA, anos de 1994 a 1999, o que significa que a análise desta variável no período do II QCA tem por base apenas 222 projetos de investimento, 34,2% do total de projetos realizados (649 projetos) no período de 1994-1999.

No período de 1994 a 2006, mais de 80% dos projetos de investimento foram realizados por empresas de pequena e micro dimensão, sendo que, 60,2% dos projetos foram realizados por empresas de micro dimensão e 24,5% dos projetos foram realizados por empresas de pequena dimensão.

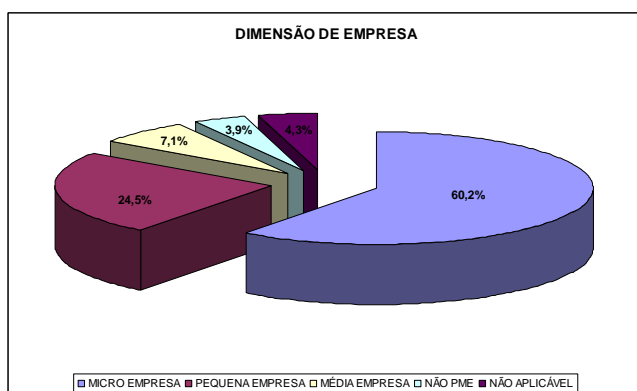


Gráfico VI.2.3.1 Número de projetos por dimensão de empresa

Daqui se conclui que a HI 6.2.3.1 'Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão' é **verdadeira**, sendo que, a

análise de dados demonstra que as empresas de micro dimensão são responsáveis pela execução de mais de 60% dos projetos de investimento realizados neste período. Conclui-se que a HI 6.2.3.2 'As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006' é **verdadeira**.

As empresas de média e grande dimensão realizaram 11% dos projetos, tendo as empresas de média dimensão realizado 7,1%, e as empresas de grande dimensão 3,9% dos projetos de investimento. Esta situação vem reforçar a afirmação anterior que refere que as empresas de pequena e micro dimensão realizaram a maior parte dos projetos de investimento realizados no período em análise. Daqui se infere que a HI 6.2.3.3 'No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual' é **inconclusiva**, dado que apesar de ser uma percentagem muita baixa de projetos de

investimento executados, ainda atinge os 11% do total de projetos. Observa-se também que 4,3% dos projetos correspondem a projetos onde a dimensão de empresa não é aplicável. Estes projetos referem-se a projetos realizados por entidades do setor público da área do turismo onde a variável dimensão de empresa não existe.

VI.2.4 Localização do investimento no setor do turismo

VI.2.4.1 Projetos de investimento por NUT II

A *região Norte* destaca-se claramente das restantes regiões NUT II em termos do número de projetos aprovados no período de 1994 a 2006, registando 33,5% (799 projetos) do total dos projetos de investimento realizados no período em análise. Esta situação é tanto mais importante quando se verifica que a região Norte realizou quase o dobro dos projetos realizados na região centro, mais 1/3 dos projetos realizados em Lisboa e Vale do Tejo (LVT), e mais de 3 vezes o número de projetos realizados na região do Alentejo e na região do Algarve.

Daqui se conclui que a **HI 6.2.4.1.1** ‘Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte’ é **verdadeira**. Refira-se que esta região absorveu mais de 33% do total de projetos constituindo-se como a principal região NUT II em termos do número de projetos de investimento no setor do turismo.

NUT II			
	N.º	%	%
NORTE	799	33,5%	33,8%
CENTRO	411	17,2%	17,4%
LISBOA E VALE DO TEJO	456	19,1%	19,3%
ALENTEJO	257	10,8%	10,9%
ALGARVE	212	8,9%	9,0%
AÇORES	86	3,6%	3,6%
MADEIRA	142	6,0%	6,0%
NÃO REGIONALIZÁVEL	15	0,6%	
MULTI-CONCELHOS	8	0,3%	
TOTAL	2.386	100,0%	100,0%

Tabela VI.2.4.1.1 Número de projetos por NUT II

A *região de Lisboa e Vale do Tejo* é a segunda região NUT II em termos de número de projetos realizados registando 19,1% (456 projetos) do total dos projetos de investimento.

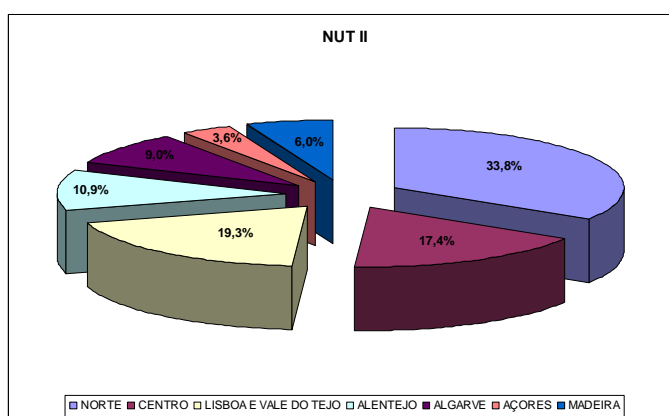
Daqui se infere que a **HI 6.2.4.1.2** ‘A

região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006’ é **falsa**, na medida em que esta região regista uma percentagem de projetos de investimento realizados claramente inferior ao número de projetos executados na região Norte, apesar de se constituir como a segunda região NUT II onde se realizaram mais projetos de investimento. Esta situação poder-se-á ficar a dever ao facto de esta área ter deixado de ser

região objetivo 1 e para além disso, por questões de estratégia política de apoiar outras áreas do território nacional de grande potencial, mas com menor desenvolvimento.

A *região Centro* regista 17,2% (411 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006, destacando-se como a 3.ª região NUT II em termos do número de projetos de investimento. A análise de dados permite concluir que a HI 6.2.4.1.3 ‘O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo’ é **verdadeira**. Refira-se que, tendo por base os indicadores pelo lado da oferta na área do alojamento, observa-se que o peso percentual dos projetos de investimento realizados nesta região é representativo da estrutura da oferta desta região NUT II.

Gráfico VI.2.4.1.1 Número de projetos por NUT II



Refira-se também, o enorme peso que as regiões Norte e Centro registam em termos do número de projetos de investimento, dado que em conjunto estas regiões registaram mais de 50% do total de

projetos de investimento. Esta situação é tanto mais importante quando se verifica que estas duas regiões não se inserem dentro do grupo das principais regiões de Portugal na área do turismo.

A *região do Alentejo* e a *região do Algarve* registam, respetivamente, 10,8% e 8,9% do total de projetos realizados no período em análise. Deve-se evidenciar o registo alcançado pela *região do Alentejo*, que realiza mais de 10% do total de projetos (257 projetos), sendo esta uma região de menor importância no que concerne aos indicadores do turismo pelo lado da oferta e da procura. Daqui se infere que a HI 6.2.4.1.4 ‘O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais’ é **falsa**, dado que regista até um maior número de projetos de investimento executados comparativamente à região do Algarve.

Por outro lado, a *região do Algarve*, apesar da sua enorme importância como destino turístico em Portugal, na análise por NUT II, regista uma percentagem de número de projetos (212

projetos) inferior à obtida pelas regiões do Alentejo, do Centro e do Norte, regiões em que à partida não se atribui tanta importância tendo por base uma análise de indicadores pelo lado da oferta e da procura comparativamente à importância atribuída à região do Algarve. Conclui-se que a **HI 6.2.4.1.5 'A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006' é falsa.**

Relativamente às *regiões dos Açores* e da *Madeira*, observa-se uma maior capacidade de realização de projetos por parte da *região da Madeira*, registando 6% (142 projetos) do total de projetos comparativamente à *região dos Açores* que realizou 3,6% (86 projetos). Esta maior dinâmica de realização de projetos por parte da *região da Madeira* deve-se à sua importância enquanto destino turístico em Portugal, apesar de o número de projetos realizados ficar muito aquém do peso que detém em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo. Daqui se infere que a **HI 6.2.4.1.6 'A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA' é falsa**, dado que regista um dos valores percentuais mais baixos de execução de projetos de investimento, apenas superior à região dos Açores.

A região dos Açores, apesar de absorver apenas 3,6% do total de projetos de investimento, regista uma taxa de realização que se enquadra naquela que é a sua importância no setor do turismo tendo por base o seu peso percentual em termos dos indicadores pelo lado da oferta e da procura. Nesse sentido, a análise de dados permite concluir que a **HI 6.2.4.1.7 'Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo' é verdadeira.**

Na análise por NUT II observa-se que alguns dos projetos de investimento realizados se inserem na categoria *Não regionalizável* ou *Multiconcelhos*. Os valores registados nestas categorias são residuais, não sendo significativos em termos do número de projetos, dado que a categoria *Não regionalizável* regista 0,6% (15 projetos) e a categoria *Multiconcelhos* 0,3% (8 projetos) do total de projetos realizados neste período. A categoria *Não regionalizável* refere-se àqueles projetos de âmbito nacional em que não é possível atribuir uma localização por NUT II. Relativamente à categoria *Multiconcelhos*, representa o conjunto de projetos que englobam do ponto de vista territorial mais do que um concelho, por vezes localizado em diferentes NUT II ou NUT III, como teremos oportunidade de verificar na variável seguinte.

VI.2.4.2 Projetos de investimento por NUT III

A análise por NUT III permite identificar diferentes dinâmicas entre regiões e perceber, dentro de cada NUT II, quais as regiões NUT III que demonstram maior capacidade para a realização de projetos de investimento na área do turismo. A região NUT III que demonstra maior dinâmica de realização de projetos de investimento é a região da *Grande Lisboa* responsável pela realização de 239 projetos de investimento (10%). A região NUT III do *Algarve* posiciona-se em segundo lugar na execução de projetos sendo responsável por 8,9% (212 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006. A região do *Minho-Lima* regista 6,8% (162 projetos) do total de projetos, sendo a primeira região NUT III da NUT II Norte.

A análise de dados permite concluir que a **HI 6.2.4.2.1** *‘Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal’* é **verdadeira**, dado que as duas principais regiões em termos do número de projetos de investimento são as regiões da Grande Lisboa e do Algarve. Mais ainda, face aos valores percentuais registados demonstra-se que a **HI 6.2.4.2.2** *‘No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento’* é **verdadeira**.

Observa-se uma maior importância das regiões NUT III *Grande Lisboa* e *Algarve* comparativamente ao peso demonstrado na análise por NUT II. A região NUT II *Algarve* posicionava-se em 5.º lugar, numa posição claramente inferior relativamente às restantes regiões NUT II. No entanto, na análise por NUT III esta região posiciona-se num lugar de destaque, dado que em termos territoriais não se registam diferenças/alterações nesta região na análise por NUT II e por NUT III. A região da *Grande Lisboa* destaca-se claramente das restantes regiões demonstrando a sua importância em termos de realização de projetos face às restantes regiões NUT III que se inserem na região NUT II de *Lisboa e Vale do Tejo*.

Refira-se a posição da região NUT III *Madeira* que ocupa o 4.º lugar juntamente com a região NUT III de *Alto Trás-os-Montes* responsáveis pela execução de 142 projetos de investimento (6%). A região do *Grande Porto* surge em 6.º lugar registando 5,6% do total de projetos de investimento realizados (133 projetos), logo seguida da região NUT III *Cávado* com 4,4% (104 projetos). A região do *Oeste* posiciona-se em 8.º lugar registando 4,1% (99 projetos) do total de projetos, e região do *Alentejo Central* ocupa a 9.º posição tendo realizado 90 projetos de investimento (3,8%). A região dos *Açores* ocupa a 10.º posição sendo responsável pela

execução de 3,6% dos projetos (86 projetos). A região NUT II *Centro* não coloca nenhuma região NUT III nos 10 primeiros lugares do ranking.

A *região Norte* demonstra uma enorme dinâmica de execução de projetos de investimento no período de 1994 a 2006. Destaca-se a região *Minho-Lima* com 6,8% (162 projetos) do total de projetos realizados, posicionando-se em 3.º lugar no ranking nacional das regiões NUT III. Conclui-se que a HI 6.2.4.2.3 ‘A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte’ é falsa.

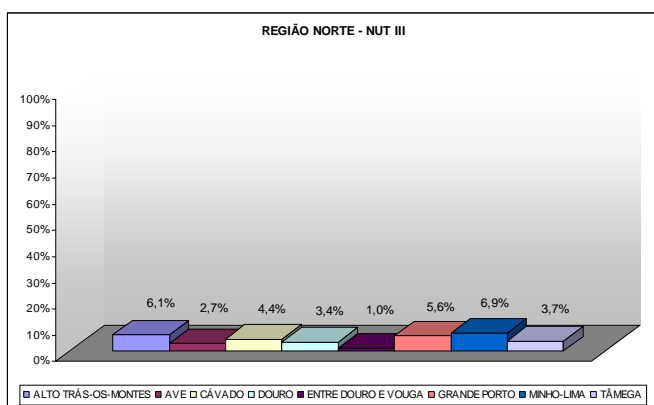


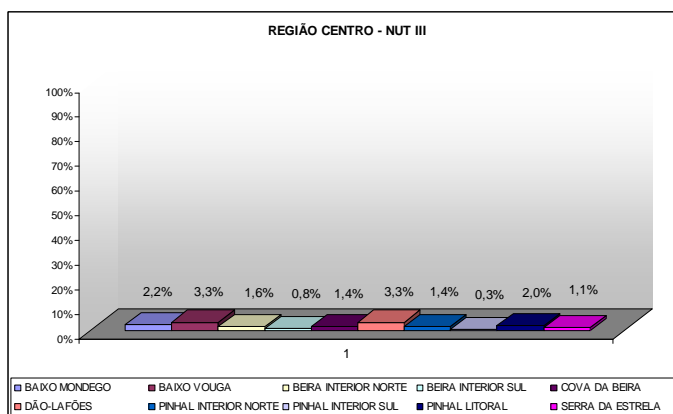
Gráfico VI.2.4.2.1 Número de projetos por NUT III – Região Norte

No entanto, a *região Norte* destaca-se essencialmente pela enorme dinâmica demonstrada por várias regiões NUT III, não existindo diferenças muito significativas entre as várias regiões, exceção feita à

região NUT III de *Entre Douro e Vouga* onde se observa uma execução de 1% do total de projetos (24 projetos). Refira-se que em termos nacionais a região NUT II Norte coloca 5 regiões NUT III nos 10 primeiros lugares em termos de execução de projetos. Nesse sentido destaca-se a importância demonstrada pelas regiões NUT III, *Minho-Lima* (6,8%), *Alto Trás-os-Montes* (6%) e *Grande Porto* (5,6%).

Gráfico VI.2.4.2.2 Número de projetos por NUT III – Região Centro

A *região Centro*, apesar da sua importância e da dinâmica demonstrada na análise por NUT II, esta situação não se reflete na análise por NUT III. Esta região possui várias regiões NUT III



contudo apresentam taxas de execução de projetos muito baixas, situação que se observa também pelo facto de não colocar nenhuma região NUT III nos 10 primeiros lugares do ranking nacional em termos do número de projetos.

As regiões NUT III do *Baixo Vouga* e de *Dão-Lafões* posicionam-se em primeiro lugar em termos de execução de projetos registando 3,2% do total de projetos (77 projetos). A região do *Baixo Mondego* (2,1%) e do *Pinhal Litoral* (2%) ocupam as posições seguintes, mas conforme se pode verificar pela análise do gráfico com percentagens de execução de projetos muito baixas. Conclui-se que a **HI 6.2.4.2.4** *‘As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados’* é **verdadeira**, dado que conforme se pode observar as várias regiões NUT III apresentam valores muito baixos e próximos de execução de projetos de investimento.

A região de *Lisboa e Vale do Tejo* ocupa o 2.º lugar do ranking em termos de execução de projetos por NUT II. A região NUT III da *Grande Lisboa* destaca-se claramente das restantes regiões NUT III assumindo-se como a principal região NUT III em Portugal em termos do número de projetos atingindo os 10% (239 projetos). Daqui se infere que a **HI 6.2.4.2.5** *‘A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006’* é **verdadeira**.

A região do *Oeste* atinge os 4,1% (99 projetos) do total de projetos destacando-se claramente das restantes regiões NUT III que pertencem à região de *Lisboa e Vale do Tejo*. As restantes regiões NUT III apresentam percentagens de execução de projetos pouco significativas, o *Médio Tejo* com 2,1% (51 projetos), a *Península de Setúbal* com 1,6% (39 projetos) e a *Lezíria do Tejo* com 1% (23 projetos).

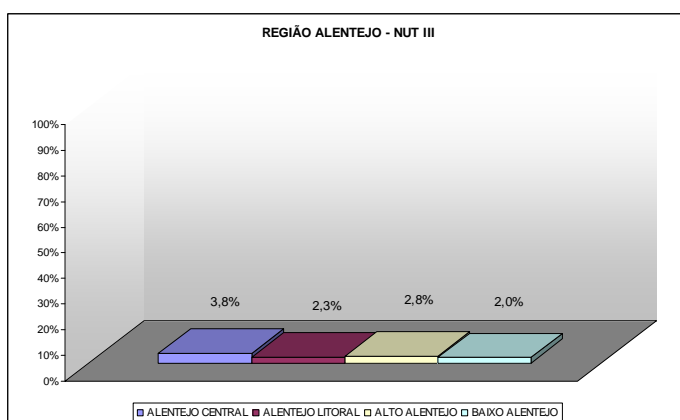


Gráfico VI.2.4.2.3 Número de projetos por NUT III – Região Alentejo

A região NUT II do *Alentejo* posiciona-se em 4.º lugar em termos de execução de projetos no período de 1994 a 2006. Esta região apresenta percentagens de execução de projetos próximas dos

valores verificados nas restantes regiões NUT III, entre 2% a 4%. Nesta região destaca-se a região NUT III *Alentejo Central* com uma taxa de realização de projetos de 3,8% (90 projetos), valor que permite a esta região obter o 9.º lugar no ranking nacional por NUT III em termos do número de projetos realizados.

As restantes regiões NUT III pertencentes à região NUT II do *Alentejo* apresentam percentagens de execução de projetos muito próximas, o *Alto Alentejo* com 2,7% (65 projetos), o *Alentejo Litoral* com 2,3% (54 projetos) e o *Baixo Alentejo* com 2% (48 projetos). Regista-se que a HI 6.2.4.2.6 'A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo' é falsa, na medida em que a análise de dados apresenta uma maior concentração de projetos na região NUT III do Alentejo Central, que regista quase o dobro dos projetos de investimento realizados na região NUT III do Alentejo litoral.

VI.3 Distribuição do investimento no período de 1994-2006 por subsetor do turismo

O setor do turismo inclui um conjunto de subsetores que integram a sua cadeia de valor, desde o alojamento, à restauração, aos transportes, às agências de viagem e operadores turísticos, e às atividades recreativas, culturais e desportivas. Os subsetores aqui referidos integram, também, os eixos da Conta Satélite do Turismo (CST), conforme se demonstra na secção IV.6.6 do capítulo IV, onde é efetuada uma interligação entre as atividades económicas (CAE) onde são executados os projetos de investimento, segundo as 2 bases de dados disponibilizadas, e os eixos da Conta Satélite do Turismo.

O setor público, na definição e aplicação de orientações e medidas de política e estratégia para o setor do turismo, deve ter em atenção os subsetores que integram a cadeia de valor do turismo, nomeadamente, e no que se refere ao apoio ao investimento no setor, à atribuição e majoração do incentivo, para que as medidas de política e estratégia tenham na sua base decisões informadas, e que permitam aplicar essas medidas da forma mais adequada. Nesse sentido, é central nesta investigação analisar a forma como foi distribuído o investimento por subsetor do turismo no período de 1994-2006.

VI.3.1 Distribuição por período de investimento e por CAE a 2 dígitos

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre o período de investimento e a CAE a 2 dígitos, $\chi^2(6) = 107,50$, $p < ,001$. Regista-se uma grande incidência de projetos de investimento ao nível da CAE 55 – *Alojamento e Restauração*, representando 83,1% do total de

projetos realizados no período de 1994-2006. Relativamente às restantes CAE observa-se alguma concentração de projetos ao nível da CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas* que absorve 6% do total de projetos, da CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares, agências de viagem e de turismo* e da CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória* que registam, respetivamente, 3,6% e 3,2% do total de projetos.

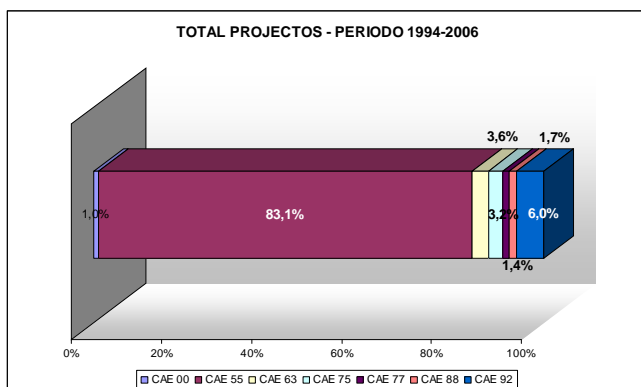


Gráfico VI.3.1.1 Total projetos por CAE, período de 1994-2006

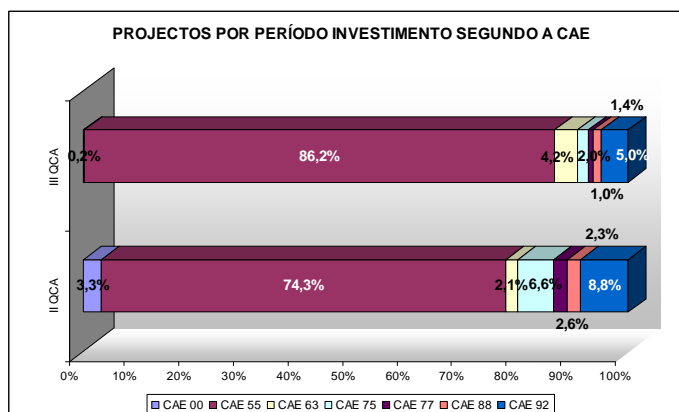
Uma análise por período de investimento permite confirmar a forte concentração de projetos na CAE 55 – *Alojamento e Restauração* que no período de 1994-1999 representa

74,3% dos projetos de investimento e no período de 2000-2006 representa 86,2% do total de projetos realizados nesse período. Conclui-se que a HI 6.3.1.1 ‘*Os períodos de investimento do II e do III QCA registam uma forte concentração de projetos na CAE 55 – Alojamento e Restauração*’ é verdadeira.

Gráfico VI.3.1.2 Projetos por período de investimento, segundo a CAE

Observa-se também um ligeiro crescimento em termos percentuais do número de projetos de investimentos realizados na CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares, agências de viagem e de turismo*,

que regista um crescimento de 2,1% no período de 1994-1999 para 4,2% no período de 2000-2006. No que se refere às restantes CAE em análise, observa-se uma diminuição, em termos percentuais, do número de projetos realizados na CAE 92 - *Atividades recreativas, culturais e desportivas* que regista 8,8% (54 projetos) do total de projetos no período do II QCA reduzindo o seu peso percentual para 5% (86 projetos) no período do III QCA, apesar de o número de projetos executados ter sido sensivelmente superior.



Regista-se também uma diminuição em termos percentuais ao nível da CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória*, onde no período de 1994-1999 absorveu 6,6% (40 projetos) dos projetos e no período de 2000-2006, registou uma diminuição para 2% (35 projetos) do total de projetos, contudo, nesta CAE observa-se uma diminuição efetiva do número de projetos realizados. Refira-se que a análise aqui efetuada tem em conta o peso percentual de cada CAE, face ao número total de projetos realizados em cada período, o que permite obter uma imagem em termos de grandes áreas de investimento, contudo, esta situação por vezes não reflete aquilo que são o número de projetos efetivamente realizados.

A análise de dados permite concluir que a HI 6.3.1.2 ‘As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA’ é verdadeira ou falsa, dependendo da CAE a que se refere. Isto é, para a CAE 63 a HI 6.3.1.2 é **verdadeira**, na medida em que se observa um crescimento do número de projetos de investimento de um período para o outro, que se reflete também em termos do peso percentual da CAE no total de projetos realizados. Relativamente à CAE 92, observa-se um aumento do número de projetos executados entre o período do II e do III QCA, no entanto, esta situação não se reflete em termos percentuais da CAE no total de projetos, contudo considera-se a HI 6.3.1.2 **verdadeira**. Considerando que a CAE 75 integra o conjunto de CAE relacionadas com o setor do turismo a HI 6.3.1.2 é **falsa**, dado que o número de projetos diminuiu do período do II para o III QCA, registando-se também uma diminuição do peso percentual da CAE no total de projetos.

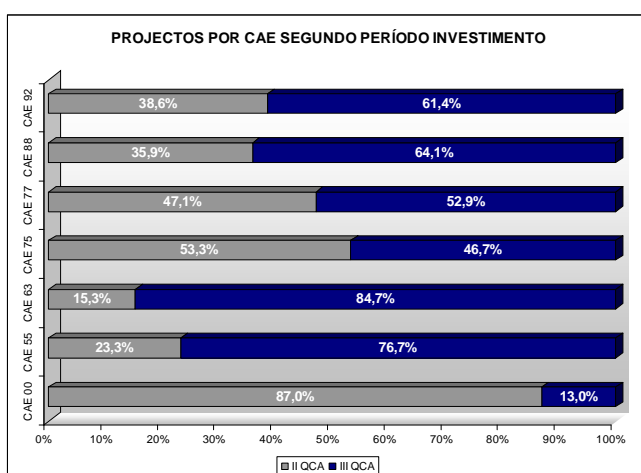


Gráfico VI.3.1.3 Projectos por CAE, segundo o período de investimento

A análise de projetos por CAE segundo o período de investimento permite aferir a importância de cada período de investimento em cada CAE considerada na análise. Assim sendo, regista-se uma diferença significativa entre os períodos de investimento em

análise ao nível de várias CAE. Tendo por base o total de projetos de investimento realizado na CAE 55 no período de 1994-2006 observa-se que no III QCA se registam 3 vezes mais projetos de investimento do que no período do II QCA. No período de 1994-2006 realizaram-se na CAE

55 – Alojamento e Restauração 1.952 projetos, sendo que 23,3% (454 projetos) foram executados no período de 1994-1999 e 76,7% (1.498 projetos) no período de 2000-2006.

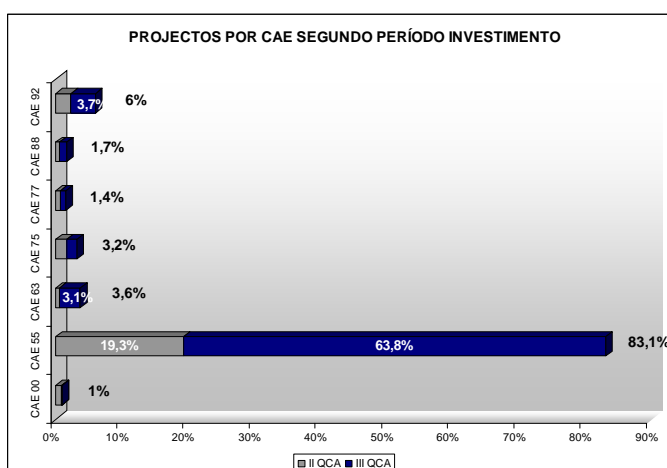
Denota-se também uma maior concentração de projetos de investimento na CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares, agências de viagem e de turismo no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999. No II QCA foram executados 15,3% (13 projetos) e no III QCA realizaram-se 84,7% (72 projetos) do total de projetos realizados nesta CAE (85 projetos).

A análise de dados permite também observar uma maior concentração de projetos da CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas no período de 2000-2006, registando 61,4% (86 projetos) do total de projetos comparativamente aos 38,6% (54 projetos) dos projetos realizados no período de 1994-1999.

Relativamente às restantes CAE, e dado que não se inserem dentro daquilo que é considerado o core do setor do turismo, não será feita uma análise pormenorizada a estas CAE, referindo no entanto o facto de se observar uma maior incidência de projetos da CAE 75 – Administração pública, defesa e segurança social obrigatória no período de 1994-1999 comparativamente ao período de 2000-2006, e uma elevada concentração de projetos na denominada CAE 00 (CAE que engloba áreas de atividade como a agricultura, pescas e caça) no período de 1994-1999 atingindo os 87% do total de projetos realizados nesta CAE.

Gráfico VI.3.1.4 Total de projetos por CAE segundo o período de investimento (valor absoluto)

É ao nível da CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas que se regista, também, maior incidência de projetos de investimento no período de 1994-2006. Realizaram-se nesta CAE, 6%



(140 projetos) do total de projetos de investimento. No que se refere à sua importância em cada período de investimento, observa-se que a CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas, detém um maior peso percentual no II QCA (8,8%) comparativamente ao período

do III QCA (5%), apesar de no período de 2000-2006 se terem realizado mais projetos de investimento (86 projetos) do que no período do II QCA (54 projetos).

Esta situação reflete-se ao nível do valor percentual de cada período de investimento na CAE 92, sendo que o total de projetos de investimento realizado nesta CAE regista 38,6% (54 projetos) no período do II QCA e 61,4% (86 projetos) no período do III QCA. Para a CAE 92 demonstra-se claramente que a **HI 6.3.1.2** *‘As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA’* é **verdadeira**, conforme referido anteriormente.

A CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo*, constitui-se como a 3.^a área de atividade económica em termos do total de projetos de investimento realizados, sendo responsável pela execução de 3,6% do total de projetos. Esta CAE detém um maior peso percentual no período de 2000-2006 com 4,1% (72 projetos) do total de projetos, situação que não se verifica no período do II QCA, onde a CAE 63 representa apenas 2,1% do total de projetos realizados nesse período (13 projetos).

Esta questão é ainda mais evidente tendo por base a importância de cada período de investimento ao nível desta CAE. Enquanto que no período do II QCA foram executados 15,3% do total de projetos, no período do III QCA realizaram-se 84,7% do total de projetos desta CAE. Conclui-se que a **HI 6.3.1.2** *‘As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA’* é **verdadeira**, conforme referido anteriormente.

A CAE 75 – *Administração pública, defesa e segurança social obrigatória*, representa os projetos realizados pelo setor público no âmbito dos instrumentos financeiros do II e do III QCA destinados ao setor privado, mas com uma vertente pública. Tendo por base o total de projetos realizados no período de 1994-2006 observa-se que os projetos realizados na CAE 75 representam 3,2% (75 projetos).

Considerando o peso percentual da CAE 75 em cada período de investimento, regista-se uma maior importância da CAE 75 no período do II QCA, representando 6,5% do total de projetos de investimento realizado nesse período, sendo 3 vezes superior em termos percentuais ao peso da CAE 75 no período de investimento do III QCA (2%). Esta situação reflete-se também no total de projetos executados na CAE 75, em que, 53,3% dos projetos (40 projetos) foram

executados no período de 1994-1999, e 46,7% (35 projetos) foram realizados no período de 2000-2006. Daqui se infere que a HI 6.3.1.2 ‘As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA’ é falsa.

VI.3.2 Distribuição por período de investimento e por CAE a 3 dígitos

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre o período de investimento e a CAE a 3 dígitos, $\chi^2(12) = 900, p <,001$. Tendo por base o total de projetos realizados em ambos os períodos em análise, regista-se uma preponderância muito elevada de projetos realizados ao nível das CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros; 553 – Restaurantes; 554 – Estabelecimentos de bebidas.

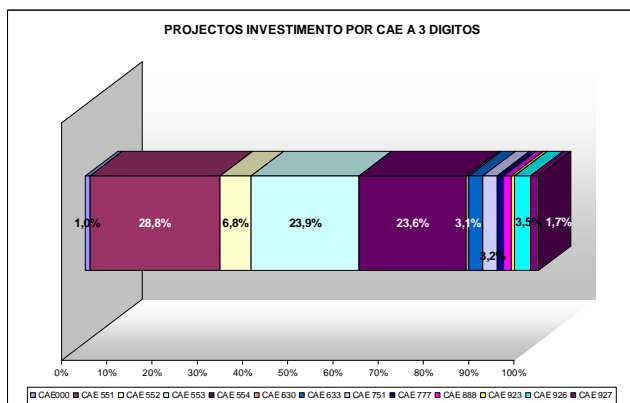
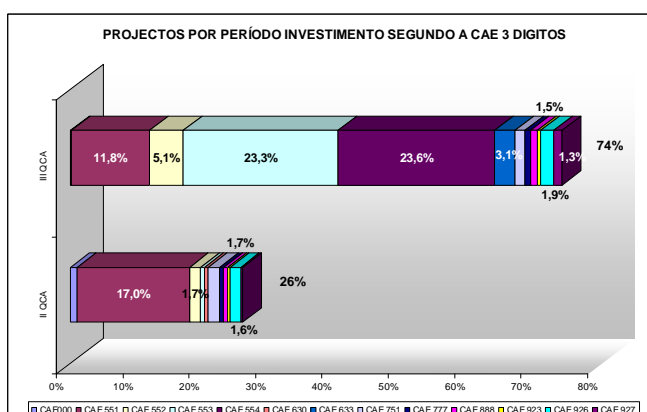


Gráfico VI.3.2.1 Total de projetos por CAE a 3 dígitos

Em conjunto, realizaram-se nestas CAE 76,3%, que representa mais de ¾ do total de projetos de investimento realizados entre 1994 e 2006. Na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros realizaram-se 28,8%, na CAE 553 – Restaurantes 23,9% e na CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas, 23,6%. Daqui se infere que a HI 6.3.2.1 ‘Em termos globais, os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na área do alojamento’ é falsa, na medida em que as CAE 553 e 554 representam 47,5% enquanto as CAE 551 e 552 atingem os 35,6%.

Gráfico VI.3.2.2 Projetos por período de investimento segundo a CAE a 3 dígitos

No entanto, observam-se diferenças significativas de atuação das CAE em questão tendo por base os dois períodos de investimento, 1994-1999 e 2000-2006. Na CAE 551 –



Estabelecimentos hoteleiros, denota-se uma maior preponderância de projetos de investimento realizados no período do II QCA (65,3%), valor percentual 4 vezes superior ao observado no período do III QCA (15,9%), apesar de em termos do número de projetos a diferença não ser tão significativa, dado que no II QCA realizaram-se 59% (399 projetos) e no III QCA realizaram-se 41% (277 projetos) do total de projetos realizados nesta CAE no período de 1994-2006. Conclui-se que a **HI 6.3.2.2** ‘*Os projetos de investimento realizados no período do II QCA registam uma elevada incidência na área do alojamento*’ é **verdadeira**.

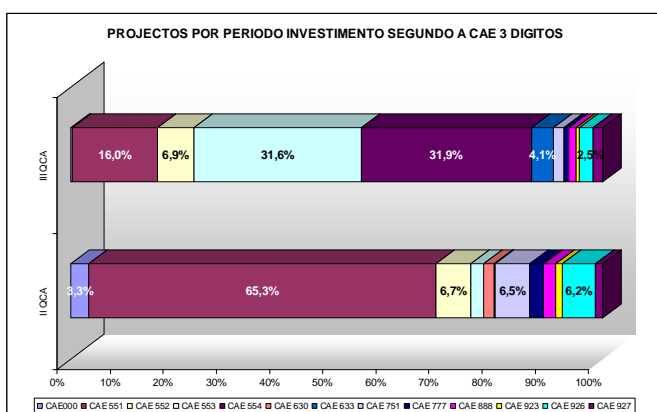


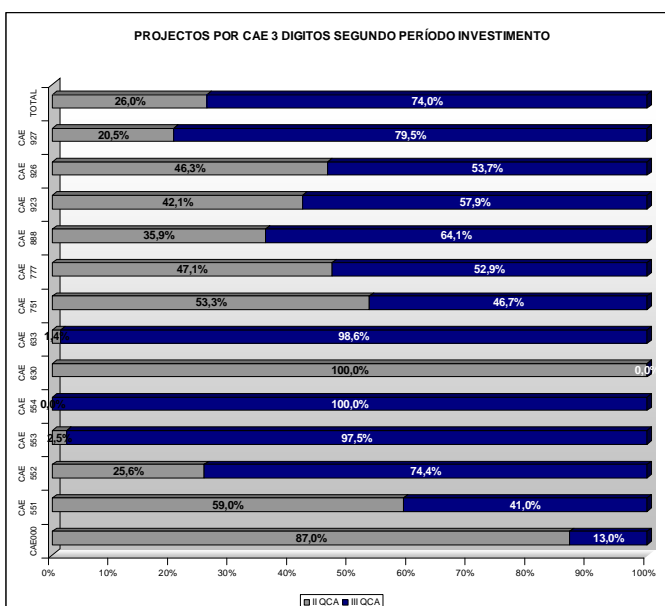
Gráfico VI.3.2.3 Projectos por período de investimento segundo a CAE a 3 dígitos (em termos relativos)

No que se refere à área da Restauração e similares, observa-se uma elevada concentração de projetos de investimento nas CAE 553 e 554 no período de 2000-2006.

Nesse período, o total de projetos realizados nesta área ultrapassou os 63%, o que corresponde a 47,5% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. A análise de dados demonstra que a **HI 6.3.2.3** ‘*Os projetos de investimento realizados no período do III QCA registam uma forte concentração na área da restauração e similares*’ é **verdadeira**. Refira-se que o total de projetos executados na CAE 553 e 554 no período do III QCA ascende a 63,4% o que demonstra claramente a importância desta atividade económica no investimento realizado no setor do turismo.

Gráfico VI.3.2.4 Projectos por CAE a 3 dígitos segundo o período de investimento (em termos relativos)

Na CAE 553 – *Restaurantes*, observa-se uma situação contrária, uma elevada preponderância de projetos realizados nesta CAE no período do III QCA, representando 31,5% do total de projetos realizados nesse período, comparativamente ao peso



percentual desta CAE no período do II QCA que representa apenas 2,3% dos projetos realizados nesse período. Esta situação é ainda mais evidente quando se verifica o total de projetos realizados nesta CAE no período do III QCA e do II QCA.

A quase totalidade dos projetos realizados nesta CAE concentram-se no período de 2000-2006 registando um total de 548 projetos (97,5%), enquanto que no período do II QCA realizaram-se 14 projetos nesta CAE (2,5%). Esta situação pode explicar-se em parte pelo facto de no período do II QCA existir um instrumento financeiro específico para a área da restauração, o PROREST, tendo-se concentrado todos os projetos nesse instrumento financeiro.

A CAE 554 – *Estabelecimentos de bebidas* representa 23,6% do total de projetos (554 projetos) realizados no período de 1994 a 2006. Os projetos realizados nesta CAE concentram-se todos no período do III QCA, representando 31,9% do total de projetos realizados nesse período (2000-2006), constituindo-se como a CAE mais representativa em termos do número de projetos. Conforme referindo relativamente à CAE 553, o facto de não existirem projetos de investimento nesta CAE no período do II QCA deve-se à existência de instrumentos financeiros direcionados para esta área no período do 1994 a 1999.

Inferese-se que a HI 6.3.2.4 *‘As CAE a 3 dígitos da área da restauração e similares registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA’* é **verdadeira**. Esta situação observa-se para a CAE 553 e para a CAE 554 que registam um crescimento extraordinário do número de projetos entre ambos os períodos, uma vez que no período do II QCA, o número de projetos executados é praticamente irrelevante.

A CAE 552 – *Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração*, regista também, um valor percentual interessante de realização de projetos no período de 1994-2006, atingindo os 6,8% (160 projetos). De realçar que no período do III QCA realizaram-se 3 vezes mais projetos (74,4%) nesta CAE do que no período do II QCA (25,6%). Contudo, não se denotam variações significativas no peso percentual da CAE 552 nos períodos em análise. No período do II QCA os projetos realizados na CAE 552 atingem os 6,7% (41 projetos) do total de projetos constituindo-se como a 2.ª CAE onde se realizaram mais projetos, no período do III QCA registam 6,9% (119 projetos) e na análise conjunta, de 1994 a 2006, os projetos realizados nesta CAE atingem os 6,8% (160 projetos).

Uma análise global à área do alojamento permite registar uma diminuição do número de projetos realizados nesta área entre o período do II QCA e do III QCA. Esta diminuição centra-se unicamente ao nível da CAE 551 que registou uma redução percentual clara, uma vez que entre 1994-1999 realizaram-se 399 projetos (17% total projetos) enquanto que no período de 2000-2006 realizaram-se 277 projetos (11,8% do total de projetos). Apesar de a diminuição em termos do número de projetos se verificar apenas ao nível desta CAE, o crescimento observado na CAE 552 não compensou a diminuição verificada. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 6.3.2.5** *'As CAE a 3 dígitos da área do alojamento registam uma diminuição da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA'* é **inconclusiva**.

A análise de dados permite também observar uma concentração de projetos interessante ao nível das CAE 926 – *Atividades desportivas* (3,5%); CAE 751 – *Administração pública em geral, económica e social* (3,2%); CAE 633 – *Agências de viagens e turismo* (3,1%). Em conjunto, estas CAE representam cerca de 10% do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006.

A CAE 926 – *Atividades desportivas*, representa 3,5% do total de projetos realizados no período de 1994-2006, sendo uma das CAE com mais projetos de investimento realizados nesse período, logo a seguir às principais CAE a 3 dígitos da área do alojamento e restauração. Observa-se que a CAE 926 apresenta um peso percentual maior no total de projetos realizados no II QCA do que no total de projetos realizados no III QCA. No II QCA o peso percentual dos projetos realizados ultrapassa os 6% enquanto que no III QCA a percentagem fica pelos 2,5%.

Contudo, o número de projetos realizados no III QCA (44 projetos) na CAE 926 é superior ao número de projetos realizados no II QCA (38 projetos). A sua importância reflete-se ao nível da percentagem de projetos realizados nesta CAE, onde se regista 53,7% dos projetos no III QCA e 46,3% dos projetos realizados no período de 1994-1999, correspondente ao II QCA. Assim sendo, conclui-se que a **HI 6.3.2.6** *'As CAE a 3 dígitos da área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento executados entre o período do II e do III QCA'* é **verdadeira**.

A CAE 751 – *Administração pública em geral, económica e social*, representa os projetos realizados por entidades da administração pública central, regional ou local. Esta CAE regista 3,2% (75 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Esta CAE demonstra uma maior importância no II QCA, sendo responsável pela execução de 6,5% dos

projetos de investimento, comparativamente à importância desta CAE no período do III QCA, onde regista 2% do total de projetos. Ou seja, os projetos realizados pela administração pública do turismo registaram uma diminuição de 1/3 entre o período de 1994-1999 para o período de 2000-2006. Observa-se também um maior número de projetos realizados nesta CAE no período do II QCA, registando 53,3% (40 projetos), tendo sido os restantes projetos realizados no período do III QCA, num total de 46,7% (35 projetos). Conclui-se que a **HI 6.3.2.7** *‘Em termos globais, verifica-se uma diminuição do número de projetos realizados pelo setor público do turismo entre o período do II e do III QCA’* é **verdadeira**.

A CAE 633 – *Agências de viagem e de turismo*, regista 3,1% (73 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006. No entanto, a quase totalidade dos projetos de investimento realizados, incidiram no período do III QCA, onde se realizaram 98,6% (72 projetos) do total de projetos adstritos a esta CAE. O peso percentual da CAE 633 no período do III QCA (4,1%) é claramente superior à sua importância no período do II QCA, onde regista um valor praticamente residual (0,2%). Daqui se infere que a **HI 6.3.2.8** *‘Os projetos de investimento executados na área das agências de viagem e de turismo concentram-se maioritariamente no período do III QCA’* é **verdadeira**.

No que se refere às restantes CAE a 3 dígitos que incluem projetos de investimento na área do turismo, não se registam valores significativos que importe referir. Em termos gerais estas CAE representam apenas entre 0% a 2% do total de projetos realizados no período de 1994-2006, o que pode ser considerado como valores residuais.

VI.3.3 Distribuição de projetos por período de investimento e por CAE a 5 dígitos

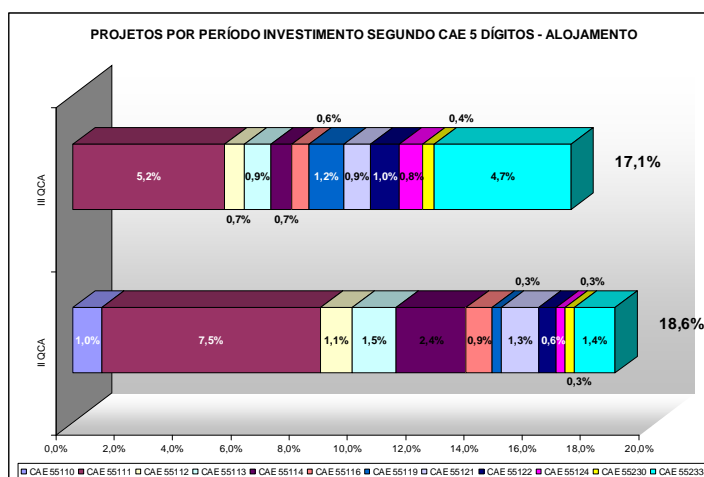
A análise do período de investimento tendo por base a CAE a 5 dígitos pretende identificar quais as principais áreas de investimento no período do II QCA de 1994-1999, e no período do III QCA, de 2000-2006. Esta questão é particularmente importante na medida em que se registam diferenças significativas entre cada período de investimento, o que à partida poderá originar investimentos em diferentes áreas de atividade.

VI.3.3.1 Subsetor do Alojamento

O investimento na área do alojamento foi superior no período de 1994-1999 (18,6%) comparativamente ao período de 2000-2006 (17,1%), tendo por base o total de projetos realizados no período de 1994-2006. Esta situação é ainda mais importante quando se verifica que no período do II QCA, 72% do total dos projetos de investimento foram realizados na área do alojamento, enquanto que no período do III QCA, a percentagem de projetos de investimento realizados na área do alojamento ficou-se pelos 22,7%. Observa-se que, para ambos os períodos de investimento, a área onde se concentram a maior parte dos projetos é a CAE 55111 - Hotéis com restaurante, que absorve 7,5% do total de projetos no II QCA e 5,2% no período do III QCA.

Gráfico VI.3.3.1.1 Projetos por período investimento segundo a CAE a 5 dígitos - alojamento

Denotam-se diferenças significativas em termos de investimento, dependendo dos períodos em análise e das CAE que forem consideradas. Observa-se uma forte concentração de



projetos de investimento na CAE 55233 - Turismo no espaço rural (4,7%) no período do III QCA, contudo, no período do II QCA, apesar de a CAE 55233 representar uma das principais CAE em termos de investimento, a sua importância não é tão significativa, dado que representa apenas 1,4% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

Refira-se outro exemplo, mas em situação contrária, regista-se uma interessante concentração de projetos de investimento na CAE 55114 - Pousadas com restaurante (2,4%) no período do II QCA, no entanto, a mesma CAE, no período de 2000-2006 apresenta uma taxa de concretização de projetos pouco significativa (0,6%).

A análise de dados permite observar que na maior parte das CAE da área do alojamento, a percentagem de projetos de investimento realizados no período de 1994-1999 é superior à percentagem de investimentos realizada no período de 2000-2006. Esta situação observa-se

nas CAE 55111 - Hotéis com restaurante (59,2%), CAE 55112 - Pensões com restaurante (62,8%), CAE 55113 - Estalagens com restaurante (64,3%), CAE 55114 - Pousadas com restaurante (77,8%), CAE 55116 - Hotéis-apartamentos com restaurante (58,8%), CAE 55121 - Hotéis sem restaurante (60%) em que os projetos de investimento realizados concentraram-se principalmente no período do II QCA.

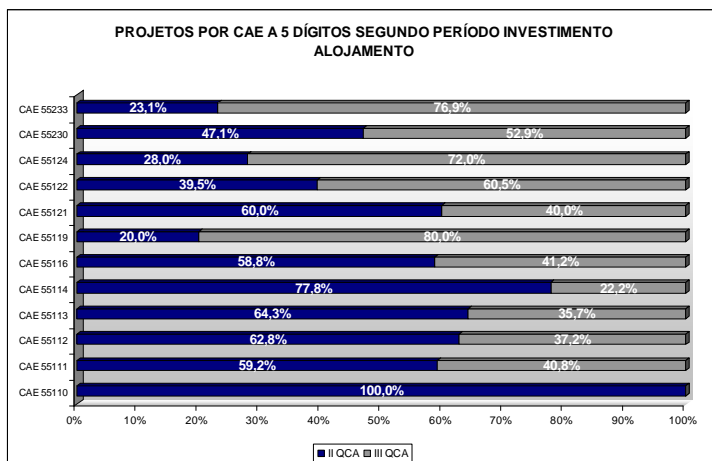


Gráfico VI.3.3.1.2 Projetos por CAE a 5 dígitos segundo período investimento

No entanto, nas CAE 55119 - Estabelecimentos hoteleiros, com restaurante n.e. (80%), CAE 55122 - Pensões sem restaurante (60,5%), CAE 55124 - Estabelecimentos hoteleiros,

sem restaurante, n.e. (72%), e CAE 55233 - Turismo no espaço rural (76,9%), os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente no período de 2000-2006. Assim sendo, conclui-se que a HI 6.3.3.1.1 'Na área do alojamento, regista-se uma maior aposta na diversificação e oferta de alojamento de qualidade superior, no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999' é verdadeira.

VI.3.3.2 Subsetor da Restauração e bebidas

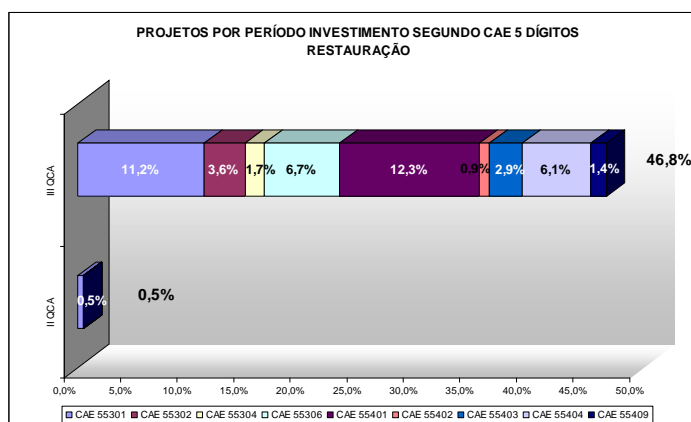
A análise de dados permite registar que, no período de 1994-1999 não se realizaram projetos de investimento na área da restauração e bebidas. Esta situação não reflete um alheamento por parte dos investidores na execução de projetos nesta área de investimento, mas sim, o facto de existir durante o período de vigência do II QCA um instrumento financeiro, da responsabilidade do Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (IFT) que apoiava diretamente todos os projetos ligados à área da restauração e bebidas, o PROREST.

No entanto, este instrumento financeiro foi criado como resposta a uma necessidade que não tinha sido equacionada na elaboração do II Quadro Comunitário de Apoio. Refira-se que o PROREST foi um instrumento financeiro criado apenas com financiamento nacional, não existindo contrapartida dos Fundos Europeus neste financiamento. Assim sendo, a análise da

área da restauração irá centrar-se unicamente no período de 2000-2006, correspondente ao III QCA.

Gráfico VI.3.3.2.1 Projetos por período investimento segundo a CAE a 5 dígitos - Restauração

No período de 2000-2006 observa-se uma elevada concentração de investimento nas CAE 55401 - Cafés (12,3%) e CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (11,2%), que se



constituem como as principais áreas de atividade económica onde foram executados projetos de investimento no setor do turismo. Regista-se também alguma concentração de projetos de investimento nas CAE 55306 - Restaurantes, n.e. (6,7%) e na CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias (6,1%). Demonstra-se nesta análise a existência de algum equilíbrio em termos de projetos de investimento executados entre aquilo que são investimentos na área da restauração, CAE 55301 e CAE 55306, e investimentos na área dos estabelecimentos de bebidas, CAE 55401 e CAE 55404.

Relativamente às restantes CAE da área da restauração e bebidas não se observam outras CAE que demonstrem uma importância similar às CAE já apontadas, contudo, refira-se o número de projetos realizados ao nível da CAE 55302 - Restaurantes com lugares ao balcão (3,6%) e CAE 55403 - Bares (2,9%) que apesar de não registarem um peso percentual elevado, evidenciam-se das restantes CAE inseridas na área da restauração e bebidas. Daqui se conclui que a HI 6.3.3.2.1 'Na área da restauração e bebidas, regista-se uma maior diversificação da oferta nos projetos de investimento executados no período de 2000-2006, comparativamente ao período de 1994-1999' é verdadeira.

VI.3.3.3 Subsetor das Agências de viagem e Operadores turísticos

A CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo representa um dos elementos do core do setor do turismo segundo a Conta Satélite do Turismo. Os projetos de investimento realizados nesta CAE no período de 1994-2006, representam 3,6% (85 projetos) do total de projetos realizados

nesse período. Contudo, registam-se diferenças significativas nesta CAE entre os dois períodos de investimento em análise. No período de 1994-1999, os projetos de investimento realizados na CAE 63300 representam 0,5% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, enquanto que no período de 2000-2006, os projetos de investimento realizados nesta CAE representam já 3,1%.

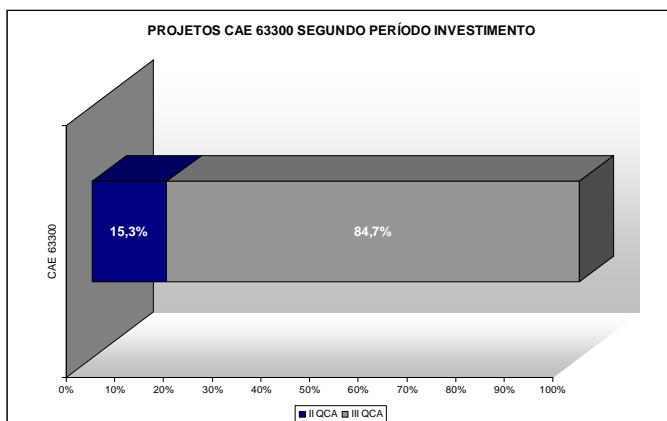


Gráfico VI.3.3.3.1 Projetos por período de investimento – CAE 63300

Assim sendo, a análise de dados demonstra que o período do III QCA regista uma maior importância no que se refere a projetos de investimento, comparativamente ao período de 1994-1999. De facto,

tendo por base de análise o total de projetos de investimento realizados na CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo segundo o período de investimento observa-se que 84,7% do total de projetos realizados nesta CAE se centraram no período de 2000-2006, tendo sido realizados apenas 15,3% do total de projetos da CAE 63300 no período de 1994-1999. Daqui se infere que a HI 6.3.3.3.1 'Na área das agências de viagem e de turismo, regista-se uma maior concentração de projetos de investimento no período de 2000-2006, comparativamente ao período de 1994-1999' é verdadeira.

VI.3.3.4 Subsetor da Cultura e Recreio

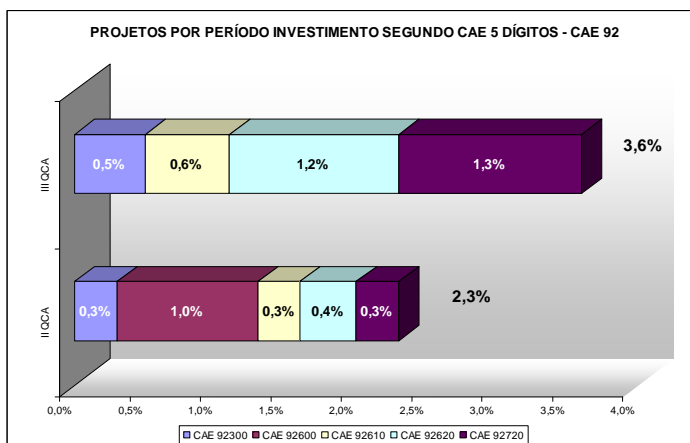


Gráfico VI.3.3.4.1 Projetos por período de investimento segundo a CAE 5 dígitos – CAE 92

A análise de dados demonstra uma maior concentração de projetos de investimento da CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas no período do III QCA, de 2000-2006

registando 3,6% do total de projetos de investimento. Para este facto contribui a elevada

concentração de projetos de investimento verificada nas CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e. (1,3%) e na CAE 92620 - Outras atividades desportivas (1,2%) que absorvem, em termos totais, 2,5% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006.

Para além disso, observa-se um crescimento considerável nestas duas CAE, em termos do número de projetos, do período do II QCA para o período do III QCA. Refira-se que a CAE 92620 - Outras atividades desportivas registou um crescimento de 0,4% para 1,2% no período de 2000-2006, e a CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e. registou um crescimento de 0,3% para 1,3%, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006.

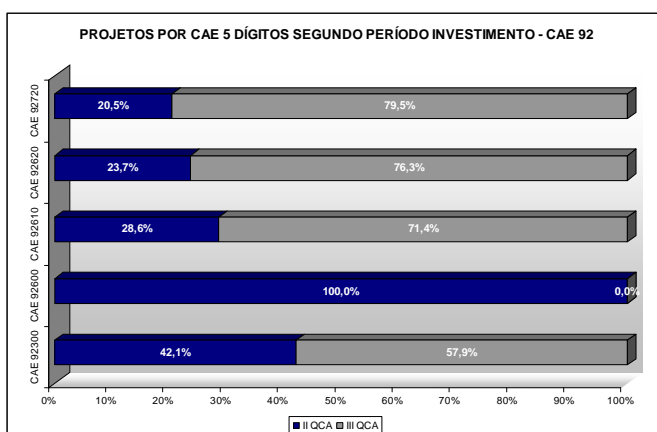


Gráfico VI.3.3.4.2 Projetos por CAE a 5 dígitos segundo período investimento – CAE 92

Observa-se que na área da Cultura e do Recreio, centrada nesta análise na CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas, uma maior concentração de projetos de

investimento no período do III QCA. A análise de dados demonstra que nas CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas, CAE 92620 - Outras atividades desportivas, CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e., registam-se uma maior concentração de projetos no período do III QCA, representando em todas as CAE mais de 3/4 do total de projetos.

Refira-se ainda que não é efetuada uma análise às CAE 92300 e CAE 92600 uma vez que os projetos aqui inseridos são projetos onde não foi possível definir concretamente a CAE a 5 dígitos à qual pertencem. Assim sendo, só é possível efetuar uma análise a estes projetos ao nível da CAE a 3 dígitos. Conclui-se que a **HI 6.3.3.4.1** 'Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas regista-se uma maior concentração de projetos de investimento orientados para diversificação e melhoria da oferta no período de 200-2006 comparativamente ao período de 1994-1999' é **verdadeira**.

VI.4 Execução de projetos por período de investimento e dimensão de empresa

A estrutura empresarial do setor do turismo em Portugal é constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, conforme se demonstra na análise efetuada no capítulo III. Face à sua dimensão e estrutura familiar estas empresas demonstram uma série de fragilidades que importa ter em atenção.

A definição de medidas de política e estratégia para o setor do turismo deve ter em atenção esta realidade, de forma a encontrar soluções e medidas de política adequadas que permitam minimizar as fragilidades e problemas conjunturais destas empresas de pequena e micro dimensão. Para isso, é importante analisar a forma como o investimento no setor do turismo foi executado no período de 1994-2006, e se a execução desse investimento representa aquilo que é a estrutura empresarial do setor do turismo em Portugal.

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre o período de investimento e a dimensão da empresa, $\chi^2(4) = 406,14, p < ,001$. A análise de dados permite observar que foram as empresas de pequena e micro dimensão que realizaram mais projetos de investimento, tendo executado 84,7% (1.658 projetos) do total de projetos realizados.

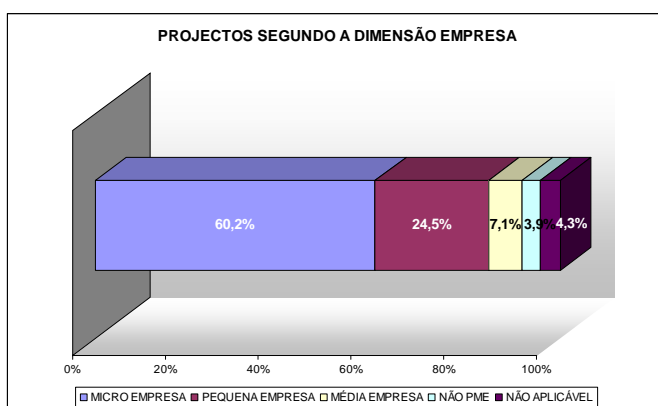


Gráfico VI.4.1 Total de projetos por dimensão de empresa

Regista-se também a enorme dinâmica demonstrada pelas empresas de micro dimensão, responsáveis por 60% do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006. Daqui se infere, uma

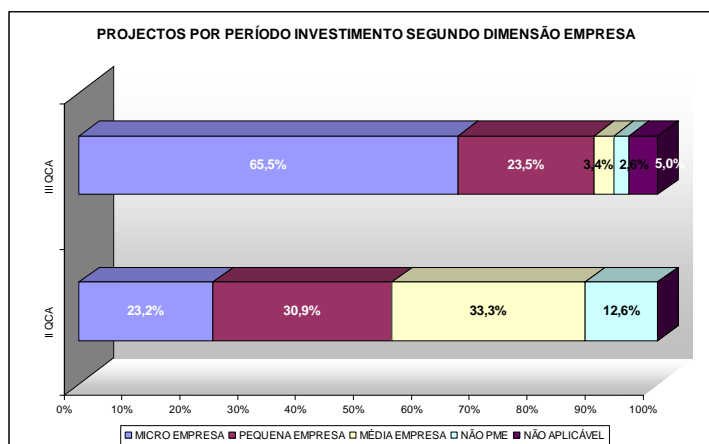
vez mais, que as HI 6.2.3.1 e HI 6.2.3.2 são **verdadeiras** conforme demonstrado na secção VI.2.3.

As *empresas de pequena dimensão* executaram $\frac{1}{4}$ dos projetos de investimento (24,5%) realizados no período de 1994-2006, o que demonstra alguma dinâmica na concretização de projetos de investimento, no entanto, claramente inferior à dinâmica demonstrada pelas empresas de micro dimensão.

Tendo por base a análise individual de cada período de investimento observa-se que as *empresas de micro dimensão* registam um maior peso percentual no período de 2000-2006, sendo responsáveis por 65,5% (1.122 projetos) do total de projetos realizados nesse período, comparativamente ao período de 1994-1999 onde foram responsáveis pela execução de 23,2% (57 projetos) do total de projetos.

Gráfico VI.4.2 Projetos por período investimento segundo a dimensão empresa

Regista-se também o elevado número de projetos realizados pelas empresas de micro dimensão no período do III QCA (95,2%) comparativamente ao número de projetos realizados



no período do II QCA (4,8%). Conclui-se que a **HI 6.4.1** ‘*As empresas de micro dimensão demonstram uma enorme capacidade de realização de projetos no período de 2000-2006*’ é verdadeira.

Observa-se também diferenças de atuação das empresas de pequena dimensão tendo por base o período de investimento. Os projetos de investimento realizados pelas empresas de pequena dimensão no período do II QCA representam uma maior importância percentual (30,9%) comparativamente à importância demonstrada pelos investimentos realizados pelas empresas de pequena dimensão no período do III QCA (23,5%). Contudo, regista-se que o número de projetos realizados pelas empresas de pequena dimensão no período do II QCA (76 projetos) é claramente inferior ao número de projetos realizados por estas empresas no período do III QCA (403 projetos). Situação que se reflete na importância de cada período de investimento para as empresas de pequena dimensão, em que o II QCA representa 15,9% e o III QCA representa 84,1% do total de projetos realizados por estas empresas no período de 1994-2006.

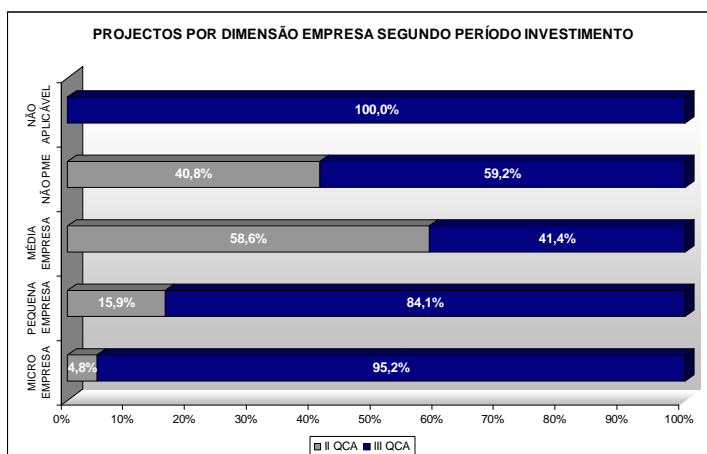
As *empresas de média e grande dimensão* executaram 11% (216 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006, tendo as empresas de média dimensão realizado 7,1% (140 projetos) dos projetos, o que representa cerca de duas vezes mais projetos realizados do

que as empresas de grande dimensão que executaram 3,9% (76 projetos). A análise por período de investimento permite registar uma maior importância por parte das empresas de média e grande dimensão no período do II QCA, onde representam 45,9% do total de projetos realizados nesse período, comparativamente à importância demonstrada por parte destas empresas no período do III QCA, onde representam 6% do total de projetos.

Apesar da importância demonstrada por parte das empresas de média e grande dimensão na realização de projetos no período do II QCA, as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução de mais de 50% dos projetos de investimento realizados nesse período. Assim sendo, infere-se que a HI 6.4.2 ‘No período de 1994-1999 as empresas de média e grande dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento’ é falsa.

Gráfico VI.4.3 Projetos por dimensão empresa segundo período investimento

Observa-se também uma redução acentuada da proporção de projetos realizados (33,3%) pelas empresas de média dimensão no período do II QCA comparativamente ao peso



percentual de projetos (3,4%) realizados no período do III QCA (de 33,3% para 3,4%). Esta situação denota um menor número de projetos realizados pelas empresas de média dimensão no período do III QCA (58 projetos) comparativamente ao número de projetos realizados no período do II QCA (82 projetos).

Conclui-se que a HI 6.4.3 ‘No período de 1994-1999, as empresas de média dimensão são responsáveis por um elevado número de projetos de investimento’ é verdadeira, dado que para além de se observar um maior número de projetos realizados pelas empresas de média dimensão no período do II QCA (58,6%) comparativamente ao número de projetos realizados por estas empresas no período do III QCA (41,4%), as empresas de média dimensão apresentam a maior concentração de projetos de investimento do período referente ao II QCA.

As empresas de grande dimensão registaram 3,9% do número total de projetos realizados no período de 1994 a 2006. Refira-se a quebra observada em termos percentuais, da importância

das empresas de grande dimensão no período do II QCA onde registam 12,6% do total de projetos realizados nesse período, e o período do III QCA onde registam apenas 2,6% do total de projetos realizados no período de 2000-2006.

No entanto, considerando o total de projetos realizados por estas empresas observa-se que o número de projetos realizados no período do III QCA, tendo sido executado 59,2% (45 projetos) dos projetos, é superior, ao número de projetos realizados no II QCA, tendo executado 40,8% do total de projetos (31 projetos).

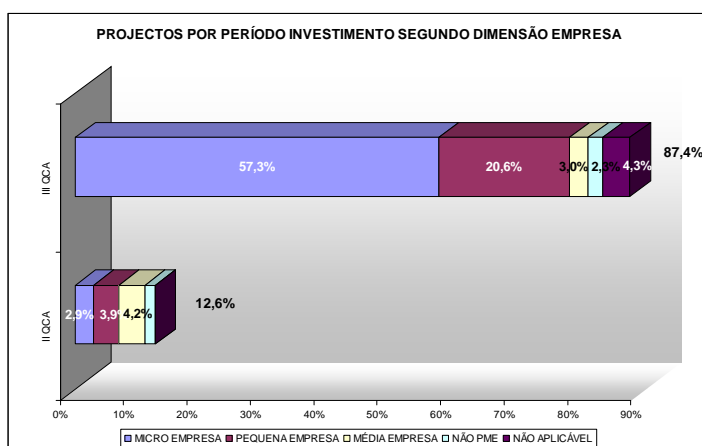


Gráfico VI.4.4 Projetos por período investimento segundo dimensão empresa (valores absolutos)

A análise global aos projetos de investimento executados no período de 1994-2006, permite referir que 87,4% dos projetos foram executados no período do III QCA, e em que 77,9% foram

realizados por empresas de pequena e micro dimensão. A análise de dados permite concluir, que a **HI 6.4.4** 'As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução da maior parte dos projetos de investimento realizados no período do III QCA' é **verdadeira**.

O número de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão é praticamente residual, uma vez que representam 3% e 2,3% do total de projetos. Refira-se também o caso *Não aplicável* que se refere a projetos realizados por entidades onde a questão da dimensão de empresa não se coloca. Os projetos aqui considerados representam 4,3% do número total de projetos realizados no período de 1994 a 2006, sendo que todos os projetos aqui considerados foram executados no período do III QCA. Nesse sentido, e tendo por base o total de projetos realizados nesse período a percentagem de projetos com a denominação *Não aplicável* atinge os 5% (85 projetos).

No que se refere ao período do II QCA onde se realizaram 12,6% do total de projetos, 4,2% foram executados por empresas de média dimensão e 3,9% por empresas de pequena dimensão, constituindo-se como as dimensões de empresa mais representativas neste

período. As empresas de micro dimensão e as empresas de grande dimensão apresentam valores muito baixos de concretização de projetos, 2,9% e 1,6%, respetivamente.

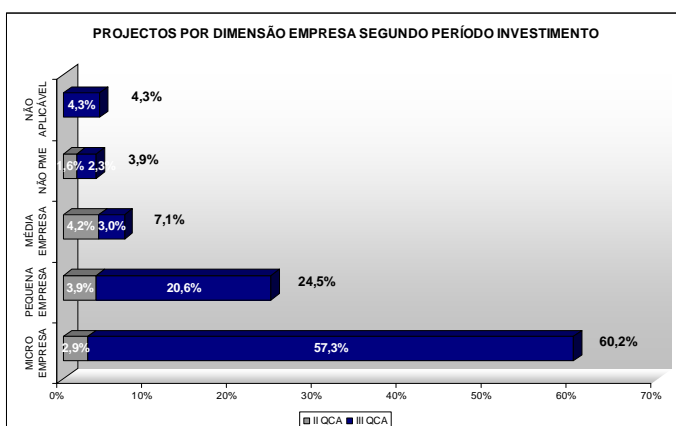


Gráfico VI.4.5 Projectos por dimensão empresa segundo período investimento (valores absolutos)

Tendo por base o número de projetos de investimento segundo a dimensão de empresa observa-se claramente a elevada dinâmica demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão na

execução de projetos, tendo sido responsáveis por 84,7% do total de projetos realizados no período de 1994-2006, e em que as empresas de média e grande dimensão realizaram apenas 11% do total dos projetos de investimento.

Em termos gerais, observa-se um crescimento em termos do número de projetos entre o período de 1994-1999 para o período de 2000-2006 nas várias dimensões de empresa consideradas, exceção feita às empresas de média dimensão que registam um decréscimo em termos do número de projetos do II (58,6%) para o III QCA (41,4%). Nesse sentido, conclui-se que a **HI 6.4.5** 'O número de projetos de investimento aumenta entre o período do II para o III QCA ao nível das várias dimensões de empresa' é **verdadeira**, para as empresas de pequena e micro dimensão e para as empresas de grande dimensão, sendo considerado **falsa** para as empresas de média dimensão.

VI.5 Distribuição territorial dos projetos de investimento no período de 1994-2006

A distribuição territorial dos projetos de investimento constitui-se como uma área central de análise para esta investigação. Os territórios apresentam determinadas especificidades e características intrínsecas que podem representar mais-valias e potencialidades para o desenvolvimento do setor do turismo. Contudo, apesar das suas características e especificidades nem todos os territórios apresentam a mesma dinâmica de crescimento, nem se encontram no mesmo patamar de desenvolvimento do turismo comparativamente a outras áreas.

Pretende-se nesta secção, analisar e identificar quais as áreas que demonstram uma maior dinâmica de investimento no período de 1994-2006, e entender de que forma se distribui o investimento tendo por base o estado de desenvolvimento do turismo nessas áreas. Ou seja, pretende-se verificar se existe uma maior desconcentração territorial do investimento no setor do turismo, em que o investimento é realizado em áreas que apresentam potencialidades de desenvolvimento, mas em que esse desenvolvimento é ainda incipiente, ou o investimento continua a estar direcionado para as áreas em que o turismo atingiu já uma fase de consolidação e maturação.

VI.5.1 Período de investimento e a NUT II

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre o período de investimento e a NUT II, $\chi^2(8) = 138,90$, $p < ,001$. A análise de dados permite observar a enorme capacidade demonstrada pela *região Norte* na execução de projetos de investimento, sendo responsável pela realização de 33,5% do total de projetos aprovados no período de 1994-2006. Refira-se ainda o crescimento proporcional verificado nesta região entre o peso percentual do número de projetos executados no II QCA (21,4%) e a importância do número de projetos realizados no período do III QCA (38%).

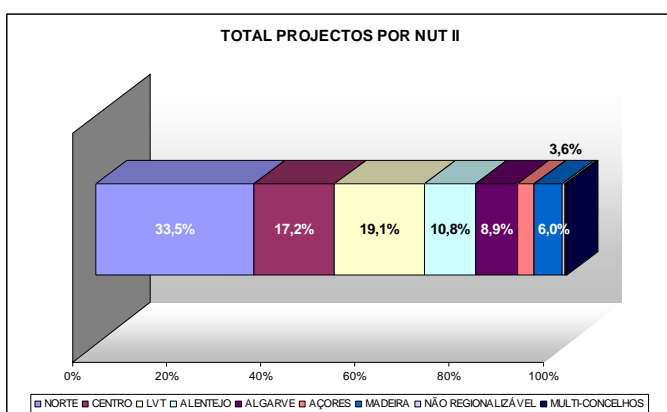


Gráfico VI.5.1.1 Total de projetos por NUT II

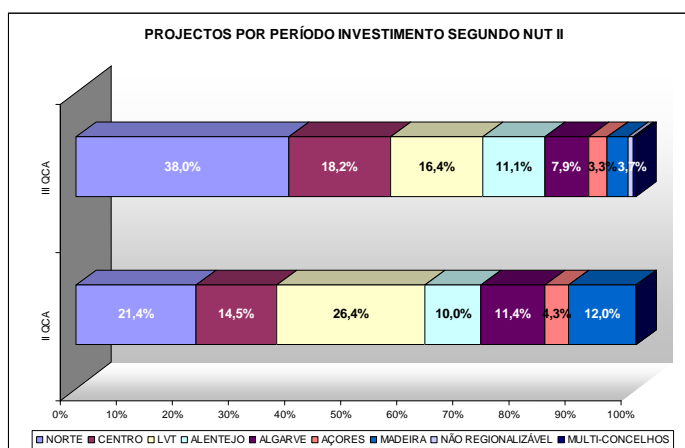
Regista-se ainda a importância demonstrada por esta região no que se refere à execução de projetos de investimento, tendo-se verificado um crescimento da sua importância entre o período do II QCA, onde a

percentagem de projetos realizados correspondeu a 21,4% (139 projetos) do total de projetos realizados nesse período, e o período do III QCA, onde foi responsável pela execução de 38% do total de projetos realizados no período de 2000-2006.

A região de LVT é responsável pela execução de 19,1% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observa-se uma clara diminuição em termos percentuais no peso desta região no total de projetos realizados entre o período do II QCA e o período do III QCA. Entre 1994-1999, os projetos realizados nesta região representaram 26,3% do total de projetos realizados nesse período, tendo decaído para 16,4% no período correspondente ao III QCA. Esta situação é demonstrativa de possíveis alterações ocorridas em termos de estratégia de apoio ao investimento que poderá ter originado alguma transferência de apoios entre as regiões NUT II.

Gráfico VI.5.1.2 Projetos por período investimentos segundo a NUT II

Contudo, regista-se que o número de projetos realizados entre o período do II QCA e do III QCA aumentou consideravelmente, o que é facilmente demonstrável pela percentagem de projetos



realizados nesta região em cada período de investimento. No II QCA, esta região executou 171 projetos (37,5%) e no período do III QCA realizou 285 projetos (62,5%) face a um total de 456 projetos executados no somatório dos dois períodos de investimento.

A região Centro foi responsável pela concretização de 17,2% do total de projetos executados entre 1994 e 2006. Observa-se um crescimento do peso percentual destas regiões na execução de projetos de investimento entre 1994-1999 e 2000-2006. Os projetos de investimento realizados no período de 1994-1999 representaram 14,5%, enquanto que no período de 2000-2006 atingiram os 18,2% do total de projetos realizados nesse período.

O crescimento percentual deriva também do elevado número de projetos realizados no período de 2000-2006, comparativamente ao período anterior. Em 1994-1999 a região Centro executou 94 projetos de investimento, enquanto que no período de 2000-2006 executou 317 projetos, o que representa, respetivamente, 22,9% e 77,1% do total de projetos realizados nessa região no período de 1994-2006.

A *região do Alentejo*, no período de 1994-2006 foi responsável pela execução de 10,8% (257 projetos) do total de projetos realizados nesse período, constituindo-se como a 4.ª região NUT II em termos de projetos de investimento. Observa-se também nesta região um crescimento ténue do peso percentual em termos do número de projetos do II QCA para o III QCA. Os projetos realizados na região do Alentejo no período do II QCA representam 10% do total de projetos realizados nesse período, tendo registado um crescimento para 11,1% no período correspondente ao III QCA.

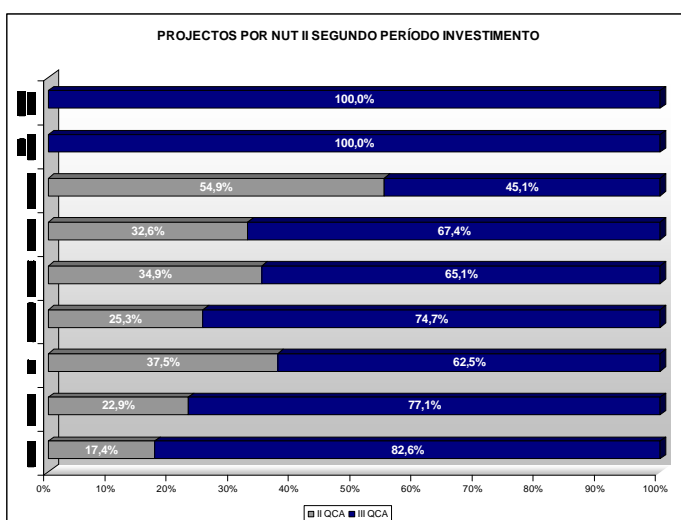


Gráfico VI.5.1.3 Projetos por NUT II segundo período de investimento

Regista-se também o elevado número de projetos realizados no período do III QCA comparativamente ao período anterior, tendo realizado 3 vezes mais projetos entre 2000-2006. No período de 1994-1999 realizaram-se 65 projetos (25,3%) enquanto

que no período de 2000-2006 esta região executou 192 projetos (74,7%).

No período de 1994-2006, a *região do Algarve* absorveu 8,9% do total de projetos (212 projetos), sendo que 34,9% (74 projetos) foram executados no período do II QCA e 65,1% (138 projetos) no período do III QCA. Apesar da importância desta região como destino turístico em Portugal, esta questão não se reflete em termos do número de projetos executados. Observa-se que as regiões Centro e do Alentejo, que à partida não lhes é dada tanta importância em termos de destino turístico em Portugal, registam uma taxa de execução de projetos superior, no caso da região Centro quase duplica o número de projetos, à região do Algarve.

Os projetos executados no período do II QCA representam 11,4% do total de projetos realizados nesse período, e no período do III QCA representam 7,9%, o que apesar de esta região ter realizado mais projetos de investimento no período do III QCA, registou uma quebra do seu peso percentual no total do período de investimento, dado que outras regiões NUT II demonstraram maior dinâmica e capacidade de concretização de projetos nesse período.

Contudo, em termos globais, os projetos realizados no período do II QCA representam 3,1% e no período do III QCA 5,8% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

A *região da Madeira* foi responsável pela execução de 6% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observa-se também, e contrariamente ao verificado noutras regiões NUT II, uma diminuição do peso percentual em termos do número de projetos desta região, do período do II QCA para o período do III QCA. No período de 1994-1999, o número de projetos realizados nesta região representa 12% do total de projetos realizados nesse período, tendo esta percentagem decaído para 3,7% no período de 2000-2006.

Esta situação reflete-se claramente ao nível do número de projetos realizados, dado que os projetos realizados nesta região no período de 1994-1999 correspondem a 54,9% do total de projetos dessa região, enquanto que o número de projetos realizados no período de 2000-2006 decaiu para 64 projetos, o que representa 45,1% do total de projetos realizados pela região da Madeira no período de 1994-2006.

A *região dos Açores* regista 3,6% (86 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006, constituindo-se como a região NUT II com menor número de projetos de investimento realizados no período em análise. Observa-se também uma diminuição do peso percentual desta região no total de projetos realizados na transição do período do II QCA para o III QCA. No período do II QCA, o número de projetos realizados representou 4,3% do total de projetos desse período, enquanto que no período do III QCA, o peso percentual desta região decaiu para 3,3%.

No entanto, esta diminuição do peso percentual da região dos Açores no total de projetos de cada período não se reflete no número de projetos realizados, dado que se observa um crescimento do número de projetos do II QCA para o III QCA. No período de 1994-1999 a região dos Açores realizou 28 projetos de investimento (32,6%), enquanto que no período de 2000-2006, foi responsável pela execução de 68 projetos, o que representa mais do dobro de projetos de investimento realizados.

Observa-se uma clara concentração de projetos de investimento na região Norte em termos globais, e em particular no período do III QCA, período onde regista 27,7% do total de projetos. Refira-se que esta região registou uma enorme dinâmica na concretização de projetos do

período do II QCA (considerada como a 2.ª principal região em termos de projetos de investimento) para o período do III QCA.

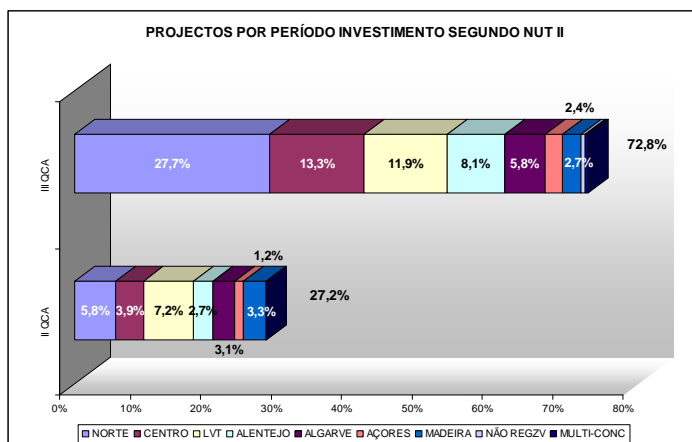


Gráfico VI.5.1.4 Projetos por período investimento segundo NUT II (valores absolutos)

Refira-se também a importância demonstrada pela região Centro (13,3%) e a região de LVT (11,9%) no período de 2000-2006, importância que se reflete no total de projetos para o período

de 1994-2006, destacando-se como as principais regiões NUT II logo a seguir à região Norte. No entanto, observam-se diferentes níveis de execução de projetos entre estas regiões e o período de investimento considerado. No período de 1994-1999 a região de LVT destaca-se claramente das restantes regiões NUT II em termos do número de projetos realizados sendo considerada como a principal região em termos de investimento nesse período.

Saliente-se a concentração de projetos observada na região do Alentejo que se destaca como a quarta principal região NUT II em termos do número de projetos, à frente da região do Algarve e da Madeira. Estas duas regiões apesar da sua importância enquanto destinos turísticos em Portugal representam apenas 8,9% e 6% respetivamente, do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observam-se, também, diferentes níveis de execução de projetos entre estas regiões e o período de investimento considerado, destacando-se as regiões do Alentejo e da Madeira que registam claramente diferentes dinâmicas de execução de projetos dependendo do período de investimento.

Os projetos de investimento realizados na região dos Açores, enquadram-se naquilo que é a sua importância enquanto destino turístico, tendo por base a análise de indicadores pelo lado da oferta e da procura. Nesta região, observam-se diferenças em termos do número de projetos de investimento realizados em cada período, contudo, face aos números registados, esta região mantém-se como a região que menor índice de realização de projetos regista.

Conclui-se que a HI 6.5.1.1 'As regiões NUT II demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado' é **verdadeira**. No entanto,

refira-se que os diferentes níveis de participação das regiões NUT II na execução de projetos é mais evidente ao nível das regiões Norte, Centro, LVT, Alentejo e Madeira. As regiões do Algarve e dos Açores registam um crescimento do número de projetos do período do II para o III QCA, mas o seu nível de importância mantêm-se inalterado.

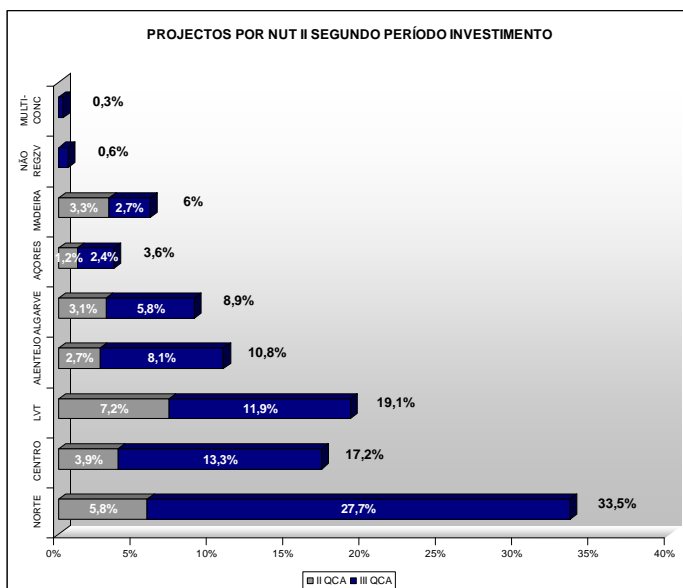


Gráfico VI.5.1.5 Projetos por NUT II segundo período investimento (valores absolutos)

A análise de dados permite também observar o elevado peso que os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm no total de projetos realizados em cada região NUT II. Na quase totalidade das regiões, o número de projetos de investimento realizados foi

superior no período do III QCA, o que é demonstrativo de uma maior dinâmica por parte do setor privado na execução de projetos. Observa-se apenas um decréscimo de número de projetos na região da Madeira, em que o número de projetos realizados no período do II QCA (3,3%) foi superior ao número de projetos realizados no período do III QCA (2,7%).

Daqui se conclui que a HI 6.5.1.2 ‘Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT II, comparativamente ao período do II QCA’ é **verdadeira**, no que se refere às regiões NUT II do Norte, Centro, LVT, Alentejo, Algarve e Açores, no entanto, relativamente à região da Madeira esta hipótese é **falsa**, dado que esta região NUT II foi a única a registar uma diminuição do número de projetos de investimento entre o período do II para o III QCA.

As opções *Não regionalizável* e *Multiconcelhos* apresentam valores percentuais residuais, respetivamente, 0,6% e 0,3%, não sendo representativas para a análise em questão. Para além disso, estas duas opções surgem apenas ligadas ao período do III QCA, não sendo também possível realizar uma análise de tendência.

VI.5.2 Período de investimento e a NUT III

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre o período de investimento e a NUT III, $\chi^2(34) = 215,04$, $p < ,001$. A análise de dados permite registar a enorme dinâmica demonstrada por parte de algumas NUT III na realização de projetos de investimento no período de 1994-2006. Repare-se, por exemplo na concentração de projetos de investimento na área da Grande Lisboa que regista a maior percentagem de projetos realizados numa NUT III, 10,1%. Destaque também para a região NUT III do Algarve que concentra 9% do total de projetos, e na região Norte a região NUT III do Minho-Lima que absorve 6,9% do total de projetos realizados no período em análise.

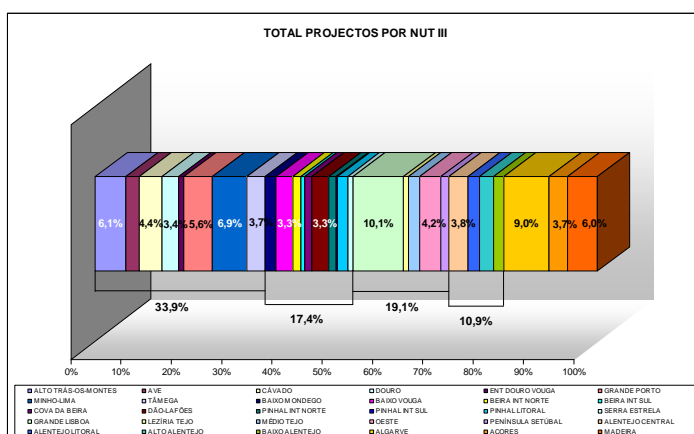


Gráfico VI.5.2.1 Total de projetos por NUT III, 1994-2006

A região NUT III da Madeira, a par com a região NUT III de Alto Trás-os-Montes registam cada uma 6% do total de projetos de investimento. Saliente-se a posição da região NUT III Madeira

que apesar da sua importância enquanto destino turístico em Portugal, no que se refere à concretização de projetos de investimento rivaliza com regiões NUT III de menor evidência, nomeadamente Minho-Lima (6,9%) e Alto Trás-os-Montes (6%). A região NUT III do Grande Porto representa apenas 5,6% do total de projetos de investimento, ficando aquém, a par da região da Madeira, daquela que é a sua imagem em termos do turismo nacional.

No que se refere às restantes NUT III, não se regista nenhuma evidência que importe referir para além das que já foram enunciadas na análise por NUT III efetuada na secção 3.7. deste capítulo. Nesse sentido, pretende-se nesta secção observar se as regiões NUT III apresentam diferenças que importa assinalar dependendo do período de investimento que estiver a ser considerado.

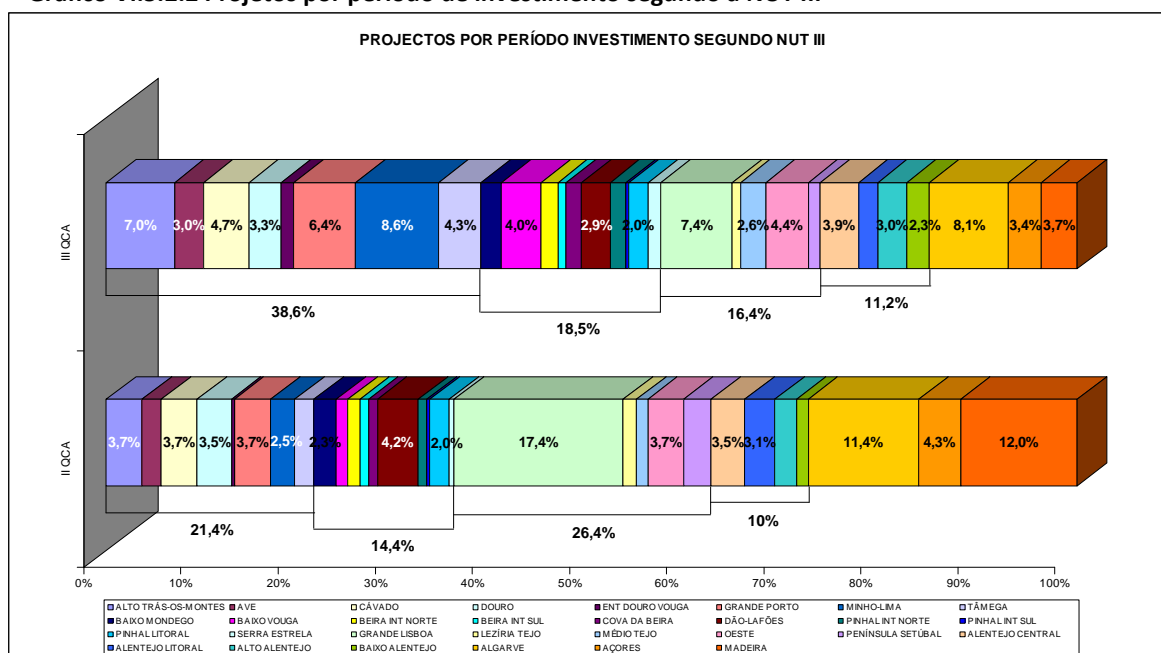
A análise de dados permite observar um crescimento acentuado, por parte de algumas regiões NUT III da região Norte em termos do número de projetos de investimento. Do período do II

QCA para o período do III QCA denota-se nas regiões NUT III de Alto Trás-os-Montes, Cávado, Grande Porto, Minho-Lima e Tâmega, uma alteração de dinâmica e uma maior capacidade por parte do tecido empresarial para a execução de projetos de investimento na área do turismo.

Por sua vez, na região Centro, apesar de o número de projetos em cada região NUT III ter aumentado não se observa uma dinâmica similar. Nesta região registam-se algumas alterações em termos do peso percentual de cada período no total de projetos realizados em cada região NUT III, contudo sem evidenciar um grande crescimento. Apenas a região do Baixo Vouga demonstra alguma dinâmica em termos de investimento, registando um crescimento do número de projetos de um período para outro mais acentuado.

A região de LVT apresenta diferentes dinâmicas, destacando a região NUT III da Grande Lisboa nos dois períodos de investimento, e a região do Oeste no período de 2000-2006. De facto esta região apresenta um crescimento considerável do número de projetos do período do II para o III QCA. A região do Alentejo apresenta também um crescimento do número de projetos de investimento muito interessante ao nível das suas regiões NUT III, na medida em que o número de projetos realizado no período do III QCA representa mais de 75% do total de projetos realizados nessa região (apenas na região NUT III do Alentejo a percentagem é ligeiramente inferior).

Gráfico VI.5.2.2 Projetos por período de investimento segundo a NUT III



A região do Algarve destaca-se como uma das principais regiões NUT III em termos do número de projetos de investimento em ambos os períodos, registando um crescimento considerável do número de projetos do período do II para o III QCA. A mesma situação, mas de menor dimensão, se verifica ao nível da região NUT III Açores, dado que esta região apresenta um crescimento de mais de 50% do total de projetos realizados naquela região no período do III QCA. A região da Madeira regista um nível de atuação diferente, uma vez que se observa uma quebra do número de projetos de investimento do período do II para o III QCA.

Daqui se infere que a **HI 6.5.2.1** 'As regiões NUT III demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado' é **verdadeira**, na medida em que dependendo do período de investimento, observam-se diferentes níveis de atuação nas várias regiões NUT III. Em algumas regiões NUT III observa-se um crescimento acentuado, noutras regiões o crescimento do número de projetos também se verifica, mas de menor dimensão e na região NUT III da Madeira regista-se uma quebra do número de projetos de um período para o outro.

Tabela VI.5.2.1 Projetos por NUT III segundo o período de investimento

PROJECTOS POR NUT III SEGUNDO O PERÍODO DE INVESTIMENTO			
DIMENSÃO	II QCA	III QCA	TOTAL
ALTO TRÁS-OS-MONTES	1,0%	5,0%	6,0%
AVE	0,5%	2,1%	2,6%
CÁVADO	1,0%	3,4%	4,4%
DOURO	1,0%	2,4%	3,4%
ENT DOURO VOUGA	0,1%	0,9%	1,0%
GRANDE PORTO	1,0%	4,6%	5,6%
MINHO-LIMA	0,7%	6,1%	6,8%
TÁMEGA	0,5%	3,1%	3,6%
BAIXO MONDEGO	0,6%	1,5%	2,1%
BAIXO VOUGA	0,3%	2,9%	3,2%
BEIRA INT NORTE	0,3%	1,3%	1,6%
BEIRA INT SUL	0,3%	0,6%	0,9%
COVA DA BEIRA	0,3%	1,2%	1,5%
DÃO-LAFÕES	1,1%	2,1%	3,2%
PINHAL INT NORTE	0,3%	1,2%	1,5%
PINHAL INT SUL	0,1%	0,2%	0,3%
PINHAL LITORAL	0,5%	1,4%	1,9%
SERRA ESTRELA	0,1%	0,9%	1,0%
GRANDE LISBOA	4,7%	5,3%	10,0%
LEZÍRIA TEJO	0,4%	0,6%	1,0%
MÉDIO TEJO	0,3%	1,8%	2,1%
OESTE	1,0%	3,1%	4,1%
PENÍNSULA SETÚBAL	0,8%	0,9%	1,7%
ALENTEJO CENTRAL	1,0%	2,8%	3,8%
ALENTEJO LITORAL	0,8%	1,4%	2,2%
ALTO ALENTEJO	0,6%	2,1%	2,7%
BAIXO ALENTEJO	0,3%	1,7%	2,0%
ALGARVE	3,1%	5,8%	8,9%
AÇORES	1,2%	2,4%	3,6%
MADEIRA	3,3%	2,7%	6,0%
TOTAL	27,2%	71,5%	98,7%

A região da Grande Lisboa destaca-se claramente das restantes regiões NUT III independentemente do período de investimento que estiver a ser analisado, sendo a região NUT III que concentra mais projetos em ambos os períodos. No período do II QCA absorve 4,7% e no III QCA regista 5,3% do total de projetos, destacando-se das restantes regiões NUT III, sendo que as

maiores diferenças se registam no período do II QCA. A região NUT III do Algarve regista uma atuação semelhante, constituindo-se como a 3.ª principal região NUT III em termos de projetos de investimento no período do II QCA (logo a seguir à região da Grande Lisboa e da Madeira), e destacando-se também no período do III QCA mantendo a mesma posição, contudo, registando uma percentagem inferior à região NUT III do Minho-Lima e da Grande Lisboa.

Não se observam diferenças significativas entre as regiões NUT III no período do II QCA, dado que face ao número reduzido de projetos realizados nesse período, torna-se mais difícil surgirem grandes oscilações entre o número de projetos realizados em cada NUT III. No entanto, no período do III QCA já se observam algumas diferenças em termos do número de projetos por NUT III. A região NUT III do Minho-Lima destaca-se claramente neste período, registando cerca de 10 vezes mais projetos que no período anterior. Situação semelhante, mas de menor dimensão também se observa ao nível das regiões NUT III de Alto de Trás-os-Montes e Grande Porto, que registam um elevado crescimento em número de projetos de investimento do período do II para o III QCA.

Em termos gerais, observa-se um crescimento do número de projetos nas várias regiões NUT III, com exceção da região NUT III da Madeira, do período do II QCA para o III QCA. Conclui-se que a HI 6.5.2.2 *‘Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT III, comparativamente ao período do II QCA’* é **verdadeira**. Apesar de em alguns casos o crescimento verificado em termos do número de projetos do período do II QCA para o período do III QCA não ser muito significativo, demonstra-se que a quase totalidade das regiões NUT III realizaram mais projetos no período do III QCA comparativamente ao período do II QCA. Apenas na região NUT III da Madeira é que se observa uma situação contrária. Nesta região, o número de projetos de investimento realizados no período do II QCA (78 projetos) é superior ao número de projetos realizados no período do III QCA (64 projetos).

VI.6 Período de investimento e Variáveis numéricas

O teste de Wilcoxon-Mann_Whitney é o teste não paramétrico adequado para comparar as funções de distribuição de uma variável pelo menos ordinal medida em duas amostras independentes. Pretende-se analisar as diferenças entre o período de investimento e as variáveis numéricas *Investimento total* (*inv_total*), *Investimento elegível* (*inv_eleg*), *Incentivo* (*inctv*), e *Postos de trabalho a criar* (*p_trab*). As tabelas de frequências analisadas sugerem diferenças nas variáveis em análise e dependendo do período de investimento. Essas diferenças nas variáveis em análise, dependendo do período de investimento, observam-se ao nível de vários parâmetros, destacando-se a média obtida de cada variável. Daqui se conclui que a HI 6.6.1 *‘Existem diferenças em termos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA’* é **verdadeira**.

Em média, o *investimento total* verificado no II QCA (M=1635396,33; SD=3657423,41) foi superior ao investimento total no III QCA (M=973998,40; SD=4106043,11453), sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas ($U=4106043,11$; $W=674396,00$; $p < ,001$).

Tabela VI.6.1 Média de investimento por quadro comunitário de apoio

Descriptive Statistics						
Período de Investimento	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
II QCA	Investimento total	649	311,87	69528416,52	1635396,3293	3657423,41090
	Investimento elegível	649	,00	33435650,08	1455060,0656	2539458,36510
	Incentivo	649	,00	17553725,85	501422,7554	1086803,21467
	Postos de trabalho a criar	649	0	179	6,66	14,094
	Valid N (listwise)	649				
III QCA	Investimento total	1737	5018,00	77904441,00	973998,3987	4106043,11453
	Investimento elegível	1737	4963,04	47751839,00	857668,1155	3410375,56735
	Incentivo	1737	1756,30	28000000,00	347777,5650	1284981,37324
	Postos de trabalho a criar	1737	-30	349	4,22	18,706
	Valid N (listwise)	1737				

A média de *investimento elegível* apurado no II QCA (M=1455060,07; SD=2539458,37) foi também superior ao investimento elegível no III QCA (M=857668,12; SD=3410375,56735), sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas ($U=443332,00$; $W=654257,00$; $p < ,001$).

Tabela VI.6.2 Testes estatísticos

Test Statistics ^a								
	Zscore: Investimento total	Zscore: Investimento elegível	Zscore: Incentivo	Postos de trabalho a criar	Zscore: Dif entre Inv total e inv elegível	Zscore: Dif entre Inv total e o Incentivo	Zscore: Dif entre Inv elegível e Incentivo	Dimensão de empresa
Mann-Whitney U	463471,000	443332,000	482260,000	506919,500	252978,000	440420,000	408767,000	111636,500
Wilcoxon W	674396,000	654257,000	693185,000	2016372,500	463903,000	651345,000	619692,000	1579677,500
Z	-6,690	-8,035	-5,436	-4,212	-20,999	-8,230	-10,343	-13,635
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000

a. Grouping Variable: Período de Investimento

Observa-se também que o *incentivo* atribuído no II QCA ($M=501422,75$; $SD=1086803,21467$) foi superior ao incentivo atribuído no III QCA ($M=347777,56$; $SD=1284981,37324$), sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas ($U=482260,00$; $W=693185,00$; $p <,001$).

Relativamente à variável *postos de trabalho a criar*, observa-se, uma vez mais, que o valor registado no II QCA ($M=6,66$; $SD=14,094$) é superior ao valor apurado no III QCA ($M=4,22$; $SD=18,706$) sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas ($U=506919,50$; $W=2016372,50$; $p <,001$).

Daqui se conclui que a **HI 6.6.2** '*O investimento médio realizado no período de 2000-2006 é superior ao investimento médio realizado no período de 1994-1999*' é **falsa**. Apesar de o número de projetos de investimento no período do III QCA ter sido claramente superior ao registado no período do II QCA, a análise demonstra que o investimento médio por projeto, e consequentemente o investimento elegível e o incentivo, é superior no período do II QCA comparativamente ao período do III QCA.

VI.7 Distribuição do investimento por dimensão de empresa e por subsetor do turismo

A distribuição do investimento por dimensão de empresa a par da distribuição do investimento por subsetor do turismo, constituem-se como duas das principais áreas de investigação nesta tese. Conforme já foi referido anteriormente, o setor do turismo é constituído principalmente por empresas de pequena e micro dimensão, que apresentam uma série de constrangimentos que inibem o crescimento e desenvolvimento destas empresas, dificuldades na diversificação dos seus investimentos e na aposta em novos produtos e mercados entre outros.

De facto, a diversificação do investimento e a aposta em outras áreas de atividade constitui-se como uma das maiores dificuldades apresentadas por estas empresas de pequena e micro dimensão. Nesta secção pretende-se verificar se estes constrangimentos referidos se verificam apenas para estas empresas de pequena e micro dimensão, ou se são transversais a outras empresas de maior dimensão. Para além disso, pretende-se identificar quais os subsectores de aposta prioritária em termos de investimento, tendo em atenção a dimensão e estrutura empresarial das empresas que operam neste setor.

VI.7.1 Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 2 dígitos

Verifica-se uma associação estatisticamente significativa entre a dimensão de empresa e a CAE a 2 dígitos, $\chi^2(24) = 1184,54, p <,001$. A análise de dados permite assinalar uma forte concentração do investimento na CAE 55 – Alojamento e Restauração registando 85,7% (1.673 projetos) do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. Refira-se também o número de projetos realizados ao nível da CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas que regista 5,3% (104 projetos), bem como o número de projetos executados ao nível da CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e turismo responsáveis pela execução de 3,8% (75 projetos) do total de projetos realizados no período em análise.

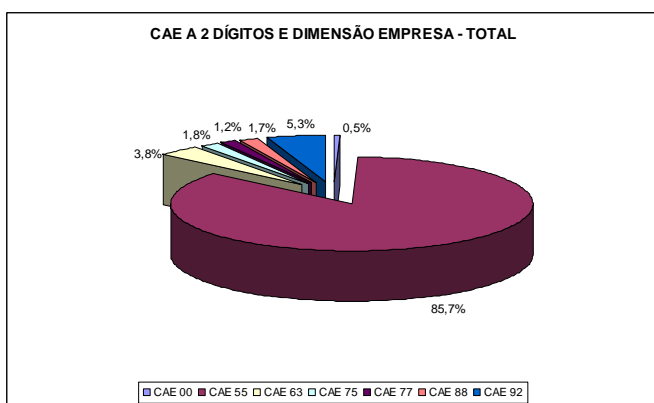


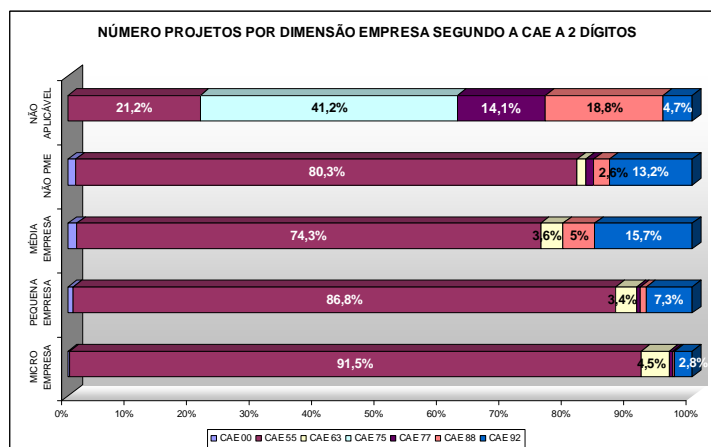
Gráfico VI.7.1.1 Total de projetos por CAE a 2 dígitos

No que se refere às restantes CAE consideradas na análise não se registam valores significativos, dado que os valores observados não ultrapassam os 2% do total de projetos. Esta situação originou a

necessidade de agrupar algumas CAE a 2 dígitos, conforme referido na secção IV.6.3 do capítulo IV.

Gráfico VI.7.1.2 Número de projetos por dimensão empresa segundo a CAE a 2 dígitos

A CAE 55 – Alojamento e restauração congrega um elevado número de projetos registando 85,7% do total de projetos, constituindo-se como a principal CAE em termos de

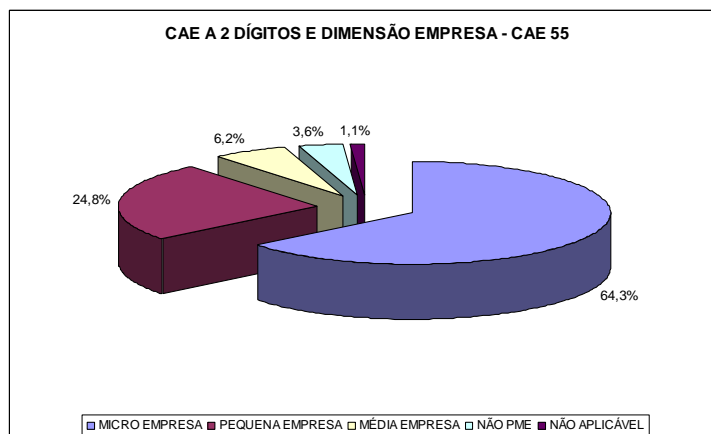


projetos de investimento no setor do turismo no período de 1994-2006. Esta situação reflete o elevado número de projetos realizados nesta CAE nas várias dimensões de empresa

consideradas, e em que as *empresas de micro dimensão* são responsáveis pela execução de 91,6% dos projetos (1.075 projetos), as *empresas de pequena dimensão* de 86,8% (415 projetos), e as *empresas de média e grande dimensão* que registam, 74,3% (104 projetos) e 80,3% (61 projetos), respetivamente, do total de projetos realizados segundo a dimensão de empresa. Assinale-se também o item que engloba os projetos identificados como *Não aplicável* que registam 21,2% (18 projetos) dos projetos executados na CAE 55.

Gráfico VI.7.1.3 Dimensão de empresa na CAE 55

Considerando o total de projetos realizados na CAE 55 – *Alojamento e restauração*, observa-se que são as empresas de pequena e micro dimensão as responsáveis pela execução



do maior número de projetos nesta CAE registando 89,1% (1.490 projetos) do total de projetos, e em que as empresas de micro dimensão executam 64,3% (1.075 projetos) e as empresas de pequena dimensão 24,8% (415 projetos) do total de projetos registados nesta CAE.

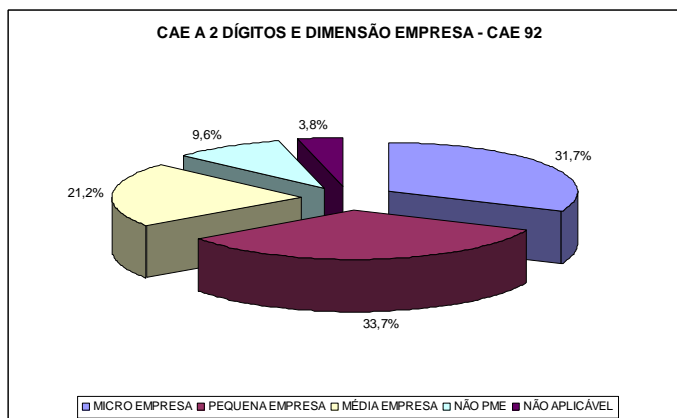
As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela execução de um menor número de projetos registando 6,2% (104 projetos) e 3,6% (61 projetos) do total de projetos, no entanto, os valores descritos são claramente representativos da performance global destas empresas em termos do número total de projetos, dado que é ao nível da CAE 55 que estas empresas executam um maior número de projetos de investimento. Conclui-se, no entanto, que a HI 6.7.1.1 *‘Na área do alojamento e restauração os projetos de investimento são realizados principalmente por empresas de pequena e micro dimensão’* é **verdadeiro**.

Observa-se também alguma concentração de projetos de investimento na CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas* registando 5,3% (104 projetos) do total de projetos realizados no período em análise. Contudo, denotam-se algumas diferenças em termos percentuais no número de projetos de investimento por dimensão de empresa. A concentração de projetos em termos percentuais que se observa nesta CAE regista uma distribuição mais equitativa comparativamente à situação verificada na CAE 55. O gráfico VI.5.1.2 demonstra que os valores percentuais mais elevados registados por esta CAE se

centram ao nível do *total das empresas de média e grande dimensão* que registam, respetivamente, 15,7% (22 projetos) e 13,2% (10 projetos). Da mesma forma se observa que, face aos elevados valores percentuais registados pela CAE 55, as *empresas de pequena e micro dimensão* executaram apenas 7,3% (35 projetos) e 2,8% (33 projetos), respetivamente, do total de projetos realizados, tendo por base a dimensão de empresa. Refira-se contudo que o gráfico apresenta apenas a posição relativa por dimensão de empresa.

Gráfico VI.7.1.4 Dimensão de empresa na CAE 92

No entanto, considerando o *total de projetos realizados na CAE 92* em termos absolutos, regista-se uma situação diferente. Observa-se um maior número de projetos realizados por *empresas de*



pequena e micro dimensão, dado que estas empresas são responsáveis pela execução de 33,7% (35 projetos) e 31,7% (33 projetos), respetivamente, do total de projetos realizados no âmbito da CAE 92, comparativamente aos valores observados nas *empresas de média e grande dimensão* que registam, 7,2% (140 projetos) e 3,9% (76 projetos) do total de projetos.

De destacar um maior peso percentual de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão nesta CAE, com a consequente diminuição do peso percentual por parte das empresas de pequena e micro dimensão. Daqui se infere que a **HI 6.7.1.2** 'Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas regista-se uma distribuição mais equitativa de projetos de investimento por dimensão de empresa' é **verdadeira**. Refira-se que a área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresenta-se como uma área de com enormes potencialidades de crescimento.

A CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo* concentram também um interessante número de projetos de investimento, absorvendo 3,8% (75 projetos) do total de projetos executados no período de 1994-2006. No que se refere ao total de projetos de investimento realizados na CAE 63 regista-se o elevado número de projetos realizados pelas *empresas de pequena e micro dimensão* que executaram 92% (69 projetos) do total de projetos da CAE, em que as *empresas de micro dimensão* são responsáveis

pela execução de 70,7% (53 projetos) e as *empresas de pequena dimensão* por 21,3% (16 projetos).

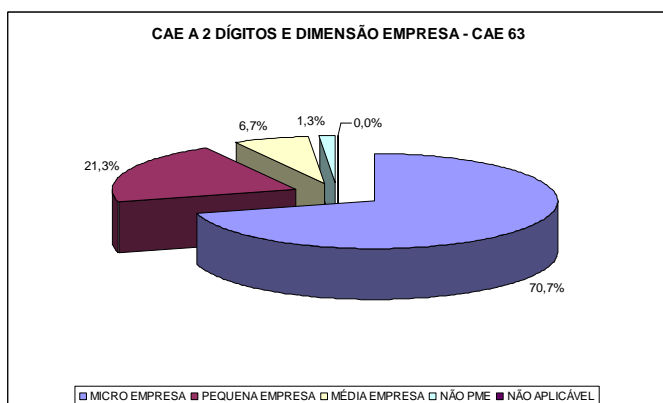


Gráfico VI.7.1.5 Dimensão de empresa na CAE 63

As *empresas de média e grande dimensão* registam um menor número de projetos executados na CAE 63 registando um total de 8% (6 projetos), em que as *empresas de média dimensão* registaram 6,7% (5

projetos) e as *empresas de grande dimensão* 1,3% (1 projeto). Conclui-se que a HI 6.7.1.3 'Na área das agências de viagem e de turismo os projetos de investimento são realizados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão' é **verdadeira**.

A CAE 75 - *Administração pública - atividades sociais e culturais, exceto segurança social obrigatória* concentra a totalidade dos projetos de investimento no item Não Aplicável. Esta situação reflete a particularidade dos projetos de investimento realizados nesta CAE, exclusivamente executados por entidades públicas do setor do turismo. Refira-se também que as CAE não diretamente relacionadas com o setor do turismo apresentam uma distribuição de projetos mais equitativa por dimensão de empresa, contudo registam-se algumas situações interessantes. Os projetos de investimento realizados nas CAE 77 e CAE 88 registam uma clara predominância de projetos inseridos no item *Não Aplicável*, enquanto que a CAE 00 regista uma clara concentração de projetos (70%) nas empresas de pequena e micro dimensão.

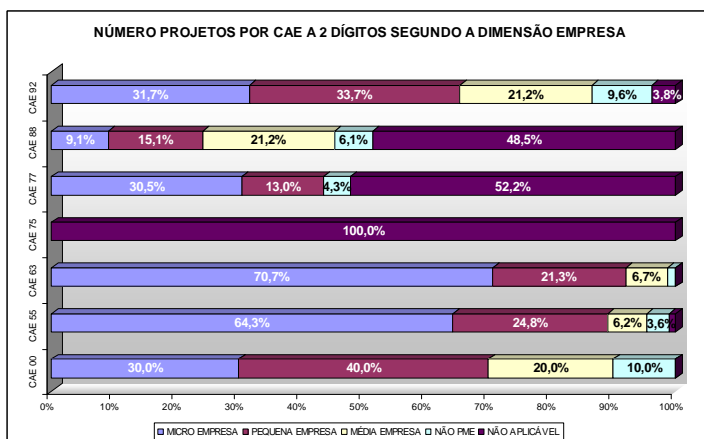


Gráfico VI.7.1.6 Número projetos por CAE a 2 dígitos segundo a dimensão empresa

As CAE 55 - *Alojamento e restauração* e a CAE 63 - *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo* registam uma elevada taxa de execução de

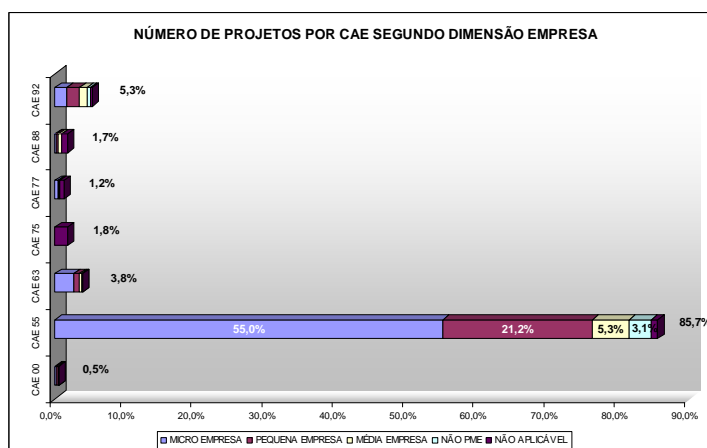
projetos por parte das empresas de pequena e micro dimensão, próximo dos 90%, e em que as

empresas de média e grande dimensão registam uma taxa de execução de projetos inferior a 10%.

A CAE 92 - *Atividades recreativas, culturais e desportivas* regista uma distribuição mais equitativa, do que as CAE 55 e CAE 63, apesar de a maior concentração de projetos se registar ao nível das empresas de pequena e micro dimensão. No entanto, nesta CAE, observa-se também uma interessante taxa de execução de projetos por parte das empresas de média e grande dimensão.

Gráfico VI.7.1.7 Número projetos por CAE segundo dimensão empresa (valores absolutos)

Considerando o total de projetos distribuídos por CAE a 2 dígitos segundo a dimensão de empresa a situação fica totalmente clara. A concentração de projetos de



investimento na CAE 55 - Alojamento e restauração é evidente, 85,7% do total de projetos são realizados nesta CAE. A importância das empresas de pequena e micro dimensão afere-se no total de projetos realizados nesta CAE, onde representam 76,2%. Considerando também, o peso percentual destas empresas nas CAE 63 e CAE 92 a sua importância é inquestionável.

Refira-se também uma outra questão particularmente importante que se prende com o facto de 94,8% do total de projetos se concentrarem em atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo e que se constituem como elementos do core do turismo, as CAE 55 - Alojamento e Restauração (85,7%), a CAE 63 - Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo (3,8%) e a CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas (5,3%).

A análise de dados permite observar uma elevada concentração de projetos verificada ao nível das empresas de pequena e micro dimensão que absorvem 84,6% do total de projetos, destacando-se aqui as empresas de micro dimensão que executam 60,1% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

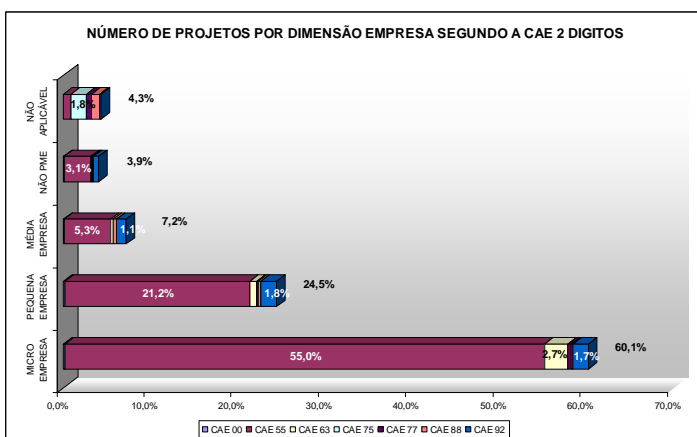


Gráfico VI.7.1.8 Número projetos por dimensão empresa segundo a CAE 2 dígitos (valores absolutos)

As empresas de média e grande dimensão absorvem 11,1% do total de projetos dos quais 7,2% são realizados por empresas de média dimensão e 3,9% por empresas de grande dimensão.

Observa-se também a grande incidência de projetos executados na CAE 55 - Alojamento e restauração ao nível das várias dimensões de empresa em análise, constituindo-se como a principal atividade económica para a realização de projetos de investimento na área do turismo.

VI.7.2 Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 3 dígitos

Observa-se uma associação estatisticamente significativa entre a dimensão de empresa e a CAE a 3 dígitos, $\chi^2(48) = 1934,54, p <,001$. A análise de dados regista uma elevada concentração de projetos de investimento na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros que engloba 23,9% (466 projetos), na CAE 553 – Restaurantes que reúne 27,8% (543 projetos) e na CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas que regista 27,7% (541 projetos) do total de projetos. Em conjunto, as 3 CAEs enunciadas abrangem 79,4% (1.550 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

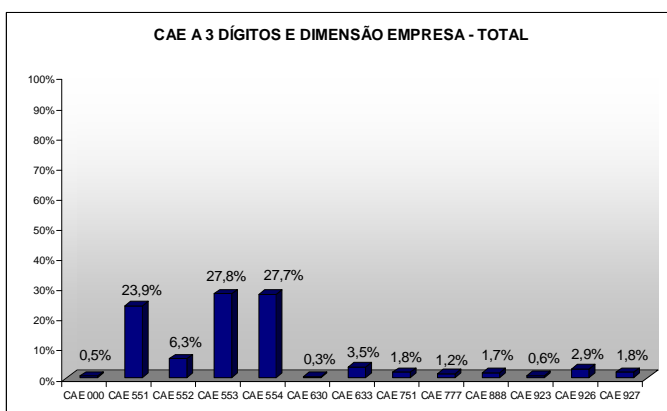


Gráfico VI.7.2.1 Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo dimensão empresa

Regista-se também, embora em menor dimensão, uma concentração de investimento ao nível das CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de

alojamento de curta duração que registam 6,3% (123 projetos), CAE 633 – Agências de viagem e

de turismo que reúne 3,5% (69 projetos), e CAE 926 – Atividades desportivas que abrange 2,9% (57 projetos) do total de projetos realizados no período em análise.

Outra questão que importa referir prende-se com a CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social, que conforme referido anteriormente representa o conjunto de projetos realizados pelas entidades públicas do setor do turismo. Esta CAE regista 1,8% (35 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Tendo em consideração o caso específico das entidades aqui representadas com projetos de investimento, observa-se que a totalidade de projetos realizados nesta CAE inserem-se no grupo de projetos onde a dimensão de empresa não é aplicável, conforme já observado na análise da CAE a 2 dígitos.

Observa-se que as empresas de micro dimensão centralizam na CAE 553 – Restaurantes e na CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas 79% dos projetos de investimento. A elevada concentração de projetos ao nível destas duas CAE repercute-se de uma forma homogénea, a CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas regista 39,9% (468 projetos) e a CAE 553 – Restaurantes absorve 39,1% (459 projetos) do total de projetos realizados por estas empresas. Daqui se conclui que a HI 6.7.2.1 ‘Os projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão concentram-se principalmente na área da restauração e bebidas’ é verdadeira.

Regista-se também uma incidência de projetos de investimento, embora de menor dimensão, nas CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros (87 projetos) que agrega 7,4% dos projetos, na CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração que aglomera 5,2% (61 projetos) e na CAE 633 – Agências de viagem e de turismo (50 projetos) que incorpora 4,3% do total de projetos realizados pelas empresas de micro dimensão.

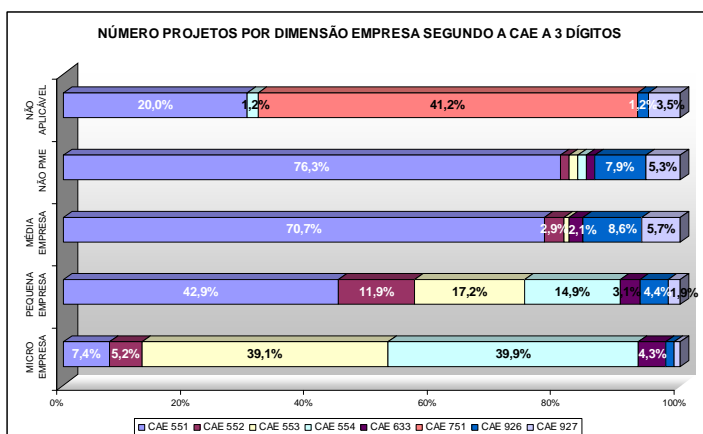


Gráfico VI.7.2.2 Número projetos por dimensão empresa segundo a CAE a 3 dígitos

As empresas de pequena dimensão concentram 42,9% (205 projetos) do total de projetos na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros. Refira-se, no entanto, que estas empresas apresentam

uma maior dispersão de projetos por várias CAE. A CAE 553 – Restaurantes engloba 17,2% (82

projetos), a CAE 554 – *Estabelecimentos de bebidas* agrega 14,9% (71 projetos), e a CAE 552 – *Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração* aglomera 11,9% (57 projetos), o que em termos totais representa 44% (210 projetos) do total de projetos realizados pelas empresas de pequena dimensão. Daqui se infere que a HI 6.7.2.2 ‘*As empresas de pequena dimensão apresentam uma distribuição mais equitativa dos projetos de investimento pela área do alojamento e da restauração*’ é **verdadeira**.

As empresas de média e grande dimensão concentram um elevado número de projetos na CAE 551 – *Estabelecimentos hoteleiros*, sendo que as empresas de média dimensão agregam 70,7% (99 projetos), e as empresas de grande dimensão executam 76,3% (58 projetos) do total de projetos realizados por estas empresas. Conclui-se que a HI 6.7.2.3 ‘*As empresas de média e grande dimensão concentram maioritariamente os seus projetos de investimento na área do alojamento*’ é **verdadeira**.

Refira-se também a importância demonstrada pelas empresas de média e grande dimensão na execução de projetos ao nível das CAE 926 – *Atividades desportivas* e da CAE 927 – *Outras atividades recreativas*. Apesar da elevada concentração de projetos na CAE 551 estas empresas executam, respetivamente, 8,6% (12 projetos) e 7,9% (6 projetos) dos seus projetos ao nível da CAE 926, e 5,7% (8 projetos) e 5,3% (4 projetos) na CAE 927, constituindo-se estas CAE como as mais representativas em termos do número de projetos realizados pelas empresas de média e grande dimensão logo a seguir à CAE 551.

Relativamente ao item *Não aplicável* observa-se que de uma forma natural grande parte dos projetos de investimento concentram-se ao nível da CAE 751 – *Administração pública em geral, económica e social* (41,2% - 35 projetos). No entanto, regista-se também alguma dispersão ao nível de outras CAE, a saber CAE 551 – *Estabelecimentos hoteleiros* (20% - 17 projetos), e as CAE criadas como aglomeração das CAE originais (ver secção IV.6.3), a CAE 777 (14,1% - 12 projetos) e a CAE 888 (18,8% - 16 projetos).

A análise de dados permite observar que as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução de um elevado número de projetos, registando, em todas as CAE analisadas, com a exceção da CAE 751 dada a sua especificidade, cerca de 60% do total de projetos. Nas CAE 552 – *Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração* (95,9%), CAE 553 – *Restaurantes* (99,6%), CAE 554 – *Estabelecimentos de bebidas* (99,6%) e CAE 633 – *Agências de viagem e de turismo* (94,2%) registam mais de 90% do total de projetos.

Conclui-se que a HI 6.7.2.4 ‘Na área da restauração e bebidas regista-se uma forte concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão’ é **verdadeira**, dado que em algumas CAE, as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis por 99% do total dos projetos de investimento. A título de exemplo refira-se a CAE 553 – Restaurantes e a CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas.

O gráfico VI.7.2.3 permite registar que as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma enorme capacidade de concretização de projetos de investimento, sendo responsáveis por mais de 80% do total dos projetos de investimento. Ao nível das empresas de micro dimensão regista-se uma forte concentração de projetos nas CAE da área da restauração e bebidas, CAE 553 - Restaurantes (23,5%) e CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas (24%), e em que as CAE da área do alojamento representam apenas 7,6% do total de projetos realizados pelas empresas de micro dimensão (60,1%).

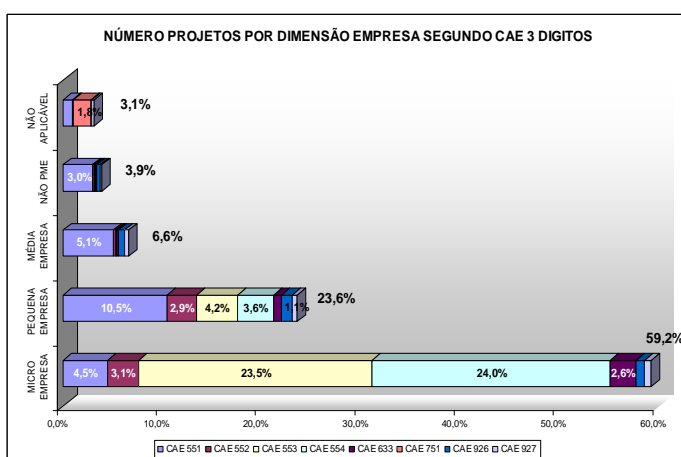


Gráfico VI.7.2.3 Número projetos por dimensão empresa segundo CAE a 3 dígitos (valores absolutos)

As empresas de pequena dimensão apresentam um panorama ligeiramente diferente, dado que 13,4% do total de projetos são executados na área do alojamento. A área da restauração e bebidas

regista nesta dimensão de empresas um menor número de projetos executados, constituindo-se, no entanto, como a 2.^a principal área de investimento ao nível das empresas de pequena dimensão.

As empresas de média e grande dimensão registam uma concentração de projetos de investimento, principalmente, na área do alojamento. As empresas de média dimensão realizaram 5,3% do total de projetos (7,2%) na área do alojamento, e as empresas de grande dimensão executaram 3,1% do total de projetos (3,9%) na mesma área. Daqui se infere que a HI 6.7.2.5 ‘Na área do alojamento observa-se uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento entre as empresas de pequena e micro dimensão e as empresas de média e grande dimensão’ é **verdadeira**.

Conforme já referido anteriormente, as CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros (23,9%), a CAE 553 – Restaurantes (27,8%) e a CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas (27,7%) concentram, 79,4% (1.550 projetos) do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Contudo, registam-se algumas diferenças no que se refere à dimensão das empresas que executam esses projetos.

Relativamente à CAE 553 e CAE 554 observa-se que 84,5% (459 projetos) e 86,5% (468 projetos) dos seus projetos foram executados por empresas de micro dimensão. Se, considerarmos também os projetos realizados pelas empresas de pequena dimensão, então, esta percentagem ascende a mais de 99% do total de projetos, restando 0,4% dos projetos que são realizados por empresas de maior dimensão. No que se refere à CAE 551 verifica-se que são as empresas de pequena dimensão que executam mais projetos de investimento nesta CAE, registando 44% (205 projetos) do total de projetos, e em que as empresas de micro dimensão são responsáveis pela execução de 18,7% (87 projetos).

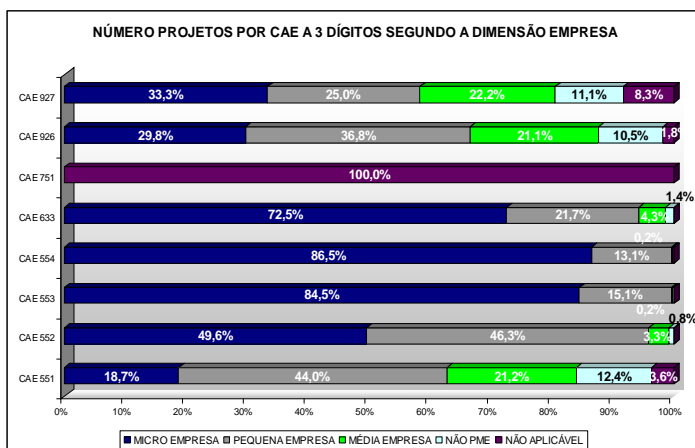


Gráfico VI.7.2.4 Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo a dimensão empresa

As CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração e CAE 633 – Agências de viagem e de turismo concentram, respetivamente 6,3% (123

projetos) e 3,5% (69 projetos) do total de projetos realizados no período do II e do III QCA.

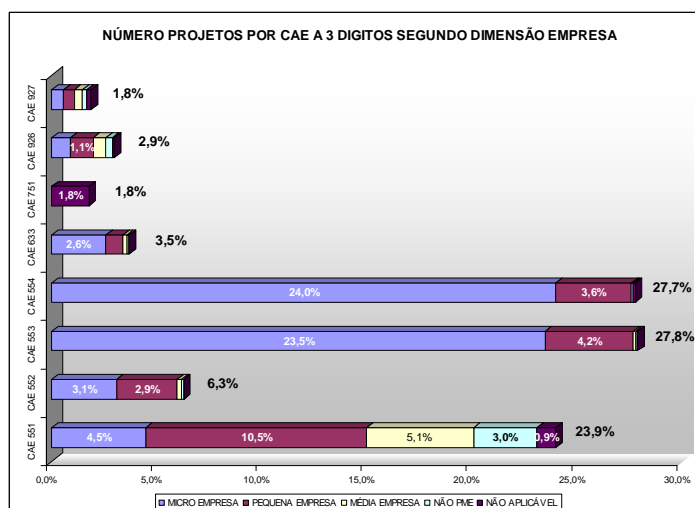
Observa-se também que ao nível destas duas CAE, cerca de 95% dos projetos de investimento foram realizados por empresas de pequena e micro dimensão. Contudo, apesar do elevado número de projetos realizados por empresas de micro dimensão nas CAE referidas, regista-se uma maior dinâmica de investimento por parte das empresas de pequena dimensão nos projetos realizados na CAE 552.

De facto, enquanto que na CAE 633, o número de projetos realizados por empresas pequena dimensão ascendeu a 21,7%, no que se refere à CAE 552, a percentagem de projetos

realizados por estas empresas ultrapassou os 45%, ficando apenas um pouco aquém dos número de projetos realizados por empresas de micro dimensão (49,6%). Conclui-se que a HI 6.7.2.6 ‘Na área das agências de viagem e de turismo regista-se um elevado número de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão’ é verdadeira.

Gráfico VI.7.2.5 Número projetos por CAE a 3 dígitos segundo dimensão empresa (valores absolutos)

A análise de dados permite observar uma elevada concentração de projetos nas CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros (23,9%), CAE 553 - Restaurantes (27,8%) e CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas



(27,7%) que absorvem em conjunto 79,4% do total de projetos. Refira-se a importância demonstrada pela área da restauração que absorve 55,5% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

Regista-se também a elevada dinâmica demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão, observada principalmente nas CAE 553 e CAE 554, onde são responsáveis pela quase totalidade dos projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas. Na área do alojamento ao nível da CAE 551, as empresas de pequena e média dimensão concentram a maior parte dos projetos de investimento, registando respetivamente, 10,5% e 5,1% do total de projetos realizados no período em análise. No entanto, ao nível da CAE 552 regista-se uma vez mais uma maior incidência de projetos executados por parte das empresas de pequena e micro dimensão, responsáveis por 3,1% e 2,9% de um total de 6,3% de projetos.

A CAE 633 regista também uma elevada taxa de realização de projetos por parte das empresas de pequena e micro dimensão, dado que para um total de 3,5% de projetos, estas empresas são responsáveis pela execução de 3,4%. O gráfico permite registar uma maior distribuição de projetos de investimento pelas várias dimensões de empresa nas CAE 926 e CAE 927, dado que não se observa uma elevada concentração de projetos nas várias dimensões de empresa.

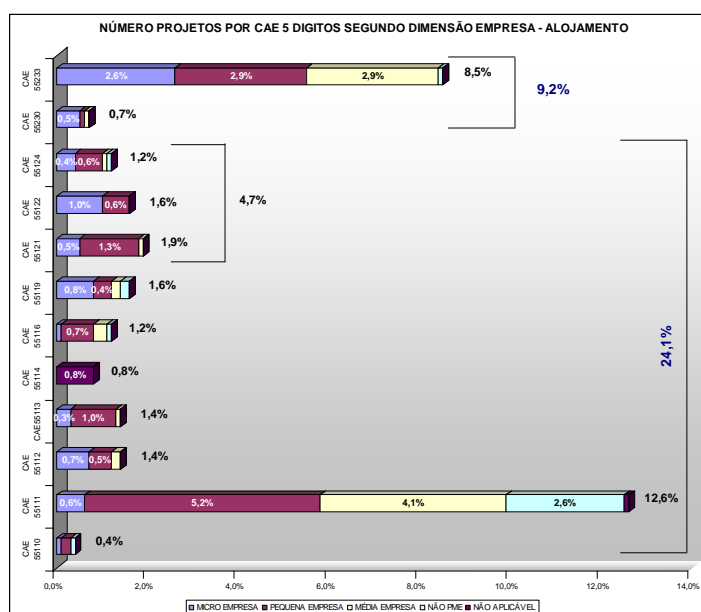
VI.7.3 Projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a CAE a 5 dígitos

A análise da dimensão de empresa por CAE a 5 dígitos pretende identificar de uma forma clara quais as dimensões de empresa que realizam projetos de investimento no turismo, e em que área específica deste setor. Dado o elevado número de CAE identificadas como detendo projetos de investimento na área do turismo durante o período de 1994-2006, optou-se por efetuar uma análise pormenorizada por subárea de investimento. Nesse sentido, e tendo por base o enquadramento realizado entre os elementos do core do setor do turismo e as CAE inscritas no Decreto-Lei n.º 182/93 de 14 de maio, considerando também as alterações efetuadas no Decreto-Lei n.º 197/2003 de 27 de Agosto (ver capítulo IV, secção IV.6.6), foram selecionadas para análise as seguintes subáreas, (i) Alojamento; (ii) Restauração; (iii) Agências de viagem e operadores turísticos; (iv) Cultura e Recreio.

VI.7.3.1 Área do Alojamento

Gráfico VI.7.3.1.1 Número projetos por CAE 5 dígitos segundo dimensão empresa - ALOJAMENTO

Na área do alojamento que representa 33,3% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, 24,1% do total de projetos foram executados na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, sendo 9,2% realizados na CAE 552 - Parques de campismo e



outros locais de alojamento de curta duração. Relativamente à CAE 551 observa-se uma forte concentração de projetos na CAE 55111 - Hotéis com restaurante que representa mais de 50% do total de projetos realizados na CAE a 3 dígitos 551 - Estabelecimentos hoteleiros. De facto, a CAE 55111 absorve 12,6% de um total de 24,1% de projetos executados, que evidencia claramente a dinâmica desta atividade em termos de investimento. Esta situação reflete a importância atribuída, por parte dos empresários do setor do turismo, ao subsetor da

restauração como dinamizador de investimento e criador de negócio, que permite uma maior rentabilidade quando associado ao subsetor do alojamento.

No que se refere às restantes CAE a 5 dígitos não se registam valores que evidenciem a preponderância de outra CAE. Contudo, uma análise pormenorizada permite observar uma ligeira concentração de projetos de investimento no agrupamento de CAE que se denomina 5512 - Estabelecimentos hoteleiros sem restaurante, que em conjunto absorvem 4,7% do total de projetos. Considerando o valor afeto à CAE 55111 – Estabelecimentos hoteleiros juntamente com a CAE 5512 – Estabelecimentos hoteleiros sem restaurante conclui-se que a **HI 6.7.3.1.1** *‘O investimento no subsetor do alojamento tem sido direcionado principalmente para a melhoria e qualificação da oferta’* é **verdadeira**, na medida em que se regista uma concentração interessante ao nível do investimento em Estabelecimentos hoteleiros.

Na CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, a concentração de projetos de investimento regista-se maioritariamente na CAE 55233 - Turismo no espaço rural que absorve 8,5% de um total de 9,2% de projetos realizados na CAE 552. Os restantes projetos de investimento realizados nesta CAE a 3 dígitos concentram-se num único grupo não sendo possível referir concretamente a que CAE a 5 dígitos especifica pertencem por ausência de informação, sendo apenas possível referir que pertencem à CAE 5523 - Outros locais de alojamento de curta duração.

Observa-se que os projetos de investimento realizados nas CAE a 5 dígitos pertencentes à CAE 551 e CAE 552 são executados principalmente por empresas de pequena e micro dimensão, mas com maior incidência nas empresas de pequena dimensão. Refira-se o exemplo dado pelas CAE a 5 dígitos mais representativas, a CAE 55111 - Hotéis com restaurante em que 5,2% de um total de 12,6% de projetos foram executados por empresas de pequena dimensão, mas em que as empresas de média dimensão executaram 4,1% e as empresas de grande dimensão 2,6% de um total de 12,6% de projetos de investimento. O mesmo se verifica relativamente à CAE 55233 - Turismo no espaço rural em que as empresas de pequena dimensão registam o mesmo valor percentual de execução de projetos, 2,9%, que as empresas de média dimensão, para um total de 8,5% de projetos de investimento.

Na área do Alojamento, e para o período de 1994-2006 são as empresas de pequena e micro dimensão (21,1%) que executam mais projetos de investimento nesta área comparativamente às empresas de média e grande dimensão (11,3%). Contudo, uma análise pormenorizada

permite observar uma forte incidência de projetos realizados por empresas de pequena dimensão (13,5%) e também por empresas de média dimensão (8,1%) que registam uma taxa de execução de projetos superior às empresas de micro dimensão (7,6%). As empresas de grande dimensão são responsáveis por apenas 3,2% de um total de 33,3% de projetos realizados neste subsetor. Esta situação vem demonstrar que a HI 6.7.2.5 é verdadeira, na medida em que se observa uma maior distribuição do número total de projetos na área do alojamento pelas várias dimensões de empresa.

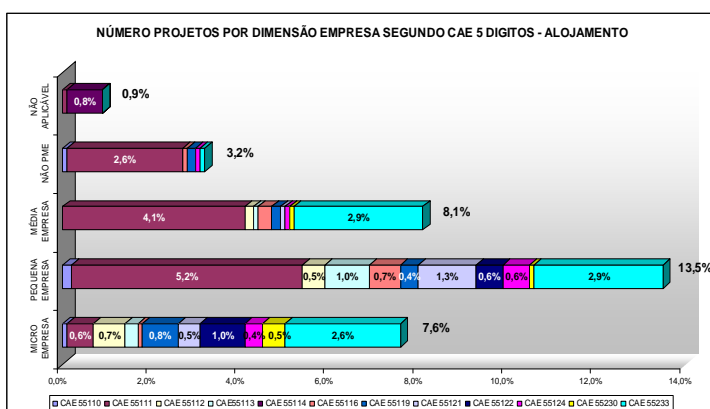


Gráfico VI.7.3.1.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo CAE 5 dígitos - ALOJAMENTO

Outra questão particularmente interessante prende-se com o posicionamento de cada CAE a 5 dígitos face à dimensão de empresa. Observa-se que a

maior parte dos projetos realizados na CAE 55233 - Turismo no espaço rural são executados por empresas de pequena (2,9%) e micro (2,6%) dimensão, e em que as empresas de média dimensão executam também 2,9% do total de projetos realizados nesta CAE. Enquanto que os projetos de investimento realizados na CAE 55111 - Hotéis com restaurante são realizados maioritariamente por empresas de pequena (5,2%), média (4,1%) e grande (2,6%) dimensão comparativamente às empresas de micro dimensão que executam apenas 0,6% do total de projetos realizados nesta CAE. Daqui se infere que a HI 6.7.3.1.2 'Os projetos de investimento na CAE 55111 – Estabelecimentos hoteleiros são realizados principalmente por empresas de média e grande dimensão' é verdadeira.

No que se refere às restantes CAE a 5 dígitos analisadas, observa-se que a maior concentração de projetos se verifica ao nível das empresas de pequena e micro dimensão, observe-se por exemplo as CAE 55112 - Pensões com restaurante; CAE 55119 - Estabelecimentos hoteleiros com restaurante, n.e.; CAE 55122 - Pensões sem restaurante e a CAE 55124 - Estabelecimentos hoteleiros sem restaurante, n.e.. O item Não Aplicável concentra a totalidade dos projetos da CAE 55114 - Pousadas com restaurante. Demonstra-se que a HI 6.7.3.1.3 'As empresas de micro dimensão concentram o seu investimento em tipos de alojamento de qualidade inferior' é verdadeira.

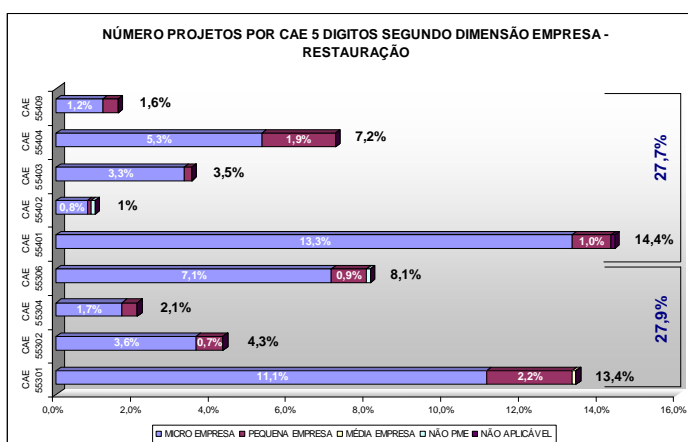
VI.7.3.2 Área da Restauração e bebidas

A área da Restauração e Bebidas representa 55,6% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. Não se observam diferenças significativas entre subárea da restauração que regista 27,9% do total de projetos de investimento, e a subárea dos estabelecimentos de bebidas que absorvem 27,7%. Estas duas subáreas são as mais representativas em termos de investimento, registando mesmo individualmente um maior número de projetos que o subsetor do alojamento.

No que se refere à CAE 553 - Restaurantes observa-se uma elevada concentração de projetos de investimento na CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional e CAE 55306 - Restaurantes, n.e. que registam, respetivamente, 13,4% e 8,1% de um total de 27,9% de projetos realizados neste subsetor. Evidencia-se também os projetos de investimento realizados na CAE 55302 - Restaurantes com lugares ao balcão, que absorvem 4,3% dos projetos, e a CAE 55304 - Restaurantes típicos que regista 2,1% dos projetos de investimento.

Gráfico VI.7.3.2.1 Número projetos por CAE 5 dígitos segundo dimensão empresa - RESTAURAÇÃO

A CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas representa, a par da CAE 553 - Restaurantes, 1/4 do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-



elevada concentração de projetos na CAE 55401 - Cafés (14,4%) e CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias (7,2%), evidenciando-se também a CAE 55403 - Bares (3,5%) apesar de registar uma menor importância em termos de projetos de investimento. Daqui se infere que a **HI 6.7.3.2.1** 'Na área da restauração e bebidas os projetos de investimento têm vindo a ser direcionados para a diversificação da qualidade de oferta' é **verdadeira**.

A análise de dados permite também aferir que, na área da restauração e bebidas, ou seja, centrando a análise unicamente na CAE 553 - Restaurantes e CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, a quase totalidade dos projetos de investimento são executados por empresas de

pequena e micro dimensão, evidenciando-se neste caso, as empresas de micro dimensão que absorvem mais de 80% do total de projetos realizados neste subsetor, exceção feita às CAE 55404 e CAE 55409 em que absorve cerca de 75% do total de projetos. Demonstra-se claramente a importância das empresas de micro dimensão num dos principais subsectores da área do turismo. Comprova-se uma vez mais que a HI 6.7.2.4 é verdadeira, uma vez que os projetos de investimento realizados na área da Restauração e Bebidas são maioritariamente executados por empresas de micro dimensão.

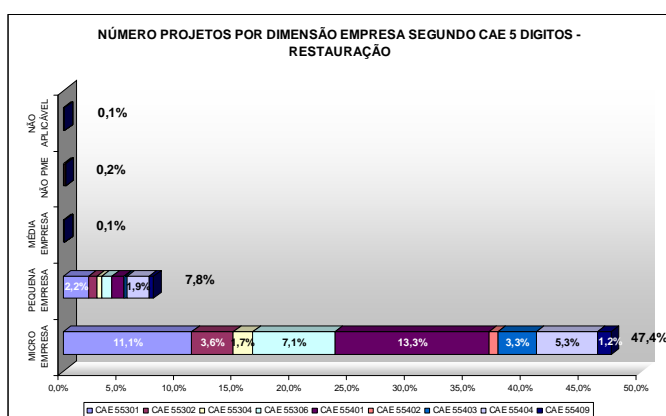


Gráfico VI.7.3.2.2 Número projetos por dimensão empresa segundo CAE 5 dígitos - RESTAURAÇÃO

Considerando também o número de projetos realizados por empresas de pequena dimensão então a situação é totalmente clara, 55,2% de um total de 55,6% de projetos de

investimento foram executados por empresas de pequena e micro dimensão. As restantes dimensões de empresa apresentam valores praticamente insignificantes de realização de projetos neste subsetor.

Relativamente ao total de projetos realizados por empresas de micro dimensão deve evidenciar-se a forte concentração de projetos de investimento nas CAE 55401 - Cafés (13,3%), e CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (11,1%), que em conjunto absorveram mais de 50% do total de projetos realizados neste subsetor. Refira-se também uma interessante concentração de projetos de investimento nas CAE 55306 - Restaurantes, n.e. (7,1%) e CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias (5,3%). As restantes CAE não se evidenciam em termos do número de projetos face aos valores registados nas principais CAE, contudo, constituem-se como áreas de grande investimento tendo por base o total de projetos e o total de CAE que investiram no período de 1994-2006.

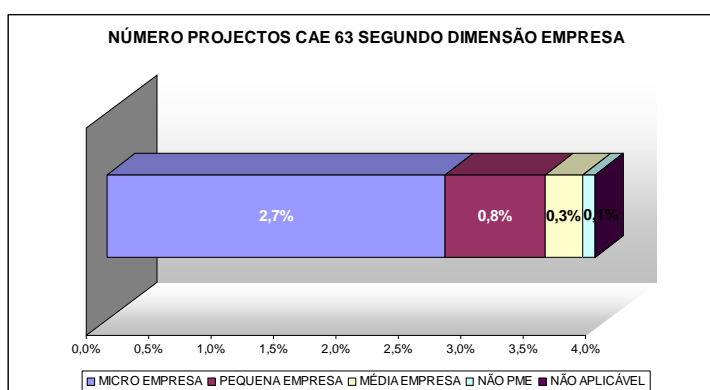
As empresas de pequena dimensão absorvem 7,8% do total de projetos, evidenciando-se neste caso, as CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (2,2%) e a CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias (5,3%). No que se refere às restantes dimensões de empresa não se observam valores de execução de projetos que importe evidenciar.

VI.7.3.3 Área das Agências de viagens e Operadores turísticos

A CAE 63 - *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo*, concentra a totalidade dos seus projetos de investimento na CAE a 5 dígitos 63300 - Agências de viagem e de turismo. Esta CAE é representativa de um elemento do core do setor do turismo que engloba as agências de viagem, os operadores turísticos e os guias interpretes.

Gráfico VI.7.3.3.1 Número projetos por dimensão empresa – CAE 63

A análise de dados demonstra que no período de 1994-2006 a quase totalidade dos projetos realizados na CAE 63300 foram executados por empresas de



pequena e micro dimensão, com particular incidência nas empresas de micro dimensão que registam 2,7% (53 projetos) de um total de 3,9% de projetos. Neste subsector, os projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão são praticamente insignificantes, registando apenas 0,4% (6 projetos) do total de projetos realizados nesta CAE (75 projetos). Comprova-se que a **HI 6.7.2.6 é verdadeira** dado que são as empresas de pequena e micro dimensão as responsáveis pelo maior número de projetos realizados nesta área.

VI.7.3.4 Área do recreio, cultura e desporto

A CAE 92 - *Atividades recreativas, culturais e desportivas* representa 5,3% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. As CAE a 3 dígitos que mais se evidenciam representam 4,7% do total de projetos de investimento realizados na CAE 92. A CAE 926 - *Atividades desportivas* que absorve 2,9% do total de projetos e a CAE 927 - *Outras atividades recreativas* que representa 1,8%. Apesar de não representarem uma elevada percentagem de projetos de investimento, estas CAE são importantes face àquilo que representam como atividades incluídas no core do setor do turismo segundo a CST. A análise de dados permite concluir que a **HI 6.7.3.4.1 'Os projetos de investimento realizados na CAE 92 demonstram uma tentativa de diversificação da oferta de atividades recreativas, culturais e desportivas' é verdadeira**.

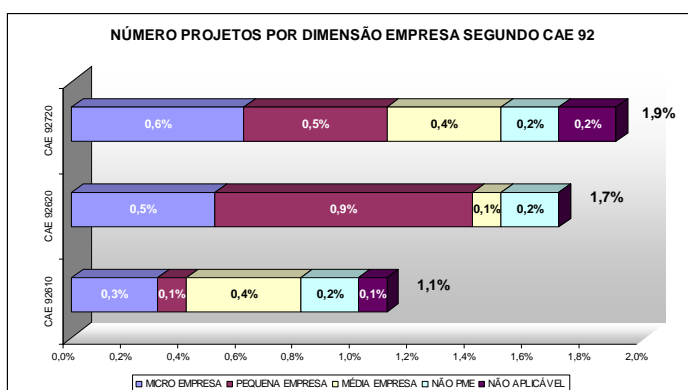


Gráfico VI.7.3.4.1 Número projetos por dimensão empresa – CAE 92

No que se refere à CAE 926, observa-se a representatividade da CAE 92610 - *Gestão de instalações desportivas* (1,1%) e a CAE 92620 - *Outras atividades*

desportivas (1,7%). No entanto, apesar de as duas CAE se incluírem na mesma CAE a 2 e 3 dígitos evidenciam diferentes dinâmicas em termos de investimento.

Na CAE 92620 - *Outras atividades desportivas* observa-se uma maior preponderância de projetos de investimento executados por empresas de média e grande dimensão, principalmente por empresas de média dimensão (0,9%) responsáveis por mais de 50% do total de projetos realizados nesta CAE. Enquanto que na CAE 92610 - *Gestão de instalações desportivas* regista-se uma ligeira preponderância de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão (0,6%) face ao número de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão (0,4%).

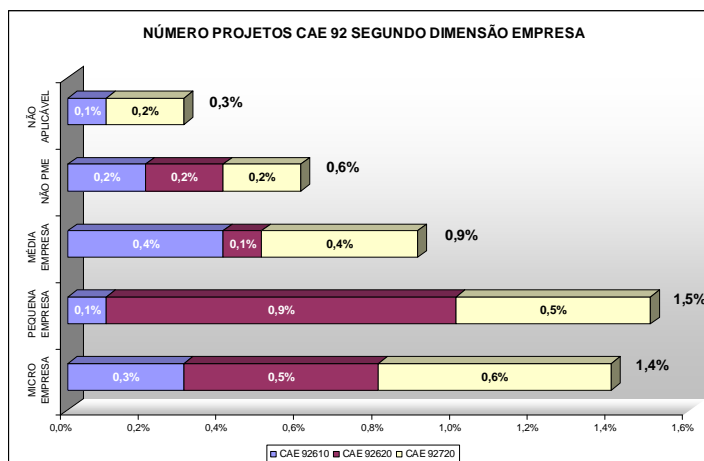
Em relação à CAE 927 - *Outras atividades recreativas* evidencia-se a CAE a 5 dígitos 92720 - *Outras atividades recreativas, n.e.* que representa a totalidade dos projetos de investimento realizados na CAE 927. Observa-se na CAE 92720 uma maior dinâmica na execução de projetos de investimento por parte das empresas de pequena e micro dimensão (1,1%) comparativamente às empresas de média e grande dimensão (0,6%).

Daqui se infere que, os projetos de investimento realizados na CAE 92610 - *Gestão de instalações desportivas* são realizados principalmente por empresas de média e grande dimensão, não se verificando a mesma situação relativamente à CAE 92620 - *Outras atividades desportivas* em que os projetos são realizados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão. Relativamente à CAE 927 - *Outras atividades recreativas* observa-se que os projetos de investimento são executados, principalmente, por empresas de pequena e micro dimensão.

Gráfico VI.7.3.4.2 Número projetos da CAE 92, por dimensão empresa

Os projetos de investimento realizados na CAE 92 no período de 1994-2006 foram efetuados principalmente por empresas de pequena (1,5%) e micro (1,4%) dimensão, responsáveis pela execução de 2,9% de um total de

4,7% de projetos de investimento realizados nesta CAE, tendo as empresas de média (0,9%) e grande (0,6%) dimensão executado 1,5%.



A CAE 92610 - *Gestão de instalações desportivas* concentra a maior parte dos projetos de investimento executados ao nível das empresas de média e grande dimensão. O mesmo já não se verifica relativamente à CAE 92620 - *Outras atividades desportivas* que regista uma maior concentração de projetos ao nível das empresas de pequena e micro dimensão, responsáveis por 1,4% do total de projetos realizados nessa CAE. Conclui-se que a HI 6.7.3.4.2 'As empresas de média e grande dimensão apresentam uma elevada dinâmica na execução de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas' é **verdadeira**.

VI.8 Investimento por dimensão de empresa e sua distribuição territorial

Conforme referido nas seções anteriores, o investimento por dimensão de empresa e a sua distribuição territorial são duas áreas de análise muito importantes nesta investigação. O investimento por dimensão de empresa é fundamental dada a estrutura empresarial que caracteriza o setor do turismo, enquanto que a distribuição territorial do investimento é também uma questão importante devido às diferentes dinâmicas de crescimento e desenvolvimento que se observam por NUT II e por NUT III.

Nesta secção pretende-se observar se as diferentes dinâmicas de investimento por NUT II e por NUT III têm uma interligação com a estrutura empresarial do setor, ou seja, pretende-se verificar se se registam diferenças em termos do investimento por dimensão de empresa

dependendo da área territorial considerada, seja uma área mais desenvolvida turisticamente ou então uma área em que o desenvolvimento do turismo esteja ainda numa fase inicial.

VI.8.1 Investimento por dimensão de empresa e sua localização por NUT II

No período de 1994-2006, 34,9% dos projetos de investimento foram executados na região Norte, constituindo-se esta região, como a principal região NUT II em termos de investimento no setor do turismo. A região de LVT regista 18,3% do total de projetos de investimento, cerca de metade dos projetos realizados na região Norte e ligeiramente superior ao número de projetos registados na região Centro que absorveu 17,8% do total de projetos. A região do Alentejo regista 10,6% dos projetos de investimento, percentagem superior ao total de projetos executados nas regiões NUT II do Algarve (10,6%) e Madeira (4,4%), regiões reconhecidas como principais destinos turísticos em Portugal.

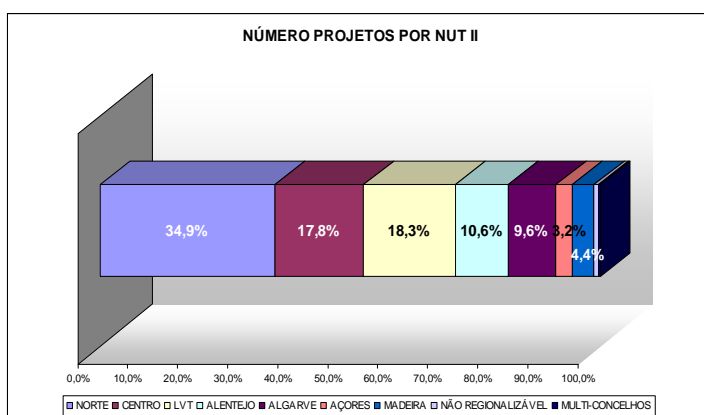


Gráfico VI.8.1.1 Número total de projetos por NUT II

Tendo por base de análise a dimensão de empresa, observa-se que os projetos de investimento realizados por empresas de micro dimensão concentram-se, principalmente

na região Norte, onde se registam 42,7% do total de projetos de investimento realizados por este tipo de empresas.

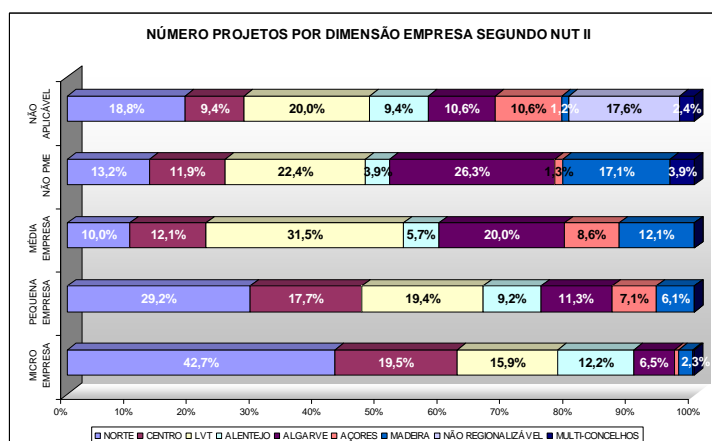
Refira-se também o número de projetos realizados por empresas de micro dimensão nas regiões NUT II do Centro (19,5%) e LVT (15,9%). As empresas de pequena dimensão realizam também, maioritariamente os projetos de investimento na região Norte (29,2%) destacando-se também alguma concentração de projetos realizados por estas empresas nas regiões NUT II de LVT (19,4) e Centro (17,7%). A análise de dados permite concluir que a **HI 6.8.1.1 'As empresas de pequena e micro dimensão realizam os seus projetos de investimento maioritariamente nas regiões NUT II Norte e Centro' é verdadeira.**

Relativamente às empresas de média dimensão, observa-se uma maior concentração de projetos ao nível da região NUT II LVT que se constitui como a principal região de investimento por parte das empresas de média dimensão. Refira-se também a concentração de projetos verificada ao nível da NUT II Algarve que absorve 20% do total de projetos realizados por empresas de média dimensão. A região NUT II Norte representa apenas 10% do total de projetos realizados por estas empresas.

As empresas de grande dimensão realizam um maior número de projetos ao nível das regiões NUT II Algarve (26,3%) e LVT (22,4%), que em conjunto representam 48,7% do total de projetos realizados por estas empresas. Observa-se também uma concentração de projetos na região da Madeira (17,1%), o que vem demonstrar que as empresas de grande dimensão realizam maioritariamente os seus projetos de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal, LVT, Algarve e Madeira.

Gráfico VI.8.1.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT II

Conclui-se que a HI 6.8.1.2 ‘As empresas de média e grande dimensão realizam os seus projetos de investimento, principalmente nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira’ é



verdadeira. No que se refere ao item Não Aplicável, observa-se que os projetos de investimento concentram-se, principalmente, nas regiões NUT II de LVT (20%) e Norte (18,8%), registando também alguma concentração no item Não regionalizável (17,6%).

Os projetos de investimento realizados na região NUT II Norte são executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, que registam 94,2% do total de projetos. No entanto, só as empresas de micro dimensão executam mais de 70% do total de projetos de investimento, o que demonstra a enorme capacidade por parte destas empresas na realização de projetos comparativamente às empresas de média e grande dimensão que registam 3,8%.

A região Centro e a região do Alentejo registam também uma elevada taxa de execução de projetos de investimento por parte das empresas de pequena e micro dimensão que executam, respetivamente 90,2% e 90,8% do total de projetos realizados em cada região NUT II. Nestas regiões, observa-se também uma elevada dinâmica por parte das empresas de micro dimensão, responsáveis pela execução de 65,9% do total de projetos na região Centro e 69,6% do total de projetos na região do Alentejo. Nestas regiões, as empresas de média e grande dimensão apresentam uma taxa de execução de projetos muito baixa, registando, na região Centro 7,5% e na região do Alentejo 5,3% do total de projetos de investimento realizados em cada uma das regiões.

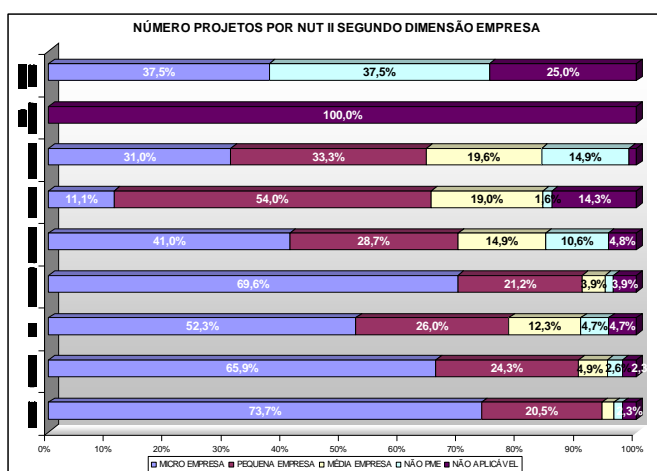


Gráfico VI.8.1.3 N.º projetos por NUT II segundo dimensão empresa

A região de LVT regista também uma elevada taxa de execução de projetos por parte das empresas de pequena e micro dimensão (78,3%), contudo, inferior aos valores registados nas regiões Norte, Centro e Alentejo. Esta diminuição observa-

se principalmente ao nível das empresas de micro dimensão que registam um valor percentual inferior nesta região (52,3%) comparativamente às outras regiões, dado que as empresas de pequena dimensão apresentam uma taxa de execução de projetos superior na região de LVT.

As regiões NUT II do Algarve e da Madeira registam, sensivelmente, os mesmos valores percentuais de taxa de execução de projetos por parte das empresas de pequena e micro dimensão. A região do Algarve regista 69,7% e a região da Madeira 64,3% do total de projetos realizado por empresas de pequena e micro dimensão. Contudo, relativamente aos valores observados na taxa de execução de projetos por parte das empresas de média e grande dimensão, a região da Madeira apresenta valores percentuais mais elevados comparativamente aos registados por parte das empresas de média e grande dimensão no Algarve. A Madeira regista 34,5% do total de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão enquanto que a região do Algarve regista um valor percentual inferior, 25,5%. Infere-se que a **HI 6.8.1.3 'As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma**

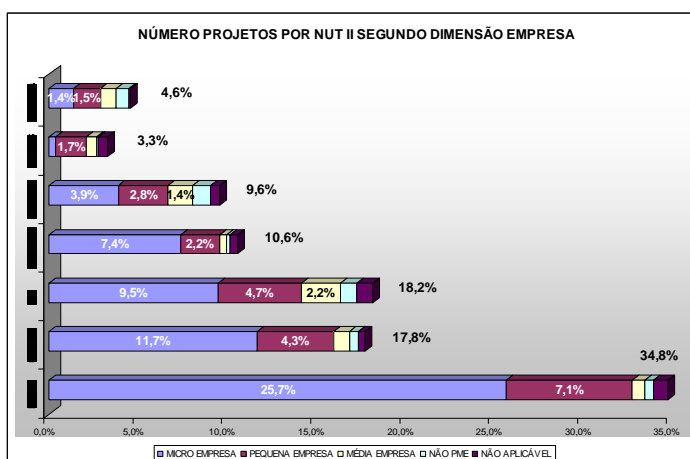
distribuição de número de projetos de investimento mais equitativa nas várias dimensões de empresa' é verdadeira.

Na região dos Açores, as empresas de pequena e micro dimensão registam uma taxa de execução de projetos de investimento elevada. Em conjunto representam 65,1% do total de projetos de investimento. Contudo, contrariamente às restantes regiões NUT II onde as empresas de micro dimensão detêm uma maior taxa de execução de projetos (na região da Madeira também se verifica a mesma situação, no entanto, os valores de investimento realizados por empresas de pequena e de micro dimensão é sensivelmente o mesmo), nos Açores são as empresas de pequena dimensão, as responsáveis por 54% do total de projetos executados. As empresas de média e grande dimensão representam 20,6% do total de projetos, evidenciando-se as empresas de média dimensão, responsáveis por 19% do total de projetos de investimento realizados.

Os itens *Não regionalizável* e *Multiconcelhos* representam um número reduzido de projetos de investimento, sendo pouco relevantes para a análise. Contudo, refira-se que todos os projetos realizados no item *Não regionalizável* não representam nenhuma dimensão de empresa, constituindo-se como projetos inseridos no item Não Aplicável. Enquanto que os projetos realizados em Multiconcelhos, 37,5% foram executados por empresas de micro dimensão, 37,5% por empresas de grande dimensão e 25% inserem-se no item Não Aplicável.

Gráfico VI.8.1.4 N.º projetos por NUT II segundo dimensão empresa (valores absolutos)

A análise de dados demonstra claramente a elevada capacidade das empresas de pequena e micro dimensão na execução de projetos de investimento no período de 1994-2006. Regista-se que em



todas as regiões NUT II, as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela realização da maior parte dos projetos de investimento, sendo que em algumas regiões executam a quase totalidade dos projetos de investimento, onde se destacam a região Norte em que as empresas de pequena e micro dimensão executaram 32,8% de um total de 34,8% projetos, e na região Centro 16% de um total de 17,8% projetos. Daqui se conclui que a HI

6.8.1.4 ‘As regiões NUT II Norte e Centro registam uma forte concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão’ é verdadeira.

No entanto, a situação identificada observa-se principalmente nas regiões consideradas à partida como detendo menor importância enquanto destino turístico, na medida em que, nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira, o peso percentual das empresas de pequena e micro dimensão no que se refere à taxa de execução de projetos, apesar de continuar a ser importante, é de menor dimensão comparativamente às regiões Norte e Centro. Ou seja, nas regiões NUT II consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal, a taxa de execução de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão é superior à observada nas regiões NUT II que à partida não integram o grupo dos principais destinos turísticos em Portugal.

Observa-se uma clara preponderância de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão (84,3%), comparativamente ao número de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão (11%). A região NUT II Norte atraiu mais investimento realizado por empresas de micro dimensão, comparativamente às restantes regiões NUT II, seguindo-se a região Centro que captou 11,7% do total de projetos realizados por empresas de micro dimensão.

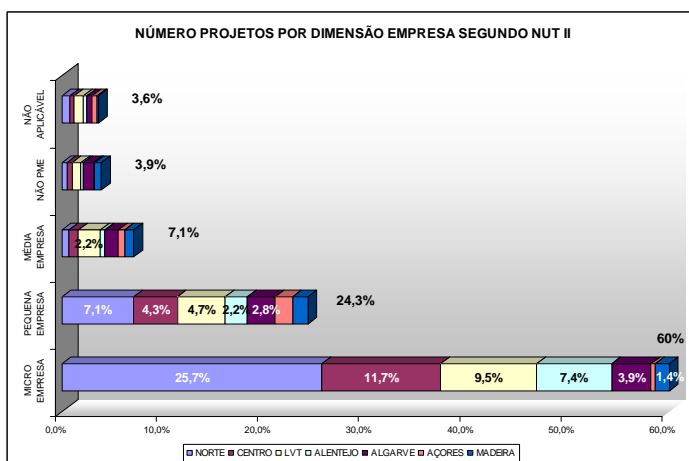


Gráfico VI.8.1.5 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT II (valores absolutos)

No que se refere às empresas de pequena dimensão, apesar de a região Norte continuar a ser a região que mais projetos de investimento detém por parte destas empresas, regista um valor percentual claramente inferior, observando-se no entanto, um crescimento comparativo nas regiões de LVT, Algarve e Madeira. O mesmo se verifica relativamente às empresas de média e grande dimensão, de facto, em termos comparativos as regiões NUT II consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal, LVT, Algarve e Madeira, registam uma maior taxa de execução de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão, comparativamente às regiões Norte, Centro, Alentejo e Açores.

VI.8.2 Investimento por dimensão de empresa e sua localização por NUT III

Analisar o número de projetos de investimento por dimensão de empresa segundo a NUT III, para além de permitir evidenciar o tipo de empresa que investe no setor do turismo, permite também identificar onde se localizam os projetos executados e quais as principais áreas de investimento por NUT III, dado que o território não é homogéneo e observam-se diferentes dinâmicas entre sub-regiões. Nesse sentido, a análise desta secção será efetuada tendo por base a análise anterior realizada por NUT II, mas tentando demonstrar quais as regiões NUT III que apresentam uma maior dinâmica de investimento no setor do turismo.

VI.8.2.1 Região Norte

A região Norte constitui-se como a principal região em termos de investimento no período de 1994-2006. A região NUT III do Minho-Lima (7,5%) detém a maior percentagem de projetos de investimento realizados na região Norte, logo seguida da região de Alto Trás-os-Montes (6,5%) e da região do Grande Porto (6,2%).

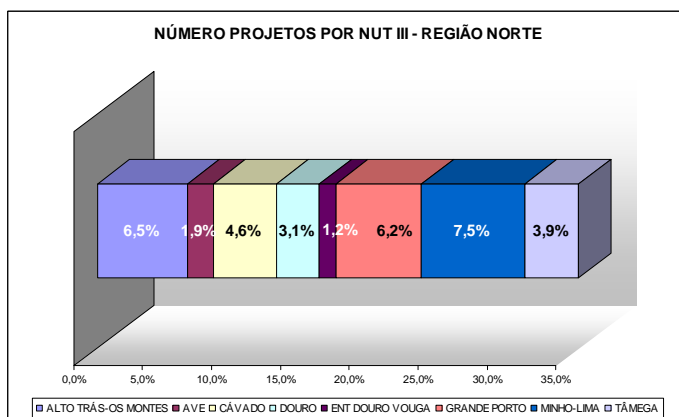


Gráfico VI.8.2.1.1 Número projetos por NUT III – Região Norte

Observa-se também alguma concentração de projetos nas regiões NUT III do Cávado (4,6%), do Tâmega (3,9%) e do Douro (3,1%). As restantes duas regiões apresentam valores pouco

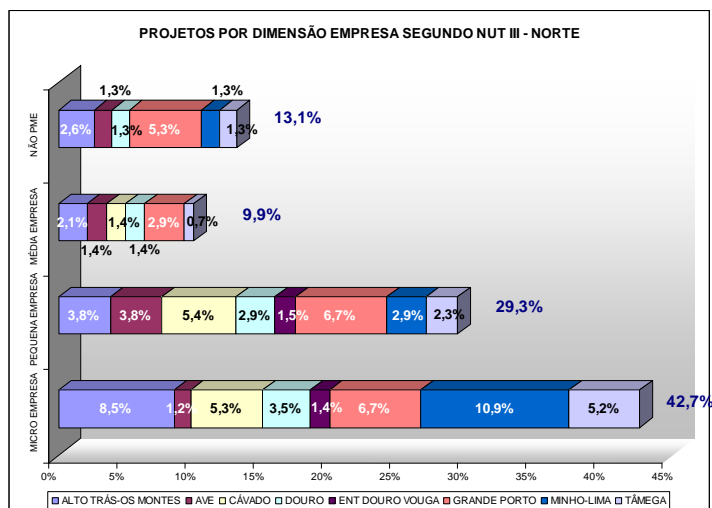
significativos, a região do Ave absorve 1,9% e a região de Entre Douro e Vouga regista apenas 1,2% do total de projetos de investimento.

A análise por NUT III da região Norte permite constatar que 42,7% das empresas de micro dimensão investiram na região NUT II Norte. Observa-se uma maior incidência de projetos executados por empresas de micro dimensão nas áreas NUT III Minho-Lima (10,9%) e Alto Trás-os-Montes (8,5%). As empresas de micro dimensão registam também alguma incidência de

projetos na região do Grande Porto (6,7%), do Cávado (5,3%) e do Tâmega (5,2%). A região NUT III do Douro absorve 3,5% do total de projetos realizados por empresas de micro dimensão, registando um valor percentual superior aos verificados nas regiões do Ave (1,2%) e de Entre Douro e Vouga (1,4%) que apresentam valores praticamente insignificantes.

Gráfico VI.8.2.1.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Norte

Observa-se que 29,3% das empresas de pequena dimensão investiram na região NUT II Norte. Estas empresas concentram os seus investimentos, principalmente, nas NUT III do Grande Porto (6,7%) e Cávado (5,4%).



Regista-se uma vez mais um número reduzido de projetos de investimento realizados por empresas de pequena dimensão na região NUT III de Entre Douro e Vouga (1,5%). Nas restantes regiões NUT III, observa-se alguma uniformidade em termos de investimento por parte das empresas de pequena dimensão, destacando-se, contudo, as regiões de Alto Trás-os-Montes (3,8%) e do Ave (3,8%). Conclui-se que a **HI 6.8.2.1.1 'As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da Região Norte'** é **verdadeira**.

As empresas de média dimensão registam uma taxa de investimento de 9,9% na região NUT II Norte. A maior incidência de projetos realizados por parte destas empresas de média dimensão verifica-se na região NUT III do Grande Porto (2,9%) e Alto Trás-os-Montes (2,1%). Não se registam valores significativos nas restantes regiões NUT III, ressaltando o facto de as empresas de média dimensão não terem realizado nenhum projeto de investimento nas regiões NUT III de Entre Douro e Vouga (0%), Minho-Lima (0%). Registe-se ainda o facto de, na região Norte, as empresas de média dimensão (9,9%) apresentarem uma taxa de realização de projetos inferior à registada pelas empresas de grande dimensão (13,1%).

No que se refere aos projetos realizados por empresas de grande dimensão observa-se que 13,1% foram executados na região Norte. Observa-se uma forte incidência de projetos de investimento realizados por estas empresas na região NUT III do Grande Porto (5,3%), não se registando valores significativos de execução de projetos nas restantes regiões NUT III que importe referir. Refira-se ainda que não se registam investimentos, por parte das empresas de grande dimensão, nas NUT III, Cávado (0%) e Entre Douro e Vouga (0%). Daqui se infere que a **HI 6.8.2.1.2 ‘As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região Norte’ é verdadeira.**

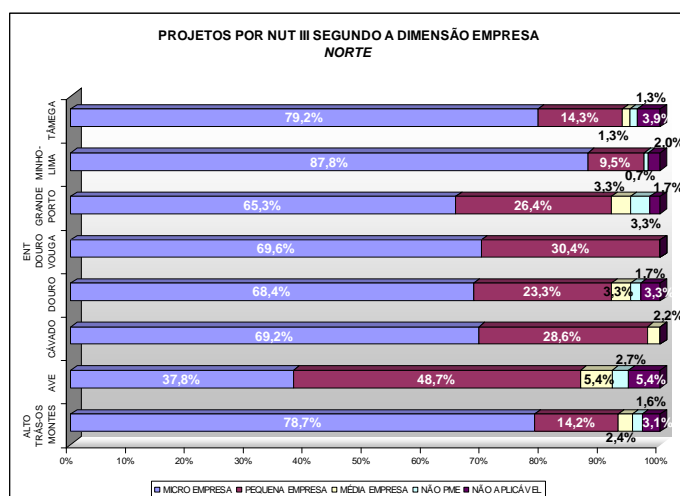


Gráfico VI.8.2.1.3 N.º projetos por NUTII segundo dimensão empresa – Norte (valores relativos)

A análise de dados permite observar a dinâmica demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão na apresentação de projetos de investimento nas várias regiões NUT III da Região NUT II Norte. Nas várias NUT III

observadas regista-se uma elevada preponderância de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão. Apenas a região NUT III Ave (86,5%) regista uma percentagem inferior a 90%, sendo que as restantes NUT III registam mais de 90% dos projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão.

Contudo, observam-se algumas diferenças entre as várias NUT III no que se refere à importância das empresas de pequena e micro dimensão na execução de projetos de investimento. Enquanto que nas regiões NUT III, Alto Trás-os-Montes, Minho-Lima e Tâmega a percentagem de empresas de micro dimensão a realizarem projetos atinge, ou até mesmo ultrapassa os 80%, sendo da responsabilidade das empresas de pequena dimensão a realização de entre 10 a 15% dos projetos de investimento, ao nível de outras NUT III a percentagem de projetos de investimento realizados por empresas de pequena dimensão aumenta, atingindo em alguns casos 25% a 30%, ficando as empresas de micro dimensão com cerca de 70% dos projetos de investimento. Refira-se o caso excepcional que se observa na região NUT III do Ave, que regista um maior percentagem de execução de projetos de empresas de pequena

dimensão (48,7%) comparativamente à percentagem de concretização de projetos das empresas de micro dimensão (37,8%).

As empresas de média e grande dimensão realizaram um reduzido número de projetos de investimento. Destaque-se a região do Ave, com 8,1% e do Grande Porto com 6,6% dos projetos aí realizados terem sido executados por empresas de média e grande dimensão. Refira-se também os casos das NUT III Douro e Alto Trás-os-Montes, onde as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela realização de 5% e 4%, respetivamente, do total de projetos de investimento. Daqui se infere que a **HI 6.8.2.1.3** *‘As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Norte apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão’* é **verdadeira**.

As regiões NUT III do Tâmega e do Cávado registam 2,6% e 2,2% do total de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão, sendo que as regiões do Minho-Lima (0,7%) e Entre Douro e Vouga (0%) não registam praticamente projetos de investimento realizados por estas empresas. A análise de dados permite concluir que a **HI 6.8.2.1.4** *‘As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Norte registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão’* é **verdadeira**.

VI.8.2.2 Região Centro

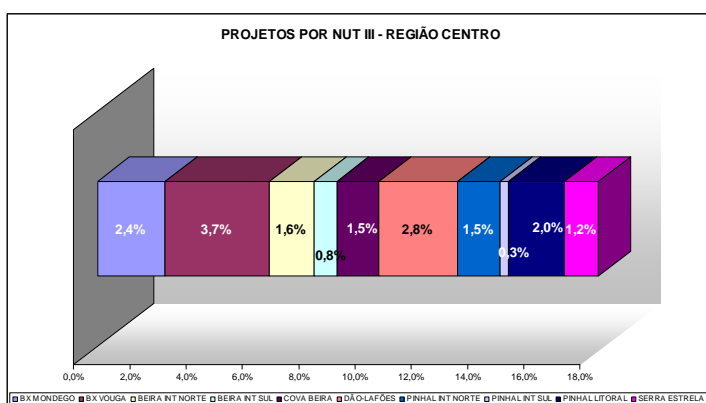


Gráfico VI.8.2.2.1 Número total projetos por NUT III – Região Centro

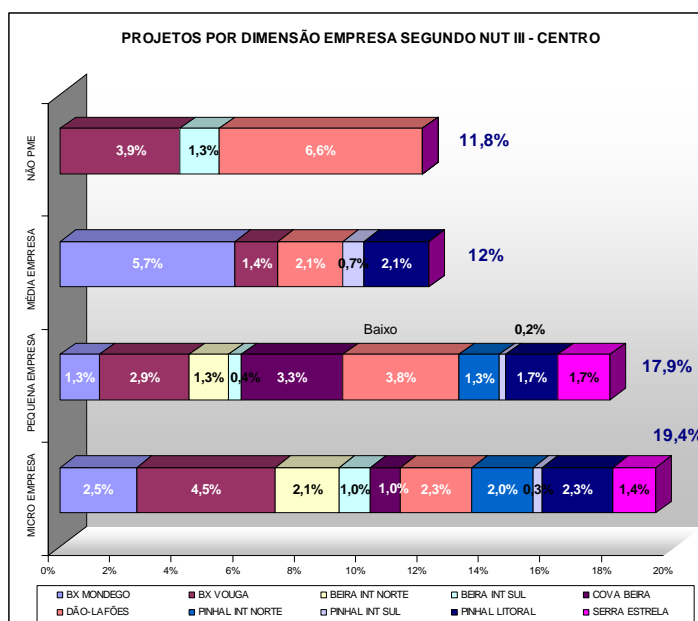
A região Centro absorve 17,8% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, percentagem de projetos claramente inferior aos valores

registados na região Norte. Esta região NUT II apresenta uma distribuição de projetos de investimento uniforme entre as várias regiões NUT III que aí se inserem. A região NUT III que regista uma maior percentagem de projetos de investimento realizados é a região NUT III do Baixo Vouga (3,7%), logo seguida da região de Dão Lafões (2,8%) e do Baixo Mondego (2,4%).

Na região Centro, são as empresas de pequena e micro dimensão que registam a maior percentagem de projetos de investimento. As empresas de micro dimensão realizaram 19,4% do seu total de projetos nesta região, enquanto que as empresas de pequena dimensão executaram 17,9%. As empresas de média e grande dimensão registaram, respetivamente 12% e 11,8% do seu total de projetos na região Centro, salientando-se o facto de as empresas de média dimensão terem realizado mais projetos na região Centro do que por exemplo na região Norte.

Gráfico VI.8.2.2.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Centro

Os projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão na região Centro centraram-se principalmente na região NUT III do Baixo Vouga que absorveu 4,5% do total de projetos. Refira-se também as regiões NUT III do Baixo Mondego (2,5%), Dão Lafões (2,3%) e Pinhal Litoral (2,3%), Beira Interior Norte (2,1%) e Pinhal Interior Norte (2%) que apresentam uma dinâmica semelhante em termos de projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão. Esta situação demonstra uma clara uniformidade na distribuição dos projetos de investimento realizados por este tipo de empresas na região NUT II Centro. Conclui-se que a HI 6.8.2.2.1 ‘As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Centro’ é verdadeira.



(2,3%) e Pinhal Litoral (2,3%), Beira Interior Norte (2,1%) e Pinhal Interior Norte (2%) que apresentam uma dinâmica semelhante em termos de projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão. Esta situação demonstra uma clara uniformidade na distribuição dos projetos de investimento realizados por este tipo de empresas na região NUT II Centro. Conclui-se que a HI 6.8.2.2.1 ‘As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Centro’ é verdadeira.

Os projetos de investimento realizados por empresas de pequena dimensão representam 17,9%, destacando-se as regiões NUT III de Dão Lafões (3,8%), Cova da Beira (3,3%) e Baixo Vouga (2,9%). As restantes regiões NUT III, no que se refere a projetos realizados por empresas de pequena dimensão, apresentam valores muito próximos e pouco significativos para a análise. Refira-se a importância demonstrada dos projetos de investimento realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão em regiões NUT III como o Baixo Vouga e Dão Lafões.

Relativamente aos projetos de investimento executados pelas empresas de média dimensão, observa-se que metade das regiões NUT III da região Centro não tiveram projetos de investimento realizados por este tipo de empresas. Evidencia-se a região do Baixo Mondego (5,7%) que absorve ½ dos projetos realizados por estas empresas na região Centro. As regiões NUT III de Dão Lafões e do Pinhal Litoral absorveram cada uma 2,1% do total de projetos, tendo as regiões do Baixo Vouga e do Pinhal Interior Sul, absorvido, respetivamente, 1,4% e 0,7% do total de projetos de investimento executados por empresas de média dimensão. Daqui se infere que a **HI 6.8.2.2.2 'As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região Centro' é verdadeira.**

As empresas de grande dimensão realizaram 11,8% do total de projetos na região Centro. Não se registam investimentos, por parte das empresas de grande dimensão, nas regiões NUT III, Baixo Mondego, Beira Interior Norte, Cova da Beira, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Pinhal Litoral e Serra da Estrela. A região NUT III de Dão Lafões destaca-se das restantes, registando 6,6% do total de projetos realizado por empresas de grande dimensão. Refira-se também o número de projetos realizado por empresas de grande dimensão na região NUT III de Baixo Vouga, registando, 3,9% e da Beira Interior Sul que absorveu 1,3% do total de projetos executados por estas empresas.

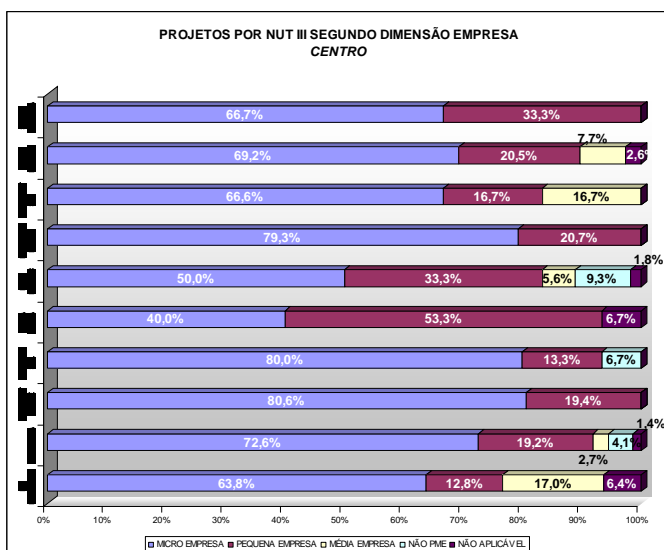


Gráfico VI.8.2.2.3 N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa - Centro

Observa-se na região Centro, regiões NUT III em que a totalidade dos projetos de investimento foram realizados por empresas de pequena e micro dimensão. A região da Serra da Estrela, do Pinhal Interior Norte e da Beira Interior Norte são exemplos disso mesmo. Nestas regiões NUT III

observa-se uma elevada incidência de projetos realizados por empresas de micro dimensão, sendo que nas regiões da Pinhal Interior Norte e da Beira Interior Norte estas empresas representam, respetivamente, 79,3% e 80,6% do total de projetos realizados nestas regiões, e em que as empresas de pequena dimensão são responsáveis pela execução de 20,7% e 19,4%

do total de projetos. Na região da Serra da Estrela esta diferença em termos do número total de projetos não é tão acentuada, contudo, as empresas de micro dimensão representam 66,7% do total de projetos e as empresas de pequena dimensão registam 33,3%.

Para além disso, observa-se ainda que ao nível de outras regiões NUT III se mantêm a elevada preponderância demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão. Veja-se o caso das regiões NUT III do Pinhal Litoral, da Cova da Beira, da Beira Interior Sul e do Baixo Vouga, onde as empresas de pequena e micro dimensão representam, 89,7%, 93,3%, 93,3% e 91,8% do total de projetos realizados nestas regiões NUT III. Refira-se o elevado número de projetos executados por empresas de pequena dimensão na região da Cova da Beira (53,3%) tendo registado um número total de projetos superior ao das empresas de micro dimensão (40%).

As regiões NUT III do Pinhal Interior Sul (83,3%), de Dão Lafões (83,3%) e do Baixo Mondego (76,6%) também apresentam um elevado número de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão, contudo, com valores percentuais inferiores aos verificados nas outras regiões. Nestas regiões, as empresas de micro dimensão mantêm a predominância em termos de projetos realizados, no entanto, na região NUT III de Dão Lafões as empresas de pequena dimensão representam 33,3% do total de projetos. Nas regiões NUT III do Pinhal Interior e do Baixo Mondego, as empresas de pequena dimensão registam 16,7% e 12,8%, tendo as empresas de micro dimensão executado 66,6% e 63,8% respetivamente do total de projetos. Conclui-se que a **HI 6.8.2.2.3** *‘As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Centro registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão’* é **verdadeira**.

As regiões NUT III do Pinhal Interior Sul e do Baixo Mondego registam um número total de projetos executados por empresas de média e grande dimensão interessante, na ordem dos 17%. Contudo, em ambas as regiões os projetos foram realizados por empresas de média dimensão, não se tendo verificado um único projeto que tenha sido executado por empresas de grande dimensão. Assim sendo, as empresas de média dimensão são responsáveis pela execução de 17% dos projetos na região do Baixo Mondego e 16,7% na região do Pinhal Interior Sul.

Refira-se também a região de Dão Lafões onde se registam 14,9% do total de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão. Nesta região, as empresas de média dimensão foram responsáveis por 5,6% e as empresas de grande dimensão por 9,3% do total

de projetos realizados nesta NUT III. A análise de dados permite concluir que a **HI 6.8.2.2.4** ‘As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Centro apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão’ é **verdadeira**.

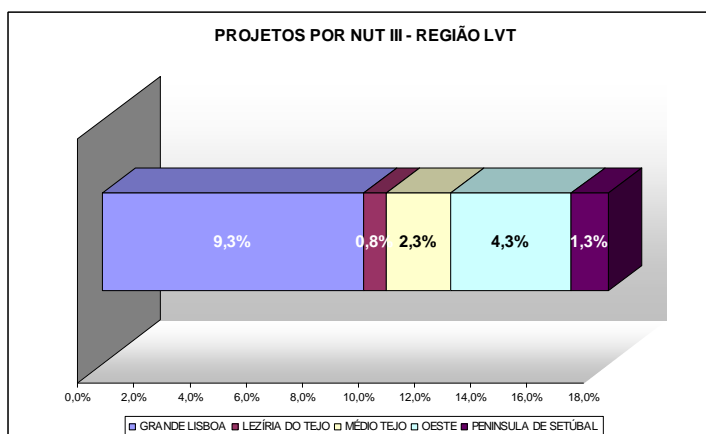
As regiões NUT III do Pinhal Litoral, Beira Interior Sul e Baixo Vouga registam sensivelmente o mesmo valor percentual de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão. No Baixo Vouga as empresas de média e grande dimensão são responsáveis por 6,8% do total de projetos, sendo que 2,7% foram realizados por empresas de média dimensão e 4,1% por empresas de grande dimensão. Na região do Pinhal Litoral as empresas de média dimensão realizaram 7,7% dos projetos não se registando nenhum projeto realizado por empresas de grande dimensão. Verifica-se uma situação contrária, na região NUT III da Beira Interior Sul, onde 6,7% dos projetos foram realizados por empresas de grande dimensão não se registando nenhum projeto realizado por empresas de média dimensão.

Os projetos inseridos no item *Não Aplicável* surgem apenas ao nível de algumas regiões NUT III não sendo representativos em termos do número total de projetos. Regista-se a maior percentagem destes projetos nas regiões NUT III da Cova da Beira (6,7%) e do Baixo Mondego (6,4%). Observam-se valores inferiores nas regiões do Pinhal Litoral (2,6%), de Dão Lafões (1,8%) e do Baixo Vouga (1,4%). Nas restantes regiões NUT III não se registam projetos alocados no item *Não Aplicável*.

VI.8.2.3 Região LVT

Gráfico VI.8.2.3.1 Número total projetos por NUT III – Região LVT

A região NUT II de Lisboa e Vale do Tejo (LVT) regista 18,3% do total de projetos de investimento segundo a dimensão de empresa, constituindo-se como a 2.ª principal região NUT II em



Portugal em termos de investimento no setor do turismo, logo a seguir à região Norte. Nesta

região evidencia-se o número de projetos absorvidos pela região NUT III da Grande Lisboa (9,3%) que regista $\frac{1}{2}$ dos projetos realizados nesta região NUT II. A região NUT III do Oeste evidencia também alguma concentração de projetos de investimento, sensivelmente metade do total de projetos realizados na região da Grande Lisboa, mas mesmo assim a representar $\frac{1}{4}$ do investimento total realizado na região de LVT. Refira-se ainda, as regiões NUT III do Médio Tejo (2,3%) e da Península de Setúbal (1,3%) que concentram um reduzido número de projetos, e a região da Lezíria do Tejo (0,8%) que regista um número de projetos praticamente insignificante.

Observa-se que as empresas de micro dimensão executaram 15,8% dos projetos na região NUT II de LVT. Regista-se uma maior incidência de projetos executados por empresas de micro dimensão nas regiões NUT III da Grande Lisboa (6,1%) e do Oeste (4,8%). As restantes regiões NUT III registam valores de execução de projetos consideravelmente baixos, o Médio Tejo 2,8%, e as regiões NUT III da Península de Setúbal e da Lezíria do Tejo apresentam, respetivamente, 1,3% e 0,8%.

As empresas de pequena dimensão realizam 18,8% dos projetos na região NUT II de LVT. Regista-se uma maior incidência de projetos por parte destas empresas na região da Grande Lisboa, tendo sido realizados 10,2% do total projetos. A região NUT III do Oeste regista também um número de projetos interessante, atingindo os 4,6% do total de projetos realizados pelas empresas de pequena dimensão. Não se observam valores significativos nas restantes regiões NUT III que importe referir.

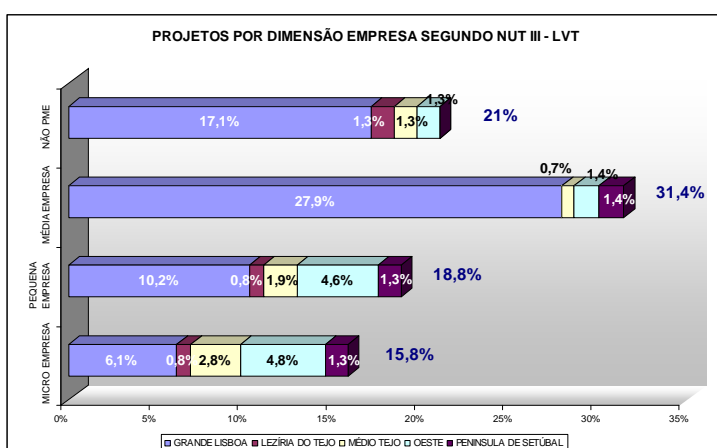


Gráfico VI.8.2.3.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - LVT

As empresas de média dimensão realizaram 31,4% do total de projetos na região NUT II de LVT. A região NUT III de Grande Lisboa absorveu a quase totalidade dos projetos

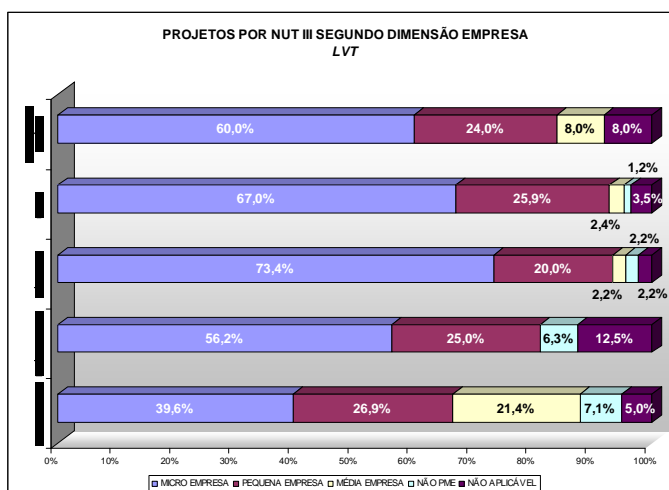
realizados pelas empresas de média dimensão, registando 27,9% do total de projetos. As restantes regiões NUT III não apresentam valores significativos, sendo inclusivamente

demasiado baixos, e em que a região NUT III da Lezíria do Tejo não regista nenhum projeto realizado por empresas de média dimensão.

As empresas de grande dimensão realizaram 21% do seu total de projetos na região NUT II de LVT. A região NUT III da Grande Lisboa absorveu grande parte dos projetos realizados por estas empresas registando um total de 17,1%. As restantes regiões NUT III, Lezíria do Tejo, Médio Tejo e Oeste, apresentam valores pouco significativos, registando cada região 1,3% do total de projetos. A Península de Setúbal não regista nenhum projeto realizado por empresas de grande dimensão. Conclui-se que a HI 6.8.2.3.1 'As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região de LVT' é verdadeira.

Gráfico VI.8.2.3.3 N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa – LVT (valores relativos)

Observa-se uma forte incidência de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão nas várias regiões NUT III de LVT. Nas regiões NUT III do Oeste e do Médio Tejo, os projetos realizados pelas empresas de pequena e



micro dimensão ultrapassam os 90% do total de projetos, sendo que 67% e 73,4% dos projetos são realizados por empresas de micro dimensão, nas regiões do Oeste e do Médio Tejo respetivamente. Nestas regiões NUT III, as empresas de pequena dimensão representam 25,9% do total de projetos na região do Oeste e 20% na região NUT III do Médio Tejo. Daqui se infere que a HI 6.8.2.3.2 'As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região de LVT' é verdadeira.

Nestas regiões, o número de projetos realizados por empresas de média e grande dimensão é insignificante, ficando pelos 3,6% na região NUT III do Oeste (2,4% empresas de média dimensão e 1,2% empresas de grande dimensão) e 4,4% na região NUT III da Lezíria do Tejo (2,2% projetos realizados por empresas de média dimensão e 2,2% de projetos realizados por empresas de grande dimensão).

Regista-se também uma elevada preponderância de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão nas regiões NUT III da Península de Setúbal e da Lezíria do Tejo. As empresas de pequena e micro dimensão representam nestas regiões, respetivamente, 84% e 81,2% do total de projetos. No entanto, refira-se que a ligeira diminuição verificada, resulta de uma diminuição do número de projetos realizados por empresas de micro dimensão, mantendo-se sensivelmente a mesma percentagem de empresas de pequena dimensão, a rondar 1/4 do total de projetos realizados nestas regiões NUT III. Conclui-se que a **HI 6.8.2.3.3** *‘As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento da região de LVT registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão’ é verdadeira.*

Face à ligeira diminuição do número de projetos realizados pelas empresas de micro dimensão, observa-se um ligeiro aumento do valor percentual de projetos realizados pelas empresas de média e grande dimensão. Contudo, verifica-se uma situação interessante, na região NUT III da Lezíria do Tejo registam-se apenas projetos realizados por empresas de grande dimensão (6,3%) não se registando nenhum projeto por parte das empresas de média dimensão. Da mesma forma, mas em situação contrária, observa-se que na região NUT III da Península de Setúbal existem projetos realizados por empresas de média dimensão (8%) não se verificando nenhum projeto realizado por empresas de grande dimensão.

É também ao nível destas regiões que se observam os valores percentuais mais elevados para o item *Não Aplicável*. De facto, os projetos considerados no item *Não Aplicável*, representam 12,5% do total de projetos realizados na região NUT III da Lezíria do Tejo e 8% do total de projetos executados na região NUT III da Península de Setúbal. Nas restantes regiões o número de projetos constantes do item *Não Aplicável* regista valores percentuais mais baixos e pouco significativos, região da grande Lisboa 5%, no Oeste 3,5% e no Médio Tejo 2,2%.

Observa-se ainda que, é ao nível da região NUT III da Grande Lisboa que se regista uma menor diferença do número total de projetos realizados por cada dimensão de empresa. As empresas de pequena e micro dimensão mantêm a enorme capacidade de execução de projetos demonstrada nas outras regiões NUT III em análise representando 66,5% do total de projetos realizados nesta região. Contudo, verifica-se uma quebra considerável do número de projetos executados por estas empresas, apesar de se constituírem como a dimensão de empresas com mais projetos de investimento realizados, 39,6%.

As empresas de pequena dimensão mantêm a mesma percentagem de projetos realizados, ligeiramente superior a $\frac{1}{4}$ do total de projetos (26,9%). É ao nível das empresas de média dimensão que se verifica o maior crescimento. Estas empresas foram responsáveis pela execução de 21,4% do total de projetos realizados na região NUT III da Grande Lisboa, região em que as empresas de grande dimensão realizaram 7,1% do total de projetos. A análise de dados permite concluir que a **HI 6.8.2.3.4** ‘As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região de LVT apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão’ é **verdadeira**.

VI.8.2.4 Região Alentejo

A região NUT II do Alentejo representa 10,5% do total de realizados no período de 1994-2006 tendo por base a dimensão de empresa. Nesta região NUT II evidencia-se a região NUT III do Alentejo Central que regista 3,8% do total de projetos de investimento realizados.

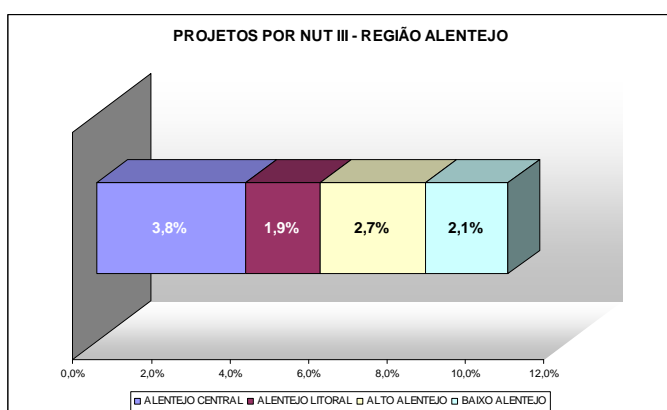


Gráfico VI.8.2.4.1 Número total projetos por NUT III – Região Alentejo

Refira-se também a existência de alguma concentração de projetos ao nível da região NUT III do Alto Alentejo que absorve 2,1% (1/5 do total de projetos). As regiões NUT III do Baixo Alentejo e do Alentejo

Litoral registam os valores de realização de projetos de investimento mais baixos, absorvendo, respetivamente, 2,1% e 1,9%.

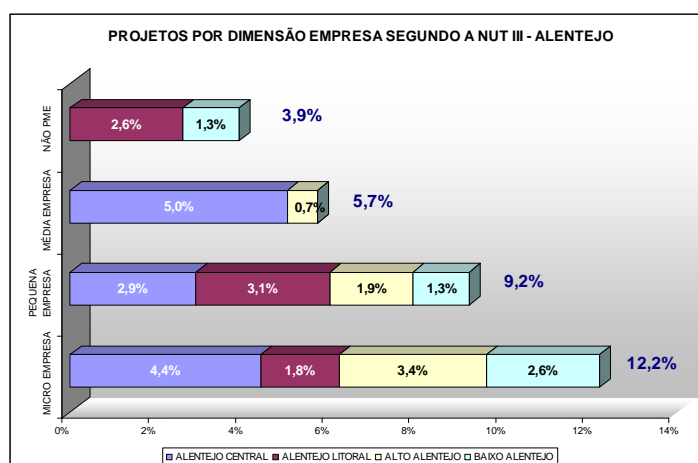
As empresas de micro dimensão realizam 12,2% do total de projetos na região NUT II do Alentejo. Observa-se uma distribuição equitativa dos projetos realizados pelas empresas de micro dimensão ao nível das várias regiões NUT III do Alentejo, destacando-se contudo, a região do Alentejo Central que regista 4,4% do total dos projetos realizados por empresas de micro dimensão. O Alentejo litoral apresenta o menor número de projetos realizados por empresas de micro dimensão na região NUT II do Alentejo, registando 1,8% do total de

projetos. As regiões do Alto Alentejo e do Baixo Alentejo absorvem, respetivamente, 3,4% e 2,6% do total de projetos executados por empresas de micro dimensão.

Observa-se que 9,2% das empresas de pequena dimensão realizaram projetos de investimento na região NUT II do Alentejo. Regista-se uma maior incidência de projetos realizados por estas empresas ao nível das regiões NUT III, Alentejo Central (2,9%) e Alentejo Litoral (3,1%), comparativamente às restantes regiões NUT III.

Gráfico VI.8.2.4.2 N.º projetos por dimensão empresa segundo NUT III - Alentejo

O Alto Alentejo e o Baixo Alentejo registam um número reduzido de projetos executados por empresas de pequena dimensão, entre 1,9% e 1,3% respetivamente. Daqui se conclui



que a HI 6.8.2.4.1 'As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região do Alentejo' é verdadeira.

Regista-se que 5,7% das empresas de média dimensão realizaram projetos de investimento ao nível da região NUT II do Alentejo. O Alentejo Central constitui-se como a principal região NUT III no que se refere a projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão na região NUT II Alentejo. Não se registam projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão ao nível das regiões NUT III do Alentejo Litoral e do Baixo Alentejo, observando-se que 0,7% das empresas de média dimensão realizaram projetos na região NUT III Baixo Alentejo.

Observa-se que 3,9% das empresas de grande dimensão realizaram projetos de investimento na região NUT II do Alentejo. Contudo, os projetos de investimento realizados centraram-se ao nível das regiões NUT III Alentejo Litoral (2,6%) e Baixo Alentejo (1,3%). Nas regiões NUT III, Alentejo Central e Alto Alentejo, não se verifica a existência de projetos de investimento realizados por empresas de grande dimensão. Daqui se infere que a HI 6.8.2.4.2 'As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com mais dinâmica empresarial da região do Alentejo' é verdadeira.

A análise de dados permite observar a enorme dinâmica demonstrada pelas empresas de pequena e micro dimensão na execução de projetos de investimento nas várias regiões NUT III do Alentejo. Refira-se que as empresas de pequena e micro dimensão representam mais de 90% do total de projetos realizados em cada região NUT III do Alentejo (a região NUT III do Alentejo Central regista 88% do total de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão).

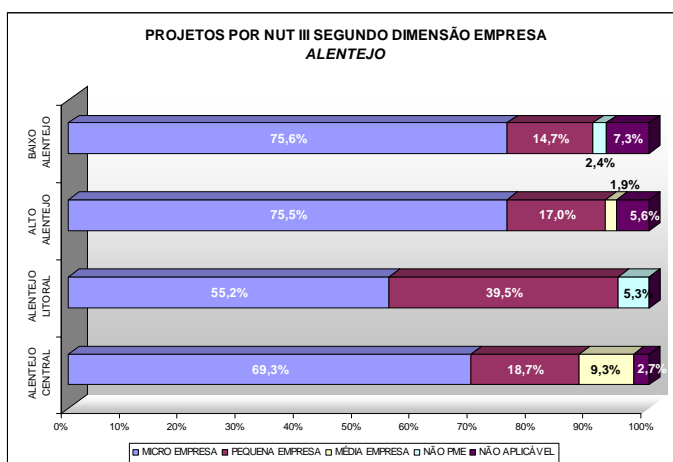


Gráfico VI.8.2.4.3 N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa - Alentejo

Contudo, a distribuição do número de projetos não é equitativa entre as empresas de pequena dimensão e as empresas de micro dimensão, registando-se uma maior preponderância de projetos

realizados por empresas de micro dimensão. Refira-se que nas regiões NUT III do Baixo Alentejo e do Alto Alentejo, 75,6% e 75,5%, respetivamente, do total de projetos foram realizados por empresas de micro dimensão. No Alentejo Central as empresas de micro dimensão foram responsáveis pela execução de 69,3% do total de projetos, tendo-se verificado uma ligeira quebra em termos percentuais na região NUT III do Alentejo Litoral em que as empresas de micro dimensão realizaram 55,2% do total de projetos.

É também ao nível da região NUT III do Alentejo Litoral que se verifica uma maior predominância por parte das empresas de pequena dimensão, registando 39,5% do total de projetos realizados nesta NUT. Enquanto que ao nível das outras regiões NUT III, as empresas de pequena dimensão registaram, na região do Baixo Alentejo 14,7%, na região do Alto Alentejo 17% e na região do Alentejo Central 18,7% do total de projetos realizados nas referidas NUT III. Conclui-se que a **HI 6.8.2.4.3 'As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento da região do Alentejo registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão'** é **verdadeira**.

As empresas de média e grande dimensão apresentam valores percentuais de realização de projetos consideravelmente baixos, exceção na região NUT III do Alentejo Central, onde se

observa que 9,3% dos projetos foram realizados por empresas de média dimensão. Nas restantes NUT III, os valores registados são pouco significativos, no Baixo Alentejo 2,4%, no Alto Alentejo 1,9%, e no Alentejo Litoral 5,3% do total de projetos realizados em cada NUT III.

Não se registam projetos de investimento por parte das empresas de grande dimensão nas regiões NUT III Alentejo Central e do Alto Alentejo. Sendo que nas regiões onde se observam investimentos por parte destas empresas registam-se valores percentuais muito baixos, veja-se o exemplo da região do Alentejo Litoral em que 5,3% dos projetos foram realizados por empresas de grande dimensão e a região NUT III do Baixo Alentejo onde as empresas de grande dimensão foram responsáveis pela execução de 2,4% do total de projetos. Contudo, conclui-se que a **HI 6.8.2.4.4** *‘As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região do Alentejo apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão’* é **verdadeira**.

Curiosamente, observa-se que nas regiões onde existem investimentos por parte de empresas de grande dimensão não se registam investimentos por parte de empresas de média dimensão, sendo que também se verifica a situação contrária, onde se realizaram investimentos por parte de empresas de média dimensão não se registam investimentos por parte das empresas de grande dimensão. Esta questão poderá também ter a ver com o número de projetos realizados dado que em ambos os casos observa-se a execução de 1, 2 ou 3 projetos de investimento no máximo.

O item *Não Aplicável* regista valores pouco significativos, no Baixo Alentejo regista 7,3%, no Alto Alentejo 5,6% e na região NUT III do Alentejo Central regista 2,7%, do total de projetos realizados nas NUT III em análise, não se registando execução de projetos nesta categoria na região do Alentejo Litoral.

VI.8.2.5 Região Algarve, Açores e Madeira

A análise por NUT III das regiões do Algarve, Açores e Madeira será efetuada conjuntamente, dada a sua especificidade, uma vez que as próprias regiões NUT III também representam a própria região em termos de NUT II. Nesse sentido, optou-se por efetuar uma análise conjunta das três regiões, tendo no entanto em atenção as próprias dinâmicas existentes em cada região NUT III.

As três regiões aqui consideradas representam também as regiões NUT II que menos projetos de investimento realizaram no período de 1994-2006, apesar da importância atribuída às regiões do Algarve e da Madeira enquanto destinos turísticos em Portugal. No entanto, considerando as mesmas regiões mas por NUT III a situação altera-se, e as regiões do Algarve e da Madeira demonstram já a sua importância não só enquanto destino turístico, mas também em termos de projetos de investimento realizados.

A região do Algarve representa 9,6% do total de projetos de investimento realizados por dimensão de empresa no período de 1994-2006, constituindo-se como a 2.ª principal região NUT III em termos de projetos de investimento. A região da Madeira absorve 4,4% do total de projetos segundo a dimensão de empresa sendo considerada uma das principais regiões em termos de investimento no setor do turismo no período de 1994-2006. A região dos Açores, apesar de não registar um número tão elevado de projetos de investimento, absorve 3,2% do total de projetos segundo a dimensão de empresa, o que em termos de ranking permite a esta região ocupar a 10.ª posição em termos do número de projetos de investimento.

Na região do Algarve observa-se uma forte incidência de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão, registando 69,7% do total de projetos, e em que as empresas de micro dimensão executaram 41% e as empresas de pequena dimensão realizaram 33,3% do total de projetos de investimento.

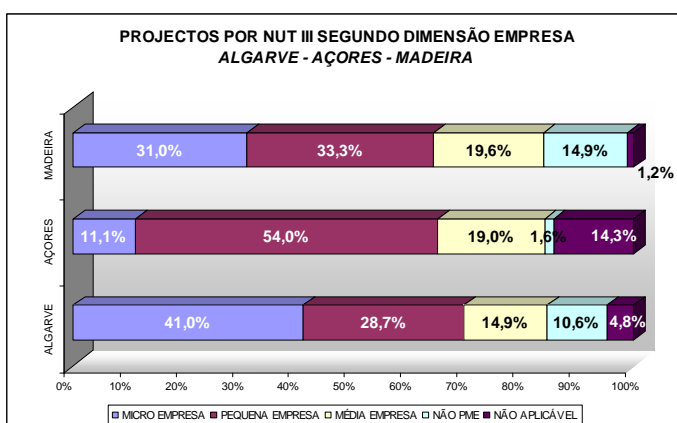


Gráfico VI.8.2.5.1 N.º projetos por NUT III segundo dimensão empresa – Algarve, Açores e Madeira

As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela execução de 25,5% do total de projetos realizados na região NUT III Algarve. Observa-se uma ligeira

preponderância por parte das empresas de média dimensão nos projetos realizados (14,9%) face ao número de projetos realizados pelas empresas de grande dimensão (10,6%). Contudo, pode-se concluir que a HI 6.8.2.5.1 'As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão' é verdadeira.

Comparativamente às restantes regiões NUT III analisadas refira-se que a região do Algarve não apresenta uma diferença tão significativa entre as várias dimensões de empresa analisadas. Esta questão prende-se concretamente com situação das empresas de micro dimensão, que apesar de se constituírem como o grupo de empresas que mais projetos executaram nesta região, no que se refere às diferenças observadas relativamente às outras dimensões de empresa estas não são tão acentuadas. Os projetos incluídos no item *Não Aplicável* registam 4,8% do total de projetos.

A região dos Açores regista uma forte incidência de projetos realizados por empresas de pequena dimensão, uma vez que estas empresas foram responsáveis pela execução de 54% do total de projetos. Nesta região, as empresas de micro dimensão realizaram um reduzido número de projetos (11,1%), evidenciando-se as empresas de média dimensão que registam 19% do total de projetos realizados. Conclui-se que a HI 6.8.2.5.2 *‘As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão’ é verdadeira.*

As empresas de grande dimensão são responsáveis por apenas 1,6% do total de projetos realizados nesta região, não sendo significativo face aos valores percentuais apresentados pelas outras dimensões de empresa. Nesta região, refira-se a importância dos projetos de investimento alocados ao item *Não Aplicável*, que representa 14,3% do total de projetos realizados nos Açores

Na região da Madeira, denota-se uma forte preponderância de projetos executados por empresas de pequena e micro dimensão que representam 64,3% do total de projetos realizados nesta região. Refira-se que os projetos de investimentos realizados por estas empresas se distribuem de uma forma equitativa, sendo que as empresas de micro dimensão executaram 31% e as empresas de pequena dimensão registaram 33,3% do total de projetos.

Regista-se também o considerável número de projetos realizados pelas empresas de média e grande dimensão, responsáveis por 34,5% do total de projetos realizados nesta região, sendo que as empresas de média dimensão realizaram 19,6% do total de projetos e as empresas de grande dimensão executaram 14,9%. Observa-se também que não existem diferenças significativas entre as várias dimensões de empresa, apesar de os projetos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão serem o dobro dos projetos realizados pelas

empresas de média e grande dimensão, contudo a diferença entre estas empresas não é tão acentuada como à que se verifica noutras regiões NUT III. Daqui se infere que a **HI 6.8.2.5.1** ‘As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão’ é **verdadeira**.

VI.8.3 Valores de investimento segundo a dimensão de empresa

O *investimento total* é influenciado pela dimensão da empresa, $\chi_{KW}^2(3) = 322,76$, $p <,001$, constatando-se que em pelo menos uma das dimensões das empresas, a distribuição do investimento difere significativamente das distribuições observadas em pelo menos uma das outras dimensões. Para identificar em qual ou quais os grupos as distribuições são estatisticamente significativas procedeu-se à comparação múltipla das médias, recorrendo ao teste Games-Howell⁵ (Marôco, 2010, pág. 231), concluindo-se que existem diferenças estatisticamente significativas ($p <,001$) no *investimento total* entre todas as dimensões das empresas, à exceção das dimensões não aplicável e média empresa cujas diferenças revelaram-se não significativas ($p=,09$).

O *investimento elegível* é influenciado pela dimensão da empresa, $\chi_{KW}^2(3) = 317,39$, $p <,001$, constatando-se que em pelo menos uma das dimensões das empresas, a distribuição do investimento elegível difere significativamente das distribuições observadas em pelo menos uma das outras dimensões. Para identificar em qual ou quais os grupos as distribuições são estatisticamente significativas procedeu-se à comparação múltipla das médias, recorrendo ao teste Games-Howell⁶ (Marôco, 2010, pág. 231), concluindo-se que existem diferenças estatisticamente significativas ($p <,001$) no *investimento elegível* entre todas as dimensões das empresas, à exceção das dimensões não aplicável, pequena empresa e média empresa cujas diferenças revelaram-se não significativas ($p=,06$; $p=,007$).

⁵ Não sendo satisfeito o pressuposto da homogeneidade das variâncias ($F(4, 1954)$, $p <,001$), foi aplicado o teste de Games-Howell na comparação múltipla das médias da distribuição do investimento total entre os grupos referentes às dimensões da empresa.

⁶ Não sendo satisfeito o pressuposto da homogeneidade das variâncias ($F(4, 1954)$, $p <,001$), foi aplicado o teste de Games-Howell na comparação múltipla das médias da distribuição do investimento elegível entre os grupos referentes às dimensões da empresa.

O *incentivo* é influenciado pela dimensão da empresa, $\chi_{KW}^2(3) = 322,92$, $p <,001$, constatando-se que em pelo menos uma das dimensões das empresas, a distribuição do incentivo difere significativamente das distribuições observadas em pelo menos uma das outras dimensões. Para identificar em qual ou quais os grupos as distribuições são estatisticamente significativas procedeu-se à comparação múltipla das médias, recorrendo ao teste Games-Howell⁷ (Marôco, 2010, pág. 231), concluindo-se que existem diferenças estatisticamente significativas ($p <,001$) no *incentivo* entre todas as dimensões das empresas, à exceção das dimensões não aplicável e média empresa cujas diferenças revelaram-se não significativas ($p=,504$).

O *número de postos de trabalho a criar* é influenciado pela dimensão da empresa, $\chi_{KW}^2(3)=127,40$, $p <,001$, constatando-se que em pelo menos uma das dimensões das empresas, a distribuição do número de postos de trabalho a criar difere significativamente das distribuições observadas em pelo menos uma das outras dimensões. Para identificar em qual ou quais os grupos as distribuições são estatisticamente significativas procedeu-se à comparação múltipla das médias, recorrendo ao teste Games-Howell⁸ (Marôco, 2010, pág. 231), concluindo-se que existem diferenças estatisticamente significativas ($p <,001$) no *número de postos de trabalho a criar* e as empresas de micro dimensão.

Esta investigação permite concluir que a HI 6.8.3.1 ‘Os valores de investimento global por projeto está dependente da dimensão de empresa que os executa’ é **verdadeiro**, na medida em que, a análise demonstra que os valores de investimento total, de investimento elegível, de incentivo atribuído e de número de postos de trabalho a criar são influenciados pela dimensão de empresa.

⁷ Não sendo satisfeito o pressuposto da homogeneidade das variâncias ($F(4, 1954)$, $p <,001$), foi aplicado o teste de Games-Howell na comparação múltipla das médias da distribuição do incentivo entre os grupos referentes às dimensões da empresa.

⁸ Não sendo satisfeito o pressuposto da homogeneidade das variâncias ($F(4, 1954)$, $p <,001$), foi aplicado o teste de Games-Howell na comparação múltipla das médias da distribuição do número de postos de trabalho a criar entre os grupos referentes às dimensões da empresa.

VI.9 Concentração territorial do investimento e sua distribuição por subsetores do turismo

Outra área de análise muito importante interliga a concentração territorial do investimento e a sua distribuição por subsetores do turismo. Conforme já foi referido, em secções anteriores, identificar e analisar as áreas geográficas (NUT II e NUT III) que concentram mais projetos e apresentam uma maior dinâmica de investimento é fundamental, uma vez que permite ter uma perceção clara e rigorosa das dinâmicas que existem em termos territoriais, o que, por sua vez, permite uma adequação das medidas e da política definida em termos regionais e locais.

No entanto, é também importante perceber no território, em termos de localização geográfica, quais as atividades e/ou subsetores que concentram mais projetos, tendo aqui em atenção os eixos que integram a CST e representam a cadeia de valor do setor, para que subsectores do turismo o investimento é direcionado, na medida em que se pode observar a concentração do investimento em diferentes subsectores dependendo da área geográfica onde esse investimento se localiza.

VI.9.1 Localização do investimento por NUT II e sua afetação por CAE a 2 dígitos

Pretende-se nesta secção analisar a forma como as atividades económicas se integram nas regiões NUT II, o que permite caracterizar e identificar cada região de acordo com a atividade económica preponderante. Esta questão é particularmente importante na medida em que na definição da política e da estratégia para o setor do turismo a aposta e/ou intervenção numa determinada atividade tem implicações diretas no desenvolvimento de uma região.

A análise de dados demonstra uma elevada execução de projetos ao nível da CAE 55 - Alojamento e Restauração que representa 83,1% do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006.

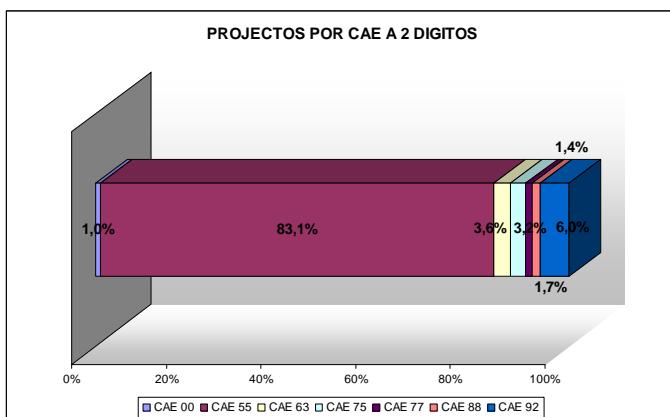


Gráfico VI.9.1.1 Número total de projetos por CAE a 2 dígitos

A CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas, constitui-se como a CAE que regista o maior número de projetos, logo a seguir à CAE 55 mas com uma diferença abismal, com 6% do total de

projetos realizados no período em análise. Observa-se também uma ligeira concentração de projetos de investimento na CAE 63 e na CAE 75, representando, respetivamente, 3,6% e 3,2% do total de projetos.

Tabela VI.9.1.1 Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos

CAE	PROJECTOS POR NUT II SEGUNDO A CAE A 2 DIGITOS									TOTAL
	NORTE	CENTRO	LVT	ALENTEJO	ALGARVE	AÇORES	MADEIRA	NÃO REGIONALIZÁV	MULTI-CONCELHO	
CAE 00	1,0%	0,5%	0,9%	1,2%	1,9%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	1,0%
CAE 55	87,2%	87,0%	74,0%	90,5%	75,5%	82,5%	87,3%	0,0%	50,0%	83,1%
CAE 63	4,2%	1,7%	6,3%	1,2%	3,9%	0,0%	2,2%	0,0%	37,5%	3,6%
CAE 75	1,8%	3,4%	7,6%	2,4%	1,0%	1,2%	0,0%	26,7%	0,0%	3,2%
CAE 77	0,4%	0,8%	1,3%	0,8%	1,9%	3,5%	1,5%	66,6%	12,5%	1,4%
CAE 88	0,9%	2,2%	3,4%	0,4%	1,9%	1,2%	0,8%	6,7%	0,0%	1,7%
CAE 92	4,5%	4,4%	6,5%	3,5%	13,9%	11,6%	6,7%	0,0%	0,0%	6,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Os grupos de CAE enunciados como CAE 00 e CAE 88, que, por si só já representam o agrupamento de algumas CAE com um reduzido número de projetos, apresentam valores percentuais muito baixos que se prendem com o limitado número de projetos realizados ao nível destas CAE.

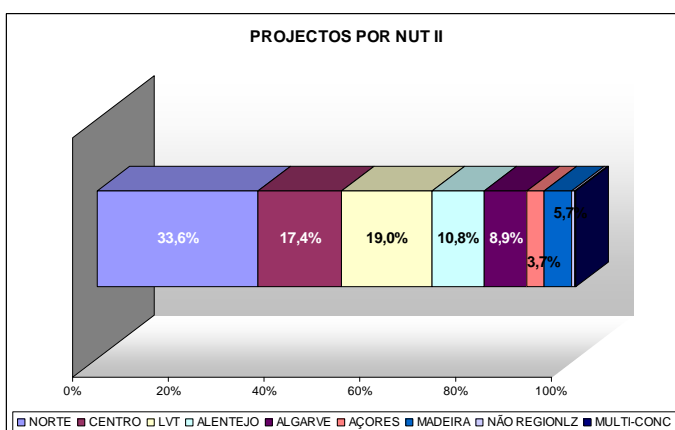


Gráfico VI.9.1.2 Número total de projetos por NUT II

Tendo por base o total de projetos realizados por NUT II, observa-se uma elevada concentração de projetos na região NUT II Norte, que representa 33,6% do total de projetos. Regista-se também uma

concentração de projetos nas regiões Centro e LVT onde se realizaram 17,4% e 19%, respetivamente do total de projetos executados no período em análise.

As regiões NUT II do Alentejo e do Algarve registam sensivelmente o mesmo número de projetos realizados, sendo de realçar o posicionamento da região do Alentejo que regista 10,8% do total de projetos realizados e a região do Algarve regista 8,9%. Refira-se também o reduzido número de projetos de investimento executados na Madeira (5,7%) apesar de esta região se constituir como um dos principais destinos turísticos em Portugal. A região dos Açores apresenta também um reduzido número de projetos executados. Conforme já foi referido anteriormente, a análise por NUT III apresenta uma realidade diferente no que se refere às áreas do Algarve, Madeira e Açores, na medida em que, nestes 3 casos as regiões NUT II se confundem com as regiões NUT III.

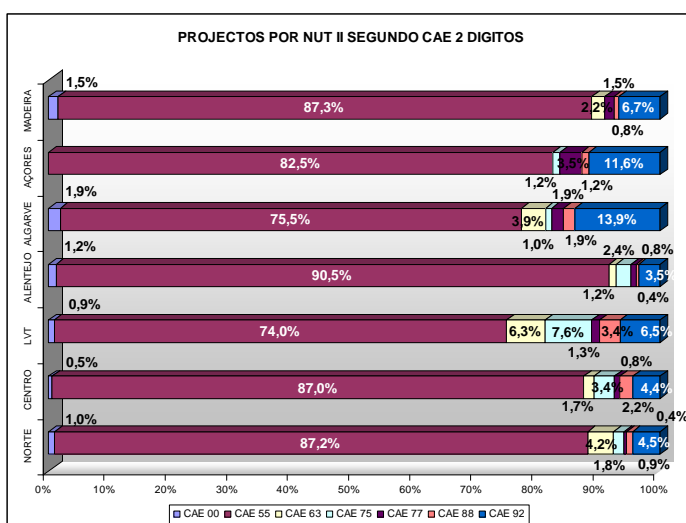


Gráfico VI.9.1.3 N.º projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos

Observa-se uma forte concentração de projetos realizados na CAE 55 nas várias regiões NUT II. Na região do Alentejo, o número de projetos realizados na CAE 55 ultrapassa os 90% do total de projetos realizados nessa região. Nas

regiões Norte, Centro, Açores e Madeira, o total de projetos realizados na CAE 55 ultrapassa os 80% do total de projetos realizados em cada uma das regiões.

Na região Norte regista 87,2%, no Centro 87%, na Madeira 87,3% e nos Açores 82,5% constituindo como a CAE mais representativa em cada uma dessas regiões. Nas regiões de LVT e Algarve, a CAE 55 representa 3/4 do total de projetos de investimento realizados em cada região, 74% na região LVT e 75,5% na região do Algarve. Daqui se conclui que a HI 6.9.1.1 'As regiões NUT II registam uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento e da restauração' é verdadeira.

A análise de dados nas várias regiões permite observar que a CAE 92 constitui-se como a área de atividade onde se registam também, nas várias regiões analisadas alguma concentração de projetos de investimento. Esta situação observa-se, principalmente ao nível das regiões dos Açores e do Algarve, onde os projetos realizados na CAE 92, representam,

respetivamente 11,6% e 13,9%, valor percentual de projetos interessante, quando se verifica que uma só CAE representa a quase totalidade dos projetos de investimento realizados em cada região NUT II.

Ao nível das restantes regiões, a CAE 92 apresenta também valores percentuais de realização de projetos interessantes. Veja-se o caso da região da Madeira e da região de LVT, onde os projetos de investimento realizados na CAE 92 representam 6,7% e 6,5% do total de projetos realizados em cada uma dessas regiões. Nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo, os projetos realizados na CAE 92 aproximam-se dos 5% do total de projetos realizados em cada região, apresentando a região Norte 4,5%, a região Centro 4,4% e a região do Alentejo 3,5%. Daqui se infere que a **HI 6.9.1.2** *‘As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira apresentam uma concentração de projetos de investimento superior na área das atividades de recreio, cultura e desporto, comparativamente às restantes regiões NUT II’* é **inconclusiva**, uma vez que as restantes regiões NUT II também apresentam um número de projetos interessante nesta área de atividade, e os dados observados no gráfico anterior representam apenas valores relativos.

Relativamente à CAE 63 observa-se uma maior incidência de projetos na região de LVT que regista 6,3% do total de projetos realizados nesta região. As restantes regiões NUT II apresentam valores percentuais de projetos executados nesta CAE relativamente baixos, sendo de registar nas regiões Norte e LVT que o número de projetos realizados na CAE 63 aproxima-se do número de projetos realizados na CAE 92. Na região Norte os projetos realizados na CAE 92 representam 4,5% e na CAE 63 4,2% do total de projetos realizados nessa região, e na região de LVT, os projetos realizados na CAE 92 representam 6,5% e na CAE 63 os 6,3%.

Nas restantes regiões NUT II o número de projetos realizados na CAE 63 é claramente inferior ao número de projetos realizados na CAE 92 em cada região. Na região do Algarve a diferença é de 13,9% para 3,9%, na região dos Açores é de 11,6% para 0%, na região Centro é de 4,4% para 1,7%, na região do Alentejo é de 3,5% para 1,2% e na região da Madeira é de 6,7% para 2,2%, o que uma vez mais reforça a dinâmica observada nestas regiões na concretização de projetos de investimento na CAE 92. Conclui-se que, para além de comprovar a HI anterior, a **HI 6.9.1.3** *‘As regiões NUT II de LVT e Norte centralizam o maior número de projetos de investimento na área das agências de viagem e de turismo’* é **verdadeira**.

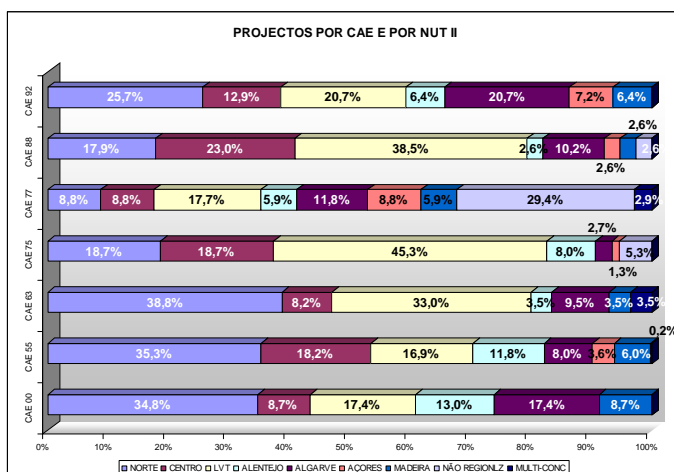


Gráfico VI.9.1.4 N.º projetos por CAE a 2 dígitos segundo NUT II

A CAE 75 regista os maiores valores percentuais ao nível da região de LVT com 7,6% do total de projetos realizados nesta região, ultrapassando mesmo os valores obtidos nas CAE 63 e 92. Nas restantes regiões os valores

percentuais obtidos com os projetos realizados na CAE 75 são pouco significativos, inferior mesmo a 2% na maior parte das regiões, exceção feita à região Centro onde se regista 3,4% do total de projetos realizados nesta região inseridos na CAE 75.

Tendo por base a análise de projetos de investimento por CAE, observa-se que as várias CAE analisadas apresentam projetos realizados em todas as NUT II, exceção feita às CAE 63 e 00 que não apresentam projetos na região dos Açores e à CAE 75 que não regista projetos realizados na região da Madeira. Uma análise pormenorizada permite observar que nas CAE 00 CAE 55, CAE 63 e CAE 92 é a região Norte que executa o maior número de projetos dessas CAE, representando na CAE 00 34,8%, na CAE 55 35,3%, na CAE 63 38,8% e na CAE 92 25,7%.

Na CAE 55 - Alojamento e Restauração observa-se que 35,3% do total de projetos foram realizados na região Norte, constituindo-se esta região como aquela que mais projetos de investimento executa na CAE 55. Refira-se também o considerável número de projetos realizados pela região Centro, e pela região de LVT na CAE 55, representando 18,2% e 16,9% do total de projetos realizados nesta CAE. Refira-se também o número de projetos realizados pela região do Alentejo na CAE 55, superior ao número de projetos realizados no Algarve e na Madeira na mesma CAE. Esta situação é tanto mais importante quando se sabe que o Algarve e a Madeira constituem-se como dois dos principais destinos turísticos em Portugal. Conclui-se que a HI 6.9.1.4 'Os projetos de investimento executados na área do alojamento e restauração concentram-se principalmente nas regiões NUT II que apresentam uma maior dinâmica empresarial' é verdadeira.

Na CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo, observa-se, uma vez mais, uma forte concentração de projetos de investimento nas regiões Norte (38,8%) e LVT (33%), representando estas regiões 71,8% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões NUT II apresentam valores percentuais claramente inferiores, sendo no entanto de considerar os valores registados nas regiões Centro (8,2%) e Algarve (9,5%) que se aproximam claramente do total de 20% de projetos realizados nesta CAE.

Relativamente à CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas, observa-se uma maior partição dos projetos realizados pelas várias regiões NUT II. No entanto, as regiões Norte (25,7%), LVT (20,7%) e a Madeira (20,7%) representam 67,1% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões consideradas na análise apresentam valores percentuais muito próximos destacando-se apenas a região Centro que regista 12,9% do total de projetos, sendo que as regiões do Alentejo, dos Açores e da Madeira executaram, respetivamente, 6,4%, 7,2% e 6,4% do total de projetos realizados nesta CAE. A análise de dados permite concluir que a HI 6.9.1.5 ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, registam uma distribuição equitativa pelas várias regiões NUT II’ é **falsa**, na medida em que os projetos de investimento realizados nesta área, concentram-se principalmente nas regiões NUT II, Norte, de LVT e Madeira.

Tabela VI.9.1.2 Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 2 dígitos

PROJECTOS POR NUT II SEGUNDO A CAE A 2 DÍGITOS										
CAE	NORTE	CENTRO	LVT	ALENTEJO	ALGARVE	AÇORES	MADEIRA	NÃO REGIONLZ	MULTI-CONC	TOTAL
CAE 00	34,8%	8,7%	17,4%	13,0%	17,4%	0,0%	8,7%	0,0%	0,0%	100,0%
CAE 55	35,3%	18,2%	16,9%	11,8%	8,0%	3,6%	6,0%	0,0%	0,2%	100,0%
CAE 63	38,8%	8,2%	33,0%	3,5%	9,5%	0,0%	3,5%	0,0%	3,5%	100,0%
CAE 75	18,7%	18,7%	45,3%	8,0%	2,7%	1,3%	0,0%	5,3%	0,0%	100,0%
CAE 77	8,8%	8,8%	17,7%	5,9%	11,8%	8,8%	5,9%	29,4%	2,9%	100,0%
CAE 88	17,9%	23,0%	38,5%	2,6%	10,2%	2,6%	2,6%	0,0%	0,0%	100,0%
CAE 92	25,7%	12,9%	20,7%	6,4%	20,7%	7,2%	6,4%	0,0%	0,0%	100,0%
	33,6%	17,4%	19,0%	10,8%	8,9%	3,7%	5,7%	0,6%	0,3%	100,0%

Por sua vez, a CAE 75 regista uma forte concentração de projetos na região de LVT. Esta região representa 45,3% do total de projetos realizados nesta CAE, claramente superior às regiões que se seguem em termos do número de projetos, as regiões Norte e Centro que registam cada uma 18,7% do total de projetos realizados na CAE 75. As restantes regiões que executaram projetos nesta CAE registam valores pouco significativos, inferiores a 10%, destacando-se ligeiramente a região do Alentejo com 8%.

No que se refere às restantes CAE consideradas na análise, refira-se a forte concentração na CAE 00 de projetos executados na região Norte (34,8%), na região LVT (17,4%) e na região do Algarve (17,4%), sendo de destacar uma elevada concentração na CAE 77 de projetos considerados como Não Regionalizável (29,4%) e na região LVT (17,7%), e na CAE 88 uma

elevada concentração de projetos realizados na região de LVT (38,5%), na região Centro (23%) e na região Norte (17,9%).

Em termos globais e para todas as regiões NUT II em análise, e independentemente do número de projetos realizados por cada região e do seu peso no total de projetos, observa-se uma forte concentração de projetos de investimento ao nível da CAE 55 - Alojamento e Restauração. Na região Norte 29,3% em 33,6%, na região Centro 15,1% em 17,4%, na região LVT 14,1% em 19%, na região do Alentejo 9,8% em 10,8%, na região do Algarve 6,7% em 8,9%, na região dos Açores 3% em 3,7% e na região da Madeira 5% em 5,7%. Para além disso, regista-se uma pequena concentração de projetos na CAE 92 ao nível de algumas regiões NUT II, a saber a Região Norte (1,5%) a região Centro (0,8%) a região de LVT (1,2%) e a região do Algarve (1,2%).

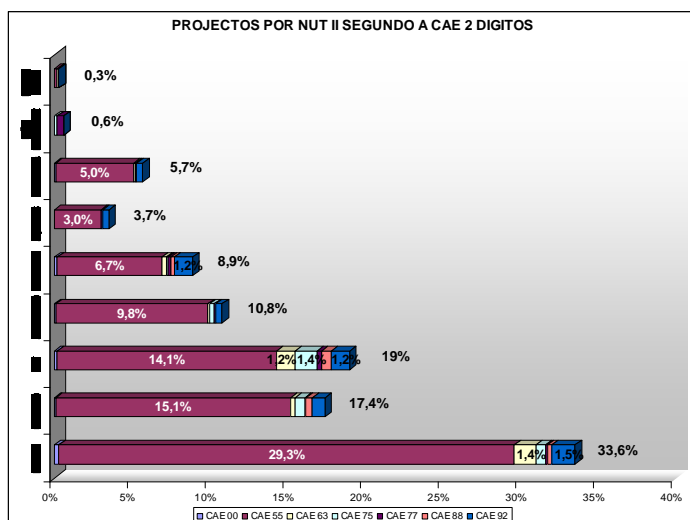


Gráfico VI.9.1.5 N.º projetos por NUT II segundo CAE a 2 dígitos (valores absolutos)

A análise de dados tendo por base o número total de projetos realizados no período de 1994 a 2006 permite observar uma elevada percentagem de projetos realizados na região Norte (33,6%), constituindo-se como a principal

região NUT II em termos de projetos de investimento. Esta forte concentração de projetos nesta região NUT II centra-se principalmente em projetos realizados ao nível da CAE 55 - Alojamento e Restauração que representa a quase totalidade de projetos realizados nesta região NUT II (29,3% em 33,6%). Destaque também para o número de projetos realizados ao nível das CAE 63 e 92 que registam, respetivamente 1,4% e 1,5% do total de projetos realizados no período em análise.

As regiões NUT II de LVT e do Centro registam valores de execução de projetos de investimento muito próximos, destacando-se ligeiramente a região de LVT que regista 19% do total de projetos e a região Centro 17,4%. Em ambas as regiões a CAE 55 destaca-se claramente comparativamente às restantes CAE, registando na região Centro (15,1%) um valor percentual superior ao verificado na região de LVT (14,1%). Observa-se também uma ligeira

concentração de projetos na CAE 92, que oscila entre os 1,2% na região de LVT e 0,8% na região Centro.

De registar o número de projetos de investimento realizados na região do Alentejo (10,8%), superior ao número de projetos realizados no Algarve (8,9%) e Madeira (5,7%) considerados como dois dos principais destinos turísticos em Portugal (Gráfico VI.6.1.5). Esta situação também se reflete no número de projetos realizados na CAE 55, claramente superior na região do Alentejo (9,8%) comparativamente ao número de projetos nesta CAE realizados nas outras duas regiões (6,7% e 5% respetivamente).

A região dos Açores regista um reduzido número de projetos de investimento (3,7%) comparável, em termos percentuais, à importância que esta região detém em termos estatísticos no setor do turismo em Portugal. Refira-se que também ao nível desta região, a quase totalidade dos projetos de investimento realizados se concentram na CAE 55 - Alojamento e Restauração.

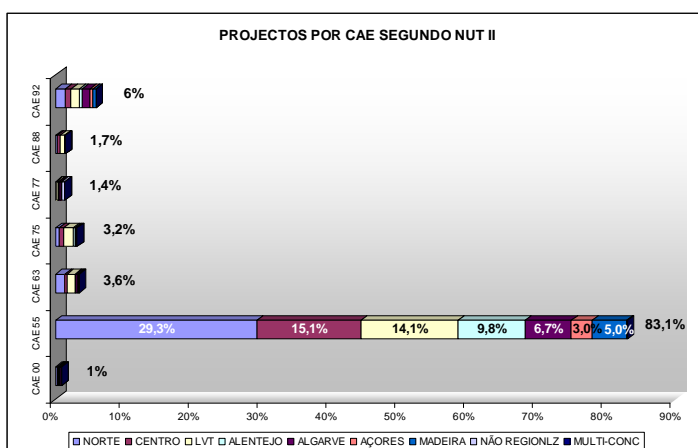


Gráfico VI.9.1.6 N.º projetos por CAE segundo a NUT II

Observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na CAE 55 - Alojamento e Restauração, constituindo esta CAE como a principal área de investimento do

setor privado do turismo em Portugal, registando 83,1% do total de projetos no período de 1994 a 2006. A CAE 92 apresenta também uma ligeira concentração de projetos (6%), contudo de menor dimensão do que à verificada na CAE 55, tendo sido executados projetos nesta área em todas as regiões NUT II analisadas. A CAE 63 e a CAE 75 são responsáveis pela execução de, respetivamente, 3,6% e 3,2% do total de projetos realizados no período em análise. Nestas duas CAE não se registam projetos de investimento em todas as regiões NUT II analisadas.

VI.9.2 Investimento por NUT II e sua distribuição por CAE a 3 dígitos

A análise por CAE a 3 dígitos permite observar que a distribuição dos projetos de investimento não é homogénea dentro da CAE a 2 dígitos, dado que existem CAE a 3 dígitos que se destacam claramente das restantes. Nesse sentido, nesta secção irá realizar-se uma análise por CAE a 3 dígitos que irá permitir identificar as CAE que incluem mais projetos de investimento.

Na secção anterior observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na CAE 55 - Alojamento e Restauração tendo sido executados nesta CAE 83,1% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994 a 2006. Uma análise por CAE a 3 dígitos permite registar que a distribuição dos projetos de investimento não é homogénea. Contudo, a análise da CAE a 3 dígitos permite referir que três CAE se destacam das restantes pelo número de projetos de investimento que foram executados no seu âmbito, nomeadamente a CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros que regista 28,8%, a CAE 553 - Restaurantes que absorve 23,9% e a CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas que compreende 23,6% do total de projetos. Contudo, a CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração apresenta uma concentração de projetos claramente inferior às restantes CAE inseridas na CAE 55, registando 6,8% do total de projetos. Esta situação deve-se a um menor investimento neste tipo de alojamento por parte do setor privado do turismo.

Tabela VI.9.2.1 Número de projetos por NUT II segundo a CAE a 3 dígitos

PROJECTOS POR NUT II SEGUNDO A CAE A 3 DÍGITOS										
CAE	NORTE	CENTRO	LVT	ALENTEJO	ALGARVE	AÇORES	MADERA	NÃO REGV	MULTI-CONG	TOTAL
CAE 000	1,0%	0,5%	0,9%	1,2%	1,9%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	1,0%
CAE 551	18,2%	29,2%	28,0%	30,8%	41,9%	48,8%	59,0%	0,0%	25,0%	28,8%
CAE 552	9,2%	6,9%	3,1%	11,5%	3,8%	4,6%	3,0%	0,0%	0,0%	6,8%
CAE 553	26,4%	27,0%	25,3%	21,3%	19,2%	17,4%	15,7%	0,0%	0,0%	23,9%
CAE 554	33,3%	24,0%	17,5%	26,9%	10,6%	11,6%	9,7%	0,0%	25,0%	23,6%
CAE 630	0,4%	0,2%	0,9%	0,4%	0,5%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,5%
CAE 633	3,8%	1,5%	5,4%	0,8%	3,4%	0,0%	0,7%	0,0%	37,5%	3,1%
CAE 751	1,8%	3,4%	7,6%	2,4%	1,0%	1,2%	0,0%	26,7%	0,0%	3,2%
CAE 777	0,4%	0,7%	1,4%	0,8%	1,9%	3,5%	1,5%	66,0%	12,5%	1,4%
CAE 888	0,9%	2,2%	3,4%	0,4%	1,9%	1,2%	0,7%	6,7%	0,0%	1,7%
CAE 923	1,4%	0,7%	0,7%	0,0%	0,5%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
CAE 926	1,8%	2,5%	4,0%	3,1%	9,6%	7,0%	4,5%	0,0%	0,0%	3,5%
CAE 927	1,4%	1,2%	1,8%	0,4%	3,8%	3,5%	2,2%	0,0%	0,0%	1,7%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Refira-se também que ao nível da CAE 92, a análise por CAE a 3 dígitos permite observar uma maior concentração de projetos ao nível da CAE 926 - Atividades desportivas que regista 3,5% do total de projetos em contraponto aos 1,7% registados na CAE 927 - Outras atividades recreativas e aos 0,8% registados na CAE 923 - Outras atividades artísticas e de espetáculo. Relativamente à CAE 63 - Atividades anexas e auxiliares dos transportes; agências de viagem e de turismo, regista-se uma forte concentração de projetos na CAE 633 - Agências de viagem e

de turismo que absorve 3,1% do total de projetos (que corresponde à quase totalidade de projetos realizados na CAE 63).

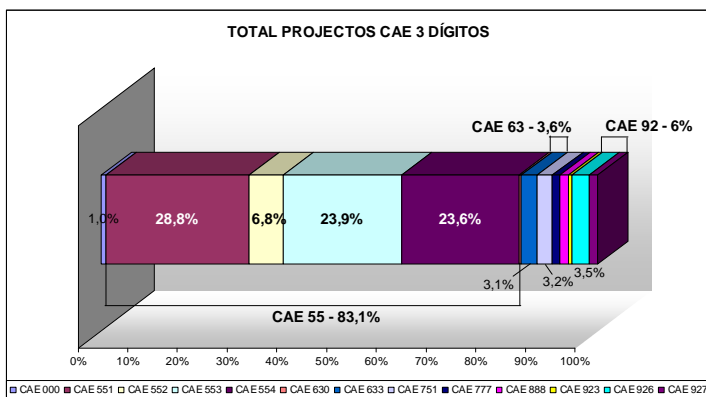


Gráfico VI.9.2.1 Número total de projetos por CAE a 3 dígitos

Conforme já foi referido, a análise da CAE a 3 dígitos permite evidenciar as principais CAE onde se registaram o maior número de projetos de

investimento na área do turismo. Assim sendo, registam-se 3 níveis de importância que correspondem ao peso de cada CAE no total de projetos realizados. O primeiro nível que representa 76,3% do total de projetos inclui a CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros (28,8%), a CAE 553 - Restaurantes (23,9%) e a CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas (23,6%).

O segundo nível inclui unicamente a CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração que representa 6,8% do total de projetos. E o terceiro nível que regista 9,7% do total de projetos, inclui a CAE 633 - Agências de viagem e de turismo (3,1%), a CAE 751 - Administração pública em geral, económica e social (3,2%) e a CAE 926 - Atividades desportivas (3,5%).

A análise de dados permite concluir que os projetos de investimento realizados na área do turismo no período de 1994 a 2006 concentram-se na quase totalidade em 7 CAE a 3 dígitos principais, das quais 4 se centram na área do alojamento e restauração, uma na área das agências de viagem e turismo, uma na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, e, uma outra CAE que representa parte do investimento do setor público no turismo.

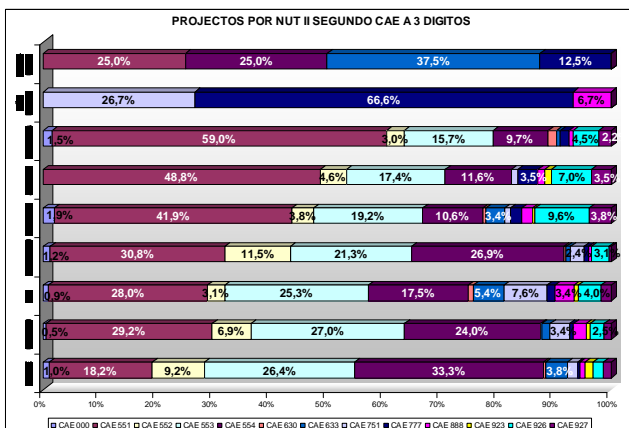


Gráfico VI.9.2.2 N.º projetos por NUT II segundo CAE a 3 dígitos

Na região Norte observa-se uma forte concentração de projetos na CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, tendo sido realizados nesta CAE 33,3% do total de projetos da região Norte.

Regista-se também uma concentração de projetos na CAE 553 - Restauração responsável pela execução de 26,4% do total de projetos realizados nesta NUT II. Daqui se observa que mais de 50% do total de projetos realizados na região Norte foram executados na área da restauração e bebidas. Conclui-se que a **HI 6.9.2.1** *'Na região Norte, a maior parte dos projetos de investimento concentram-se na área da restauração e bebidas'* é **verdadeira**.

Na área do alojamento, 27,4% do total de projetos realizam-se na NUT II Norte, sendo que 18,2% na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e 9,2% na CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração. Esta situação vem demonstrar que nesta região 87,1% do total de projetos realizam-se na área do Alojamento e da Restauração. Para além disso, observa-se uma ligeira concentração de projetos na CAE 633 - Agências de viagem e de turismo onde se realizam 3,8% do total de projetos.

Na região Centro regista-se uma grande concentração de projetos ao nível de 3 CAE principais, que apresentam valores percentuais em termos de projetos de investimento muito próximos, a CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros que regista 29,2%, a CAE 553 - Restaurantes que absorve 27% e a CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas onde foram executados 24% do total de projetos realizados nesta região.

Regista-se que nestas CAE realizam-se 80,2% do total de projetos. Em termos de área de investimento, observa-se uma vez mais que é na área da Restauração que se realizam mais projetos num total de 52%, tendo a área do Alojamento registado 36,1% do total de projetos realizados nesta região. Observa-se também, alguma concentração de projetos na CAE 751 - Administração Pública em geral, económica e social (3,4%) e na CAE 926 - Atividades desportivas (2,5%). Daqui se infere que a **HI 6.9.2.2** *'Na região Centro, regista-se uma grande concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas'* é **verdadeira**.

A região de LVT regista também uma forte concentração de projetos ao nível das CAE enunciadas nos pontos anteriores, verificando-se a principal concentração de projetos na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros (28%) e na CAE 553 - Restaurantes (25,3%). A CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas também regista uma elevada concentração de projetos de investimento, contudo de menor dimensão que as CAE referidas anteriormente, registando 17,5% do total de projetos realizados nesta região. Uma vez mais, a área da restauração

registra a maior percentagem de execução de projetos (42,8%), posicionando-se a área do alojamento logo a seguir com 31,1%.

Nesta região, regista-se em termos percentuais um maior volume de projetos na CAE 633 - Agências de viagem e de turismo (5,4%) e na CAE 926 - Atividades desportivas (4%), comparativamente às restantes regiões analisadas. Para além disso, observa-se uma maior dinâmica de execução de projetos na CAE 751 - Administração pública em geral, económica e social (7,6%) comparativamente ao peso desta CAE nas restantes regiões NUT II analisadas. Conclui-se que a **HI 6.9.2.3** *'A região de LVT regista uma concentração relevante de projetos de investimento na área do alojamento'* é **verdadeira**.

A região do Alentejo regista uma elevada concentração de projetos na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros tendo executado 30,8% do total de projetos, o que considerando também o número de projetos realizados na CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração eleva o peso do setor do Alojamento nesta região para 42,3% do total de projetos.

Contudo, apesar do crescimento percentual da área do alojamento, a restauração, no conjunto das duas CAE, continua a registar os valores percentuais mais elevados. Refira-se que a CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas regista 26,9% do total de projetos e a CAE 553 - Restaurantes regista 21,3%, o que em termos totais representa 48,2% do total de projetos realizados nesta região. As restantes CAE consideradas na análise apresentam valores pouco significativos, destacando-se contudo a CAE 926 - Atividades desportivas que regista 3,1% do total de projetos realizados nesta região. Daqui se infere que a **HI 6.9.2.4** *'A região do Alentejo concentra a maior parte dos projetos de investimento nas áreas do alojamento e restauração'* é **verdadeira**.

É ao nível da região do Algarve que se observa uma alteração em termos da importância do subsector onde se concentram mais projetos de investimento. De facto, nesta região o peso percentual dos projetos de investimento realizados na área do alojamento são claramente superiores aos investimentos realizados nas outras CAE. Veja-se que na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros realizaram-se 41,9% do total de projetos, tendo-se executado na CAE 552 - Parques de Campismo e outros locais de alojamento de curta duração 3,8% do total de projetos da região.

Para além disso, em termos totais a área do alojamento nesta região representa 45,7% do total de projetos, enquanto que a área da restauração, em termos totais, representa 29,8%, em que a CAE 553 - Restaurantes regista 19,2% e a CAE 554 - Estabelecimento de bebidas regista 10,6%. Conclui-se que a **HI 6.9.2.5 'A região do Algarve concentra grande parte dos projetos de investimento na área do alojamento' é verdadeira.**

Refira-se também uma considerável concentração de projetos na CAE 926 - Atividades desportivas que representa 9,6% do total de projetos realizados nesta região. Considerando também os projetos realizados na CAE 927 - Outras atividades recreativas (3,1%) a área das atividades recreativas, culturais e desportivas representa 13,4% do total de projetos realizados nesta região.

A região dos Açores regista uma forte concentração de projetos de investimento na área do Alojamento, representando em termos totais 53,4% do total de projetos realizados nesta área, em que se observa uma maior dinâmica de execução de projetos ao nível da CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros (48,8%) comparativamente ao número de projetos executados na CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração (4,6%).

Nesta região, a área da restauração é também uma das áreas onde se regista maior investimento, representando em termos totais 29% do total de projetos. Foram executados mais investimentos na CAE 553 - Restaurantes (17,4%) do que na CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, que registou 11,6% do total de projetos. Refira-se também a importância dos projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas que representa em termos totais 10,5%, tendo-se registado na CAE 926 - Atividades desportivas 7% dos projetos e na CAE 927 - Outras atividades recreativas 3,5%. Conclui-se que a **HI 6.9.2.6 'Na região dos Açores, os projetos de investimento na área do alojamento direcionam-se para a melhoria da qualidade da oferta' é verdadeira.**

Relativamente à região da Madeira, a importância do número de projetos realizados na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros é muito elevada, registando 59% do total de projetos, o que considerando também os projetos realizados na CAE 552 - parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração (3%) representa um total de 62% de projetos realizados na área do alojamento. Na área da restauração o número de projetos realizados é claramente inferior registando em termos totais 25,4% do total de projetos. Nesta área, o número de projetos realizados na CAE 553 - Restaurantes é superior ao verificado na CAE 554 -

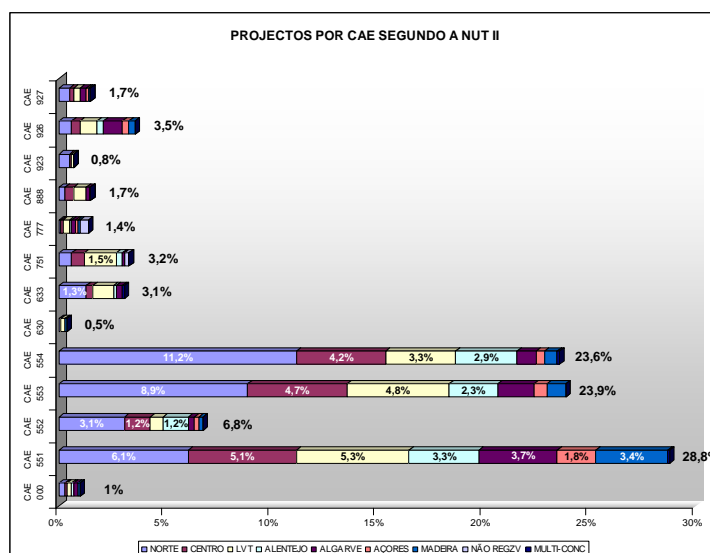
Estabelecimento de bebidas, registando, respetivamente, 15,7% para 9,7%. Daqui se infere que a HI 6.9.2.7 ‘A região da Madeira regista uma elevada concentração de projetos de investimento na área do alojamento, direcionados principalmente para a melhoria da qualidade da oferta’ é verdadeira.

Nesta região denota-se também alguma concentração de projetos na área do recreio e do desporto, contudo, o peso percentual registado é inferior ao verificado noutras regiões, nomeadamente a região do Algarve e dos Açores. No entanto, esta área regista na CAE 926 - Atividades desportivas 4,5% e na CAE 927 - Outras atividades recreativas 2,2% do total de projetos realizados nesta região. A análise de dados permite concluir que a HI 6.9.2.8 ‘As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma concentração relevante de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas’ é verdadeira.

Os projetos considerados como Não regionalizável são projetos realizados, principalmente, na CAE 751 - administração pública em geral, económica e social (26,7%), e nas CAE agrupadas e denominadas de CAE 777 (66,6%) e CAE 888 (6,7%). Relativamente aos projetos realizados em Multiconcelhos, observa-se que 37,5% são realizados na CAE 633 - Agências de viagem e de turismo, 25% na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e 25% na CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas. Para além disso, refira-se que 6,7% dos projetos de investimento foram inseridos na CAE agrupada denominada de CAE 888.

Gráfico VI.9.2.3 N.º projetos por CAE segundo a NUT II (valores absolutos)

Observa-se que as CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros (28,8%), CAE 553 - Restaurantes (23,9%) e CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas (23,6%) absorvem 76,3% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Estas 3



CAE constituem-se como as 3 principais áreas de investimento das empresas do setor do turismo.

Considerando também a CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, e efetuando uma análise por subsetor, observa-se que o subsetor da Restauração, constituído pelas CAE 553 e CAE 554 regista o maior volume de projetos de investimento (47,5%), e o subsetor do alojamento, constituído pelas CAE 551 e CAE 552 executa 35,6% do total de projetos. Refira-se que em conjunto, os dois subsectores representam 83,1% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

A CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros regista uma distribuição equilibrada dos projetos de investimento pelas várias NUT II que compõem o território nacional. Deve-se contudo destacar as regiões NUT II Norte, LVT e Centro que registam respetivamente 6,1%, 5,3% e 5,1% do total de projetos realizados nesta CAE (28,8%). As restantes regiões NUT II apresentam também uma considerável concentração de projetos de investimento nesta CAE, a região do Algarve inclui 3,7%, a região da Madeira engloba 3,4% e a região do Alentejo concentra 3,3%.

No que se refere à CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, que inclui 6,8% do total de projetos, observa-se uma elevada concentração de projetos de investimento na região Norte (3,1%), na região do Alentejo (1,2%) e na região Centro (1,2%). Conclui-se que a **HI 6.9.2.9** ‘Os projetos de investimento realizados na área do alojamento nas regiões de LVT, Algarve e Madeira concentram-se principalmente na melhoria da qualidade da oferta’ é **verdadeira**.

Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas concentram 23,9% dos projetos na CAE 553 – Restaurantes e 23,6% dos projetos na CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas. Observa-se uma atuação semelhante entre as várias regiões NUT II no que se refere ao número de projetos de investimento realizados em cada subsetor.

A CAE 553 – Restaurantes integra 8,9% dos projetos de investimento na região Norte, 4,9% na região de LVT e 4,7% na região Centro, enquanto que a CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas concentra 11,2% dos projetos de investimento na região Norte, 3,3% na região de LVT e 4,2% na região Centro. Refira-se também que esta proximidade em termos do número de projetos de investimento se verifica ao nível das restantes regiões NUT II. Daqui se infere que a **HI 6.9.2.10** ‘Os projetos de investimento executados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e Centro’ é **verdadeira**.

A análise de dados permite também observar a existência de um outro conjunto de CAE, que apresentam um menor peso percentual comparativamente às CAE analisadas anteriormente, mas que se constituem de alguma importância em termos do número de projetos de investimento, e para o setor do turismo em particular. Estas CAE representam outros dois subsetores do turismo, a CAE 633 - Agências de viagem e de turismo que representa o subsetor das Agências de viagem e operadores turísticos, e as CAE 926 - Atividades desportivas, CAE 923 - Outras atividades artísticas e de espetáculo e a CAE 927 - Outras atividades recreativas que representam o subsetor do recreio, cultura e desporto.

Conforme já foi referido, a CAE 633 – Agências de viagem e de turismo inclui projetos de investimento realizados nas regiões NUT II Norte e LVT, que representam respetivamente 1,3% e 1% do total de projetos realizados nesta CAE (3,1%). Observa-se também a execução de alguns projetos de investimento nas regiões NUT II Centro (0,3%), Algarve (0,3%) e Alentejo (0,1%). Assim sendo, conclui-se que a *HI 6.9.2.11 'Os projetos de investimento realizados na CAE 633 – Agências de viagem e de turismo, concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e LVT'* é **verdadeira**, dado que estas são também as áreas onde se localizam um maior número de empresas da área do turismo incluídas nesta CAE.

A CAE 751 - Administração pública em geral, económica e social representa 3,2% do total de projetos realizados no período de 1994-2006, e em que 50% dos projetos realizados nesta CAE foram executados na região de LVT. Conforme já foi referido anteriormente esta CAE representa os projetos realizados pelo setor público do turismo, tendo a maior parte dos projetos sido executados pela administração central do turismo.

A CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas detém 8% do total de projetos de investimento realizados, divididos por três CAE a 3 dígitos, a CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo (0,8%), a CAE 926 – Atividades desportivas (3,5%) e a CAE 927 – Outras atividades recreativas (1,7%), sendo de destacar a concentração de projetos de investimento na CAE 926 comparativamente às restantes.

A análise de dados permite observar que os projetos de investimento realizados na CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo registam uma maior concentração na região NUT II Norte (0,5% para um total de 0,8%) comparativamente às restantes regiões NUT II. Relativamente à CAE 927 – Outras atividades recreativas observa-se uma maior distribuição dos projetos de investimento, contudo, incidindo principalmente nas regiões NUT II Norte

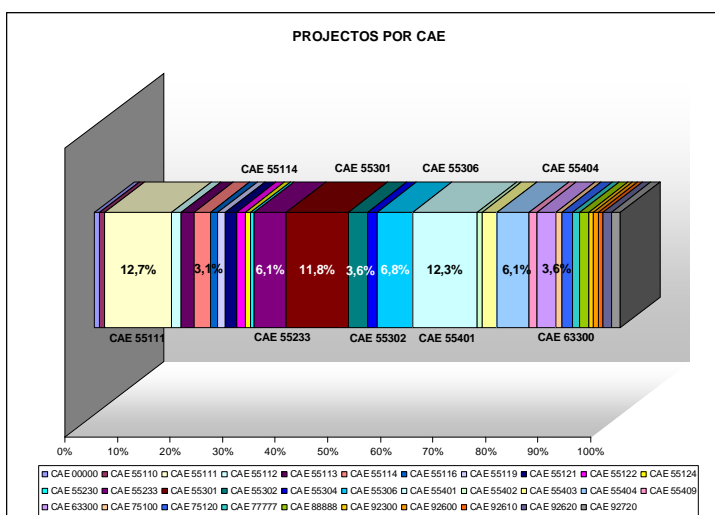
(0,5%), LVT (0,3%) e Algarve (0,3%). No que se refere à CAE 926 – Atividades desportivas, regista-se uma maior concentração de projetos de investimento ao nível das regiões NUT II do Algarve (0,9%), de LVT (0,8%) e Norte (0,6%). Conclui-se que a **HI 6.9.2.12** ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam diferentes concentrações por NUT II dependendo da CAE a 3 dígitos onde se integram’ é **verdadeira**.

VI.9.3 Investimento por NUT II segundo a CAE a 5 Dígitos

A análise por CAE a 5 dígitos pretende analisar com rigor quais as áreas de atividade concretas onde se realizam os projetos de investimento da área do turismo no período de 1994-2006. O gráfico VI.6.3.1.1 permite registar uma grande diversidade de áreas de investimento onde foram executados projetos no período de 1994-2006. Contudo, nem todas as áreas de atividade apresentam a mesma importância, dado que cada uma representa um conjunto de projetos. A identificação das principais áreas de investimento irá, posteriormente, permitir uma análise mais fina/pormenorizada ao conjunto de projetos realizados nessas CAE, não sendo tão importante analisar as áreas de atividade que absorvem apenas um número muito reduzido de projetos.

Gráfico VI.9.3.1 Número total de projetos por CAE a 5 dígitos

Observa-se uma elevada concentração em 3 CAE principais, a CAE 55111 - Hotéis com restaurante (12,7%), a CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (11,8%) e a CAE 55401 - Cafés (12,3%), que em



conjunto absorvem 36,8% do total de projetos realizados no período de 1994 a 2006. Regista-se também uma concentração importante de projetos nas CAE55233 - Turismo no espaço rural (6,1%), CAE 55306 - Restaurantes, n.e. (6,8%) e na CAE 55404 - Casas de chá e pastelaria (6,1%), que representam 19% do total de projetos de investimento realizados.

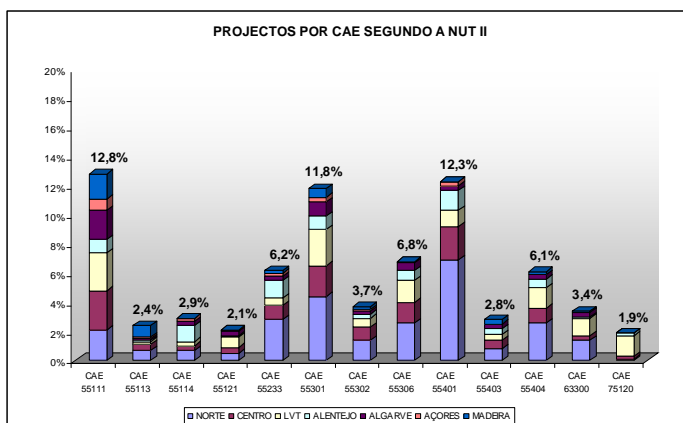


Gráfico VI.9.3.2 N.º projetos por CAE a 5 dígitos segundo a NUT II

Numa menor dimensão relativamente às CAE analisadas, mas que importa também referir, dada a concentração de projetos que se verifica nessas CAE,

ressaltam em termos de análise mais 3 CAE, a CAE 55114 - Pousadas com restaurante (3,1%), a CAE 55302 -Restaurantes com lugares ao balcão (3,6%) e a CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo (3,6%), que representam 10,3% do total de projetos. As CAE identificadas, constituem-se como as CAE que registam um maior valor percentual de projetos de todas as CAE analisadas. Em termos totais, as 9 CAE identificadas representam 66,1% do total de projetos.

No entanto, considera-se importante que haja uma maior representatividade de projetos, nesse sentido, nas análises seguintes irá considerar-se um outro grupo de CAE que regista valores percentuais muito próximos, a saber, a CAE 55113 - Estalagens com restaurante (2,4%), a CAE 55121 - Hotéis sem restaurante (2,1%), a CAE 55403 - Bares (2,9%) e a CAE 75120 - Administração pública - atividades sociais e culturais, exceto segurança social obrigatória (2%). Em conjunto, as 4 CAE representam 9,4% do total de projetos. Assim sendo, e considerando as CAE selecionadas para análise observa-se que estas representam 75,5% do total de projetos realizados no período de 1994-2006.

Uma análise global aos dados permite registar que a quase totalidade das CAE selecionadas, considerando o valor percentual em termos de realização de projetos, se concentram na área do Alojamento e Restauração, que em conjunto representam 69,9% dos 75,5% dos projetos em análise. Esta situação é demonstrativa da importância que ambos os subsectores representam no setor do turismo, e em particular no que se refere ao investimento no setor do turismo. Exceção feita à CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo que absorveu 3,4% do total de projetos, e a CAE 75120 - administração pública - atividades sociais e culturais, exceto segurança social onde foram executados 1,9% do total de projetos.

Considerando uma análise por subsector de investimento, observa-se que o subsector da restauração e bebidas é responsável pela realização de 43,5% (de um total de 75,5%),

constituindo-se como a principal área de investimento do turismo no período de 1994-2006. Refira-se também que não se registam diferenças significativas em termos de investimento entre a área da restauração e a área dos estabelecimentos de bebidas, dado que a diferença observada na distribuição do número de projetos não é significativa, a área da restauração registou 22,2% de projetos e a área dos estabelecimentos de bebidas absorveu 21,3%.

O subsetor do alojamento representa 26,4% de 75,5% dos projetos realizados, que representa 1/3 do total de projetos. Refira-se que a quase totalidade dos projetos realizados neste subsetor se centram nas CAE ligadas à hotelaria tradicional e representam 20,2% em 75,5% dos projetos, sendo os restantes absorvidos pela CAE 55233 - Turismo no espaço rural, que representa 6,2% num total de 75,5% dos projetos.

A análise do gráfico que se segue tem por base o conjunto das principais CAE identificadas, e enunciadas nos parágrafos anteriores. Como se pode observar as CAE selecionadas para análise representam um elevado número de projetos em cada uma das regiões NUT II. Refira-se que na região Norte representam 80,4%, na região Centro 77,7%, na região de LVT 76%, na região do Alentejo 75,2%, na região do Algarve 65,4%, na região dos Açores 59,4% e na região da Madeira 73%.

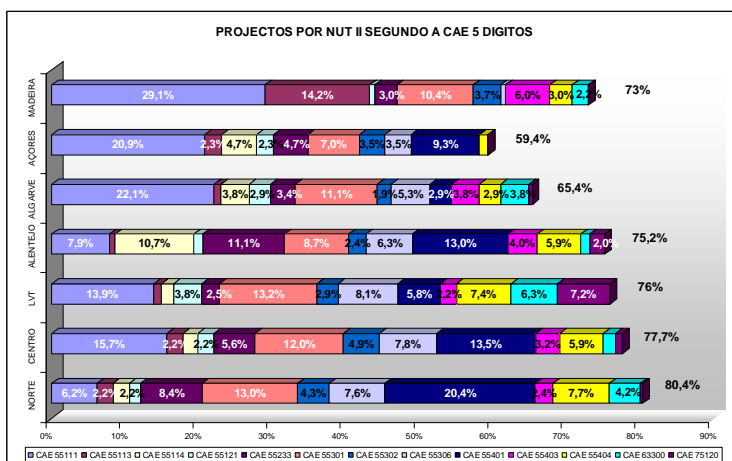


Gráfico VI.9.3.3 N.º projetos por NUT II segundo a CAE 5 dígitos (valores relativos)

Na região Norte, observa-se uma elevada concentração de projetos na CAE 55401 - Cafés que regista 20,4% do total de projetos, e em que a CAE 55301 - Restaurantes de tipo

tradicional se constitui como a 2.ª CAE mais representativa nesta região absorvendo 13% do total de projetos. Refira-se que as CAE incluídas no subsetor da Restauração e Bebidas representam mais de 55% do total de projetos realizados nesta região, em que as CAE mais representativas deste subsetor são também as CAE mais representativas na região Norte.

Relativamente ao subsetor do alojamento observa-se que este representa em termos percentuais menos de metade do subsetor da restauração e bebidas, ou seja 20,5%. No subsetor do alojamento as CAE mais representativas são a CAE 55233 - Turismo no espaço rural (8,4%) e a CAE 55111 - Hotéis com restaurante (6,2%). Observa-se também alguma concentração de projetos ao nível da CAE 63300 – Agências de viagem e de turismo que registam 4,2% do total de projetos realizados nesta região no período em análise. Conclui-se que a **HI 6.9.3.1** *‘Na região NUT II Norte regista-se uma elevada concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas para a melhoria da qualidade da oferta’ é verdadeira.*

Na região Centro observa-se uma maior distribuição dos projetos de investimento, concentrando-se principalmente em 3 CAE. A CAE 55111 - Hotéis com restaurante (15,7%), a CAE 55401 - Cafés (13,5%) e a CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (13%), que registam em conjunto 42,2% do total de projetos executados nesta região. Refira-se também que o subsetor da restauração e bebidas concentra grande parte dos projetos de investimento realizados (47,3%), destacando-se principalmente os projetos executados ao nível da CAE 55401 - Cafés (13,5%) e a CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (12%). O subsetor do alojamento representa 27,7% do total de projetos executados na região destacando-se neste setor os investimentos efetuados na CAE 55111 - Hotéis com restaurante (15,7%). Daqui se conclui que a **HI 6.9.3.2** *‘Na região Centro regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas para a melhoria da qualidade da oferta’ é verdadeira.*

A região de LVT apresenta uma elevada concentração de projetos na CAE 55111 - Hotéis com restaurante (13,9%) e na CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (13,2%). O subsetor da restauração e bebidas mantêm-se como a principal atividade em termos de projetos de investimento, registando 39,6% do total de projetos. Nesta área refira-se a importância da CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (13,2%), da CAE 55306 - Restaurantes, n. e. (8,1%), da CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias (7,4%), e da CAE 55401 - Cafés (5,8%), que representam no total 34,5%. O subsetor do alojamento representa 22,9% do total de projetos, destacando-se nesta área a CAE 55111 - Hotéis com restaurante (13,9%). Daqui se infere que a **HI 6.9.3.3** *‘Na região de LVT os projetos de investimento realizados demonstram uma aposta na melhoria e qualificação da oferta’ é verdadeira.*

Gráfico VI.9.3.4 N.º projetos por NUT II segundo a CAE a 5 dígitos (valores absolutos)

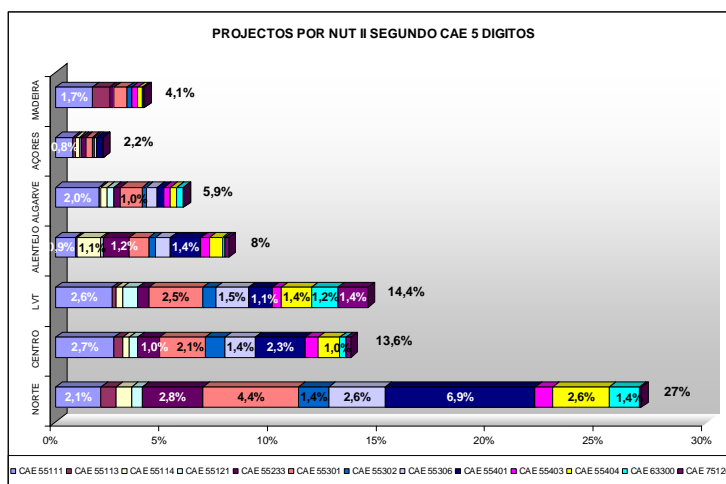
Refira-se também ao nível da região de LVT a importância demonstrada por outras duas CAE, a CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo que absorve 6,3% do total de projetos realizados nesta região,

e que representa um subsetor muito importante da área do turismo, o subsetor das agências de viagem e operadores turísticos. Refira-se também o elevado valor percentual registado pela CAE 75120 - Administração pública - atividades sociais e culturais, exceto segurança social obrigatória (7,2%), onde se inserem os projetos de investimentos realizados pela administração pública do turismo.

A região do Alentejo muito uniforme entre diversas CAE consideradas na análise. Evidencia-se o número de projetos realizados nas CAE 55401 - Cafés (13%), CAE 55233 - Turismo no espaço rural (11,1%), e na CAE 55114 - Pousadas com restaurante (10,7%) que em conjunto representam 34,8% do total de projetos. Nesta região, observa-se uma maior concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas, contudo a diferença para o subsetor do alojamento já não é tão significativa.

A área da restauração e bebidas representa 40,3% do total de projetos evidenciando-se neste subsetor as CAE 55401 - Cafés (13%), a CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (8,7%) e a CAE 55306 - Restaurantes, n.e. (6,3%) que representam em conjunto 28% do total de projetos. O subsetor do alojamento apresenta também concentração de investimentos ao nível de 3 CAE. A CAE 55233 - Turismo no espaço rural (11,1%), a CAE 55114 - Pousadas com restaurante (10,7%) e a CAE 55111 - Hotéis com restaurante (7,9%), que representam um total de 29,7%. Conclui-se que a **HI 6.9.3.4 'Na região do Alentejo, observa-se uma maior diversificação por subsetor nos projetos de investimento realizados' é verdadeira.**

Na região do Algarve observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na CAE 55111 - Hotéis com restaurante (22,1%) e na CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (11,1%), que em conjunto representam 33,2% do total de projetos realizados nesta região. A



análise por subsetores permite também verificar que o subsetor do alojamento concentra o maior número de projetos de investimento registando 33,2% do total de projetos realizados.

Neste subsetor destaca-se principalmente a CAE 55111, sendo que as restantes CAE da área do alojamento apresentam valores percentuais de menor dimensão entre os 3% e os 4%. O subsetor da restauração e bebidas absorve 27,9% do total de projetos, destacando aqui as CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional (11,1%) e a CAE 55306 - Restaurantes, n.e. (5,3%). Refira-se também que nesta região a CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo demonstram alguma dinâmica sendo responsáveis pela execução de 3,8% do total de projetos. Daqui se conclui que a **HI 6.9.3.5** *'Na região do Algarve regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior'* é **verdadeira**.

A região dos Açores regista uma forte concentração de projetos de investimento na CAE 55111 - Hotéis com restaurante (20,9%), que representa 1/5 do total de projetos realizados nesta região. Por subsetores, denota-se uma maior concentração de projetos na área do alojamento registando 34,9% do total de projetos e onde se destaca, principalmente, e conforme já referido, a CAE 55111, sendo que as restantes CAE que integram este subsetor registam valores percentuais pouco significativos, destacando-se apenas as CAE 55114 - Pousadas com restaurante (4,7%) e a CAE 55233 - Turismo no espaço rural (4,7%).

O subsetor da restauração e bebidas absorve 24,5% do total de projetos, onde se observa algum equilíbrio em termos de número de projetos nas CAE que integram esta área. A CAE 55401 - Cafés regista 9,3% e a CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional absorve 7% do total de projetos. Refira-se que a restauração é responsável pela execução de um maior número de projetos comparativamente à área das bebidas, na medida em que a área da restauração representa 14% do total de projetos, e a área das bebidas representa 9,3%. Daqui se infere que a **HI 6.9.3.6** *'A região dos Açores regista uma maior diversificação de projetos de investimento principalmente no subsetor do alojamento'* é **verdadeira**.

Na região da Madeira observa-se uma fortíssima concentração de projetos de investimento ao nível do subsetor alojamento. As CAE mais representativas nesta região centram-se na área do alojamento, nomeadamente a CAE 55111 - Hotéis com restaurante (29,1%), a CAE 55113 - Estalagens com restaurante (14,2%). Os investimentos realizados no subsetor do alojamento representam 47% do total de projetos realizados nesta região, sendo que os investimentos

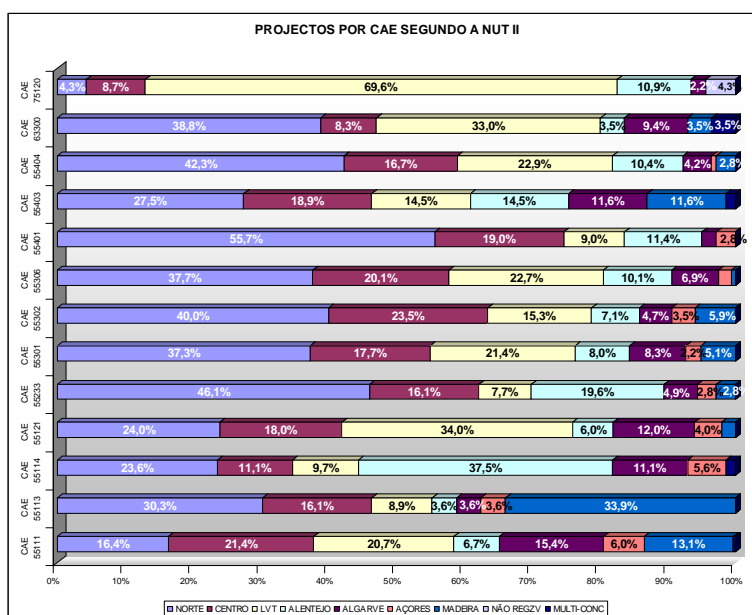
realizados no subsetor da restauração e bebidas atingem os 23,8%. Nesta área destacam-se as CAE 55301 -Restaurantes de tipo tradicional (10,4%) e a CAE 55403 - Bares (6%). Refira-se que a área da restauração concentra mais projetos de investimento (14,1%) comparativamente à área das bebidas que registam 9% do total de projetos. Observa-se também uma ligeira concentração de projetos ao nível da CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo que registam 2,2% do total de projetos realizados no período em análise. Conclui-se que a **HI 6.9.3.7** ‘Na região da Madeira, a maior parte dos projetos de investimento são realizados na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior’ é **verdadeira**.

VI.9.3.1 Subsetor do Alojamento

A CAE 55111 - Hotéis com restaurante representa 12,7% do total de projetos realizados no período de 1994-2006, constituindo-se como a principal CAE em termos de projetos de investimento. A análise do gráfico permite observar que os principais investimentos nesta CAE ocorreram nas regiões NUT II do Centro (21,4%) e de LVT (20,7%) que representam 42,1% do total de projetos realizados nesta CAE. No entanto, regista-se também uma concentração de investimentos, de menor dimensão, nas regiões do Norte (16,4%), Algarve (15,4%) e Madeira (13,1%), que em conjunto representam 44,9%. As regiões do Alentejo e dos Açores apresentam taxas de realização de projetos nesta CAE baixos, entre os 6% e os 7%.

Gráfico VI.9.3.1.1 N.º projetos por CAE a 5 dígitos segundo a NUT II (valores relativos)

A CAE 55113 - Estalagens com restaurante representa 2,4% do total de projetos para o período em análise. Observa-se uma elevada concentração de projetos na região Norte (30,3%) e na região da Madeira (33,9%), em conjunto as duas regiões



representam 64,2% do total de projetos realizados nesta CAE. A região Centro apresenta uma taxa de realização de projetos nesta CAE inferior, contudo regista ainda 16,1% dos projetos. As

restantes regiões NUT II consideradas apresentam valores pouco significativos em termos de execução de projetos.

A CAE 55114 - Pousadas com restaurante absorve 3,1% do total de projetos realizados. Observa-se uma forte concentração de projetos realizados nesta CAE, ao nível de duas regiões NUT II principais, a região do Alentejo (37,5%) e a região Norte (23,6%), em conjunto estas duas regiões representam 61,1% do total de projetos realizados nesta CAE. Regista-se também alguma concentração de projetos de menor dimensão nas regiões NUT II Centro (11,1%), Algarve (11,1%) e LVT (9,7%) que representam 31,9%. A região dos Açores apresenta um valor relativamente baixo (5,6%), não se registando projetos nesta CAE na região da Madeira.

A CAE 55121 - Hotéis sem restaurante regista 2,1% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observa-se uma elevada concentração de projetos na região de LVT (34%), e também na região Norte (24%), apesar de substancialmente inferior. Regista-se também um razoável número de projetos nas regiões Centro (18%) e do Algarve (12%). As regiões do Alentejo, dos Açores e da Madeira apresentam valores percentuais inferiores registando, respetivamente, 6%, 4% e 2%.

A CAE 55121 - Hotéis sem restaurante regista 2,1% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observa-se uma elevada concentração de projetos na região de LVT (34%), e também na região Norte (24%), apesar de substancialmente inferior. Regista-se também um razoável número de projetos nas regiões Centro (18%) e do Algarve (12%). As regiões do Alentejo, dos Açores e da Madeira apresentam valores percentuais inferiores registando, respetivamente, 6%, 4% e 2%.

A CAE 55233 - Turismo no espaço rural representa 6,1% do total de projetos realizados no período em análise. Regista-se uma forte concentração de projetos realizados na região Norte (46,1%) constituindo-se como a principal região NUT II na concretização de projetos de investimento no turismo em espaço rural. Observa-se alguma concentração de projetos nas regiões Centro (16,1%) e Alentejo (19,6%) que em conjunto representam 35,7% do total de projetos. As restantes regiões NUT II consideradas apresentam valores percentuais de concretização de projetos relativamente baixos, sendo que se destaca a região de LVT com 7,7%, e as outras regiões Algarve (4,9%), Açores (2,8%) e Madeira (2,8%) apresentam ainda valores inferiores.

Em termos de síntese, demonstra-se que o investimento realizado na área do alojamento concentra-se, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior, sendo que os projetos de investimento localizam-se maioritariamente nas regiões de LVT, do Algarve e da Madeira. Assim sendo, conclui-se que a **HI 6.9.3.1.1** *‘Os projetos de investimento realizados no subsetor do alojamento concentram-se maioritariamente nas regiões consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal e apostam na melhoria da qualidade da oferta’* é **verdadeira**.

Denota-se algum esforço na diversificação da oferta de alojamento, nomeadamente nos investimentos realizados nas CAE 55113 – Estalagens com restaurante, CAE 55114 – Pousadas com restaurante, CAE 55233 – Turismo no espaço rural, contudo sem a importância atribuída aos projetos de investimento realizados na hotelaria de qualidade superior. Esta aposta na diversificação concentra-se, principalmente, nas regiões NUT II do Norte e do Alentejo. Daqui se infere que a **HI 6.9.3.1.2** *‘Os projetos de investimento centrados na diversificação da oferta de alojamento concentram-se, principalmente, nas áreas menos desenvolvidas turisticamente’* é **verdadeira**.

VI.9.3.2 Subsetor da Restauração e bebidas

A CAE 55301 - Restaurantes de tipo tradicional absorveu 11,8% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Regista-se uma elevada concentração de projetos na região Norte (37,3%) sendo considerada como a região NUT II que mais projetos de investimento realizaram nesta CAE. Observa-se também concentração de projetos ao nível das regiões de LVT (21,4%) e do Centro (17,7%). Em termos totais estas três regiões representam 76,4% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões analisadas apresentam valores percentuais inferiores, destacando-se ligeiramente as regiões do Algarve (8,3%) e do Alentejo (8%), sendo que as regiões da Madeira (5,1%) e dos Açores (2,2%) apresentam valores inferiores.

A CAE 55302 - Restaurantes com lugares ao balcão absorve 3,6% do total de projetos realizados no período em análise. Destaca-se nesta CAE a região Norte que executou 40% do total de projetos realizados nesta CAE, constituindo-se como a principal região NUT II em termos de investimento. A região Centro e a região de LVT registam alguma concentração de projetos, respetivamente 23,5% e 15,3%. As outras regiões consideradas na análise apresentam valores percentuais pouco significativos, destacando-se a região da Madeira com

5,9%. As regiões do Algarve (4,7%) e dos Açores (3,5%) apresentam valores percentuais ainda mais baixos.

A CAE 55306 - Restaurantes, n.e., representa 6,8% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na região Norte (37,7%), destacando-se claramente das restantes regiões NUT II. Para além disso, observa-se uma concentração de projetos nas regiões de LVT (22,7%) e Centro (20,1%). Em conjunto, as três regiões referidas absorvem 80,5% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões não apresentam valores percentuais significativos, destacando-se das restantes, as regiões do Alentejo (10,1%) e do Algarve (6,9%).

A CAE 55401 - Cafés constitui-se como uma das principais CAE, na medida em que é a 2.ª CAE onde se realizaram mais projetos no período em análise, registando 12,3%. Nesta CAE observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na região Norte (55,7%) sendo a principal região onde foram executados projetos desta CAE. A região Centro também se destaca das restantes regiões absorvendo 19% do total de projetos desta CAE, contudo, claramente inferior ao valor registado na região Norte. Observa-se também alguma concentração de projetos de investimento nas regiões de LVT (9%) e Alentejo (11,4%), não se registando valores significativos ao nível das restantes regiões NUT II. Não se observam investimentos nesta CAE na região da Madeira.

A CAE 55403 - Bares representa 2,9% do total de projetos realizados no período de 1994-2006. Nesta CAE verifica-se uma distribuição uniforme dos projetos de investimento realizados pelas diversas regiões NUT II, destacando-se apenas a região Norte que regista 27,5% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões apresentam valores percentuais muito próximos, a região Centro absorve 18,9%, as regiões de LVT e do Alentejo registam ambas 14,5%, e as regiões do Algarve e da madeira absorvem ambas 11,6%, não se verificando projetos de investimento na região dos Açores.

A CAE 55404 - Casas de chá e pastelarias representa 6,1% do total de projetos realizados no período em análise. Nesta CAE observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na região Norte (42,3%) destacando-se claramente das restantes regiões NUT II em termos de projetos realizados nesta CAE. Observa-se também alguma concentração de projetos nas regiões de LVT (22,9%) e do Centro (16,7%), sendo que nas restantes regiões destaca-se apenas a região do Alentejo que absorve 10,4% do total de projetos. As regiões do

Algarve (4,2%), dos Açores (%) e da Madeira (2,8%) apresentam valores residuais comparativamente às restantes NUT II.

Como síntese pode referir-se que os projetos de investimento realizados no subsetor da restauração e bebidas, concentram-se maioritariamente nas regiões NUT II Norte e Centro. A aposta na diversificação da oferta que se observa neste subsetor centra-se também nas regiões NUT II do Norte e do Centro, registando-se contudo um número de projetos relevante ao nível da região NUT II de LVT. Daqui se infere que a **HI 6.9.3.2.1** *‘Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas centrados na diversificação da qualidade da oferta, localizam-se principalmente nas regiões menos desenvolvidas turisticamente’* é **verdadeira**.

VI.9.3.3 Subsetor das agências de viagem e de turismo

A CAE 63300 - Agências de viagem e de turismo representa 3,6% do total de projetos de investimento, destacando-se pelo facto de representar um dos principais subsectores do turismo, as Agências de viagem e os Operadores turísticos. Nesta CAE ressaltam os projetos de investimento realizados nas regiões Norte (38,8%) e LVT (33%), absorvendo em conjunto 71,8% do total de projetos realizados nesta CAE.

Refira-se ainda a ligeira concentração de projetos que se observa nas regiões do Algarve (9,4%) e do Centro (8,3%), claramente inferior aos números apresentados nas regiões Norte e de LVT, mas superiores aos verificados nas restantes regiões NUT II. As regiões do Alentejo e Madeira registam cada uma 3,5% do total de projetos, não se verificando investimento nesta CAE na região dos Açores. Refira-se ainda os projetos realizados em multiconcelhos que nesta CAE representam 3,5% do total de projetos realizados. Daqui se infere que a **HI 6.9.2.11** anterior é **verdadeira** e se comprova também na CAE a 5 dígitos.

VI.9.3.4 Administração pública do turismo

A CAE 75120 - Administração pública - atividades sociais e culturais, exceto segurança social representa 2% do total de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. Observa-se uma forte concentração de projetos de investimento na região de LVT que absorve

69,6% do total de projetos realizados nesta CAE. As restantes regiões em análise apresentam valores percentuais claramente inferiores, destacando-se no entanto, as regiões do Alentejo (10,9%) e Centro (8,7%).

Relativamente às regiões Norte (4,3%), e Algarve (2,2%) apresentam valores muito baixos praticamente residuais. Não se registam projetos desta CAE nas regiões dos Açores e da Madeira. Observa-se ainda que 4,3% do total de projetos realizados nesta CAE são considerados como Não regionalizável. Os projetos de investimento realizados nesta CAE são executados principalmente por Regiões de Turismo e pelo Fundo de Turismo, registando-se também alguns projetos de investimento realizados por Câmaras Municipais. Conclui-se que a **HI 6.9.3.4.1 ‘Os projetos de investimento realizados pela administração pública do turismo concentram-se maioritariamente na região NUT II de LVT’ é verdadeira.**

VI.9.3.5 Atividades recreativas, culturais e desportivas

Os projetos inseridos na CAE 92600 representam aqueles projetos onde não existe informação relativamente à CAE a 5 dígitos, sendo apenas possível efetuar a análise para a CAE a 3 dígitos. Contudo, observa-se uma maior concentração dos projetos realizados na CAE 926 nas regiões de LVT (30,5%) e dos Açores (26,1%). A região do Algarve apresenta também alguma dinâmica de realização de projetos nesta CAE (17,4%), podendo referir-se o mesmo para as regiões do Alentejo (8,7%) e Madeira (8,7%).

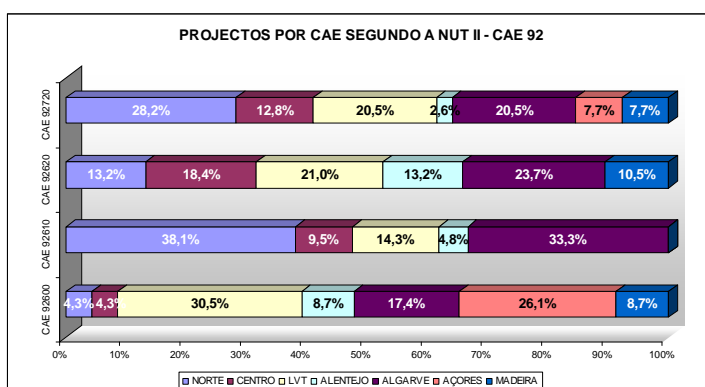


Gráfico VI.9.3.5.1 Número projetos por CAE segundo a NUT II – CAE 92

As regiões Norte e Centro apresentam ambas 4,3% do total de projetos da CAE 926. Refira-se que esta situação não é muito importante em termos de

análise dado que se depreende o tipo de investimento que se realizou, centrado nas atividades desportivas (CAE 926), não se conseguindo apenas definir se foi realizado o investimento ao nível da CAE 92610 - Gestão das instalações desportivas ou de CAE 92620 - Outras atividades desportivas.

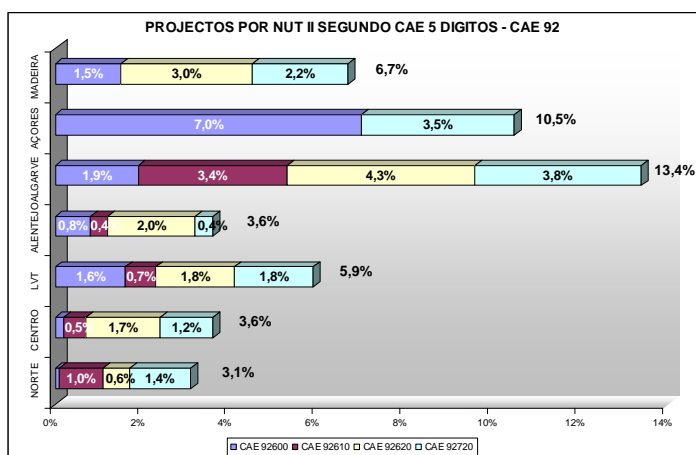
A análise do gráfico permite registar que a maior parte dos projetos de investimento realizados na CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas ocorrem, principalmente na região Norte (38,1%) e na região do Algarve (33,3%). Estas duas regiões são responsáveis pela execução de 71,4% do total de projetos executados nesta CAE. A região de LVT e a região Centro realizaram 14,3% e 9,5%, respetivamente do total de projetos da CAE 92610, tendo a região do Alentejo executado 4,8%.

Os projetos realizados na CAE 92620 apresentam uma distribuição mais uniforme por região NUT II. Ressaltam os projetos realizados nesta CAE nas regiões do Algarve (23,7%), na região de LVT (21%) e na região Centro (18,4%). As regiões NUT II do Norte e do Alentejo executaram ambas 13,2% do total de projetos da CAE, tendo a região da Madeira realizado 10,5%.

Relativamente à CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e., observa-se uma maior taxa de concretização de projetos nas regiões Norte (28,2%), LVT (20,5%) e Algarve (20,5%). A região Centro regista 12,8% do total de projetos, e as regiões dos Açores e da Madeira registam ambas, 7,7% do total de projetos, sendo a região do Alentejo aquela que menos projetos concretizaram nesta CAE (2,6%).

Gráfico VI.9.3.5.2 N.º projetos por NUT II segundo CAE 5 dígitos –CAE 92

A análise do peso da CAE 92 a dígitos e da sua desagregação a 5 dígitos por NUT II pretende apresentar o peso da CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas em cada NUT II analisada, e de qual a importância



atribuída a estes tipos de investimentos por parte do setor privado do turismo. Uma análise global permite observar uma maior importância desta CAE ao nível das regiões NUT II do Algarve e dos Açores, que registam, respetivamente, 13,4% e 10,5% do total de projetos de cada NUT II. Regista-se também, uma menor importância atribuída a esta área, face ao total registado em cada região NUT II, nas regiões Norte, Centro e Alentejo que registam, 3,1%, 3,6% e 3,6% do total de projetos.

A região do Algarve constitui-se como a região onde se observa um maior peso percentual de projetos executados na CAE 92, 13,4%. Uma análise pormenorizada permite referir que existe alguma uniformidade na distribuição dos projetos por cada CAE a 5 dígitos. A CAE 92620 - Outras atividades desportivas regista 4,3% do total de projetos, a CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e., 3,8% e a CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas, 3,4%. Contudo, observa-se uma maior concentração de projetos na CAE 926 - Atividades desportivas (7,7%), comparativamente à CAE 927 - Outras atividades recreativas (3,8%).

A região dos Açores, que se constitui como a 2.^a região onde se regista o maior valor percentual de realização de projetos na CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas, observa-se uma maior concentração de projetos ao nível da CAE 926 - Atividades desportivas (7%), sendo no entanto impossível referir quais as CAE a 5 dígitos onde se inserem dado que não existe informação relativamente a estes projetos. A CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e. absorve 3,5% do total de projetos realizados nesta região.

A região de LVT e a região do Algarve apresentam valores percentuais de realização de projetos na CAE 92, 5,9% e 6,7%, respetivamente. Nas duas regiões em análise, e tendo por base os projetos realizados na CAE 92 nas duas regiões, observa-se uma maior incidência de projetos ao nível das CAE 92620 - Outras atividades desportivas e da CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e., que absorvem 3,6% e 5,2% do total de projetos realizados na região de LVT e na região da Madeira. A região de LVT regista 1,8% de projetos em cada CAE referida e a região da Madeira absorve 3% dos projetos na CAE 92620 - Outras atividades desportivas e 2,2% na CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e..

Na região Norte realizaram-se 3,1% do total de projetos na CAE 92, sendo que as CAE mais representativas são a CAE 92720 - Outras atividades recreativas, n.e. (1,4%) e a CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas (1%), registando-se 0,6% dos projetos na CAE 92620 - Outras atividades desportivas. A região Centro apresenta sensivelmente a mesma situação, denotando-se uma ligeira concentração de projetos na CAE 92620 - Outras atividades desportivas (1,7%) e na CAE 92720 - Outras atividades recreativas (1,2%), sendo que a CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas regista apenas 0,5% do total de projetos realizados nesta região. A região do Alentejo apresenta também uma maior concentração de projetos na CAE 92620 - Outras atividades desportivas (2%), registando valores residuais ao nível das outras CAE em análise. Daqui se conclui que a **HI 6.9.3.5.1** *‘Os projetos de investimento*

realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se maioritariamente nos principais destinos turísticos em Portugal' é verdadeira.

VI.10 Conclusão

O período de investimento de 1994-2006 inclui a análise dos projetos de investimento realizados no período do II QCA de 1994-1999, e no período do III QCA de 2000-2006. A análise dos projetos de investimento permite concluir que no período do III QCA o número de projetos de investimento é claramente superior ao número de projetos realizados no período do II QCA, dado que $\frac{3}{4}$ dos projetos de investimento foram executados no período de 2000-2006 (Para cada projeto de investimento realizado no período de 1994-1999 foram executados 3 projetos de investimento no período de 2000-2006).

O subsetor do Alojamento e da Restauração concentra mais de 80% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, registando-se, no entanto, alguma concentração de projetos de investimento ao nível de outros subsetores que integram a estrutura do core do setor do turismo, nomeadamente o subsetor das agências de viagem e de turismo, e a área das atividades recreativas, culturais e desportivas.

A análise de dados realizada permite registar um crescimento em termos do número de projetos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA, nas várias CAE que representam os subsetores do turismo, alojamento e restauração, agências de viagem e de turismo, e atividades recreativas, culturais e desportivas. Para além disso, a análise das CAE a 5 dígitos que integram a estrutura do core do turismo, registam uma maior diversificação da oferta, na medida em que englobam a execução de projetos de investimento numa maior diversidade de atividades económicas.

Conclui-se que *entre o período do II QCA e o período do III QCA existe uma maior diversificação das áreas de investimento, nos vários subsetores do turismo*, na medida em que se registam um crescimento do número de projetos de investimento, crescimento esse que se reflete na execução de projetos numa maior diversidade de atividades económicas integradas nos subsetores que pertencem ao core do setor do turismo.

O crescimento registado no número de projetos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA verifica-se nas várias dimensões de empresa, na medida em que se observa um crescimento do número de projetos executados ao nível das empresas de pequena e micro dimensão e das empresas de média e grande dimensão entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006.

A investigação realizada permite também observar que apesar do crescimento do número de projetos de investimento se verificar ao nível das várias dimensões de empresa, são as empresas de pequena e micro dimensão que registam um crescimento mais acentuado, sendo responsáveis pela execução de 90% dos projetos de investimento realizados no período de 2000-2006, comparativamente aos 54% dos projetos executados no período de 1994-1999.

Por sua vez, as empresas de média e grande dimensão, apesar de terem registado uma diminuição em termos percentuais, o número de projetos de investimento realizado por estas empresas regista um crescimento entre o II QCA e o III QCA. Assim sendo, **conclui-se que o número de projetos de investimento aumenta nas várias dimensões de empresa, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, principalmente ao nível das empresas de pequena e micro dimensão.**

A deslocalização do investimento das áreas mais desenvolvidas turisticamente é uma outra questão abordada nesta investigação. No período de 1994-1999, o número de projetos de investimento por NUT II concentra-se preferencialmente na região NUT II de LVT, registando-se um equilíbrio em termos do número de projetos entre as regiões mais desenvolvidas turisticamente (LVT, Algarve e Madeira) e as regiões NUT II onde o desenvolvimento do turismo é ainda incipiente (Norte, Centro, Alentejo e Açores). Contudo, na análise por NUT III, este equilíbrio registado no período de 1994-1999 desvanece-se, na medida em que os principais destinos turísticos destacam-se claramente das restantes regiões NUT III em termos do número de projetos.

No período de 2000-2006, a análise por NUT II permite já registar uma maior concentração de projetos de investimento, principalmente, nas regiões NUT II Norte e Centro, que em conjunto apresentam um número de projetos de investimento (56,2%) superior às regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira (28%). Na análise por NUT III, apesar de a diferença não ser tão evidente como à que se verifica no período de 1994-1999, os principais destinos turísticos em Portugal, Grande Lisboa (7,4%), Algarve (8,1%) e Madeira (3,7%) rivalizam em termos do número de

projetos de investimento, com algumas regiões NUT III localizadas na região Norte, como o Minho-Lima (8,6%) e Alto Trás-os-Montes (7%). **Conclui-se que existe uma maior desconcentração territorial dos projetos de investimento executados entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006.**

As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução de mais de 80% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, e concentram um elevado número de projetos, principalmente, na área do alojamento e da restauração, constituindo-se como as dimensões de empresa que mais projetos de investimento realizam neste subsetor.

Esta concentração regista-se maioritariamente na área da restauração e bebidas, no entanto, são também as empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais projetos de investimento na área do alojamento, mesmo não sendo nas áreas que se centram na melhoria da oferta de alojamento, registando-se neste subsetor uma menor diferença em termos do número de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão comparativamente às empresas de média e grande dimensão.

Na área das agências de viagens e de turismo regista-se também uma elevada concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão. Situação que já não se verifica na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, onde se observa um maior equilíbrio em termos do número de projetos de investimento realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão relativamente aos projetos executados pelas empresas de média e grande dimensão. Esta investigação permite **concluir que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os seus investimentos nos subsectores tradicionais da área do turismo (alojamento, restauração e agências de viagens).**

Outra questão particularmente importante prende-se com as áreas onde se concentram os projetos de investimento realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão e as áreas onde se localizam maioritariamente os projetos de investimento realizados pelas empresas de média e grande dimensão.

A análise de dados realizada permite aferir que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os projetos de investimento que realizam nas regiões NUT II do Norte e Centro, sendo nestas regiões e também na região NUT II do Alentejo onde se registam as percentagens mais elevadas de projetos realizados por empresas de pequena e micro

dimensão, dado que nas restantes regiões a concentração de projetos realizados por empresas de pequena e micro dimensão não é tão acentuada, apesar de serem estas empresas aquelas que registam um maior número de projetos de investimento.

Contrariamente as empresas de média e grande dimensão realizam maioritariamente os seus projetos de investimento nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira, regiões consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal, sendo que estas regiões registam uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento pelas várias dimensões de empresa.

A análise realizada por NUT III permite confirmar o que foi referido anteriormente, dado que as regiões NUT III que se caracterizam por possuir um maior desenvolvimento do turismo apresentam uma maior concentração de projetos de investimento executados por empresas de média e grande dimensão (verificando-se uma distribuição mais equilibrada dos projetos de investimento pelas várias dimensões de empresa consideradas) comparativamente às regiões NUT III menos desenvolvidas turisticamente.

As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento do turismo registam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão. Esta situação permite demonstrar que ***as empresas de pequena e micro dimensão concentram grande parte dos seus projetos de investimento nas áreas menos desenvolvidas turisticamente enquanto que as empresas de média e grande dimensão registam uma maior concentração de projetos de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal.***

No que se refere à análise das atividades económicas que registam uma maior concentração de projetos de investimento por NUT II, conclui-se que os subsectores do alojamento e restauração incluem a maior parte dos projetos de investimento realizados por NUT II. Nas regiões NUT II do Norte e Centro regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas, em que a principal aposta centra-se na diversificação da qualidade da oferta.

Nas regiões NUT II do Alentejo e Açores que se constituem como as regiões que apresentam o menor índice de desenvolvimento turístico comparativamente às restantes regiões NUT II, observa-se uma maior diversificação de projetos de investimento, principalmente nos subsectores do alojamento e restauração. As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira,

consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal registam uma maior aposta na área do alojamento, e em que os projetos de investimento executados se centram preferencialmente na oferta de alojamento de qualidade superior.

Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas no período de 1994-2006 é praticamente residual, comparativamente ao número de projetos executados na área do alojamento e restauração. Contudo, denota-se uma enorme potencialidade para a realização de projetos de investimento nesta área ao nível das várias regiões NUT II.

Esta situação observa-se já no período de investimento em análise, em que os principais destinos turísticos em Portugal, LVT, Algarve e Madeira, registam uma concentração relevante de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas. Daqui se **conclui que os investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas é residual no período de 1994-2006, apesar de se observar alguma dinâmica de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal.**

CAPÍTULO VII

Análise e discussão de resultados II

VII.1 Introdução

Este capítulo pretende fornecer uma abordagem complementar às análises realizadas nos capítulos anteriores, analisar a base de dados numa perspetiva do próprio investimento, tendo como principal objetivo demonstrar que as dinâmicas de investimento podem variar segundo a dimensão da empresa, da atividade económica em que se insere, e da área geográfica onde se localiza.

Para isso, considera-se fundamental analisar a distribuição e as principais características do investimento realizado no setor do turismo em termos regionais e locais, o que permite identificar áreas de concentração de maior investimento em contraponto a áreas onde se observa uma menor dinâmica de investimento. Esta questão é particularmente importante para a definição e implementação de políticas de investimento para o setor do turismo, dado que permite entender em que áreas do território se deve atuar e quais as medidas de política mais adequadas que se devem implementar.

Numa perspetiva do investimento, outra questão central prende-se com a estrutura empresarial do setor do turismo e a maior ou menor capacidade de investimento demonstrada pelas várias dimensões de empresa. Nesse sentido, pretende-se caracterizar o investimento realizado no setor do turismo tendo por base a dimensão da empresa, ou seja, identificar as principais características inerentes ao investimento realizado por empresas de pequena e micro dimensão, o que permite identificar as suas especificidades para uma atuação adequada na definição de políticas de investimento que permitam alavancar o investimento realizado por estas empresas.

A análise do investimento por subsetor do turismo, tendo por base de análise a atividade económica onde esse investimento se insere, é outra questão central nesta investigação. O setor do turismo integra vários subsectores que se constituem como elementos centrais da cadeia de valor do setor (alojamento, restauração, agências de viagem e de turismo, atividades recreativas, culturais e desportivas), contudo, investir num determinado subsetor em detrimento de outro tem determinadas implicações que importa considerar. Nesse sentido, pretende-se neste capítulo, entender se o investimento realizado ao nível dos vários subsectores do turismo apresenta as mesmas características ou se diferem entre si. Refira-se que esta questão é particularmente importante para a própria definição da política do turismo, uma vez que face

às características inerentes a cada subsetor do turismo as medidas de política a adotar são com toda a certeza diferentes.

A base de dados dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 inclui uma diversidade de variáveis observável e já analisadas no capítulo anterior. Um dos conjuntos de variáveis aí representados inclui as variáveis numéricas que representam o conjunto de variáveis diretamente relacionadas com os projetos de investimento, a saber, investimento total, o investimento elegível, o incentivo e os postos de trabalho a criar.

A análise de dados realizada permitiu observar uma possível tendência de relação proporcional entre estas variáveis, contudo, não diretamente observável e por isso não totalmente confirmada. Nesse sentido, pretende-se avaliar na secção seguinte uma possível relação e/ou interligação entre estas variáveis numéricas que permita encontrar um número reduzido de fatores comuns não diretamente observáveis que resumam a informação presente nas variáveis originais.

VII.2 Interligação e proporcionalidade dos valores de investimento

Nesta investigação, o investimento no setor do turismo tem vindo a ser analisado segundo diversas perspetivas, seja pelo número de empresas, pelo número de projetos ou então considerando os valores de investimento, conforme se pretende analisar neste capítulo. Por sua vez, estas diferentes abordagens são analisadas segundo a dimensão da empresa, a atividade económica onde se integra e a localização geográfica do investimento.

A definição da política e estratégia para o setor do turismo pode e deve passar pela definição de medidas de política direcionadas para determinados vetores, seja para (i) uma dimensão específica de empresa considerando a estrutura empresarial do setor do turismo, (ii) para um determinado subsetor do turismo tendo por base as atividades económicas que integram a cadeia de valor do setor, ou então (iii) para a alavancagem e dinamização de um determinado território.

A estratégia definida pelo setor público para apoio à estrutura empresarial do setor do turismo deve definir concretamente medidas de política ao nível dessas vertentes. Contudo, deve-se também dar 'indicações' claras ao setor privado de quais as áreas de aposta em termos da

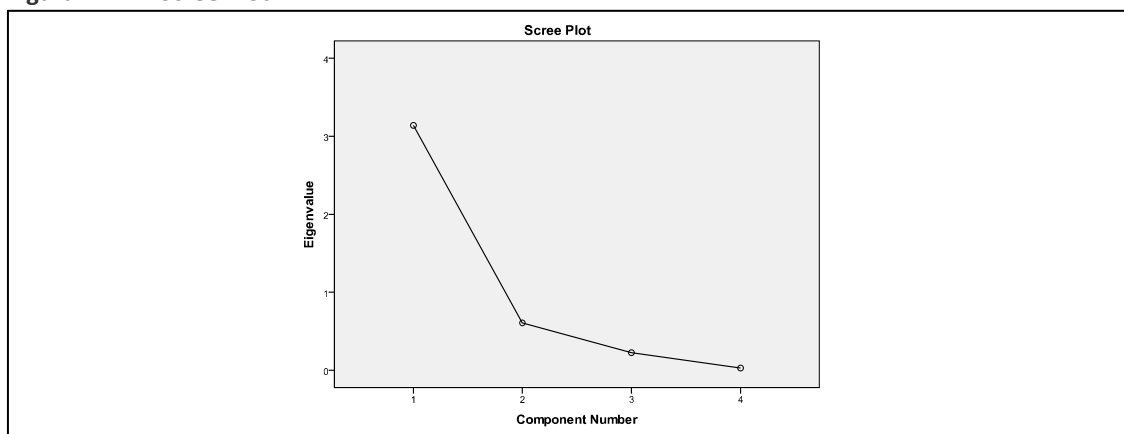
política do turismo e incentivar a estrutura empresarial a investir em determinadas áreas geográficas ou subsetor específico do turismo.

Uma outra forma de incentivar e direcionar o investimento do setor privado para áreas que se pretendem dinamizar, ou subsetores do turismo que se pretendem alavancar é através da majoração do incentivo atribuído por projeto. Nesse sentido, deve-se implementar medidas e políticas de financiamento discriminatórias que incentivem o investimento em determinadas áreas ou subsetores, ou então o setor privado irá continuar a investir de uma forma indiferenciada e independentemente de as áreas estarem saturadas ou não.

Nesta secção, pretende-se analisar a interligação entre o investimento total, o investimento elegível, o incentivo e o número de postos de trabalho a criar, e verificar se existe uma interligação e proporcionalidade entre eles, que permita considerar as questões referidas anteriormente. A técnica de análise de dados adotada permite analisar as relações estruturais existentes entre as variáveis referidas, e que de outra forma, podem passar despercebidas considerando o elevado número de variáveis em análise nesta investigação.

De acordo com Marôco (2010, pág. 487), «a Análise Fatorial (AF) é uma técnica de análise exploratória de dados que tem por objetivo descobrir e analisar a estrutura de um conjunto de variáveis inter-relacionadas de modo a construir uma escala de medida para fatores (intrínsecos) que de alguma forma (mais ou menos explícita) controlam as variáveis originais.»

Figura VII.2.1 Scree Plot



O método de rotação usado foi o método Varimax, que tem como objetivo obter uma estrutura fatorial onde apenas uma única variável original esteja fortemente associada com um único fator e pouco associada com os restantes fatores. Este método é aconselhável

quando se suspeita que não há um fator global onde todas as variáveis possuem pesos elevados. Todas as análises foram efetuadas com o software PASW Statistics (v. 18, SPSS Inc. Chicago, IL).

Depois de realizada a Análise Fatorial é fundamental saber qual o número mínimo de fatores que se deve reter de forma a representar e resumir, apropriadamente, a informação presente nas variáveis originais. O modelo assume que existe um número de fatores inferiores ao número de variáveis originais que são capazes de explicar uma percentagem elevada da variância total das variáveis originais.

As regras de *eigenvalue* superior a 1 e o *Scree plot* são geralmente utilizadas para decidir qual o número mínimo de fatores necessários para explicar uma proporção considerável da variância total das variáveis originais. A análise da figura VII.2.1 onde se representa o Scree Plot sugere que o número de fatores a reter é 2.

Tabela VII.2.1 KMO and Bartlett’s Test

KMO and Bartlett’s Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,624
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	10518,008
	df	6
	Sig.	,000

A tabela anterior, KMO and Bartlett’s Test, dá o valor do KMO e o teste de Bartlett. Sendo KMO= 0,624 a recomendação face à AF é medíocre. O teste de Esfericidade de Bartlett apresenta um p-value <0,001 pelo que rejeitamos H0 concluindo que as variáveis estão correlacionadas significativamente.

Tabela VII.2.2 Total Variance Explained

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,139	78,477	78,477	3,139	78,477	78,477	2,418	60,447	60,447
2	,606	15,158	93,635	,606	15,158	93,635	1,328	33,189	93,635
3	,227	5,663	99,298						
4	,028	,702	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

A tabela *Total variance explained* apresenta os valores próprios para cada fator e a percentagem de variância explicada. De acordo com a regra de retenção dos fatores com

valores próprios superiores a 1, foram retidos 2 fatores que explicam 93,6% da variabilidade total.

Figura VII.2.2 Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
Investimento total	,840	,435
Investimento elegível	,874	,460
Incentivo	,938	,131
Postos de trabalho a criar	,265	,954

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 3 iterations.

A tabela da *Rotated Component Matrix* permite concluir que das 4 variáveis numéricas analisadas (investimento total; investimento elegível; incentivo e postos de trabalho a criar) foram retidos 2 fatores, um dos quais integra todas as variáveis que se prendem com a questão dos valores de investimento (investimento total; investimento elegível; incentivo), e que demonstra que existe uma forte correlação entre essas variáveis. Conclui-se que a **HI 7.2.1** '*Regista-se uma interligação muito próxima entre os valores de investimento e de incentivo*' é **verdadeira**. Retendo um segundo fator, onde se inclui unicamente a variável postos de trabalho a criar o que evidencia uma independência desta variável relativamente às restantes variáveis numéricas em estudo. Daqui se infere que a **HI 7.2.2** '*Não se regista uma interligação direta entre os valores de investimento e o número de postos de trabalho a criar*' é **verdadeira**.

VII.3. Localização e principais características do investimento no setor do turismo ao nível regional e local

A análise da localização geográfica dos projetos de investimento realizados na área do turismo no período de 1994-2006 constitui-se como uma área central de análise para esta investigação. A localização geográfica dos projetos de investimento poderá derivar de um conjunto de questões, desde a localização do empreendimento (caso seja um investimento numa infraestrutura o equipamento), do destino em si (aposta em destinos emergentes ou consolidados), ou até da definição de áreas de investimento prioritárias nos instrumentos financeiros disponibilizados. Para além disso, ao analisar as áreas onde se concentram mais investimentos na área do turismo poderá dar também indicações sobre a dinâmica empresarial existente

nessas áreas e até mesmo na importância atribuída a esses destinos enquanto áreas de investimento no setor do turismo.

A localização geográfica dos projetos de investimento tem em atenção a divisão territorial em Portugal segundo a Resolução do Conselho de Ministros n.º 34/86 de 5 de maio que apresenta a primeira divisão por nomenclaturas de unidades territoriais (NUT), e em que a NUT II constitui-se como a divisão territorial regional, a NUT III refere-se à divisão territorial sub-regional e/ou supramunicipal, e a NUT IV representa a divisão territorial ao nível municipal. A opção por não considerar o decreto-lei n.º 244/2002 deve-se ao facto (ver secção no capítulo da metodologia que explica esta questão) de a alteração ter sido efetuada no decorrer da vigência do III QCA, e também tendo em atenção a lógica de divisão territorial existente neste momento com a ligação das NUT às Entidades Regionais de Turismo.

De forma a demonstrar que os investimentos realizados nos principais destinos turísticos são idênticos entre si, e que diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico procedeu-se a uma análise de clusters. Esta análise permite agrupar os investimentos realizados por NUT II, NUT III e Concelho em grupos semelhantes. Posteriormente, para cada grupo de clusters definido é feita uma caracterização dos clusters retidos, que permite identificar e enumerar características comuns a cada cluster.

A análise de clusters de acordo com a localização geográfica centra a sua atenção nas variáveis incluídas no grupo território (*nut_ii*; *nut_iii*; *concelho*) tendo por base na análise os dados incluídos no grupo investimento (*inv_tot*; *inv_eleg*; *inctv*; *p_trab*). De forma a realizar esta análise é efetuada uma transformação da base de dados, uma vez que esta apresentava os dados segundo o número de projetos de investimento tendo sido transformada para apresentar os dados por concelho.

Ou seja, em termos práticos os sujeitos deixaram de ser os projetos de investimento para serem os concelhos onde se realizam investimentos na área do turismo no período de 1994-2006, tendo-se procedido aos somatórios dos vários projetos de investimento realizados em cada concelho, que divididos pelo número de projetos realizados em cada um, permite obter os valores médios de investimento por concelho e por projeto.

VII.3.1 Distribuição e principais características do investimento por NUT II

O papel desempenhado pelas regiões e a importância que lhes tem vindo a ser atribuída, não só em termos de política e de investimento, mas também em termos de crescimento e desenvolvimento tem vindo a refletir-se num maior interesse em termos de investigação científica, conforme já observado no capítulo II. De facto, a estrutura regional pode e deve vir a desempenhar um papel de alavancagem em termos de crescimento e desenvolvimento dos países que posteriormente se irá refletir numa melhoria das condições de vida das populações.

Considerando os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 é fundamental analisar a capacidade de investimento demonstrada pelas empresas e/ou entidades por NUT II, o que nos permite identificar áreas que registem uma grande dinâmica e elevada capacidade de investimento, em contraponto a outras áreas que possam estar ainda numa fase de desenvolvimento incipiente e que apresentem algumas fragilidades e dificuldades estruturais em termos da sua estrutura e dinâmica empresarial.

Nesse sentido, e tendo por base a informação disponível é efetuada uma análise de clusters por NUT II, considerando as variáveis numéricas em estudo, o que permite identificar agrupamentos de regiões que demonstrem similaridades em termos de investimento, de acordo com as variáveis investimento total e elegível, de captação de incentivo, tendo por base a variável incentivo, e na criação de emprego, considerando a variável postos de trabalho a criar.

Tabela VII.3.1.1 Cluster por NUT II

NUTII_String						
Cluster Number of Case			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	Valid	N2_1	1	25,0	25,0	25,0
		N2_2	1	25,0	25,0	50,0
		N2_3	1	25,0	25,0	75,0
		N2_4	1	25,0	25,0	100,0
		Total	4	100,0	100,0	
2	Valid	N2_5	1	33,3	33,3	33,3
		N2_6	1	33,3	33,3	66,7
		N2_7	1	33,3	33,3	100,0
		Total	3	100,0	100,0	
3	Valid	N2_8	1	100,0	100,0	100,0
4	Valid	N2_9	1	100,0	100,0	100,0

A análise de clusters por NUT II integra todas as regiões NUT II (Norte; Centro; LVT; Alentejo; Algarve; Açores e Madeira) e os itens Não regionalizável e Multiconcelhos. A análise inicial definiu 4 clusters, tendo isolado dois sujeitos, um em cada cluster, repartindo os restantes sujeitos por dois clusters.

O cluster 1 integra as regiões NUT II Norte, Centro, LVT e Alentejo, o cluster 2 agrega as regiões NUT II do Algarve, Açores e Madeira. O cluster 3 isola o sujeito Não regionalizável e o cluster 4 o sujeito Multiconcelhos. Tendo em atenção o agrupamento de sujeitos definido, e considerando os sujeitos *Não regionalizável* e *Multiconcelhos* como outliers, e tendo por base as características dos projetos de investimento que integram estes itens, recomenda-se a retirada de ambos da análise. Nesse sentido, deve-se ter em atenção que todas as análises posteriores são realizadas não considerando os dois sujeitos, *Não regionalizável* e *Multiconcelhos*.

VII.3.1.1. Concentração do investimento por NUT II – Síntese

Para cada variável numérica foi realizada uma análise de clusters que define um agrupamento de sujeitos (NUT II) tendo por base a variável numérica em questão. Esta análise individual permite identificar atuações similares entre regiões NUT II e agrupá-las, ou seja, independentemente da variável em questão, é possível identificar agrupamento de sujeitos que adotam uma atuação similar.

Tabela VII.3.1.1.1 Matriz Síntese análise clusters por NUT II

ANÁLISE DE CLUSTERS - TIPO DE ANÁLISE							
id	conc	n_proj	all_variables	inv_total	inv_eleg	incentv	p_trab
1	NORTE	799	1	1	1	1	1
2	CENTRO	411	1	1	1	1	1
3	LVT	456	1	3	1	1	1
4	ALENTEJO	257	1	1	1	1	1
5	ALGARVE	212	2	3	2	2	2
6	AÇORES	86	2	2	2	2	2
7	MADEIRA	142	2	2	2	2	2

A análise pormenorizada da matriz síntese permitiu a seleção de 4 agrupamentos de sujeitos que apresentam características de atuação idênticas, e que, independentemente da variável em análise integram o mesmo agrupamento de cluster. A análise realizada permitiu identificar os agrupamentos de clusters que se apresentam na figura VII.3.1.1.1.

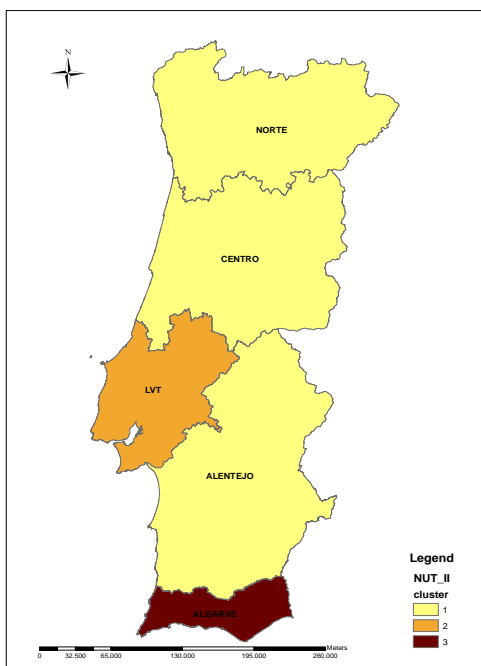


Figura VII.3.1.1.1 Clusters por NUT II

Observa-se que as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo, independentemente da variável que estiver a ser considerada, integram sempre o mesmo cluster, o que demonstra similaridades de atuação entre estas regiões NUT II em termos de capacidade de investimento realizado, de incentivo atribuído e de criação de postos de trabalho. Refira-se também o caso das regiões NUT II dos Açores e da Madeira. De facto estas regiões para além de integrarem, para qualquer análise o mesmo cluster, demonstrando assim que apresentam semelhanças

em termos de atuação ao nível das variáveis em estudo, registam também uma clara diferença e afastamento entre aquilo que são as ligações com as restantes NUT II do continente, situação que demonstra uma clara diferença em termos de investimento, incentivo e criação de emprego. Assim sendo esta investigação permite concluir que a HI 7.3.1.1.1 ‘As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam características similares em termos de investimento’ é verdadeira.

CLUSTER POR NUT II			
designação cluster	1	2	3
cluster total	Norte Centro LVT Alentejo	Algarve Açores Madeira	
cluster inv_total	Norte Centro Alentejo	Açores Madeira	LVT Algarve
cluster inv_eleg	Norte Centro LVT Alentejo	Algarve Açores Madeira	
cluster inctv	Norte Centro LVT Alentejo	Algarve Açores Madeira	
cluster p_trab	Norte Centro LVT Alentejo	Algarve Açores Madeira	

Tabela VII.3.1.1.2 Clusters por NUT II – Matriz Síntese

As regiões NUT II de LVT e do Algarve apresentam algumas similaridades com os clusters anteriores, nomeadamente a região NUT II de LVT com o cluster que inclui as regiões

NUT II do Norte, Centro e Alentejo, e a região NUT II do Algarve com o cluster que integra as regiões dos Açores e da Madeira. No entanto, e conforme se pode observar na tabela VII.3.1.1.2 na análise de cluster tendo por base a variável investimento total, estas duas regiões (LVT e Algarve) formam um único cluster, o que reflete uma maior proximidade entre estas duas regiões em termos de investimento, mas claramente diferente no que se refere às variáveis investimento elegível, incentivo e postos de trabalho a criar.

A tabela VII.3.1.1.2 que apresenta a matriz síntese dos clusters por NUT II, permite concluir que as regiões NUT II do Norte, do Centro e do Alentejo apresentam similaridades e integram sempre o mesmo agrupamento, independentemente da variável em análise. O mesmo se verifica relativamente, às regiões NUT II dos Açores e da Madeira. Por sua vez, as regiões de LVT e do Algarve, registam diferentes tipos de atuação, dependendo da variável em questão. Apesar de cada região se aproximar em termos de atuação de clusters diferentes, integram o mesmo cluster aquando da análise tendo por base a variável investimento total.

VII.3.1.2 Análise integrada da distribuição do investimento por NUT II e suas principais características

A secção anterior permite obter uma síntese do investimento por NUT II, tendo para isso sido realizada uma análise conjunta às diversas análises de cluster realizadas de uma forma individualizada e integrada. Neste ponto, pretende-se retirar conclusões da análise integrada, que inclui todas as variáveis (inv_total; inv_eleg; inctv; p_trab), tendo para isso sido realizada uma análise de clusters, que irá permitir observar de que forma as diversas NUT II interagem e associam criando os agrupamentos de cluster.

Tabela VII.3.1.2.1 Tabela ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	1,068	1	,032	5	33,589	,002
Zscore: Média de inv_eleg	,926	1	,020	5	45,257	,001
Zscore: Média de inctv	,264	1	,006	5	44,653	,001
Zscore: Média de p_trab	,313	1	,007	5	44,255	,001

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado, tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means.

Tabela VII.3.1.2.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	1,068	1	1,068	33,589	,002
	Within Groups	,159	5	,032		
	Total	1,227	6			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	,926	1	,926	45,257	,001
	Within Groups	,102	5	,020		
	Total	1,028	6			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	,264	1	,264	44,653	,001
	Within Groups	,030	5	,006		
	Total	,294	6			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	,313	1	,313	44,255	,001
	Within Groups	,035	5	,007		
	Total	,348	6			

Para identificar quais as variáveis com maior importância nos clusters retidos, procedeu-se à análise estatística F da ANOVA dos clusters. O valor de F permite concluir que as variáveis *média de inv_eleg*, *média de incentv* e *média de p_trab* detêm o maior peso na definição dos clusters e a variável *média de inv_tot* é aquela que detêm menor importância na definição dos clusters. Daqui se infere que, para esta análise específica, as variáveis com maior importância na definição dos clusters são as variáveis média de investimento elegível, média de incentivo e média de postos de trabalho a criar.

Tabela VII.3.1.2.3 Clusters por NUT II

nut_ii						
Cluster	Number of Case	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
1	Valid Norte	1	25,0	25,0	25,0	
	Centro	1	25,0	25,0	50,0	
	LVT	1	25,0	25,0	75,0	
	Alentejo	1	25,0	25,0	100,0	
	Total	4	100,0	100,0		
2	Valid Algarve	1	33,3	33,3	33,3	
	Açores	1	33,3	33,3	66,7	
	Madeira	1	33,3	33,3	100,0	
	Total	3	100,0	100,0		

De acordo com o critério do R-Quadrado⁹ foram retidos 2 clusters que explicam 88,7% (R-sq= 0,88746) da variância total. A análise da tabela VII.3.1.2.3 permite observar que o primeiro

⁹ O valor do R-Quadrado obtém-se pela divisão entre a Soma dos Quadrados dos Clusters (SQC) e a Soma dos Quadrados Totais (SQT) para todas as variáveis.

cluster integra as regiões NUT II Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo e Alentejo, e o segundo cluster é composto pelas regiões NUT II do Algarve, Açores e Madeira.

O cluster 1 que inclui todas as regiões NUT II do continente com exceção da região NUT II do Algarve, engloba 1.923 projetos, e regista uma média de investimento total de 810.879,31 €, uma média de investimento elegível de 701.257,54 €, uma média de incentivo de 257.481,37 € e uma média de criação de postos de trabalho de 3,7.

Tabela VII.3.1.2.4 Caracterização dos clusters por NUT II

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT II - TODAS AS VARIÁVEIS									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1923	Norte	investimento total	810.879,31	3.486.517,77	145.329,76	77.712,71	145.329,76	433.019,57
		Centro	investimento elegível	701.257,54	2.503.140,88	140.132,28	73.363,19	140.132,28	406.034,00
		LVT	incentivo	257.481,37	858.721,49	59.846,00	29.783,16	59.846,00	159.537,00
		Alentejo	postos trabalho a criar	3,70	14,01	-	-	-	3,00
2	440	Algarve	investimento total	2.427.981,69	5.100.239,59	589.372,00	134.544,50	589.372,00	2.421.529,12
		Açores	investimento elegível	2.194.569,28	4.596.750,01	554.932,61	129.019,07	554.932,61	2.308.782,15
		Madeira	incentivo	810.177,10	1.460.302,74	220.610,62	52.741,47	220.610,62	963.599,50
			postos trabalho a criar	9,48	24,04	-	-	-	8,75

Este cluster regista uma média de investimento claramente inferior ao cluster 2, situação que se demonstra de uma forma objetiva através da análise dos percentis. Nessa análise, observa-se que 25% dos projetos inseridos no cluster 1, registam um investimento total inferior a 80.000 € e um incentivo inferior a 30.000 €. Considerando, 50% dos projetos, observa-se um aumento dos valores de investimento, contudo não ultrapassam os 150.000 € e aos quais corresponde um incentivo máximo próximo dos 60.000 €.

Considerando 75% dos projetos regista-se um aumento razoável do investimento total (433.019,57 €) e do incentivo (159.537,00 €), no entanto, mantêm-se valores inferiores aos registados no cluster 2 considerando 50% dos projetos de investimento. Em termos de número de postos de trabalho a criar refira-se que 75% dos projetos de investimento integrados neste cluster são responsáveis pela criação de 3 postos de trabalho cada, enquanto que 25% dos projetos incluídos neste cluster criam um valor superior de postos de trabalho.

O cluster 2 inclui 440 projetos de investimento realizados nas regiões NUT II do Algarve, Açores e Madeira. As médias de investimento consideradas neste cluster são claramente superiores aos valores registados no cluster 1. A média de investimento total é de 2.427.981,69 €, de investimento elegível 2.194.569,28 €, de incentivo 810.177,10, e de criação de postos de trabalho é de 9,48. Observa-se, contudo que, 25% dos projetos registam um valor de investimento total inferior a 135.000 € e um incentivo inferior a 55.000 €. Daqui se infere que

a **HI 7.3.1.2.1** *‘As regiões NUT II do Algarve e Madeira registam valores médios de investimento superiores às restantes regiões NUT II’* é **verdadeira**.

No entanto, ao realizar a análise para 50% dos projetos, observa-se que 220 registam um investimento superior a 590.000 € o que representa um incentivo superior a 220.000 €. Para o percentil 75, que inclui 330 projetos, estes registam um investimento até 2.421.529,12 €. Contudo, este facto permite também registar que 110 projetos apresentam um investimento total superior a este valor, o que representa um incentivo superior a 965.000 €, e um número de postos de trabalho a criar também superior a 8,75.

A mesma situação verifica-se ao nível da variável investimento elegível e incentivo. Os valores registados no cluster 2 (Algarve, Açores e Madeira) em cada uma das variáveis são sempre superiores aos valores registados no cluster 1 para as mesmas variáveis. Para a variável investimento elegível os valores apresentados no cluster 1 para a média e para o desvio padrão são, respetivamente, 701.257,54 € e 2 503.140,88 €, enquanto que para o cluster 2 são 2.194.569,28 € e 4.596.750,01 €.

Para a variável incentivo, a média (810.177,10 €) e o desvio padrão (1.460.302,74 €) registados no cluster 2 são superiores aos valores da média (257.481,37 €) e do desvio padrão (858.721,49 €) observados no cluster 1. Esta situação reflete também uma maior variabilidade nos valores de investimento executados no cluster 2, que integra as NUT II do Algarve, Açores e Madeira.

No caso da variável postos de trabalho a criar, os valores da média (9,48) e do desvio padrão (24,04) registados no cluster 2 são significativamente superiores aos valores da média (3,70) e do desvio padrão (14,01) observados no cluster 1, apesar de na análise fatorial não se demonstrar um elevado grau de dependência entre a variável postos de trabalho a criar e as variáveis diretamente ligadas ao investimento.

A análise realizada permite concluir que a **HI 7.3.1.2.2** *‘Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo registam os valores médios de investimento mais baixos comparativamente às restantes regiões NUT II’* é **verdadeira**, uma vez que os valores médios de investimento e a análise dos percentis comprovam esta questão, conforme se pode observar através da tabela VII.3.1.2.4.

VII.3.1.3 Análise individual da distribuição do investimento por NUT II e suas principais características

A análise de clusters realizada para cada variável numérica considerada individualmente permite constatar que não existem diferenças na definição dos agrupamentos de clusters no que se refere às variáveis média de investimento elegível, média de incentivo e média de postos de trabalho a criar. Para estas variáveis são definidos 2 clusters em que o cluster 1 integra as regiões NUT II, Norte, Centro, LVT e Alentejo, e o cluster 2 é composto pelas regiões NUT II do Algarve, dos Açores e da Madeira.

De acordo com o critério do R-Quadrado são definidos 2 clusters por cada uma das variáveis em análise, e em que os 2 clusters retidos para a variável média de investimento elegível explicam 90% ($R-sq=0,9004$) da variância total. Para a variável média de incentivo, os clusters definidos explicam, também, 90% ($R-sq=0,89936$) da variância total, e para a variável média dos postos de trabalho a criar explicam 89,8% ($R-sq=0,89848$).

Tabela VII.3.1.3.1 Caracterização dos clusters por NUT II – Inv. elegível, incentivo e postos trab. a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT II - INVESTIMENTO ELEGÍVEL, INCENTIVO, POSTOS TRABALHO A CRIAR									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1923	Norte	investimento total	810.879,31	3.486.517,77	145.329,76	77.712,71	145.329,76	433.019,57
		Centro	investimento elegível	701.257,54	2.503.140,88	140.132,28	73.363,19	140.132,28	406.034,00
		LVT	incentivo	257.481,37	858.721,49	59.846,00	29.783,16	59.846,00	159.537,00
		Alentejo	postos trabalho a criar	3,70	14,01	-	-	-	3,00
2	440	Algarve	investimento total	2.427.981,69	5.100.239,59	589.372,00	134.544,50	589.372,00	2.421.529,12
		Açores	investimento elegível	2.194.569,28	4.596.750,01	554.932,61	129.019,07	554.932,61	2.308.782,15
		Madeira	incentivo	810.177,10	1.460.302,74	220.610,62	52.741,47	220.610,62	963.599,50
			postos trabalho a criar	9,48	24,04	-	-	-	8,75

Ao efetuar uma análise individual da distribuição do investimento elegível, do incentivo e do número de postos de trabalho a criar por NUT II, observa-se que a análise de clusters define o mesmo agrupamento para cada uma das análises realizada individualmente, o que demonstra que não se registam variações na definição dos clusters tendo por base cada uma das variáveis analisadas individualmente.

O cluster 1 integra as regiões NUT II do Norte, Centro, LVT e Alentejo e absorve 1.923 projetos de investimento. Neste cluster a média de investimento total (810.879,31 €), a média de investimento elegível (701.257,54 €), a média de incentivo (257.481,37 €) e a média de postos de trabalho a criar (3,7) é claramente inferior aos valores observados no cluster 2, ao nível da média de investimento total (2.427.981,69 €), da média de investimento elegível (2.194.569,28 €), da média de incentivo (810.177,10 €) e da média de postos de trabalho a criar (9,48).

Na análise por percentis, observa-se que a diferença nos valores de investimento acentua-se principalmente a partir do percentil 50 e do percentil 75, dado que no percentil 25, apesar de os valores de investimento serem superiores no cluster 2 a diferença para o cluster 1 não é tão significativa. Mais, a análise da tabela VII.3.1.3.1 permite observar que 50% dos projetos de investimento realizados no cluster 1 registam valores similares a 25% dos projetos de investimento realizados no cluster 2. Conclui-se que a **HI 7.3.1.3.1** ‘As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo concentram maioritariamente projetos com menor volume de investimento’ é **verdadeira**.

A análise de clusters para a variável **média de investimento total** retém 3 clusters que explicam 94,5% (R-sq=0,9451) da variância total. Os clusters definidos agrupam as regiões NUT II da seguinte forma, no cluster 1 são agrupadas as regiões NUT II do Norte, do Centro e do Alentejo, o cluster 2 é composto pelas regiões NUT II dos Açores e da Madeira, enquanto que no cluster 3 são integradas as regiões NUT II de Lisboa e Vale do Tejo e do Algarve. Esta situação, demonstra que se observam diferenças significativas em termos de investimento total entre cada um dos clusters definidos, no entanto, dado que a variável média de investimento total é aquela que menos contribui para a formação dos clusters (aquando da análise de clusters com todas as variáveis) só é possível observar agora, na análise individual, esta questão.

Tabela VII.3.1.3.2 Caracterização dos clusters por NUT II – Investimento total

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT II - INVESTIMENTO TOTAL									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1467	Norte	investimento total	649.905,90	2.459.056,66	143.888,23	77.154,06	143.888,23	382.287,00
		Centro	investimento elegível	601.397,13	2.250.502,23	138.416,42	72.640,00	138.416,42	366.083,00
		Alentejo	incentivo	228.570,23	680.029,26	59.486,64	29.364,23	59.486,64	140.810,65
			postos trabalho a criar	3,41	12,93	-	-	-	3,00
2	228	Açores	investimento total	2.779.559,19	5.082.435,64	950.286,94	149.386,23	950.286,94	2.891.768,00
		Madeira	investimento elegível	2.505.018,43	4.451.469,18	855.652,88	146.862,31	855.652,88	2.588.444,96
			incentivo	926.739,10	1.395.503,37	338.685,79	73.189,86	338.685,79	1.246.863,81
			postos trabalho a criar	10,80	22,17	-	-	-	13,00
3	668	LVT	investimento total	1.557.606,89	5.463.640,94	149.873,88	85.324,37	149.873,89	990.640,06
		Algarve	investimento elegível	1.288.525,36	3.752.084,18	149.325,13	76.753,45	149.325,13	915.708,15
			incentivo	456.595,14	1.362.388,60	68.477,47	31.305,80	68.477,47	321.676,01
			postos trabalho a criar	5,72	20,30	-	-	-	3,00

De acordo com os dados observados na tabela VII.3.1.3.2 o cluster 1 (1.467 projetos) integra as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo, o cluster 2 inclui as regiões da Madeira e dos Açores (228 projetos), e o cluster 3 (668 projetos) representa as regiões NUT II de LVT e Algarve. Esta divisão em termos de investimento é claramente representativa do panorama nacional em termos do setor do turismo, onde se incluem regiões com um menor índice de desenvolvimento do turismo, aqui representadas pelas regiões Norte, Centro e Alentejo, e

onde se destacam regiões como LVT e Algarve, incluindo aqui também a região da Madeira, consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal.

Nas regiões Norte, Centro e Alentejo que integram o cluster 1, as médias de investimento total, de investimento elegível, de incentivo e de postos de trabalho a criar são claramente inferiores às médias de investimento observadas nos outros dois clusters. a média de investimento total no cluster 1 é inferior a 650.000 €, o incentivo atribuído é inferior a 230.000 € por projeto e a média de postos de trabalho é de 3,4. Enquanto que no cluster 2 e no cluster 3, as médias de investimento total são respetivamente de 2.779.559, 19 € e 1.557.606,89 €, as médias de incentivo de 926.739,10 € e 456.595,14 €, e as médias de postos de trabalho a criar de 10,8 e 5,72. Esta situação vem comprovar a HI 7.3.1.3.1 que refere que os investimentos executados nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo são de menor volume de investimento.

Observa-se também uma situação particularmente interessante, o cluster 2 que integra as regiões NUT II dos Açores e da Madeira registam valores médios de investimento superiores aos verificados no cluster 3 que incluem as regiões NUT II de LVT e Algarve. No entanto, a análise realizada permite concluir que a HI 7.3.1.3.2 *‘As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira integram os projetos com a média de investimento total mais elevada’* é **verdadeira**.

A análise por percentis permite verificar uma situação particularmente interessante. Apesar de o cluster 1 continuar a registar os valores de investimento mais baixos, comparativamente aos clusters 2 e 3, observa-se que no percentil 25 e no percentil 50 que representam 25% e 50%, respetivamente, dos projetos de investimento de cada cluster, as diferenças dos valores de investimento total, de investimento elegível e de incentivo são insignificantes, ou seja os valores considerados em cada cluster para estes percentis é praticamente o mesmo. A diferença entre os clusters 1 e 3 regista-se apenas a partir de 75% dos projetos de investimento, aí, os valores considerados para cada cluster altera-se significativamente, registando o cluster 3 valores de investimento superiores aos observados no cluster 1.

VII.3.2 Distribuição e principais características do investimento por NUT III

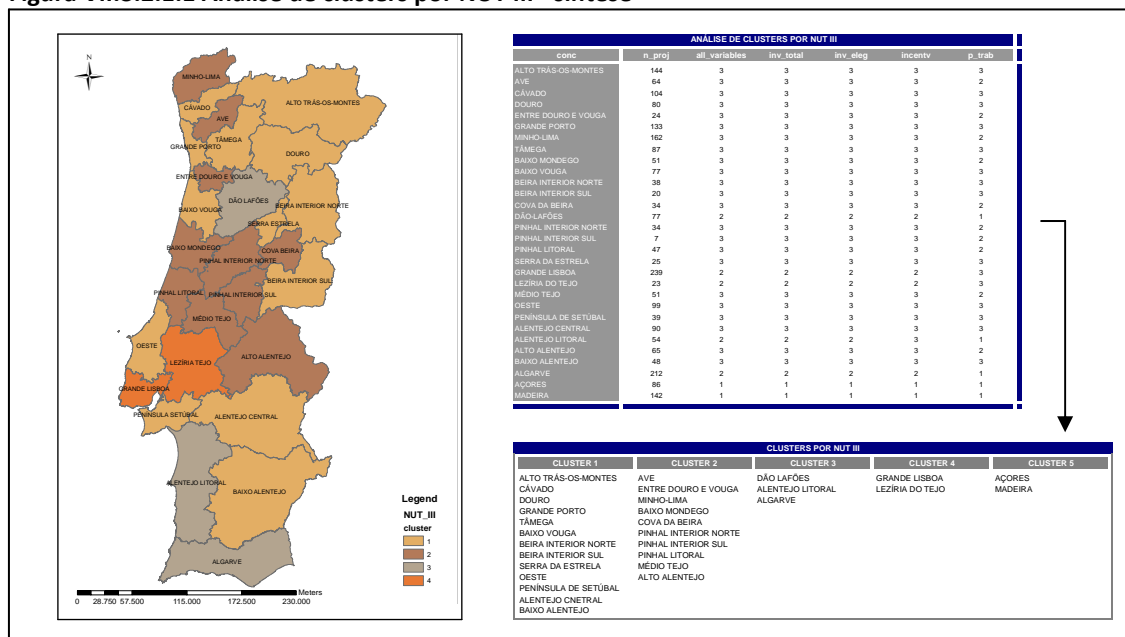
Na secção anterior foi já demonstrada a importância da análise territorial dos projetos de investimento na área do turismo. De facto, observam-se diferentes dinâmicas e potencialidades entre regiões derivadas da sua localização, da sua estrutura empresarial e dos

recursos que detêm. A análise por NUT III permite identificar diferentes dinâmicas sub-regionais registadas por NUT III que não é possível observar numa análise por NUT II, ao nível regional existem regiões que registam uma maior dinâmica de investimento comparativamente a outras regiões. No entanto, uma análise global por NUT II não permite observar as diferentes dinâmicas que possam existir internamente, sendo apenas possível observar esta situação numa análise mais fina, por NUT III ou por concelho.

VII.3.2.1 Concentração do investimento por NUT III - Síntese

Pretende-se nesta secção realizar uma análise síntese por NUT III, que integra as análises de clusters realizada com todas as variáveis em conjunto e as análises realizadas com cada uma das variáveis individualmente. A tabela integrada na figura VII.3.2.1.1 inclui as diversas análises de cluster realizadas, permitindo identificar agrupamentos por NUT III que registam a mesma atuação independentemente da análise de cluster realizada.

Figura VII.3.2.1.1 Análise de clusters por NUT III - síntese



A análise síntese permite constituir 5 agrupamentos por NUT III. Regista-se a integração das regiões NUT III dos Açores e da Madeira no mesmo cluster, situação já observada na secção anterior, o que demonstra que estas regiões apresentam características diferenciadas em termos de investimento das restantes regiões do continente. Observa-se também a integração

num único cluster das regiões NUT III da Grande Lisboa e da Lezíria do Tejo, o que pode revelar a existência de uma região alargada com uma elevada dinâmica de investimento.

Definiu-se também um outro cluster que integra as regiões de Dão Lafões, Alentejo Litoral e Algarve. O agrupamento das regiões NUT III do Algarve e do Alentejo Litoral poderá ser explicado pela sua proximidade geográfica, para além das características intrínsecas a regiões onde predomina o turismo de sol e praia. Relativamente à ligação destas regiões com a região NUT III de Dão-Lafões não se identifica numa primeira análise uma possível justificação pelo facto de integrarem o mesmo cluster, apenas o facto de as três regiões registaram alguns projetos com um elevado investimento total, situação que poderá explicar o agrupamento destas regiões por NUT III no mesmo cluster.

VII.3.2.2 Análise integrada da distribuição do investimento por NUT III e suas principais características

A análise integrada da distribuição do investimento por NUT III agrupa todas as regiões NUT III num único cluster, e isola os itens Não regionalizável e Multiconcelhos num cluster cada um. Esta situação verificou-se já na análise de clusters por NUT II tendo-se optado por considerar os itens Não regionalizável e Multiconcelhos como outliers retirando-os da análise. Tendo por base a decisão anterior e considerando as características dos projetos que integram estes dois itens, a opção mais correta é retirá-los da análise.

Tendo por base a opção anterior, a classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissemelhança entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos 3 clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

Tabela VII.3.2.2.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	3,897	2	,030	30	129,090	,000
Zscore: Média de inv_eleg	3,289	2	,025	30	130,006	,000
Zscore: Média de incentv	,976	2	,010	30	93,993	,000
Zscore: Média de p_trab	1,336	2	,038	30	35,611	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

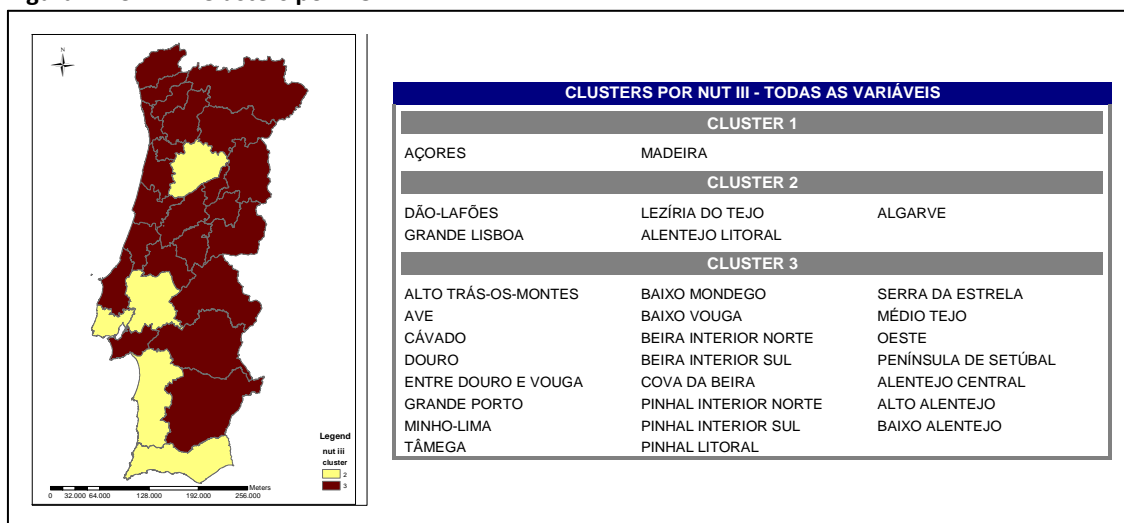
A tabela da ANOVA permite constatar que as variáveis que mais contribuem para a definição de clusters são por ordem de importância a média de investimento elegível e a média de investimento total, dado que o valor de F (130,006) para a variável média de investimento elegível é ligeiramente superior ao valor de F (129,090) para a variável média de investimento total. A variável postos de trabalho a criar é a variável com menor peso na definição dos clusters.

Tabela VII.3.2.2.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	7,794	2	3,897	129,090	,000
	Within Groups	,906	30	,030		
	Total	8,699	32			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	6,579	2	3,289	130,006	,000
	Within Groups	,759	30	,025		
	Total	7,338	32			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	1,951	2	,976	93,993	,000
	Within Groups	,311	30	,010		
	Total	2,262	32			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	2,671	2	1,336	35,611	,000
	Within Groups	1,125	30	,038		
	Total	3,797	32			

De acordo com o critério do R-Quadrado foram retidos 3 clusters que explicam 86% ($R^2=0,85965$) da variância total. Os clusters definidos por NUT III registam alguns agrupamentos de regiões NUT III que importa analisar. O cluster 1 integra as regiões NUT III dos Açores e da Madeira isolando-as das restantes regiões NUT III do Continente. Esta situação é particularmente interessante, dado que vem demonstrar que estas regiões apresentam características semelhantes entre si em termos de investimento, e ao mesmo tempo diferenciadoras das características observadas nas regiões NUT III do Continente.

Figura VII.3.2.2.1 Clusters por NUT III



O segundo agrupamento de regiões NUT III integra as regiões de Dão Lafões, da Grande Lisboa, da Lezíria do Tejo, do Alentejo Litoral e do Algarve. Refira-se que 3 regiões que integram este cluster localizam-se no litoral (Grande Lisboa; Alentejo Litoral e Algarve) enquanto que as outras duas se localizam na região interior, mas próximas de grandes centros urbanos. O cluster 3 integra as restantes regiões por NUT III.

Tabela VII.3.2.2.3 Caracterização de clusters por NUT III

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT III - TODAS AS VARIÁVEIS								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	228	investimento total	2.779.559,19	5.082.435,64	950.286,94	149.386,23	950.286,94	2.891.768,00
		investimento elegível	2.505.018,43	4.451.469,18	855.652,88	146.862,31	855.652,88	2.588.444,96
		incentivo	926.739,10	1.395.503,37	338.685,79	73.189,86	338.685,79	1.246.863,81
		postos trabalho a criar	10,80	22,17	-	-	-	13,00
2	610	investimento total	1.822.873,43	6.035.113,42	226.882,07	93.844,25	226.882,07	1.256.888,09
		investimento elegível	1.522.853,13	4.271.910,38	198.107,00	86.551,41	198.107,00	1.111.019,94
		incentivo	529.832,25	1.459.478,53	75.239,87	31.617,55	75.239,87	426.423,69
		postos trabalho a criar	6,85	24,26	-	-	-	4,00
3	1525	investimento total	578.321,69	2.032.808,80	139.932,76	74.912,33	139.932,76	320.489,88
		investimento elegível	533.799,43	1.898.294,26	134.670,44	71.358,03	134.670,44	306.668,42
		incentivo	207.947,81	626.127,05	58.833,21	29.661,25	58.833,21	116.857,48
		postos trabalho a criar	3,04	10,17	-	-	-	2,00

O cluster 1 inclui 228 projetos de investimento realizados nas regiões NUT III dos Açores e da Madeira. Este cluster regista a média de investimento total (2.779.559,19 €) mais elevada, assim como a média de investimento elegível (2.505.018,43 €) a média de incentivo (926.739,10 €) e a média de postos de trabalho a criar (10,80). Contudo, observa-se que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € e um incentivo inferior a 75.000 €, apenas quando se realiza a mesma análise para 50% dos projetos é que se observa um crescimento acentuado em termos de investimento total (950.286,94 €) e de incentivo (338.685,79 €), situação que se regista também quando se considera 75% dos projetos, onde o investimento total pode atingir os 2.891.768,00 € e o incentivo 1.246.863,81 €. Neste cluster o valor de

postos de trabalho a criar é claramente superior aos restantes clusters, dado que o cluster 1 regista um valor de 13,00 o cluster 2 de 4,00 e o cluster 3 de 2,00.

O cluster 2 engloba um total de 610 projetos de investimento realizados nas regiões NUT III de Dão-Lafões, Grande Lisboa, Lezíria do Tejo, Alentejo Litoral e Algarve. Este cluster regista médias de investimento elevadas, contudo inferiores às registadas no cluster 1, a média de investimento total é de 1.822.873,43 €, de investimento elegível de 1.522.853,13 €, de incentivo de 529.832,25 € e de postos de trabalho a criar de 6,85. Contudo, a análise por percentis permite observar que apenas 25% dos projetos registam um valor de investimento total superior a 1.256.888, 09 € a que corresponde um incentivo também superior a 426.423,69 €, o que demonstra que neste cluster se registam projetos com um investimento muito elevado. Observa-se também que 50% dos projetos registam um investimento total inferior a 226.882,07 e um incentivo inferior a 75.239,87 €, e em que 25% dos projetos registam um valor de investimento relativamente baixo, inferior a 95.000 €, a que corresponde um incentivo inferior a 32.000 €. Daqui se infere que a **HI 7.3.2.2.1** *‘As regiões NUT III da Grande Lisboa e do Algarve concentram um considerável número de projetos com um volume de investimento global elevado’* é **verdadeira**.

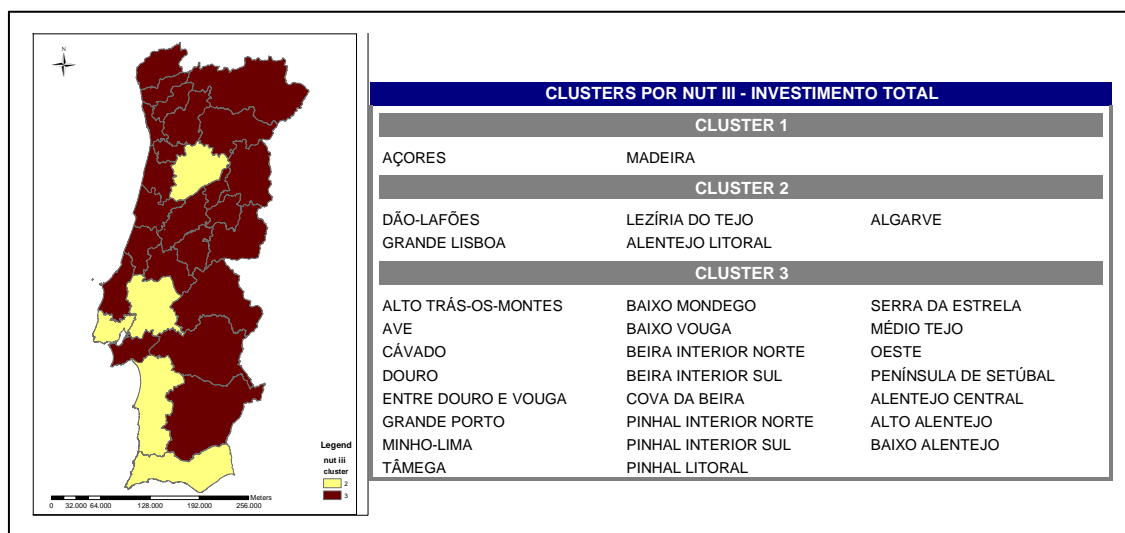
O cluster 3 inclui 1.525 projetos de investimento realizados nas várias NUT III do território nacional, e que integram maioritariamente as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo. Observa-se uma menor diferença do valor de investimento entre projetos, dado que não se registam diferenças tão acentuadas como as observadas nos clusters anteriores. Conclui-se que a **HI 7.3.2.2.2** *‘Não se registam diferenças significativas no volume de investimento nos projetos realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo’* é **verdadeira**.

Refira-se ainda que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 325.000 € a que corresponde um incentivo inferior a 120.000 €, e dos quais 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 75.000 € aos quais são atribuídos um incentivo inferior a 30.000 €. Ou seja, este cluster integra projetos com um investimento total consideravelmente baixo, aos quais são atribuídos um valor de incentivo também muito baixo. Daqui se conclui que a **HI 7.3.2.2.3** *‘A maior parte das regiões NUT III localizadas nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo concentram um elevado número de projetos com um menor volume de investimento em termos globais’* é **verdadeira**.

VII.3.2.3 Análise individual da distribuição do investimento por NUT III e suas principais características

No seguimento da análise de clusters realizada com a integração de todas as variáveis, irá agora considerar-se cada variável individualmente. Nesse sentido, considerando a variável investimento total, e de acordo com o critério do R-quadrado, foram retidos 3 clusters que explicam 89,6% (R-sq= 0,8957) da variância total. Observa-se que os clusters definidos tendo por base a variável investimento total e a variável investimento elegível são iguais aos clusters definidos tendo por base o conjunto das variáveis (inv_total; inv_eleg; inctv; p_trab), o que demonstra que a variável média de investimento total é, a par da variável média de investimento elegível, as variáveis que mais contribuem para a definição de clusters, conforme referido anteriormente.

Figura VII.3.2.3.1 Cluster por NUT III – Investimento total e Investimento elegível



As regiões integradas no cluster 1 onde se incluem as regiões NUT III dos Açores e da Madeira, apresentam a maior média de investimento total (2.779.559,19 €) comparativamente aos outros clusters definidos e um desvio padrão (std= 5082435,637) elevado, contudo, inferior ao observado no cluster 2. Refira-se a elevada média de investimento total registada pelos investimentos executados nas regiões dos Açores e da Madeira, que face ao elevado desvio padrão registado demonstra que também foram executados projetos de investimento de menor dimensão nestas duas regiões. A análise por percentis demonstra isso mesmo, uma vez que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 €, e em que 50% dos projetos apresentam um investimento total superior a 950.000 €.

Relativamente ao agrupamento que integra as regiões NUT III de Dão Lafões, Grande Lisboa, Lezíria do Tejo, Alentejo Litoral e Algarve, registam o maior desvio padrão (6.035.113,42 €) dos clusters retidos, e a uma média de investimento (1.822.873,43 €) elevada, mas inferior à registada no cluster anterior. Esta situação vem demonstrar que é ao nível deste cluster que se registam as maiores diferenças em termos de investimento total nos projetos realizados nestas regiões. De facto, a análise por percentis demonstra que 50% dos projetos registam um investimento total inferior a 230.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 100.000 €. No entanto, observa-se também que 25% dos projetos registam um investimento total superior a 1.250.000 €.

Por sua vez, o cluster 3 que integra as restantes regiões NUT III regista uma média de investimento (578.321,69 €) baixa comparativamente aos restantes clusters e também um desvio padrão (2.032.808,80 €) inferior ao observado nos clusters 1 e 2. Pode concluir-se que neste cluster se inserem os projetos de menor investimento, e onde se observa o menor desvio padrão em termos de investimento total por projeto. A análise por percentis demonstra claramente esta situação, dado que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 320.000 €, sendo que 50% são inferiores a 140.000 €, e dos quais 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 75.000 €. Conclui-se então que a **HI 7.3.2.3.1 'As regiões NUT III da Grande Lisboa, do Algarve e da Madeira incluem maioritariamente projetos com um elevado investimento total' é verdadeira.**

Tabela VII.3.2.3.1 Caracterização de Clusters – Investimento total e Investimento elegível

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT III - INVESTIMENTO TOTAL E INVESTIMENTO ELEGÍVEL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	228	investimento total	2.779.559,19	5.082.435,64	950.286,94	149.386,23	950.286,94	2.891.768,00
		investimento elegível	2.505.018,43	4.451.469,18	855.652,88	146.862,31	855.652,88	2.588.444,96
		incentivo	926.739,10	1.395.503,37	338.685,79	73.189,86	338.685,79	1.246.863,81
		postos trabalho a criar	10,80	22,17	-	-	-	13,00
2	610	investimento total	1.822.873,43	6.035.113,42	226.882,07	93.844,25	226.882,07	1.256.888,09
		investimento elegível	1.522.853,13	4.271.910,38	198.107,00	86.551,41	198.107,00	1.111.019,94
		incentivo	529.832,25	1.459.478,53	75.239,87	31.617,55	75.239,87	426.423,69
		postos trabalho a criar	6,85	24,26	-	-	-	4,00
3	1525	investimento total	578.321,69	2.032.808,80	139.932,76	74.912,33	139.932,76	320.489,88
		investimento elegível	533.799,43	1.898.294,26	134.670,44	71.358,03	134.670,44	306.668,42
		incentivo	207.947,81	626.127,05	58.833,21	29.661,25	58.833,21	116.857,48
		postos trabalho a criar	3,04	10,17	-	-	-	2,00

Relativamente à distribuição do **investimento elegível**, e de acordo com o critério do R-Quadrado, foram definidos 3 clusters que explicam 89,7% (R-sq=0,89658) da variância total. Constata-se também ao nível da variável média de investimento elegível que os clusters definidos são idênticos ao agrupamento de clusters definido tendo por base a análise de todas as variáveis. Esta situação pode ser explicada pelo facto desta variável ser a que mais contribui para a definição do agrupamento de clusters com todas as variáveis numéricas.

A análise de dados permite assinalar que o cluster 1, que inclui a região NUT III dos Açores e da Madeira regista a maior média de investimento elegível (2.505.018,43 €) e o maior desvio padrão (4.451.469,10 €) comparativamente aos restantes clusters definidos tendo por base a variável média de investimento elegível. Conclui-se que as regiões dos Açores e da Madeira registam, em termos médios, os maiores valores de investimento elegível e ao mesmo tempo apresentam o maior desvio padrão, que sugere que nestas regiões também se registam alguns projetos de investimento de valor muito reduzido, conforme se demonstra na análise por percentis, em que 25% dos projetos registam um investimento elegível inferior a 150.000 €.

O cluster 2 inclui as regiões NUT III de Dão Lafões, da Grande Lisboa, da Lezíria do Tejo, do Alentejo Litoral e do Algarve. Este cluster regista uma média de investimento elegível elevada (1.522.853,13 €) contudo inferior à média de investimento elegível registada no cluster 1. Em relação ao desvio padrão, observa-se também um desvio padrão (4.271.910,38 €) consideravelmente elevado, o que face aos elevados valores de investimento elegíveis observados pode refletir a existência de projetos com um investimento elegível baixo. A análise por percentis demonstra claramente esta situação, dado que 50% dos projetos registam um investimento elegível inferior a 200.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento elegível inferior a 90.000 €.

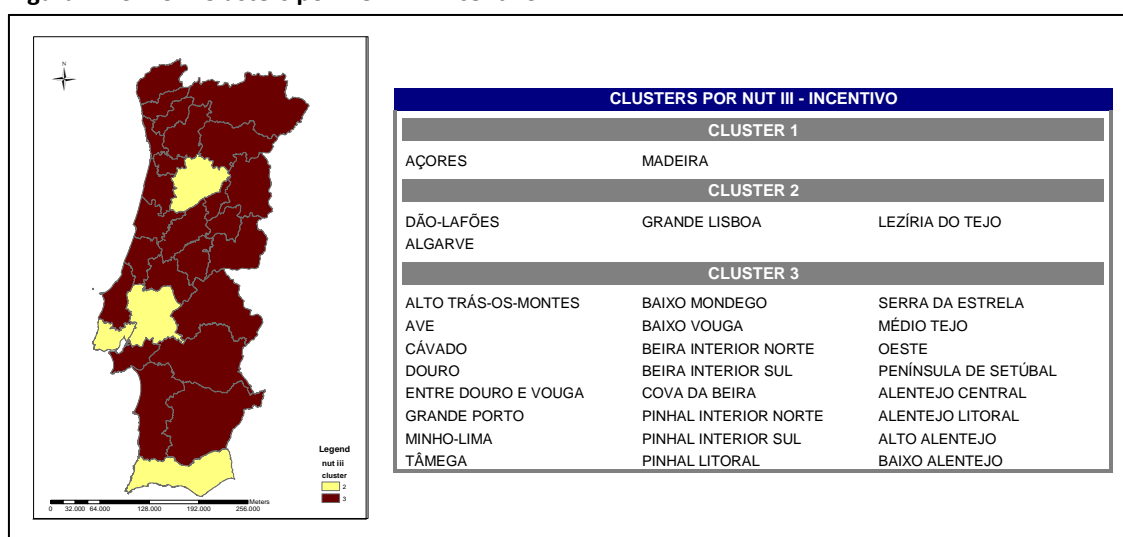
No que se refere ao cluster 3, este inclui a maior parte das regiões NUT III do território nacional. Neste cluster inserem-se todas as regiões NUT III da região NUT II Norte e a quase totalidade das regiões NUT III da região NUT II Centro. O cluster caracteriza-se, e diferencia-se dos restantes, tendo por base uma menor média de investimento elegível (533.799,43 €) e também um menor desvio padrão (1.898.294,26 €), o que sugere que neste cluster se incluem os projetos com o menor investimento elegível, e onde se registam as menores diferenças de investimento elegível em termos de projetos de investimento. Refira-se que neste cluster, 75% dos projetos registam um investimento elegível inferior a 310.000 €, sendo que 50% registam um investimento elegível inferior a 135.000 €, dos quais 25% são inferiores a 75.000 €. Conclui-se que a **HI 7.3.2.3.2 'As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo incluem um elevado número de projetos com um investimento elegível reduzido' é verdadeira.**

De acordo com o critério do R-Quadrado, e tendo por base a **variável média de incentivo**, foram retidos 3 clusters que explicam 87,2% ($R\text{-sq}=0,87220$) da variância total. O cluster 1 inclui

as regiões NUT III dos Açores e da Madeira, enquanto que o cluster 2 compreende as regiões NUT III de Dão Lafões, da Grande Lisboa, da Lezíria do Tejo e do Algarve. O cluster 3 abrange a totalidade das regiões NUT III inseridas na região NUT II Norte e NUT II Alentejo, incluindo também a quase totalidade das regiões NUT III inseridas na região NUT II Centro.

O cluster 1, que integra as regiões NUT III dos Açores e da Madeira, registam a maior média de incentivo (926.739,10 €) considerando os valores registados nos outros clusters, e apresenta um desvio padrão (1.395.503,37 €) elevado, contudo inferior ao valor apresentado no cluster 2. As regiões dos Açores e da Madeira têm vindo a registar as maiores médias de investimento total, de investimento elegível e de incentivo. Esta situação reflete os resultados obtidos na análise fatorial que aponta para uma forte correlação entre estas variáveis. A análise por percentis demonstra que este cluster integra um grande número de projetos com elevado investimento dado que 25% dos projetos registam um incentivo superior a 1.245.000 €. No entanto, refira-se também que este cluster inclui 25% dos projetos com um reduzido valor de incentivo, inferior a 75.000 €.

Figura VII.3.2.3.2 Clusters por NUT III - Incentivo



As regiões NUT III de Dão Lafões, da Grande Lisboa, da Lezíria do Tejo e do Algarve integram o cluster 2 definido para a variável incentivo. As regiões NUT III integradas neste cluster registam uma média de incentivo (550.098,16 €) considerável, contudo inferior à verificada no cluster 1. Os sujeitos inseridos neste cluster registam o valor de desvio padrão (1.498.713,37 €) mais elevado, o que demonstra alguma variabilidade no valor de incentivo atribuído. Este cluster integra projetos de investimento com um valor reduzido, 25% dos projetos apresentam um investimento total inferior a 100.000 €, a que corresponde um incentivo inferior a 35.000 €. No

entanto, 50% dos projetos registam um incentivo atribuído superior a 85.000 €, sendo que 25% dos projetos registam um incentivo atribuído superior a 500.000 €. Daqui se infere que a **HI 7.3.2.3.3 ‘As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira incluem um considerável número de projetos que absorvem um elevado valor de incentivo’ é verdadeira.**

O cluster 3 integra as restantes regiões NUT III, onde se incluem a totalidade das regiões NUT III da região NUT II Norte e do Alentejo, e a quase totalidade das regiões NUT III da região NUT II Centro. As regiões inseridas neste cluster registam a menor média de incentivo (211.819,82 €) e o menor desvio padrão (639.906,03 €). A análise por percentis comprova esta questão, na medida em que 75% dos projetos de investimento registam um incentivo atribuído inferior a 120.000 €, e em que 50% dos projetos absorvem um incentivo inferior a 60.000 €, dos quais 25% dos projetos recebem um incentivo inferior a 30.000 €. Daqui se infere que as regiões NUT III integradas neste cluster são as regiões que absorvem o menor valor de incentivo, o que permite concluir que a **HI 7.3.2.3.4 ‘As regiões NUT III integradas nas regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo absorvem os menores valores de incentivo por projeto’ é verdadeira.**

Tabela VII.3.2.3.2 Caracterização de Clusters - Incentivo

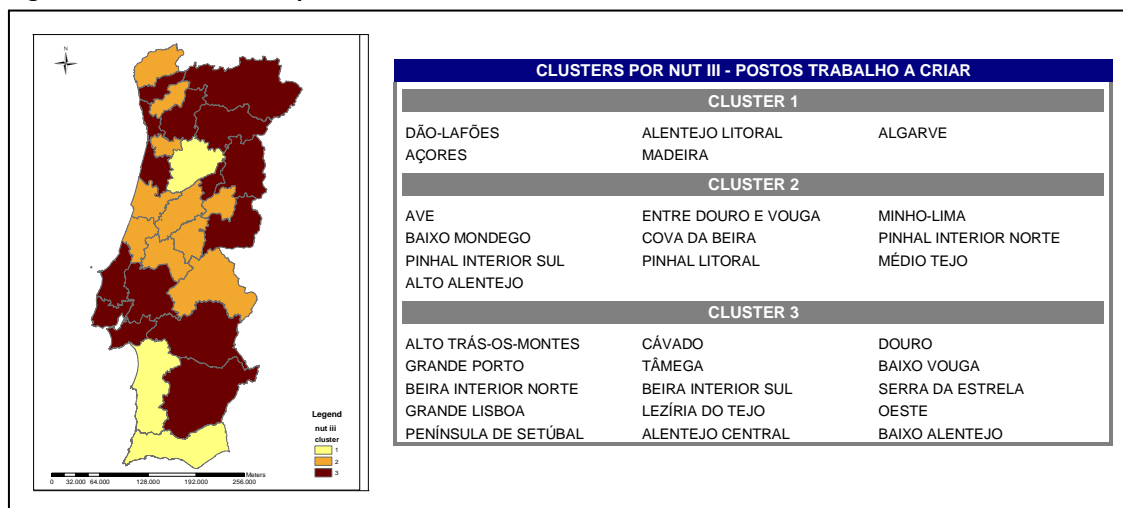
CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT III - INCENTIVO								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	228	investimento total	2.779.559,19	5.082.435,64	950.286,94	149.386,23	950.286,94	2.891.768,00
		investimento elegível	2.505.018,43	4.451.469,18	855.652,88	146.862,31	855.652,88	2.588.444,96
		incentivo	926.739,10	1.395.503,37	338.685,79	73.189,86	338.685,79	1.246.863,81
		postos trabalho a criar	10,80	22,17	-	-	-	13,00
2	556	investimento total	1.857.494,71	6.068.525,61	227.506,35	94.866,11	227.506,35	1.317.302,99
		investimento elegível	1.535.484,09	4.147.391,05	207.831,84	87.777,20	207.831,84	1.140.639,81
		incentivo	550.098,16	1.498.713,37	83.602,82	33.325,98	83.602,82	492.902,54
		postos trabalho a criar	6,71	20,75	-	-	-	4,00
3	1579	investimento total	608.693,03	2.261.937,81	140.242,02	75.002,58	140.242,02	341.068,34
		investimento elegível	563.176,30	2.120.655,24	134.810,11	71.487,71	134.810,11	319.075,00
		incentivo	211.819,82	639.906,03	58.439,16	29.105,00	58.439,16	118.972,39
		postos trabalho a criar	3,22	13,27	-	-	-	2,00

É ao nível da análise de clusters tendo por base a **variável postos de trabalho a criar** que se observam as diferenças mais significativas em termos do agrupamento das regiões NUT III. É também ao nível desta análise que se observa uma maior distribuição e equilíbrio entre o número de sujeitos que integram cada cluster. Esta situação vai de encontro aos resultados obtidos na análise fatorial realizada que integra num único fator a variável postos de trabalho a criar, demonstrando que esta variável não está dependente dos valores de investimento.

De acordo com o critério do R-Quadrado, considerando a variável postos de trabalho a criar, foram retidos 3 clusters que explicam 87,5% ($R-sq= 0,87480$) da variância total. A análise realizada define um primeiro cluster onde se inserem as regiões NUT III de Dão Lafões, Alentejo Litoral, Algarve e as regiões dos Açores e da Madeira. Comparativamente às análises

de clusters anteriores regista-se a integração neste cluster das regiões dos Açores e da Madeira, e a saída da região da Grande Lisboa.

Figura VII.3.2.3.3 Clusters por NUT III – Postos de trabalho a criar



O cluster referido, apresenta a maior média (9,22) de postos de trabalho a criar, registando contudo um desvio padrão elevado (25,94). Esta situação demonstra uma considerável variabilidade nos números de postos de trabalho a criar registados nas regiões que integram este cluster. A análise por percentis demonstra que neste cluster regista-se o maior número de postos de trabalho a criar, dado que, para 75% dos projetos de investimento regista-se a criação de 8 postos de trabalho.

O cluster 2 integra grande parte das regiões NUT III da região NUT II Centro (Baixo Mondego; Pinhal Interior Sul; Entre Douro e Vouga; Cova da Beira; Pinhal Litoral; Pinhal Interior Norte), duas regiões NUT III da região NUT II Norte (Ave e Minho Lima), para além das regiões NUT III do Médio Tejo (NUT II LVT) e do Alto Alentejo (NUT II Alentejo). Este cluster caracteriza-se por uma média (1,94) de postos de trabalho a criar muito baixa, claramente inferior à registada no cluster 1. Regista também, um desvio padrão (5,12) baixo o que reflete uma menor variabilidade nos resultados observados nas NUT III que integram este cluster. A análise por percentis permite observar que 75% dos projetos registam a criação de um reduzido número de postos de trabalho (2), estando inseridos neste cluster os projetos de menor investimento.

Tabela VII.3.2.3.3 Caracterização de clusters – Postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - NUT III - POSTOS TRABALHO A CRIAR								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	572	investimento total	2.189.559,53	5.077.402,26	504.329,30	121.083,19	504.329,30	2.047.602,77
		investimento elegível	1.978.870,59	4.528.134,96	465.168,00	114.505,29	465.168,00	1.937.744,80
		incentivo	712.590,88	1.363.135,26	179.672,00	43.779,64	179.672,00	803.059,24
		postos trabalho a criar	9,22	25,94	-	-	-	8,00
2	539	investimento total	425.147,77	985.353,15	133.782,58	71.947,00	133.782,58	199.284,72
		investimento elegível	398.957,95	920.443,70	130.785,64	63.729,00	130.785,64	185.659,00
		incentivo	172.974,77	373.697,43	56.973,00	28.327,00	56.973,00	93.414,58
		postos trabalho a criar	1,94	5,12	-	-	-	2,00
3	1252	investimento total	915.375,52	3.949.084,95	146.828,64	80.262,81	146.828,64	478.898,35
		investimento elegível	772.505,12	2.704.045,25	142.755,95	76.387,01	142.755,95	442.980,98
		incentivo	280.175,09	991.070,73	60.485,12	31.250,83	60.485,12	174.856,86
		postos trabalho a criar	3,97	13,50	-	-	-	3,00

Em relação ao cluster 3 observa-se uma distribuição territorial mais equitativa, dado que este cluster integra regiões NUT III de todas as regiões NUT II em Portugal, com exceção das regiões NUT II do Algarve, dos Açores e da Madeira. Este cluster integra 5 regiões NUT III da região NUT II Norte (Alto Trás-os-Montes; Grande Porto; Cávado; Tâmega; Douro), 4 regiões NUT III da região NUT II Centro (Beira Interior Norte; Beira Interior Sul; Baixo Vouga; Serra da Estrela), 4 regiões NUT III da região NUT II LVT (Grande Lisboa; Península de Setúbal; Lezíria do Tejo; Oeste) e 2 regiões NUT III da região NUT II Alentejo (Alentejo Central e Baixo Alentejo).

Esta diversidade regional caracteriza-se por uma média (3,97) de postos de trabalho a criar inferior à média observada no cluster 1, e superior à registada no cluster 2, registando também, um desvio padrão inferior (10,17) ao cluster 1 mas superior ao cluster 2. A análise de dados permite concluir que neste cluster, as regiões NUT III registam uma média de postos de trabalho a criar interessante, observando-se também alguma variabilidade nos valores de postos de trabalho a criar observados. A análise por percentis permite observar que as regiões NUT III que integram este cluster, 75% dos projetos de investimento criam até 3 postos de trabalho. Tendo por base a análise de dados realizada conclui-se que a **HI 7.3.2.3.5 'Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III de menor índice de desenvolvimento turístico criam um menor número de postos de trabalho por projeto' é verdadeira.**

VII.3.3 Distribuição e principais características do investimento ao nível local

A caracterização e análise da distribuição do investimento ao nível local é uma das questões centrais para esta investigação. A análise da distribuição territorial do investimento permite identificar áreas onde se concentram uma maior capacidade de investimento em detrimento de outras áreas onde o investimento é inexistente e/ou insuficiente. A identificação destas

áreas permite adequar medidas de política para as áreas em questão, seja no incentivo e dinamização de áreas onde o investimento é praticamente inexistente, ou então na orientação e aplicação do investimento privado em áreas onde se observa uma maior dinâmica de investimento.

Outra questão particularmente importante da análise do investimento ao nível local prende-se com as suas características intrínsecas, dado que apesar de se registar investimento em determinadas áreas do território, este pode ser insuficiente ou de menor dimensão, ou da mesma forma, em áreas onde se observa alguma saturação turística o investimento pode continuar a ser elevado e de maior dimensão, o que pode originar outro tipo de questões e medidas de política de ajustamento.

Para além disso, é importante ter atenção que apesar de o setor do turismo constituir-se como uma atividade à escala global, é ao nível local que os efeitos do seu crescimento e desenvolvimento mais se fazem sentir. Nesse sentido, é prioritário analisar os impactes do investimento ao nível local de forma a adequar as medidas de política e de estratégia para maximizar os impactes do seu crescimento e desenvolvimento e minimizar os problemas que este pode originar.

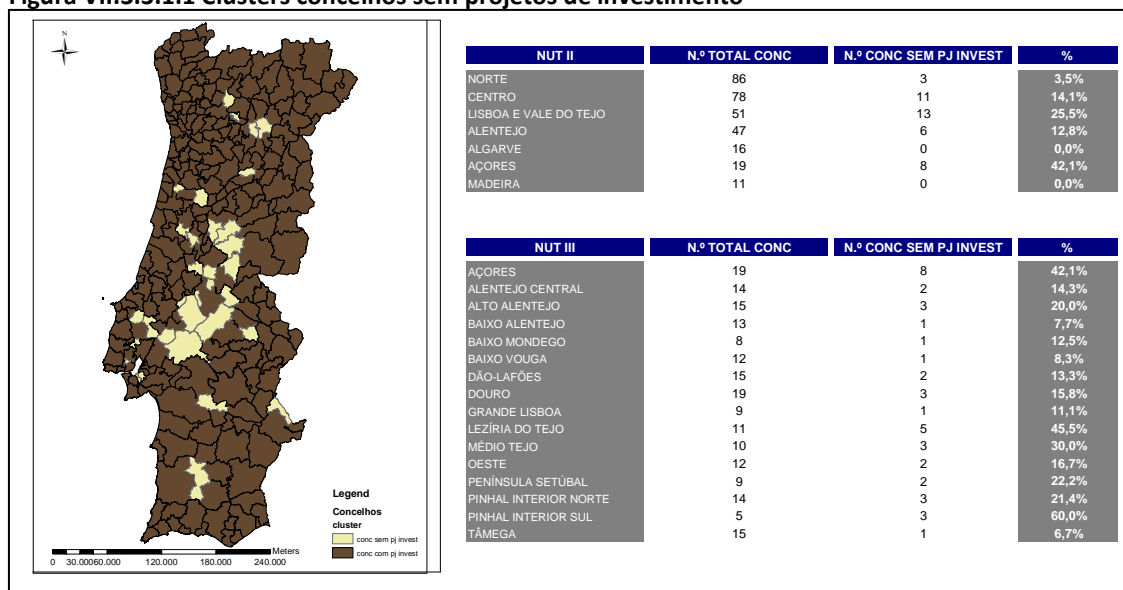
VII.3.3.1 Municípios sem projetos de investimento na área do turismo

A alteração efetuada na base de dados, e descrita na secção VII.3, permite identificar 269 sujeitos, onde se incluem 267 concelhos (municípios que possuem investimento no setor do turismo), o item *multiconcelhos*, que representa os projetos de investimento que integram mais de um concelho, e o item *não regionalizável*, que inclui os projetos de investimento em que não é possível a definição de uma localização geográfica. Esta situação permite desde logo identificar um cluster (agrupamento) onde se integram todos os concelhos que não registam nenhum projeto de investimento na área do turismo no período de 1994-2006, tendo por base os dois quadros comunitários de apoio em análise, o II QCA no período de 1994-1999 e o III QCA no período de 2000-2006, ou seja não se registam nestes concelhos investimentos na área do turismo com financiamento comunitário.

Refira-se também que por maior facilidade e objetividade na apresentação da informação, e também considerando o interesse da própria investigação, a análise por concelho em termos

gráficos centra-se unicamente nos municípios do continente, apesar de existir informação relativa aos concelhos que integram as regiões autónomas dos Açores e da Madeira.

Figura VII.3.3.1.1 Clusters concelhos sem projetos de investimento



A análise da figura VII.3.3.1.1., permite observar um elevado número de municípios na região NUT II dos Açores onde não se registam projetos de investimento na área do turismo no período de 1994-2006. Num total de 19 municípios, verifica-se que 42,1% (9 municípios) não realizam projetos de investimento na área do turismo com financiamento comunitário.

Refira-se também alguma concentração de concelhos sem projetos de investimento na área do turismo ao nível da região NUT II de Lisboa e Vale do Tejo. Observa-se que $\frac{1}{4}$ (25,5%) dos municípios (13 municípios) que integram esta região NUT II não registam projetos de investimento na área do turismo com financiamento comunitário.

No que se refere às restantes regiões NUT II, observa-se que a região Centro e a região do Alentejo apresentam, sensivelmente, a mesma percentagem de municípios sem projetos de investimento na área do turismo, respetivamente, 14,1% (11 municípios) e 12,8% (6 municípios), o que considerando o extenso período temporal em análise se considera de alguma relevância.

De destacar a grande dinâmica demonstrada pelas regiões NUT II do Norte e do Algarve, em que os municípios que integram estas regiões NUT II apresentam uma taxa de abstenção de projetos de investimento na área do turismo consideravelmente baixa, quer no caso da região NUT II Norte (3,5%) e nula no caso da região do Algarve. Esta situação evidencia as claras

diferenças observadas em termos das regiões NUT II, e da capacidade da sua estrutura empresarial em realizar projetos de investimento na área do turismo.

Daqui se conclui que a **HI 7.3.3.1.1** ‘Regista-se uma maior concentração de municípios sem projetos de investimento na área do turismo nas regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores’ é **verdadeira**, relativamente às regiões NUT II do Centro, Alentejo e Açores, contudo, em relação à região Norte esta apresenta uma taxa de abstenção de municípios sem projetos de investimento muito baixa, daí considerar-se **falsa** esta **HI** relativamente a esta região NUT II.

Considerando a análise dos projetos de investimento tendo por base a NUT III é possível identificar regiões com menor dinâmica de investimento que pelo facto de estarem integradas na região NUT II não permitem uma análise pormenorizada, uma vez que se constituem apenas como uma parte dessa região mais alargada contribuindo para a análise da região como um todo, mas sem evidenciar as suas dificuldades estruturais.

Regista-se o elevado número de concelhos sem projetos de investimento no período de 1994-2006 na região dos Açores, já evidenciado na análise por NUT II e que representa 42,1% do total de concelhos aí integrados. Observa-se também uma elevada concentração de concelhos sem projetos de investimento nas regiões NUT III do Pinhal Interior Norte (21,4%) e principalmente do Pinhal Interior Sul (60%), regiões NUT III integradas na região NUT II Centro. Nesta região NUT II registam-se ainda mais algumas áreas sem projetos de investimento na área do turismo, as regiões NUT III de Dão Lafões (13,3%), Baixo Mondego (12,5%) e Baixo Vouga (8,3%) englobam municípios onde não se registam investimentos na área do turismo no período de 1994-2006.

Na região NUT II de Lisboa e Vale do Tejo (LVT) observam-se também algumas regiões NUT III com uma elevada percentagem de municípios sem projetos de investimento na área do turismo no período de 1994-2006. A região NUT III da Lezíria do Tejo constitui-se como a região com maior abstenção de projetos de investimento nos concelhos que a integram (45,5%), a região NUT III Lezíria do Tejo inclui 30% dos municípios que integram esta região sem projetos de investimento na área do turismo e a Península de Setúbal em que a percentagem de municípios sem projetos de investimento ascende a 22,2%. A região NUT III do Oeste regista também 16,7% de municípios sem projetos de investimento na área do turismo.

A região NUT II do Alentejo apresenta também alguns municípios que integram as suas regiões NUT III sem projetos de investimento na área do turismo. A região NUT III do Alto Alentejo regista 20%, a do Alentejo Central 14,3% e a do Baixo Alentejo 7,7% de municípios sem projetos de investimento na área do turismo. Assim sendo, esta investigação permite concluir que a **HI 7.3.3.1.2** *‘As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Centro, do Alentejo, e dos Açores registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho elevada’* é **verdadeira**.

Em relação à região NUT II Norte, conforme já foi referido, observa-se uma elevada dinâmica na realização de projetos de investimento na área do turismo, contudo, duas das regiões NUT III que integram a região Norte incluem municípios sem projetos de investimento. É o caso das regiões NUT III Douro e Tâmega que registam, respetivamente, 15,8% e 6,7% do total de municípios que integram cada uma das regiões NUT III sem projetos de investimento na área do turismo.

Conclui-se que a **HI 7.3.3.1.3** *‘As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira, registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho muito baixa ou nula’* é **verdadeira**, dado que estas regiões NUT III apresentam uma percentagem de municípios sem projetos de investimento nula (regiões NUT III do Algarve e da Madeira) ou muito baixa, como é o caso da região NUT III da Grande Lisboa (1 concelho sem projetos de investimento).

VII.3.3.2 Distribuição do investimento no setor do turismo por município

A análise anterior permitiu observar a distribuição territorial dos municípios onde não se registam projetos de investimento na área do turismo no período de 1994-2006. Considerando que o número de concelhos onde não se realizam projetos de investimento totaliza 41 municípios, sendo que na análise que se segue são considerados 269 sujeitos onde se incluem 267 municípios e os itens *Não Regionalizável* e *Multiconcelhos*.

Tabela VII.3.3.2.1 Número de sujeitos

Case Processing Summary ^a					
Cases					
Valid		Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent
269	100,0	0	,0	269	100,0

a. Single Linkage

O item *Não regionalizável* inclui os projetos de investimento de cariz nacional e transversais ao território nacional (15 projetos) não sendo possível localizar territorialmente os projetos inseridos nesta categoria. No que se refere ao sujeito *Multiconcelhos* (15 projetos) inclui os projetos de investimento que integram mais do que um município, constituindo-se como projetos supramunicipais.

Number of Cases in each Cluster		
Cluster	1	1,000
	2	268,000
Valid		269,000
Missing		,000

Tabela VII.3.3.2.2 Número de clusters

A análise de clusters realizada, considerando os 269 sujeitos resultou na definição de 2 clusters. O *cluster 1* inclui apenas o item *Não regionalizável* e o *cluster 2* agrupa todos os municípios onde se registaram projetos de investimento na área do turismo incluindo também o item *Multiconcelhos*. A análise de clusters realizada isolou o sujeito *Não regionalizável* dos restantes sujeitos, que por sua vez foram agrupados num único cluster. Neste caso, e considerando o tipo de projetos que se incluem neste item, o sujeito isolado pode ser considerado como um *outlier*, o que em termos de análise sugere que seja retirado da análise.

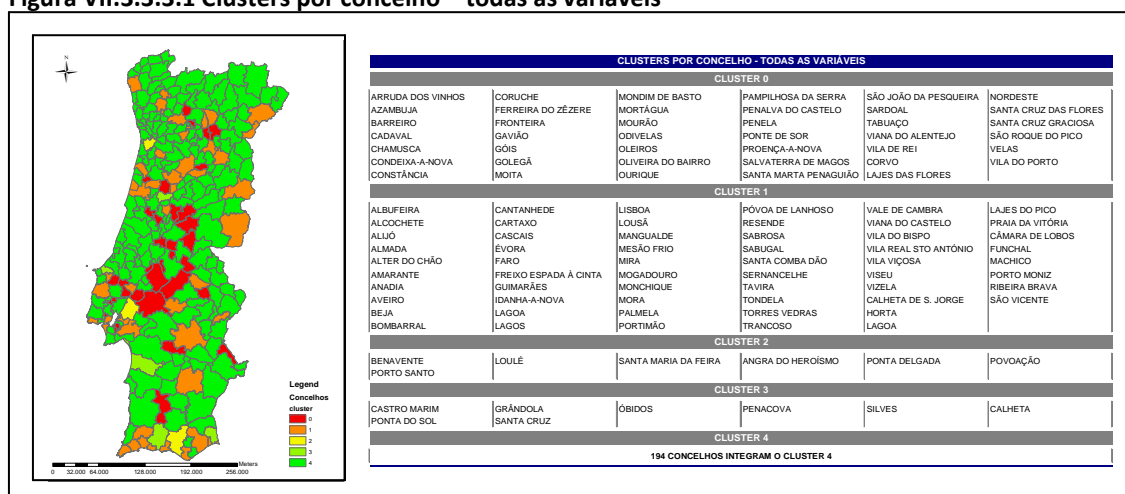
Na análise da distribuição do investimento ao nível local irá optar-se por não realizar uma análise síntese conforme se realizou nas seções da distribuição do investimento por NUT II e por NUT III. Esta decisão prende-se com a diversidade, complexidade e maior pormenor da informação apresentada, que torna difícil avançar com algumas conclusões sobre esta questão. Nesse sentido, irá optar-se nesta secção por apresentar e descrever a informação conforme ela é evidenciada na análise, sem avançar com conclusões que possam ser precipitadas e facilmente contrariadas.

VII.3.3.3 Análise integrada da distribuição do investimento por concelho e suas principais características

A definição de agrupamentos de municípios considerando as variáveis numéricas em conjunto permite obter uma imagem clara do posicionamento e atuação de cada município em termos dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. Para além disso, esta análise é muito importante na medida em que apresenta qual a variável numérica que detém maior importância na definição dos clusters, o que por sua vez permite caracterizar os clusters definidos tendo em atenção a variável que detém maior peso.

Assim sendo, a classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos 4 clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

Figura VII.3.3.1 Clusters por concelho – todas as variáveis



A análise gráfica dos resultados, conforme se apresenta na figura VII.3.3.3.1 inclui um agrupamento de municípios que representa em si mesmo um cluster. Este agrupamento inclui os municípios que não realizam projetos de investimento na área do turismo, num total de 41

municípios, e que representam áreas sem financiamento comunitário, sendo denominado de cluster 0.

O cluster 2 integra 7 concelhos, três da região NUT III Açores (Angra do Heroísmo; Ponta Delgada e Povoação), um da região NUT III da Madeira (Porto Santo), o concelho de Benavente (Lezíria do Tejo), Loulé no Algarve e Santa Maria da Feira da NUT III de Entre Douro e Vouga. O cluster 3 integra 3 municípios da Madeira (Calheta; Ponta do Sol; Santa Cruz), dois municípios do Algarve (Castro Marim e Silves), o município de Óbidos da região NUT III do Oeste, Penacova da região NUT III do Baixo Mondego, e o município de Grândola da região NUT III do Alentejo Litoral.

O cluster 1 integra 58 municípios que representam diversas NUT III e se distribuem pela totalidade das NUT II que constituem o território nacional. Este cluster integra grande parte dos principais destinos turísticos em Portugal (Albufeira; Lisboa; Funchal; Lagos; Portimão, etc..) entre outros municípios de menor relevância em termos turísticos. O cluster 4 absorve 194 municípios que se encontram integrados nas diversas NUT II e NUT III que compõem o território nacional. É o cluster que integra mais municípios sendo também o mais diversificado nas suas características.

A tabela da ANOVA permite identificar qual ou quais as variáveis com maior peso na definição dos clusters. Neste caso, que inclui na análise de clusters todas as variáveis numéricas, o valor de F permite concluir que as variáveis *média de inv_tot* e *média de inv_eleg* detêm o maior peso na definição dos clusters e a variável *média de p_trab* é aquela que detém menor importância na sua definição.

Tabela VII.3.3.3.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	64,375	3	,144	264	445,976	,000
Zscore: Média de inv_eleg	62,776	3	,141	264	444,401	,000
Zscore: Média de incentv	42,794	3	,148	264	289,998	,000
Zscore: Média de p_trab	63,512	3	,291	264	218,234	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Nesse sentido, para esta análise, e de acordo com o critério do R-Quadrado foram retidos 4 clusters que explicam 83,3% (R-sq= 0,832535) da variância total. A análise de clusters por

concelho definiu 4 clusters, em que o cluster 1 engloba 720 projetos de investimento, o cluster 2, 106 projetos, o cluster 3, 69 projetos e o cluster 4 que inclui 1.476 projetos de investimento. O cluster 2 e o cluster 3 incluem, respetivamente, 106 e 69 projetos de investimento, e registam as médias de investimento mais elevadas, constituindo-se também como os clusters que na análise por percentis apresentam os valores mais elevados por percentil.

Tabela VII.3.3.3.2 Caracterização de clusters por concelho

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CONCELHO - TODAS AS VARIÁVEIS								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	720	investimento total	1.772.850,34	5.078.806,42	361.543,68	107.439,82	361.543,68	1.655.709,74
		investimento elegível	1.489.700,36	3.222.715,02	343.257,75	100.840,45	343.257,75	1.528.970,23
		incentivo	569.653,72	1.321.997,37	115.161,44	38.938,66	115.161,44	647.749,49
		postos trabalho a criar	6,39	15,11	-	-	-	6,00
2	106	investimento total	4.633.464,45	8.364.460,95	1.070.767,50	147.423,46	1.070.767,50	3.977.997,73
		investimento elegível	4.195.408,78	7.719.708,87	1.011.643,05	143.540,32	1.011.643,05	3.748.757,75
		incentivo	1.350.070,63	2.055.569,45	385.195,03	64.726,14	385.195,03	1.816.378,40
		postos trabalho a criar	17,70	40,71	-	-	-	18,00
3	69	investimento total	3.593.066,58	8.048.124,41	890.773,24	260.834,56	890.773,24	3.207.446,32
		investimento elegível	3.270.415,92	7.708.904,30	762.617,09	260.120,68	762.617,09	2.880.058,29
		incentivo	1.037.308,00	2.125.886,79	432.094,00	100.898,23	432.094,00	1.199.344,58
		postos trabalho a criar	24,93	60,56	6,00	-	6,00	20,50
4	1476	investimento total	423.181,87	1.349.574,33	137.383,07	71.405,42	137.383,07	247.071,84
		investimento elegível	393.294,64	1.222.726,07	131.246,20	65.907,41	131.246,20	230.887,83
		incentivo	155.861,62	392.420,89	57.059,99	27.700,70	57.059,99	98.362,95
		postos trabalho a criar	2,34	8,00	-	-	-	2,00

Conforme já foi referido, o cluster 2 integra preferencialmente municípios da região dos Açores (3), um município da região da Madeira (Porto Santo), um município do Algarve (Loulé), um município de Entre Douro e Vouga (Santa Maria da Feira) e um município da Lezíria do Tejo (Benavente). O cluster 3 integra 3 municípios da Madeira (Calheta; Ponta do Sol e Santa Cruz), um município do Alentejo Litoral (Grândola), um município do Oeste (Óbidos), dois municípios do Algarve (Castro Marim e Silves) e um município do Baixo Mondego (Penacova).

Não se observam diferenças muito acentuadas nos valores definidos em cada cluster, por exemplo, a média de investimento total no cluster 2 é de 4.633.464,45 € e no cluster 3 ligeiramente inferior, 3.593.066,58 €. Em termos de incentivo não se observam também grandes diferenças entre os dois clusters, registando o cluster 2 uma média de incentivo de 1.350.070,63 € e o cluster 3, 1.037.308,00 €. A análise por percentis permite observar que ambos os clusters, para 25% dos projetos apresentam valores de investimento reduzidos, no cluster 2 um valor inferior a 150.000 € e no cluster 3 um valor inferior a 260.000 €. No entanto, regista-se que, nestes dois clusters, 50% dos projetos apresentam valores de investimento elevados, no cluster 2 um valor superior a 1.070.767,50 € e no cluster 3, um valor superior a 890.000 €.

O cluster 1 engloba 720 projetos integrados em várias regiões NUT III, sendo possível identificar municípios localizados preferencialmente nas regiões da Madeira, dos Açores, do

Algarve, da Grande Lisboa e Dão Lafões. A média de investimento total de 1.772.850,34 € é também relevante, apesar de inferior à dos clusters 2 e 3. Verifica-se a mesma situação relativamente à média de incentivo atribuído, que apesar de superior a 500.000 € é claramente inferior aos valores registados no cluster 2 e no cluster 3. A média de criação de postos de trabalho é de 6,39 valor muito inferior ao observado no cluster 2 (17,70) e no cluster 3 (24,93).

A análise por percentis permite observar que 50% dos projetos registam um valor de investimento total inferior a 361.543,68 € e um incentivo atribuído inferior a 115.161,44 €, e em que 25% desses projetos registam um investimento total inferior a 107.439,82 € e um incentivo atribuído inferior a 40.000 €. No entanto, este cluster integra também um conjunto de projetos que registam um investimento total elevado, dado que 25% dos projetos apresentam um investimento total superior a 1.700.000 € a que corresponde um incentivo atribuído superior a 650.000 €. Assim sendo, esta investigação permite concluir que a **HI 7.3.3.3.1** *‘Os projetos de investimento realizados nos principais destinos turísticos apresentam um investimento global relevante’ é verdadeira.*

O cluster 4 inclui 1.476 projetos de investimento e caracteriza-se por possuir as médias de investimento mais baixas, e na análise dos percentis registar também os valores de investimento mais baixos e as menores diferenças entre percentagens de projetos. A média de investimento total é de 423.181,87 € a que corresponde uma média de incentivo atribuído de 155.861,62 €, e uma média de criação de postos de trabalho de 2,34.

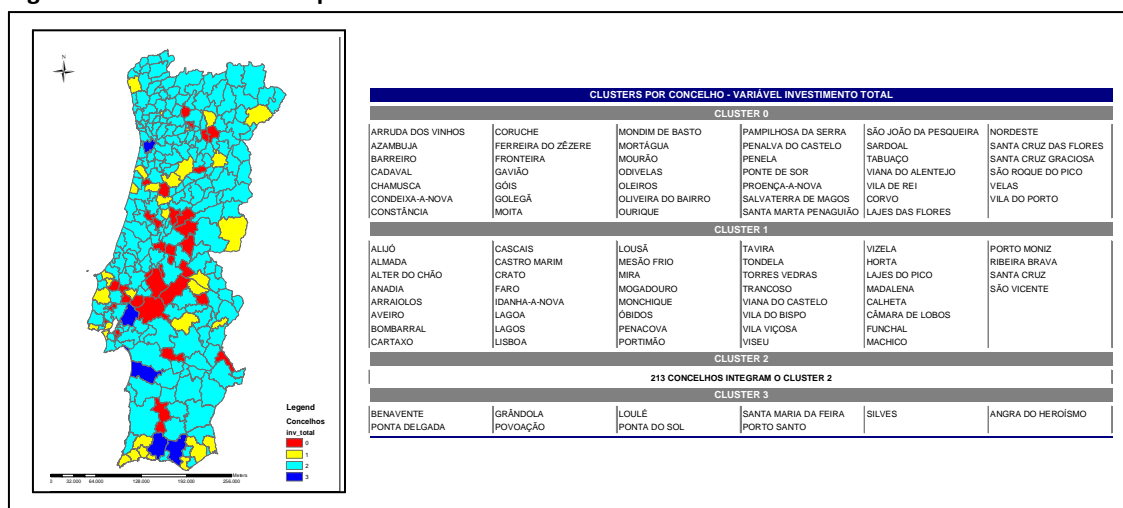
A análise por percentil permite observar que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 250.000 € a que corresponde um incentivo inferior a 100.000 €, dos quais 50% dos projetos apresentam um investimento total inferior a 140.000 € sendo atribuído um valor de incentivo inferior a 60.000 €. Esta situação é ainda mais óbvia considerando apenas 25% dos projetos, neste caso, o valor de investimento não ultrapassa os 75.000 € sendo atribuído um incentivo inferior a 30.000 €, o que vem comprovar que neste cluster estão integrados os projetos de investimento de valor mais reduzido, e aos quais são também atribuídos os menores valores de incentivo. Conclui-se que a **HI 7.3.3.3.2** *‘A maior parte dos projetos que se localizam fora dos principais destinos turísticos em Portugal apresentam um investimento global muito reduzido’ é verdadeira.*

VII.3.3.4 Análise individual da distribuição do investimento por concelho e suas principais características

VII.3.3.4.1 Distribuição do investimento total por concelho e suas principais características

Outra questão particularmente importante prende-se com a análise da dinâmica de investimento por município. Nesse sentido, foi efetuada uma análise de clusters por concelho segundo a variável investimento total. Esta análise permite identificar agrupamentos de concelhos que apresentem semelhanças entre si em termos de investimento, e que ao mesmo tempo se diferenciem dos outros agrupamentos de concelhos definidos.

Figura VII.3.3.4.1.1 Clusters por concelho – variável investimento total



Relativamente à variável **Investimento total**, a análise de clusters sobre as distâncias euclidianas quadradas entre sujeitos com o método de Ward produziu a informação constante da figura VII.3.3.4.1.1. De acordo com o critério do R-Quadrado, foram retidos 3 clusters que explicam 84,6% (R-sq= 0,8463) da variância total.

Tabela VII.3.3.4.1.1 Caracterização de clusters por concelho – Investimento total

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CONCELHO - INVESTIMENTO TOTAL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	584	investimento total	2.041.502,72	5.584.247,51	454.915,77	129.463,00	454.915,77	1.935.056,54
		investimento elegível	1.702.357,44	3.501.385,67	412.972,24	124.699,47	412.972,24	1.888.504,95
		incentivo	629.197,93	1.422.636,36	156.248,73	44.975,92	156.248,73	718.879,59
		postos trabalho a criar	7,16	18,05	-	-	-	6,00
2	1644	investimento total	484.925,23	1.489.969,60	138.603,47	72.375,58	138.603,47	299.343,65
		investimento elegível	448.765,89	1.347.939,99	133.301,25	67.495,59	133.301,25	288.301,73
		incentivo	182.854,90	458.433,47	57.843,50	28.089,43	57.843,50	111.361,09
		postos trabalho a criar	2,74	8,38	-	-	-	2,00
3	143	investimento total	4.550.229,59	8.828.644,91	1.046.500,00	146.566,77	1.046.500,00	3.748.662,00
		investimento elegível	4.136.442,77	8.306.642,04	989.450,42	141.703,49	989.450,42	3.226.319,57
		incentivo	1.306.427,40	2.245.800,45	393.013,54	64.504,54	393.013,54	1.485.833,15
		postos trabalho a criar	20,76	52,17	-	-	-	18,00

O cluster 3 integra 143 projetos e regista a maior média de investimento total (4.550.229,59 €), de investimento elegível (4.136.442,77 €), de incentivo (1.306.427,40 €) e de postos de trabalho a criar (20,76), registando também os maiores desvios padrão em todas as variáveis consideradas. Este cluster integra 11 sujeitos (10 municípios e o item multiconcelhos), onde se destacam 3 municípios da região NUT III dos Açores (Angra do Heroísmo; Ponta Delgada; Povoação), 2 municípios da região NUT III da Madeira (Ponta do Sol; Porto Santo), 2 municípios da NUT III Algarve (Loulé; Silves), 1 município da região NUT III Alentejo Litoral (Grândola), 1 município da Lezíria do Tejo (Benavente), e 1 município de Entre Douro e Vouga (Santa Maria da Feira).

Este cluster caracteriza-se por possuir 25% dos projetos de investimento de baixo valor, em que o investimento total não ultrapassa os 150.000 € e o incentivo os 65.000 €, no entanto, 75% dos projetos integrados neste cluster possuem um investimento total superior a 1.000.000 € a que corresponde um incentivo superior a 390.000 €, constituindo-se como o cluster que inclui preferencialmente projetos de investimento de elevado valor.

O cluster 1 inclui 584 projetos de investimento realizados em 44 concelhos. Este cluster regista médias de investimento elevadas, contudo, inferiores aos valores registados no cluster 3, a média de investimento total é de 2.041.502,72 €, de investimento elegível 1.702.357,44 €, de incentivo 629.197,93 €, e a média de postos de trabalho a criar é de 7,16. Os municípios que integram este cluster são maioritariamente das regiões NUT III do Algarve e da Madeira que incluem 8 municípios cada uma, 3 municípios da região NUT III dos Açores e do Oeste, e dois municípios das regiões NUT III da Grande Lisboa, Dão-Lafões, Douro, Baixo Vouga, Baixo Mondego, Alto Alentejo e Alentejo Central, e 1 município das regiões NUT III da Península de Setúbal, da Lezíria do Tejo, do Minho-Lima, do Ave, da Beira Interior Sul, da Beira Interior Norte, de Alto Trás-os-Montes, e do Pinhal Interior Norte.

A análise por percentis permite observar que este cluster inclui 25% de projetos em que o investimento total não ultrapassa os 130.000 € e o incentivo os 45.000 €, no entanto, para 50% dos projetos o investimento total pode atingir já os 450.000 € e para 75% dos projetos o investimento total pode atingir os 1.900.000 €, o que permite concluir que este cluster apesar de possuir projetos de investimento de reduzido valor, caracteriza-se essencialmente por possuir projetos de elevado investimento. Daqui se infere que a **HI 7.3.3.4.1.1** *‘Os projetos com maior investimento total localizam-se principalmente nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira’ é verdadeira.*

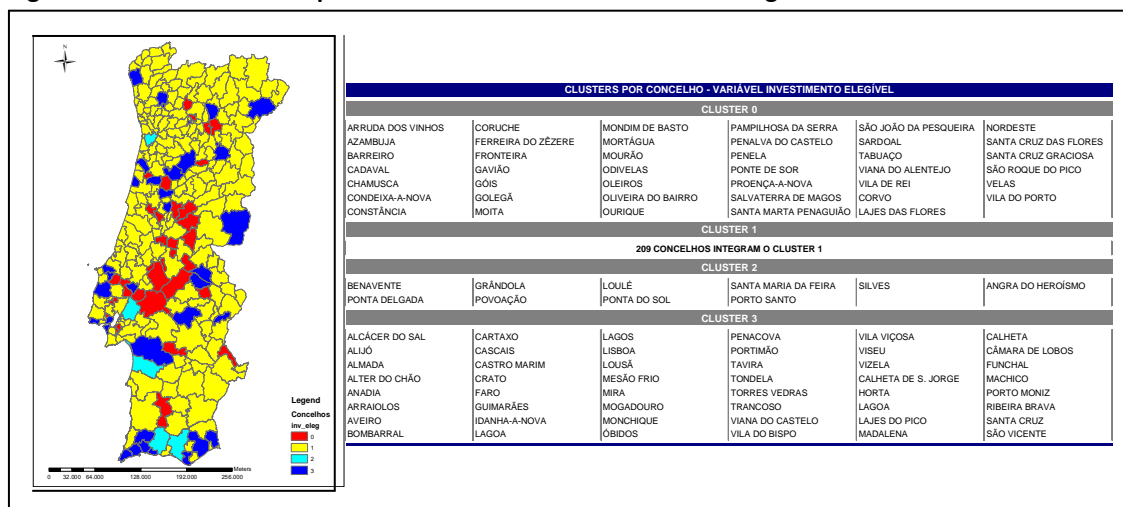
O cluster 2 integra 1.644 projetos de investimento, constituindo-se como o cluster que agrega mais projetos. Caracteriza-se por uma média de investimento total relativamente baixa (484.925,23 €), verificando-se a mesma situação na média de investimento elegível (448.765,89 €), na média de incentivo (182.854,90 €) e na média de postos de trabalho a criar (2,74). Este cluster integra maioritariamente projetos de investimento localizados nas diversas NUT III que integram a região NUT II Norte, Centro e Alentejo, registando também alguns projetos de investimento localizados em algumas regiões NUT III que integram a região NUT II de LVT, num total de 213 municípios.

Os projetos de investimento que se inserem neste cluster caracterizam-se por serem projetos de reduzido valor, refira-se que 50% dos projetos possuem um investimento total inferior a 140.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 75.000 €. No entanto, este cluster regista também alguns projetos com um investimento total superior que ultrapassam os 300.000 €. Conclui-se que este cluster integra maioritariamente os projetos de reduzido valor e que se encontram localizados preferencialmente nas regiões de menor desenvolvimento turístico. Conclui-se que a HI 7.3.3.4.1.2 *‘Os projetos de menor investimento total concentram-se, principalmente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo’* é **verdadeira**.

VII.3.3.4.2 Distribuição do investimento elegível por concelho e suas principais características

Os valores de investimento totais são muito importantes porque permitem observar a capacidade de investimento registada por município. No entanto, outro aspeto particularmente importante tem a ver com a parte do investimento total que é considerada elegível em termos de financiamento. Considerando este pressuposto, foi também realizada uma análise de clusters tendo por base a variável investimento elegível, que permite a identificação de diferentes posicionamentos e agrupamentos de municípios tendo por base a variável investimento elegível, comparativamente aos agrupamentos de concelhos definidos para a variável investimento total.

Figura VII.3.3.4.2.1 Clusters por concelho – variável investimento elegível



Para a variável **investimento elegível**, a análise de clusters sobre as distâncias euclidianas quadradas entre sujeitos com o método de Ward gerou a informação constante da figura VII.3.3.4.2.1. De acordo com o critério do R-Quadrado, foram retidos 3 clusters que explicam 84,5% (R-sq= 0,84536) da variância total.

Tabela VII.3.3.4.2.1 Caracterização de clusters por concelho – Investimento elegível

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CONCELHO - INVESTIMENTO ELEGÍVEL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1605	investimento total	469.395,75	1.480.718,92	138.167,02	71.557,55	138.167,02	288.681,78
		investimento elegível	433.293,27	1.334.668,78	131.827,30	66.066,82	131.827,30	271.670,83
		incentivo	177.283,54	449.359,94	57.744,92	28.044,66	57.744,92	104.923,13
		postos trabalho a criar	2,71	8,41	-	-	-	2,00
2	143	investimento total	4.550.229,59	8.828.644,91	1.046.500,00	146.566,77	1.046.500,00	3.748.662,00
		investimento elegível	4.136.442,77	8.306.642,04	989.450,42	141.703,49	989.450,42	3.226.319,57
		incentivo	1.306.427,40	2.245.800,45	393.013,54	64.504,54	393.013,54	1.485.833,15
		postos trabalho a criar	20,76	52,17	-	-	-	18,00
3	623	investimento total	1.984.068,21	5.427.879,14	442.882,65	128.465,40	442.882,65	1.902.769,33
		investimento elegível	1.663.743,45	3.419.511,89	403.786,87	122.968,65	403.786,87	1.807.693,46
		incentivo	615.609,88	1.389.534,24	141.806,00	43.116,09	141.806,00	702.207,68
		postos trabalho a criar	6,95	17,58	-	-	-	6,00

O cluster 2 regista a maior média de investimento total (4.550.229,59 €), de investimento elegível (4.136.442,77 €), de incentivo (1.306.427,40 €) e de postos de trabalho a criar (20,76), registando também os maiores desvios padrão em todas as variáveis consideradas. Este cluster integra 11 sujeitos (10 municípios e o item multiconcelhos), onde se destacam 3 municípios da região NUT III dos Açores (Angra do Heroísmo; Ponta Delgada; Povoação), 2 municípios da região NUT III da Madeira (Ponta do Sol; Porto Santo), 2 municípios da NUT III Algarve (Loulé; Silves), 1 município da região NUT III Alentejo Litoral (Grândola), 1 município da Lezíria do Tejo (Benavente), e 1 município de Entre Douro e Vouga (Santa Maria da Feira).

Este cluster caracteriza-se por possuir 25% dos projetos de investimento de baixo valor, em que o investimento total não ultrapassa os 150.000 € e o incentivo os 65.000 €, no entanto, 75% dos projetos integrados neste cluster possuem um investimento total superior a 1.000.000 € a que corresponde um incentivo superior a 390.000 €, constituindo-se como o cluster que inclui preferencialmente projetos de investimento de elevado valor.

O cluster 3 inclui 623 projetos de investimento realizados em 48 concelhos. Este cluster regista médias de investimento elevadas, contudo médias inferiores aos valores registados no cluster 2, a média de investimento total é de 1.984.068,21 €, de investimento elegível 1.663.743,45 €, de incentivo 615.609,88 €, e a média de postos de trabalho a criar é de 6,95. Os municípios que integram este cluster são maioritariamente das regiões NUT III do Algarve e da Madeira que incluem 8 municípios cada uma, 5 municípios da região NUT III dos Açores e 3 do Oeste, e 2 municípios das regiões NUT III da Grande Lisboa, Dão-Lafões, Douro, Baixo Vouga, Baixo Mondego, Alto Alentejo, Alentejo Central e Ave, e 1 município das regiões NUT III da Península de Setúbal, da Lezíria do Tejo, do Alentejo Litoral, do Minho-Lima, da Beira Interior Sul, da Beira Interior Norte, de Alto Trás-os-Montes, e do Pinhal Interior Norte.

A análise por percentis permite observar que este cluster inclui 25% dos projetos em que o investimento total não ultrapassa os 130.000 € e o incentivo os 45.000 €, no entanto, para 50% dos projetos o investimento total pode atingir já os 440.000 €, e para 75% dos projetos o investimento total pode atingir os 1.900.000 €, o que permite concluir que este cluster apesar de possuir projetos de investimento de reduzido valor, caracteriza-se essencialmente por possuir projetos de elevado investimento. Esta investigação permite concluir que a **HI 7.3.3.4.2.1** *‘Os projetos com maior investimento elegível concentram-se, principalmente, nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira’ é verdadeira.*

O cluster 1 integra 1.605 projetos de investimento, constituindo-se como o cluster que agrega mais projetos. Caracteriza-se por uma média de investimento total relativamente baixa (469.395,75 €), verificando-se a mesma situação na média de investimento elegível (433.293,27 €), na média de incentivo (177.283,54 €) e na média de postos de trabalho a criar (2,71). Este cluster integra maioritariamente projetos de investimento localizados nas diversas NUT III que integram a região NUT II Norte, Centro e Alentejo, registando também alguns projetos de investimento localizados em algumas regiões NUT III que integram a região NUT II de LVT.

Os projetos de investimento que se inserem neste cluster caracterizam-se por serem projetos de reduzido valor, refira-se que 50% dos projetos possuem um investimento elegível inferior a 135.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento elegível inferior a 70.000 €. No entanto, este cluster regista também alguns projetos com um investimento elegível superior que ultrapassam os 275.000 €. Conclui-se que este cluster integra maioritariamente os projetos de reduzido valor e que se encontram localizados preferencialmente nas regiões de menor desenvolvimento turístico. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 7.3.3.4.2.2** *‘Os projetos de menor investimento elegível concentram-se, maioritariamente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo’* é **verdadeira**.

VII.3.3.4.3 Distribuição do incentivo por concelho e suas principais características

A atribuição do incentivo a projetos de investimento pode e deve funcionar como medida de política de desenvolvimento e de investimento para uma determinada área, aposta numa determinada atividade económica ou apoio a uma estrutura/dimensão empresarial que evidencie fragilidades em termos de financiamento.

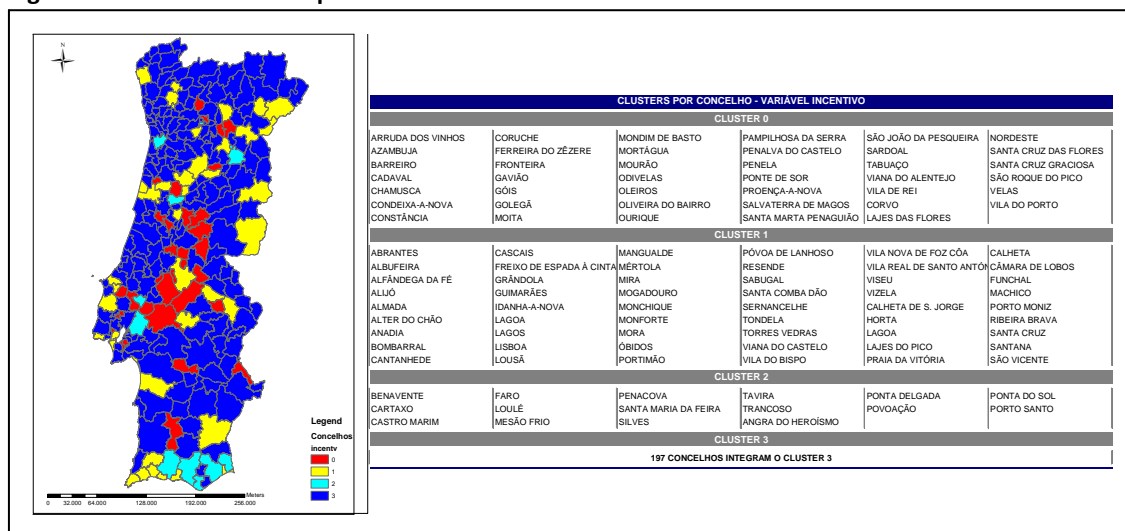
Considerando a importância que o incentivo a atribuir pode adquirir em termos da política de crescimento e desenvolvimento do setor empresarial associado a um determinado setor, é fundamental analisar a forma como o incentivo foi atribuído no setor do turismo aos projetos de investimento executados no período de 1994-2006. Pretende-se identificar agrupamentos de municípios que apresentem semelhanças em termos da atribuição do incentivo por projeto de investimento.

No que se refere à variável **Incentivo**, a análise de clusters sobre as distâncias euclidianas quadradas entre sujeitos com o método de Ward produziu a informação constante da figura VII.3.3.4.3.1. De acordo com o critério do R-Quadrado, foram retidos 3 clusters que explicam 85,2% (R-sq= 0,8515) da variância total.

O cluster 2 regista a maior média de investimento total (3.968.723,17 €), de investimento elegível (3.604.032,28 €), de incentivo (1.290.345,29 €) e de postos de trabalho a criar (16,94), registando também os maiores desvios padrão em todas as variáveis consideradas. Este cluster integra 17 sujeitos (16 municípios e o item multiconcelhos), onde se destacam 5 municípios da região NUT III do Algarve (Castro Marim; Faro; Loulé; Silves; Tavira), 3 municípios da região NUT III

dos Açores (Angra do Heroísmo; Ponta Delgada; Povoação), 2 municípios da região NUT III da Madeira (Ponta do Sol; Porto Santo), 2 municípios da região NUT III Lezíria do Tejo (Benavente; Cartaxo), 1 município de Entre Douro e Vouga (Santa Maria da Feira), do Douro (Mesão Frio), do Baixo Mondego (Penacova) e da Beira Interior Norte (Trancoso).

Figura VII.3.3.4.3.1 Clusters por concelho – variável incentivo



Este cluster caracteriza-se por possuir 25% dos projetos de investimento de baixo valor, em que o investimento total não ultrapassa os 150.000 € e o incentivo os 65.000 €, no entanto, 75% dos projetos integrados neste cluster possuem um investimento total superior a 1.000.000 € a que corresponde um incentivo superior a 380.000 €, constituindo-se como o cluster que inclui preferencialmente projetos de investimento de elevado valor.

Tabela VII.3.3.4.3.1 Caracterização de clusters por concelho - Incentivo

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CONCELHO - INCENTIVO								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	647	investimento total	1.900.887,71	5.541.858,32	418.202,13	119.911,01	418.202,13	1.773.391,13
		investimento elegível	1.592.161,44	3.647.400,23	379.515,37	114.489,08	379.515,37	1.618.070,45
		incentivo	583.116,54	1.276.547,86	159.281,13	44.957,40	159.281,13	678.165,62
		postos trabalho a criar	7,11	21,47	-	-	-	6,00
2	176	investimento total	3.968.723,17	7.640.575,71	1.011.643,05	147.781,35	1.011.643,05	3.713.452,75
		investimento elegível	3.604.032,28	7.170.993,66	938.298,70	142.530,25	938.298,70	3.409.609,09
		incentivo	1.290.345,29	2.272.840,54	379.073,76	62.321,05	379.073,76	1.538.665,59
		postos trabalho a criar	16,94	40,93	-	-	-	14,50
3	1548	investimento total	459.798,37	1.434.539,77	137.698,15	72.358,11	137.698,15	268.263,49
		investimento elegível	425.724,20	1.296.674,97	131.403,32	67.229,22	131.403,32	252.343,57
		incentivo	161.826,22	411.030,32	56.922,91	27.799,25	56.922,91	98.984,33
		postos trabalho a criar	2,63	8,45	-	-	-	2,00

O cluster 1 inclui 647 projetos de investimento realizados em 54 concelhos. Este cluster regista médias de investimento elevadas, contudo médias inferiores aos valores registados no cluster 2, a média de investimento total é de 1.900.887,71 €, de investimento elegível 1.592.161,44 €, de incentivo 583.116,54 €, e a média de postos de trabalho a criar é de 7,11. Os municípios

que integram este cluster são maioritariamente das regiões NUT III da Madeira (9 municípios) e do Algarve (7 municípios), 5 municípios da região NUT III dos Açores, 4 municípios da região NUT III de Dão-Lafões e do Douro, 3 do Oeste, do Alto Alentejo e do Ave, 2 municípios das regiões NUT III da Grande Lisboa, do Baixo Mondego e de Alto Trás-os-Montes, e 1 município das regiões NUT III da Península de Setúbal, do Alentejo Litoral, do Minho-Lima, da Beira Interior Sul, da Beira Interior Norte, do Pinhal Interior Norte, do Médio Tejo, do Baixo Vouga, do Tâmega e do Baixo Alentejo.

A análise por percentis permite observar que este cluster inclui 25% dos projetos em que o investimento total não ultrapassa os 120.000 € e o incentivo os 45.000 €, no entanto, para 50% dos projetos o investimento total ultrapassa já os 420.000 € a que corresponde um incentivo superior a 160.000 €. Refira-se que neste cluster 25% dos projetos ultrapassa os 1.775.000 € de investimento total, e em que o incentivo ultrapassa os 680.000 €, o que permite concluir que este cluster apesar de possuir projetos de investimento de reduzido valor, caracteriza-se essencialmente por possuir projetos de elevado investimento. Daqui se infere que a **HI 7.3.3.4.3.1** *‘Os projetos realizados nos municípios que integram as NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira absorvem o maior valor de incentivo’ é verdadeira.*

O cluster 3 integra 1.548 projetos de investimento, constituindo-se como o cluster que agrega mais projetos. Caracteriza-se por uma média de investimento total relativamente baixa (459.798,37 €), verificando-se a mesma situação na média de investimento elegível (425.724,20 €), na média de incentivo (161.826,22 €) e na média de postos de trabalho a criar (2,63). Este cluster integra maioritariamente projetos de investimento localizados nas diversas NUT III que integram a região NUT II Norte, Centro e Alentejo, registando também alguns projetos de investimento localizados em algumas regiões NUT III que integram a região NUT II de LVT, num total de 197 municípios.

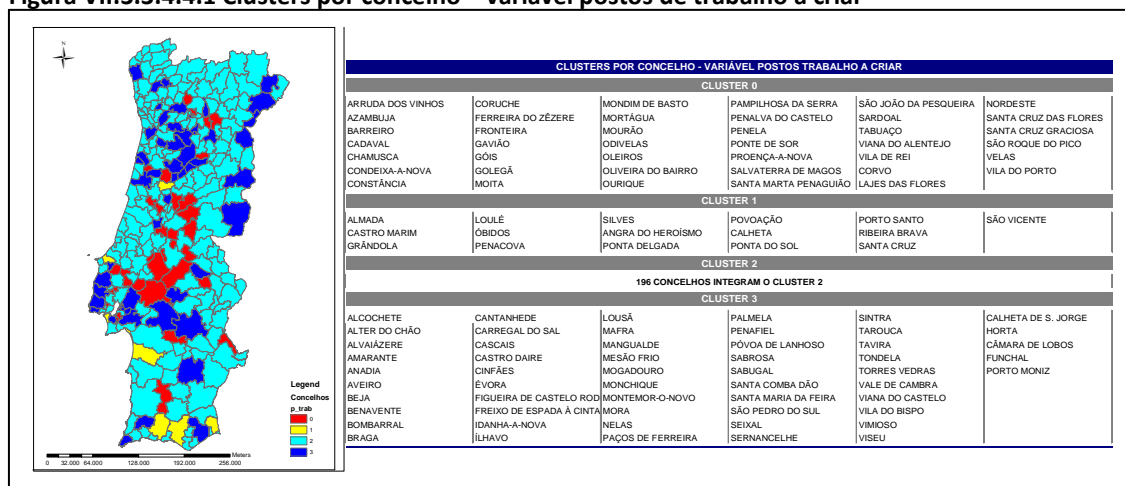
Os projetos de investimento que se inserem neste cluster caracterizam-se por serem projetos de reduzido valor, dado que 50% dos projetos possuem um investimento total inferior a 140.000 € e um incentivo inferior a 60.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 75.000 € e um incentivo inferior a 30.000 €. No entanto, este cluster regista também alguns projetos com um investimento total elevado que ultrapassam os 270.000 € e o incentivo os 100.000 €. Conclui-se que este cluster integra maioritariamente os projetos de reduzido valor e que se encontram localizados preferencialmente nas regiões de menor desenvolvimento turístico. Conclui-se que a **HI 7.3.3.4.3.2** *‘Os projetos que absorvem o*

menor valor de incentivo concentram-se maioritariamente nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo' é verdadeira.

VII.3.3.4.4 Distribuição do número de postos de trabalho a criar e suas principais características

O setor do turismo é reconhecidamente um setor de trabalho intensivo, com enorme capacidade de criação de emprego, apesar do seu caráter sazonal e das fragilidades que apresenta em termos dos contratos de trabalho e do vencimento médio relativamente baixo. No entanto, considerando a elevada capacidade de emprego demonstrada por este setor é importante analisar as dinâmicas de criação de postos de trabalho resultantes dos projetos de investimento realizados no turismo no período de 1994-2006.

Figura VII.3.3.4.1 Clusters por concelho – variável postos de trabalho a criar



Nesse sentido, pretende-se nesta secção identificar agrupamentos de concelhos que demonstrem similaridades em termos da criação de emprego, e que a análise permita seleccionar áreas centrais para aposta na criação de emprego no setor do turismo. Para isso, foi realizada uma análise de clusters, tendo por base a variável postos de trabalho a criar que agrupou os concelhos de acordo com as dinâmicas de criação de emprego.

Em relação à variável **postos de trabalho a criar**, a análise de clusters sobre as distâncias euclidianas quadradas entre sujeitos com o método de Ward produziu a informação constante da figura VII.3.3.4.4.1. De acordo com o critério do R-Quadrado, foram retidos 3 clusters que explicam 84,3% (R-sq= 0,84288) da variância total.

Tabela VII.3.3.4.4.1 Caracterização dos clusters por concelho – Postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CONCELHO - POSTOS TRABALHO A CRIAR									
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS			
			n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%
1	179	investimento total		4.063.440,80	8.131.030,18	1.013.846,63	154.288,17	1.013.846,63	3.270.587,88
		investimento elegível		3.691.561,52	7.611.447,47	943.441,29	147.175,31	943.441,29	3.022.096,75
		incentivo		1.184.378,18	2.049.851,94	394.165,00	72.859,41	394.165,00	1.417.937,00
		postos trabalho a criar		20,67	49,02	2,00	-	2,00	19,00
2	1712	investimento total		654.445,20	2.699.201,78	141.588,78	72.494,06	141.588,78	327.278,50
		investimento elegível		578.998,43	1.880.315,16	136.379,10	68.928,33	136.379,10	309.140,50
		incentivo		231.407,57	833.050,19	59.352,00	27.657,32	59.352,00	119.252,20
		postos trabalho a criar		2,42	9,49	-	-	-	2,00
3	480	investimento total		1.650.773,79	4.440.806,49	404.927,89	117.915,82	404.927,89	1.619.715,24
		investimento elegível		1.398.800,76	2.920.964,14	391.381,77	103.652,57	391.381,77	1.485.958,69
		incentivo		513.980,65	875.025,08	148.051,46	39.891,36	148.051,46	617.145,70
		postos trabalho a criar		7,94	14,25	2,00	-	2,00	9,00

O cluster 1 integra 16 municípios responsáveis pela execução de 179 projetos de investimento, regista a maior média de investimento total (4.063.440,80 €), de investimento elegível (3.691.561,52 €), de incentivo (1.184.378,18 €) e de postos de trabalho a criar (20,67), registando também os maiores desvios padrão em todas as variáveis consideradas. Este cluster integra 17 sujeitos (16 municípios e o item multiconcelhos), onde se destacam 6 municípios da região NUT III da Madeira (Calheta; Ponta do Sol; Porto Santo; Ribeira Brava; Santa Cruz), 3 municípios da região NUT III do Algarve (Castro Marim; Loulé; Silves), 3 municípios da região NUT III dos Açores (Angra do Heroísmo; Ponta Delgada; Povoação), 1 município do Baixo Mondego (Penacova), do Oeste (Óbidos), do Alentejo Litoral (Grândola) e da Península de Setúbal (Almada).

Este cluster caracteriza-se por possuir 25% de projetos de investimento de reduzido valor, em que o investimento total não ultrapassa os 160.000 € e o incentivo os 75.000 €, no entanto, este cluster define-se essencialmente por possuir um considerável número de projetos de elevado investimento, dado que, 75% dos projetos integrados neste cluster possuem um investimento total superior a 1.000.000 € a que corresponde um incentivo superior a 390.000 €, constituindo-se como o cluster que inclui preferencialmente projetos de investimento de elevado valor. Daqui se infere que a **HI 7.3.3.4.4.1** ‘Os projetos de investimento realizados nas NUT III da Grande Lisboa, Madeira e Algarve são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho’ é **verdadeira** para as regiões NUT III do Algarve e da Madeira, contudo para a região da Grande Lisboa esta hipótese é **inconclusiva**.

O cluster 3 inclui 480 projetos de investimento realizados em 55 concelhos. Este cluster regista médias de investimento elevadas, contudo médias inferiores aos valores registados no cluster 1, a média de investimento total é de 1.650.773,79 €, de investimento elegível 1.398.800,76 €, de incentivo 513.980,65 €, e a média de postos de trabalho a criar é de 7,94. Os municípios que integram este cluster são maioritariamente das regiões NUT III de Dão-Lafões (8 municípios) e do Douro (5 municípios), 4 municípios da região NUT III do Tâmega, 3 municípios das regiões

NUT III da Península de Setúbal, do Baixo Vouga, da Grande Lisboa, do Algarve e da Madeira, 2 municípios das regiões NUT III do Alto Alentejo, do Pinhal Interior Norte, do Oeste, dos Açores, do Alentejo Central, da Beira Interior Norte, de Alto Trás-os-Montes e de Entre Douro e Vouga, e 1 município das regiões NUT III do Baixo Alentejo, da Lezíria do Tejo, do Cávado, do Baixo Mondego, da Beira Interior Sul, do Ave e do Minho-Lima.

A análise por percentis permite observar que este cluster inclui 25% dos projetos em que o investimento total não ultrapassa os 120.000 € e o incentivo os 45.000 €, no entanto, para 50% dos projetos o investimento total pode atingir já os 400.000 € e para 75% dos projetos o investimento total pode atingir os 1.600.000 €, o que permite concluir que este cluster apesar de possuir projetos de investimento de reduzido valor, caracteriza-se essencialmente por possuir projetos de elevado investimento. Esta situação poderá advir do elevado número de projetos executados na NUT III Dão Lafões, e das NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira, que se caracterizam por possuir essencialmente projetos de elevado investimento e com uma taxa de criação de emprego considerável.

O cluster 2 integra 1.712 projetos de investimento, constituindo-se como o cluster que agrega mais projetos. Caracteriza-se por uma média de investimento total relativamente baixa (654.445,20 €), verificando-se a mesma situação na média de investimento elegível (578.998,43 €), na média de incentivo (231.407,57 €) e na média de postos de trabalho a criar (2,42). Este cluster integra maioritariamente projetos de investimento localizados nas diversas NUT III que integram a região NUT II Norte, Centro e Alentejo, registando também alguns projetos de investimento localizados em algumas regiões NUT III que integram a região NUT II de LVT.

Os projetos de investimento que se inserem neste cluster caracterizam-se por serem projetos de reduzido valor, refira-se que 50% dos projetos possuem um investimento total inferior a 145.000 € e um incentivo inferior a 60.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 75.000 € e um incentivo inferior a 30.000 €.

No entanto, este cluster regista também alguns projetos com um investimento total considerável que ultrapassam mesmo os 330.000 € e o incentivo os 120.000 €. Conclui-se que este cluster integra maioritariamente os projetos de reduzido valor e que se encontram localizados preferencialmente nas regiões de menor desenvolvimento turístico. Daqui se infere que a **HI 7.3.3.4.4.2** *‘Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III que integram as*

regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam uma taxa de criação de emprego baixa' é verdadeira.

VII.4 Especificidades do investimento por dimensão de empresa

A estrutura empresarial do setor do turismo é constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão. Segundo o INE (2011) mais de 90% das empresas do setor do turismo são de pequena e micro dimensão. Estas empresas apresentam um conjunto de especificidades no seu funcionamento, e dada a sua reduzida dimensão e estrutura familiar apresentam um conjunto de fragilidades que importa considerar. Para além das questões associadas à sua dimensão, estas empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dificuldade no acesso ao financiamento.

Nesse sentido, é fundamental analisar o investimento realizado no período de 1994-2006 segundo a dimensão de empresa de forma a verificar se o investimento realizado teve em atenção aquela que é a estrutura empresarial do setor do turismo, e para além disso, a outra questão que importa analisar nesta secção, quais as principais características inerentes ao investimento realizado por este tipo de empresas, dado que, só é possível definir medidas de política adequadas a estas empresas de pequena e micro dimensão se se entender quais são as suas especificidades em termos de funcionamento e de investimento.

VII.4.1 Síntese

A análise de clusters por *dimensão de empresa* permite constatar que se observam diferenças nos sujeitos que integram cada cluster dependendo do tipo de análise de cluster efetuado. Tendo por base a análise de cluster que engloba todas as variáveis numéricas observa-se que são definidos 3 clusters. O primeiro cluster integra as *empresas de pequena e micro dimensão*, o segundo cluster integra as *Não PME*, e o terceiro cluster é composto pelas empresas de *média dimensão* e os projetos de investimento alocados ao item *Não aplicável*.

Uma análise global à tabela n.º VI.4.1.1 permite verificar que as empresas de pequena e micro dimensão integram sempre o mesmo cluster, independentemente da análise de cluster que estiver a ser considerada. As empresas de média dimensão e o item *Não aplicável* integram

também o mesmo cluster em quase todas as análises de cluster efetuadas, exceto na análise de cluster com variável postos de trabalho a criar, em que se observa que o item *Não aplicável* integra o cluster das empresas de pequena e micro dimensão.

Tabela VII.4.1.1 Clusters por dimensão de empresa

CLUSTER POR DIMENSÃO DE EMPRESA			
designação cluster	1	2	3
cluster total	Micro empresa Pequena empresa	Não PME	Média empresa Não aplicável
cluster inv_total	Micro empresa Pequena empresa	Média empresa Não aplicável	Não PME
cluster inv_eleg	Micro empresa Pequena empresa	Média empresa Não aplicável	Não PME
cluster inctv	Micro empresa Pequena empresa	Média empresa Não PME Não aplicável	
cluster p_trab	Micro empresa Pequena empresa Não aplicável	Média empresa	Não PME

Relativamente às empresas de média e grande dimensão observa-se que, independentemente da análise que estiver a ser realizada, estas empresas estão sempre em diferentes clusters, com exceção do cluster que integra a variável incentivo em que ambas as dimensões se inserem no mesmo cluster, juntamente com o item *Não aplicável*. Demonstra-se que não se observam diferenças na atribuição do incentivo a projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão. Assim sendo, conclui-se que a **HI 7.4.1.1** *‘Existem diferenças na atribuição do incentivo entre os projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão e os projetos de investimento executados pelas Não PME’* é **falsa**.

Daqui se conclui que as empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma ou mais características comuns e diferenciadas dos restantes níveis de empresa, independentemente do tipo de análise de cluster considerado, daí integrarem o mesmo cluster. O mesmo se conclui relativamente às restantes dimensões de empresa que, por integrarem diferentes clusters, independentemente da variável em estudo, registam diferenças comparativamente às outras dimensões de empresa. Apenas o item não regionalizável, que integra, na maior parte das análises de cluster efetuadas, o mesmo cluster que as empresas de média dimensão regista uma ou mais características comuns com essa dimensão de empresa. Esta investigação permite concluir que a **HI 7.4.1.2** *‘As empresas de pequena e micro dimensão apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento’* é **verdadeira**.

VII.4.2 Análise integrada do investimento por dimensão de empresa – suas especificidades

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método *Ward* usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado, tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos 3 clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

Tabela VII.4.2.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	1,825	2	,175	2	10,411	,088
Zscore: Média de inv_eleg	1,869	2	,131	2	14,303	,065
Zscore: Média de incentv	1,826	2	,174	2	10,480	,087
Zscore: Média de p_trab	1,592	2	,408	2	3,899	,204

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

A tabela da ANOVA permite observar que as variáveis que mais contribuem para a definição dos clusters são, por ordem de importância, a média do investimento elegível ($F=14,303$) que se destaca claramente das restantes, apresentando a média do incentivo e a média de investimento total, também alguma importância na definição dos clusters face ao valor de F. A média de postos de trabalho é a variável com menor peso na definição dos clusters.

De acordo com o critério do R Quadrado¹⁰, foram retidos 3 clusters que explicam 88,9% ($R-sq=0.8889$) da variância total. A análise dos clusters retidos permite observar que as empresas de micro dimensão e as empresas de pequena dimensão integram o mesmo cluster, o que permite concluir que as empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma ou mais características comuns e diferenciadas dos restantes níveis de empresa.

¹⁰ O R Quadrado é a razão entre a soma dos quadrados entre os grupos ou clusters e a soma dos quadrados totais para cada uma das variáveis usadas na análise. Descrito desta forma, o R Quadrado é uma medida da percentagem significativa da variabilidade total.

Tabela VII.4.2.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	3,649	2	1,825	10,411	,088
	Within Groups	,351	2	,175		
	Total	4,000	4			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	3,739	2	1,869	14,303	,065
	Within Groups	,261	2	,131		
	Total	4,000	4			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	3,652	2	1,826	10,480	,087
	Within Groups	,348	2	,174		
	Total	4,000	4			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	3,183	2	1,592	3,899	,204
	Within Groups	,817	2	,408		
	Total	4,000	4			

O mesmo se observa relativamente às empresas de média dimensão e às empresas que se incluem no item Não aplicável que integram o mesmo cluster. Já as empresas de grande dimensão, integram um cluster em que se constituem como o único sujeito aí considerado, o que permite aferir que estas empresas apresentam características diferenciadas das restantes dimensões de empresa.

Tabela VII.4.2.3 Clusters por dimensão de empresa

dim_emp						
Cluster	Number of Case	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
1	Valid 1	1	50,0	50,0	50,0	
	2	1	50,0	50,0	100,0	
	Total	2	100,0	100,0		
2	Valid 4	1	100,0	100,0	100,0	
3	Valid 3	1	50,0	50,0	50,0	
	6	1	50,0	50,0	100,0	
	Total	2	100,0	100,0		

O cluster 1, que integra as empresas de pequena e micro dimensão, engloba 1.658 projetos de investimento e regista a média de investimento mais baixa, inferior a 480.000 €, comparativamente aos outros dois clusters. A média de investimento elegível é de cerca de 440.000 € e a média de incentivo é inferior a 190.000 € por projeto de investimento, registando uma média de criação de postos de trabalho de 2,75. Apresenta também o menor desvio padrão nas duas variáveis, investimento total (1.629.278,17 €) e investimento elegível

(1.462.176,83 €), comparativamente aos dois outros clusters, um que integra as Não PME e o outro cluster que engloba as empresas de média dimensão e o item Não aplicável.

Tabela VII.4.2.4 Caracterização dos clusters por dimensão de empresa

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - DIMENSAO EMPRESA - TODAS AS VARIÁVEIS									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1658	Micro empresa	investimento total	478.804,02	1.629.278,17	127.702,24	67.042,18	127.702,24	159.233,75
			Pequena empresa	investimento elegível	439.496,44	1.462.176,83	122.539,68	62.852,04	122.539,68
			incentivo	186.014,56	493.872,23	55.099,71	28.009,99	55.099,71	88.497,97
			postos trabalho a criar	2,75	9,06	-	-	-	2,00
2	76	Não PME	investimento total	6.855.925,73	9.907.536,09	2.790.717,37	1.451.383,41	2.790.717,37	7.424.486,73
			investimento elegível	6.107.578,12	8.800.042,55	2.616.144,18	1.327.218,21	2.616.144,18	6.876.686,75
			incentivo	1.788.343,68	2.410.204,82	852.887,15	390.348,52	852.887,15	2.444.660,48
			postos trabalho a criar	27,97	63,33	1,50	-	1,50	22,75
3	225	Média empresa	investimento total	3.372.222,38	7.993.221,52	837.297,11	290.979,94	837.297,11	2.621.928,66
			investimento elegível	2.880.069,90	6.105.260,71	689.811,84	244.024,48	689.811,84	2.537.733,26
		Não aplicável	incentivo	1.239.083,61	2.764.881,75	331.451,20	132.100,44	331.451,20	1.187.084,75
			postos trabalho a criar	8,55	26,26	-	-	-	3,00

A análise de dados permite concluir que as empresas de pequena e micro dimensão, face à sua estrutura e dimensão reduzida registam valores médios de investimento inferiores às das restantes empresas de maior dimensão. Refira-se também que o menor valor do desvio padrão nas duas variáveis demonstra que neste cluster não se observam tantas diferenças nos valores de investimento conforme se registam nos outros dois clusters.

A análise dos percentis demonstra que 50% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 130.000 € e um incentivo na ordem dos 55.000 €. Observa-se ainda que 75% dos projetos de investimento não ultrapassam os 160.000 € a que corresponde um incentivo de 90.000 €, sendo a média de postos de trabalho a criar de 2. Esta situação demonstra claramente o reduzido investimento realizado por parte das empresas de pequena e micro dimensão, dado que 75% dos projetos de investimento executados por estas empresas registam um investimento total, um investimento elegível e um incentivo claramente inferior a 25% dos projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão (investimento total de 290.000 € e incentivo de 130.000 €) e por empresas de grande dimensão (investimento total de 1.450.000 € e incentivo de 390.000 €). Assim sendo, conclui-se que a **HI 7.4.2.1 'As empresas de pequena e micro dimensão realizam principalmente projetos de baixo investimento'** é **verdadeira**, dado que as empresas de pequena e micro dimensão registam o menor volume de investimento total, de investimento elegível, de incentivo e de número de postos de trabalho a criar.

O cluster 2 que representa 76 projetos de investimento, onde se incluem as empresas de grande dimensão (Não PME) registam um investimento total médio de 6.855.925,73 €, a que corresponde um incentivo médio de 1.788.343,68 € e uma média de postos de trabalho a criar

de 27,97. Este cluster possui o maior desvio padrão na variável investimento total (9.907.536,10 €) e investimento elegível (8.800.042,55 €) e postos de trabalho a criar (63,33).

Considerando que se trata de empresas de grande dimensão, que face à sua dimensão e estrutura apresentam uma maior capacidade de investimento é natural que estas empresas registem a maior média de investimento total e investimento elegível. Os elevados valores de desvio padrão registados ao nível das variáveis investimento total e investimento elegível demonstram que existe uma grande variabilidade nos valores de investimento, ou seja, existem projetos com investimento muito elevado ao mesmo tempo que se registam projetos de menor volume de investimento. A análise dos percentis demonstra a clara diferença que se pode observar em termos de volume de investimento entre este cluster e os outros dois clusters, dado que, os projetos de menor investimento e que se enquadram no percentil 25, são também projetos com grande investimento, podendo atingir os 1.450.000 € de investimento total a que corresponde um incentivo na ordem dos 390.000 €.

O terceiro cluster engloba as empresas de média dimensão e o item *Não aplicável* que registam o valor intermédio, quer em termos da média de investimento total (3.372.222,38 €) e de investimento elegível (2.880.069,90 €) quer no valor do desvio padrão de investimento total (7.993.221,52 €) e de investimento elegível (6.105.260,71 €), o que reflete aquela que é a própria estrutura das empresas que integram este cluster. No cluster 3, 25% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 300.000 €, um investimento elegível inferior a 250.000 € e um incentivo próximo dos 130.000 €. Considerando 50% dos projetos de investimento, o valor de investimento total registado aumenta, contudo, é inferior a 840.000 €, o que representa um incentivo atribuído de cerca de 330.000 €. Tendo por base, a análise de dados realizada, é possível concluir que a **HI 7.4.2.2** '*As empresas de média e grande dimensão realizam preferencialmente projetos de elevado investimento*' é **verdadeira**.

Observa-se uma maior aproximação dos valores registados nos projetos de investimento realizados pelas empresas de média dimensão e o cluster que integra as empresas de pequena e micro dimensão do que com as empresas de grande dimensão. De facto, apesar de na análise dos valores médios de investimento não ser possível observar esta questão, uma vez que os valores médios são representativos de claras diferenças entre clusters, na análise por percentis, observa-se uma maior aproximação entre as dimensões de empresa de média, pequena e micro dimensão, contrariamente ao que se observa com as empresas de grande dimensão.

No que se refere à variável **incentivo**, observa-se que as empresas de pequena e micro dimensão registam a menor média de incentivo (186.014,56 €) e o menor desvio padrão (493.872,23 €), enquanto que as Não PME apresentam a maior média de incentivo (1.788.343,68 €) registando aqui o valor intermédio de desvio padrão (2.410.204,82 €). Por sua vez, as empresas que integram o segundo cluster (empresas de média dimensão e item não aplicável) registam uma média de incentivo (1.239.083,61 €) superior às empresas de pequena e micro dimensão, mas inferior à média registada pelas Não PME. Contudo, estas empresas apresentam o valor mais elevado de desvio padrão (2.764.881,75 €), o que sugere uma maior variação nos valores dos projetos de investimento, comparativamente aos valores observados nos outros dois clusters. Daqui se infere que as empresas de média e grande dimensão absorvem a maior média de incentivo por projeto de investimento. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 7.4.2.3** *‘As empresas de média e grande dimensão recebem a maior parte do incentivo por projeto de investimento’* é **verdadeira**.

Relativamente à variável **postos de trabalho a criar**, observa-se que as empresas de pequena e micro dimensão que integram o cluster 1, registam os menores valores de média de postos de trabalho a criar (2,75) e do desvio padrão (9,06), enquanto que as empresas de grande dimensão apresentam os maiores valores, quer da média de postos de trabalho a criar (27,97) quer do desvio padrão (63,33). O cluster composto pelas empresas de média dimensão regista os valores intermédios da média de postos de trabalho a criar (8,55) e do desvio padrão (26,26). Nesse sentido, conclui-se que são as empresas de média e grande dimensão que registam a maior média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento, no entanto, são as empresas de pequena e micro dimensão as que criam mais emprego. Demonstra-se que a **HI 7.4.2.4** *‘As empresas de média e grande dimensão registam a maior média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento’* é **verdadeira**.

VII.4.3 Análise individual do investimento por dimensão de empresa

A análise realizada na secção anterior permite constatar as diferenças observadas entre as várias dimensões de empresa, tendo por base todas as variáveis (inv_total; inv_eleg; inctv; p_trab). No entanto, é também importante observar as diferenças que se registam entre as várias dimensões de empresa, mas considerando cada variável independentemente, uma vez que se podem identificar diferenças por variável que não são perceptíveis na análise conjunta.

A análise de clusters sobre as distâncias euclidianas quadradas entre sujeitos com o método de Ward, realizada tendo por base a identificação de clusters para cada uma das variáveis numéricas, permite constatar algumas diferenças na definição dos agrupamentos de clusters. Para cada variável numérica considerada individualmente, a análise de clusters definiu, de acordo com o critério do R-Quadrado, 3 clusters para as variáveis investimento total, investimento elegível e postos de trabalho a criar, e 2 clusters para a variável incentivo.

Os clusters retidos para a variável investimento total explicam 92,7% ($R\text{-sq}=0,92675$), para a variável investimento elegível explicam 91,65% ($R\text{-sq}=0,9165$) e para a variável postos de trabalho a criar explicam 95,5% ($r\text{-sq}=0,955$) da variância total. Relativamente à variável incentivo, a análise de clusters, de acordo com o critério do R-Quadrado reteve 2 clusters que explicam 83,2% ($R\text{-sq}=0,83225$) da variância total.

Uma das grandes conclusões que se observa na análise individual das variáveis (*inv_total*; *inv_eleg*; *p_trab*) prendem-se com o agrupamento num único cluster dos sujeitos empresas de micro dimensão e empresas de pequena dimensão. A separação em diferentes clusters dos sujeitos empresas de média dimensão e Não PME's, e o agrupamento dos sujeitos integrados no item Não aplicável com os sujeitos empresas de média dimensão.

No que se refere aos clusters retidos na análise individual à variável numérica incentivo, regista-se, uma vez mais, o agrupamento no mesmo cluster dos sujeitos empresas de micro dimensão e empresas de pequena dimensão, sendo o 2.º cluster constituído pelos sujeitos empresas de média dimensão e Não PME's e o item *Não aplicável*, situação que se observa apenas nesta análise.

A caracterização de clusters segundo o *incentivo* atribuído define a criação de 2 clusters, conforme já foi referido, e em que o cluster 1 integra as empresas de pequena e micro dimensão, e o cluster 2 as empresas de média e grande dimensão e o item não aplicável. O cluster 1 foi já amplamente analisado na secção VII.4.2, inclui 1.658 projetos e regista as menores médias de investimento total (478.804,02 €), de investimento elegível (439.496,44 €), de incentivo (186.014,56 €) e de postos de trabalho a criar (2,75) por projeto de investimento.

Refira-se também que a maior parte dos projetos que integram este cluster são de investimento reduzido, dado que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a

160.000 €, a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 90.000 €. Considerando apenas 50% dos projetos observa-se que o investimento total não ultrapassa os 130.000 € e o incentivo absorvido os 60.000 €. Para 25% dos projetos de investimento esta questão torna-se ainda mais evidente, dado que o investimento total não ultrapassa os 70.000 €, sendo que, neste caso, o incentivo não ultrapassa os 30.000 €, o que vem comprovar a reduzida dimensão dos projetos que integram este cluster.

Tabela VII.4.3.1 Caracterização dos clusters por dimensão de empresa - incentivo

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - DIMENSÃO EMPRESA - INCENTIVO									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1658	Micro empresa	investimento total	478.804,02	1.629.278,17	127.702,24	67.042,18	127.702,24	159.233,75
		Pequena empresa	investimento elegível	439.496,44	1.462.176,83	122.539,68	62.852,04	122.539,68	149.946,25
			incentivo	186.014,56	493.872,23	55.099,71	28.009,99	55.099,71	88.497,97
			postos trabalho a criar	2,75	9,06	-	-	-	2,00
2	301	Média empresa	investimento total	4.251.828,54	8.633.872,47	1.309.713,59	376.629,87	1.309.713,59	3.558.489,04
		Não PME	investimento elegível	3.694.988,92	7.011.719,79	1.128.904,34	330.129,50	1.128.904,34	3.246.779,00
		Não aplicável	incentivo	1.377.767,22	2.686.512,28	444.771,00	174.369,11	444.771,00	1.414.160,57
			postos trabalho a criar	13,46	39,86	-	-	-	7,50

Nesse sentido a investigação realizada permite concluir que a **HI 7.4.3.1.1 'O incentivo é absorvido principalmente por empresas de pequena e micro dimensão'** é **falsa**, uma vez que a média de incentivo atribuído aos projetos executados por empresas de pequena e micro dimensão é inferior ao incentivo atribuído ao cluster que integra as empresas de média e grande dimensão. Mais ainda, considerando o incentivo total (média de incentivo a multiplicar por número de projetos) continua a verificar-se que são as empresas de média e grande dimensão que continuam a absorver a maior parte do incentivo.

No que se refere à análise de clusters segundo a variável *postos de trabalho a criar*, definiram-se 3 clusters, em que o cluster 1 inclui as empresas de pequena e micro dimensão e o item *Não aplicável*, o cluster 2 inclui as empresas de média dimensão, e o cluster 3 engloba as empresas de grande dimensão. Uma primeira referência deve ser feita à desagregação obtida, em termos de criação de emprego, uma vez que se denotam diferenças significativas entre as várias dimensões de empresa, ou seja, as especificidades inerentes às empresas de pequena e micro dimensão são diferentes das características inerentes às empresas de média dimensão e, por sua vez, destas relativamente às características das empresas de grande dimensão.

O cluster 1 integra os projetos de investimento realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão e o item *não aplicável* e representa 1.743 projetos de investimento. As grandes diferenças que se observam entre esta análise individual da variável *postos de trabalho a criar* e a análise integrada com todas as variáveis prende-se com um crescimento da média de investimento total, de investimento elegível e de incentivo, face à integração no mesmo

cluster do item não aplicável. Contudo, a questão central desta análise tem a ver com a criação de postos de trabalho, daí que, o item não aplicável esteja integrado no cluster juntamente com as empresas de pequena e micro dimensão dado o reduzido número de postos de trabalho que criam.

Tabela VII.4.3.2 Caracterização de clusters por dimensão de empresa – postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - DIMENSÃO EMPRESA - POSTOS TRABALHO A CRIAR									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	1743	Micro empresa	investimento total	561.735,88	2.036.462,30	132.814,92	70.041,20	132.814,92	194.915,25
		Pequena empresa	investimento elegível	517.595,04	1.908.593,52	127.363,06	64.928,52	127.363,06	176.409,85
		Não aplicável	incentivo	250.621,43	1.044.941,14	57.322,00	29.108,56	57.322,00	99.026,35
			postos trabalho a criar		2,62	8,85	-	-	-
2	140	Média empresa	investimento total	4.096.438,99	9.105.844,11	1.249.327,57	386.067,08	1.249.327,57	3.407.168,24
			investimento elegível	3.389.519,02	6.379.812,88	1.135.304,67	385.443,58	1.135.304,67	3.207.491,21
			incentivo	1.074.091,39	1.578.345,57	448.551,54	188.088,77	448.551,54	1.225.631,23
			postos trabalho a criar		13,71	32,26	-	-	-
3	76	Não PME	investimento total	6.855.925,73	9.907.536,09	2.790.717,37	1.451.383,41	2.790.717,37	7.424.486,73
			investimento elegível	6.107.578,12	8.800.042,55	2.616.144,18	1.327.218,21	2.616.144,18	6.876.686,75
			incentivo	1.788.343,68	2.410.204,82	852.887,15	390.348,52	852.887,15	2.444.660,48
			postos trabalho a criar		27,97	63,33	1,50	-	1,50

Face a esta alteração verificada no agrupamento de clusters, a média de criação de postos de trabalho do cluster 2, que integra as empresas de média dimensão, sobe consideravelmente o que demonstra uma elevada capacidade de criação de emprego por parte destas empresas, dado que são responsáveis pela criação de 13,7 postos de trabalho por projeto de investimento. Em relação às empresas de grande dimensão, a média de postos de trabalho a criar mantém-se (27,97), uma vez que não se verifica alterações na integração do cluster. Esta investigação permite concluir que a **HI 7.4.3.1.2** ‘As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela criação da maior parte dos postos de trabalho’ é **verdadeira**. Apesar de a média de criação de postos de trabalho das empresas de pequena e micro dimensão ser claramente inferior à média registada pelas empresas de média e grande dimensão em conjunto, o número total de postos de trabalho criados pelas empresas de pequena e micro dimensão é superior ao número de postos de trabalho criados pelas empresas de média e grande dimensão.

VII.5 Especificidades do investimento por subsectores do turismo

Considera-se fundamental possuir informação estatística por ramos de atividade dado que essa informação permite a formulação e a adequação de políticas sectoriais na base dos conteúdos disponibilizados, bem como a avaliação do peso e da importância de cada subsector na atividade económica. Conforme já referido no capítulo IV – Metodologia, a classificação de

Atividade Económica adotada rege-se pelo Decreto-Lei n.º 182/93 de 14 de maio (ver justificação no capítulo IV na secção IV.6.6).

Nesse sentido, foi efetuada no capítulo VI uma identificação e análise às áreas de atividade económica que registaram projetos de investimento na área do turismo no período de 1994-2006. Constata-se que os projetos de investimento na área do turismo centram-se principalmente na CAE 55 – Alojamento e Restauração onde foram executados 83,1% do total de projetos, registando-se também alguma concentração de projetos, apesar de menor dimensão, ao nível das CAE 63 – *Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo* e CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas*, áreas onde foram realizados 3,6% e 6%, respetivamente, do total de projetos de investimento. (Para consultar a globalidade das áreas de atividade económica onde se inserem projetos de investimento na área do turismo, ver capítulo IV secção IV.6.6).

Dada a diversidade de atividades económicas onde se inserem projetos de investimento na área do turismo, e cuja tendência aumenta conforme a análise efetuada considere o agrupamento de CAE a 2 dígitos, a 3 ou a 5 dígitos, e tendo em atenção as especificidades do setor do turismo e da estrutura empresarial que o caracteriza, é importante identificar agrupamentos de CAE que apresentem semelhanças de atuação e proximidade entre si, e que ao mesmo tempo as diferenciem das atividades económicas que não pertencem ao mesmo grupo.

Assim sendo, pretende-se realizar uma análise de clusters por CAE a 2 dígitos, CAE a 3 dígitos e CAE a 5 dígitos que permita identificar agrupamentos de CAE que apresentam semelhanças entre si, e diferenças entre as CAE que não integrem o mesmo cluster. Assim será possível identificar subsectores que registem as mesmas especificidades de investimento, o que é fundamental para a definição e implementação de políticas de turismo.

A observação de dados inicial permitiu definir uma opção que se irá manter para a análise de clusters das CAE a 2 dígitos, mas também para as análises de clusters das CAE a 3 dígitos e a das CAE a 5 dígitos. Considerando que as CAE definidas como CAE 00; CAE 77 e CAE 88 constituem-se como agrupamentos de CAE que registam um reduzido número de projetos sempre que na análise de clusters efetuada uma dessas CAE seja isolada das restantes, sugere-se a sua retirada da análise, sendo considerada uma outlier, e deve-se realizar uma nova análise de clusters sem a referida CAE. Esta situação irá permitir um novo reagrupamento de

CAE permitindo uma análise mais pormenorizada e ajustada sobre os agrupamentos de CAE definidos.

A análise de clusters desagregada por CAE a 3 dígitos e CAE a 5 dígitos irá permitir uma análise pormenorizada a cada subsetor onde se registam projetos de investimento na área do turismo uma vez que se está a efetuar a análise desagregada no seu máximo. No que se refere à análise por CAE a 2 dígitos, as conclusões a retirar são mais gerais na medida em que não permitem observar as possíveis diferenças que se verificam na desagregação por CAE a 3 e a 5 dígitos.

Refira-se também a forma como será apresentada a informação nas secções seguintes. Para cada análise de cluster realizada será efetuada uma análise na globalidade que poderá permitir identificar semelhanças de atuação entre CAE. Para além disso, a análise de clusters será realizada individualmente a cada variável (investimento total; investimento elegível; incentivo; e postos de trabalho a criar) de forma a identificar diferenças na definição de agrupamentos tendo por base a variável considerada.

VII.5.1 Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos

A tabela síntese das análises de clusters realizadas, considerando todas as variáveis numéricas, ou cada variável individualmente permite observar que a CAE 55 – Alojamento e Restauração, a CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo e a CAE 75 – Administração pública, defesa e segurança social obrigatória aparecem na maior parte das análises integradas no mesmo cluster, exceto na análise com a variável numérica postos de trabalho a criar, em que a CAE 55 – Alojamento e restauração aparece integrada no cluster 1 com a CAE 88 (agrupamento de CAE) e a CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas, enquanto que as CAE 63 e CAE 75 surgem associadas à CAE 77 (agrupamento de CAE). Daqui se infere que a HI 7.5.1.1 ‘Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo apresentam características semelhantes em termos de investimento’ é verdadeira, uma vez que, independentemente da análise, a CAE 55 – Alojamento e Restauração e a CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo integram sempre o mesmo cluster, exceto no cluster postos de trabalho a criar.

A CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas* aparece habitualmente associada à CAE 00 (agrupamento de CAE), exceto no *cluster investimento total*, onde aparece integrada com as restantes CAE do core do setor do turismo, a CAE 55 e a CAE 63, e no *cluster postos de trabalho a criar*, onde surge associada à CAE 55 e à CAE 88 (agrupamento de CAE).

CLUSTER POR CAE A 2 DÍGITOS			
designação cluster	1	2	3
cluster total	CAE 77	CAE 00 CAE 92	CAE 55 CAE 63 CAE 75 CAE 88
cluster inv. total	CAE 00 CAE 77	CAE 55 CAE 63 CAE 75 CAE 88 CAE 92	
cluster inv. eleg	CAE 00 CAE 92	CAE 77	CAE 55 CAE 63 CAE 75 CAE 88
cluster inctv	CAE 00 CAE 88 CAE 92	CAE 55 CAE 63 CAE 75	
cluster p. trab	CAE 55 CAE 88 CAE 92	CAE 00	CAE 63 CAE 75 CAE 77

Tabela VII.5.1.1 Clusters por CAE a 2 dígitos

Conclui-se que a HI 7.5.1.2 ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam características

que os diferenciam dos investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo’ é verdadeira na análise do cluster investimento elegível e do cluster referente ao incentivo, contudo, na análise do cluster de investimento a CAE 92 aparece associada aos outros subsectores do turismo, e na análise do cluster de postos de trabalho surge associada à CAE 55. No entanto, dado que a análise da atividade económica por CAE a 2 dígitos apresenta uma perspetiva geral irá ter-se em atenção estas questões nas análises posteriores, da CAE a 3 dígitos e da CAE a 5 dígitos.

A CAE 77 (agrupamento de CAE) aparece na maior parte das situações isolada das restantes CAE, o que demonstra o carácter único e diferenciador dos projetos que representa. A CAE 00 (agrupamento de CAE) aparece frequentemente integrada num cluster com a CAE 92 – *Atividades recreativas, culturais e desportivas*, nomeadamente no cluster que engloba a análise de todas as variáveis e no *cluster investimento elegível*. No cluster incentivo integra o grupo da CAE 92 e da CAE 88. No *cluster investimento total* a CAE 00 aparece associada à CAE 77 e no *cluster postos trabalho a criar* aparece isolada.

VII.5.1.1 Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como

medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado, tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos 3 clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

Tabela VII.5.1.1.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	2,566	2	,217	4	11,825	,021
Zscore: Média de inv_eleg	2,792	2	,104	4	26,909	,005
Zscore: Média de incentv	2,960	2	,020	4	148,819	,000
Zscore: Média de p_trab	2,193	2	,403	4	5,439	,072

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

A tabela da ANOVA permite observar que a **média de incentivo** é a variável que mais contribuiu para a definição dos clusters. O valor de F (148,819) é claramente superior aos valores de F obtidos pelas restantes variáveis. De acordo com o critério do R-Quadrado foram retidos 3 clusters que explicam 87,6% (R-sq=0,876) da variância total.

Tabela VII.5.1.1.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	5,132	2	2,566	11,825	,021
	Within Groups	,868	4	,217		
	Total	6,000	6			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	5,585	2	2,792	26,909	,005
	Within Groups	,415	4	,104		
	Total	6,000	6			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	5,920	2	2,960	148,819	,000
	Within Groups	,080	4	,020		
	Total	6,000	6			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	4,387	2	2,193	5,439	,072
	Within Groups	1,613	4	,403		
	Total	6,000	6			

Os clusters definidos, conforme se pode observar pela tabela VII.5.1.1.3 agrupam num único cluster as CAE 55 – Alojamento e Restauração, CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos

transportes, agências de viagem e de turismo, CAE 75 – Administração pública, defesa e segurança social obrigatória e a CAE 88 (agrupamento de CAE com um reduzido número de projetos). A CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas surge integrada num cluster com a CAE 00 (agrupamento de CAE com um reduzido número de projetos), registando-se também o facto de a CAE 77 surgir isolada relativamente às restantes CAE em análise.

O cluster 1 integra os projetos realizados na CAE 77, que representa um agrupamento de CAE, conforme já referido anteriormente. Os projetos de investimento inseridos neste cluster apresentam as médias de investimento mais elevadas, a média de investimento total é de 5.639.381,84 €, de investimento elegível 5.445.518,58 €, de incentivo 3.463.837,59 € e de criação de postos de trabalho de 3,76 (neste caso, apresenta-se como o valor mais baixo). A análise de percentis demonstra que 25% dos projetos integrados neste cluster apresentam um investimento total inferior a 200.000 € a que corresponde um valor de incentivo inferior a 100.000 €. No entanto, considerando 50% dos projetos, os valores de investimento sobem exponencialmente podendo atingir os 1.150.000 €, a que corresponde, também, um valor de incentivo claramente superior (650.000 €).

Tabela VII.5.1.1.3 Definição de clusters por CAE a 2 dígitos

ncae_2dg						
Cluster Number of Case		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
1	Valid 77	1	100,0	100,0	100,0	
2	Valid 0	1	50,0	50,0	50,0	
	92	1	50,0	50,0	100,0	
	Total	2	100,0	100,0		
3	Valid 55	1	25,0	25,0	25,0	
	63	1	25,0	25,0	50,0	
	75	1	25,0	25,0	75,0	
	88	1	25,0	25,0	100,0	
	Total	4	100,0	100,0		

O cluster 3 engloba 2.151 projetos de investimento, incluindo neste agrupamento os projetos de investimento realizados na CAE 55 - Alojamento e restauração, CAE 63 - Agências de viagem e de turismo, CAE 75 e CAE 88. Os valores médios de investimento dos projetos integrados neste cluster constituem-se como os mais baixos comparativamente aos outros dois clusters. A média de investimento total é de 920.658,40 €, a média de investimento elegível é inferior a 850.000 €, a média de incentivo é de 311.251,95 € e a média de criação de postos de trabalho é de 4,56.

Tabela VII.5.1.1.4 Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 2 DÍGITOS - TODAS AS VARIÁVEIS									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	34	CAE 77	investimento total	5.639.381,84	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,24	8.021.961,80
			investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,04	1.088.085,22	187.703,80	1.088.085,22	6.797.349,93
			incentivo	3.463.837,59	6.637.723,04	652.849,14	96.193,99	652.849,14	2.343.827,63
			postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00
2	163	CAE 00	investimento total	3.323.339,32	9.069.128,45	948.658,73	159.836,78	948.658,73	2.920.441,74
		CAE 92	investimento elegível	2.408.419,70	4.728.357,60	817.284,00	149.844,10	817.284,00	2.681.872,00
			incentivo	787.770,82	1.147.926,97	310.096,09	59.937,64	310.096,09	1.044.508,00
			postos trabalho a criar	9,50	18,30	4,00	-	4,00	14,00
3	2151	CAE 55	investimento total	920.658,40	3.060.094,83	147.170,32	78.181,58	147.170,32	565.686,00
		CAE 63	investimento elegível	845.523,43	2.792.248,80	142.008,50	73.682,43	142.008,50	535.663,00
		CAE 75	incentivo	311.251,95	864.017,30	62.913,38	30.396,74	62.913,38	205.198,55
		CAE 88	postos trabalho a criar	4,56	17,70	-	-	-	3,00

A análise dos percentis permite observar que 25% dos projetos de investimento integrados neste cluster registam uma média de investimento inferior a 80.000 € tendo absorvido um incentivo de cerca de 30.000 €. Considerando 50% dos projetos de investimento o valor de investimento total aproxima-se dos 150.000 €, o que representa um incentivo a rondar os 63.000 €. Só quando a análise considera 75% dos projetos de investimento é que a média de investimento total sobe consideravelmente ultrapassando os 500.000 €, e em que o valor de incentivo ultrapassa os 200.000 € e a média de criação de postos de trabalho é de 3.

Daqui se conclui que a **HI 7.5.1.1.1** 'A maior parte dos projetos realizados na área do alojamento e restauração e na área das agências de viagem e de turismo registam valores de investimento muito baixos' é **verdadeira**, dado que mais de 50% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 €, aos quais é atribuído um incentivo inferior a 65.000 €.

O cluster 2 integra as CAE 00 e a CAE 92 - *atividades recreativas, culturais e desportivas*, onde se incluem 163 projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. O agrupamento de projetos de investimento aqui representados integra projetos com um investimento total elevado, superior a 3.000.000 €, um investimento elegível de 2.408.419,70 €, e um incentivo médio próximo dos 800.000 €, e em que o número médio de postos de trabalho a criar neste cluster é de 9,5. Neste cluster, 25% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 160.000 € que absorvem um incentivo de cerca de 60.000 €. No entanto, considerando 50% dos projetos de investimento observa-se que o investimento total pode atingir já os 950.000 € que pode representar um incentivo atribuído até 310.000 €. Refira-se também que 50% dos projetos de investimento registam um valor superior a 1.000.000 € registando um incentivo atribuído elevado (até 50% dos projetos o incentivo pode atingir os 310.000 €, e até 75% dos projetos o incentivo pode atingir os 1.050.000 €).

Conclui-se que a HI 7.5.1.1.2 ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego’ é **verdadeira**, dado que a média de postos de trabalho a criar é de 9,5, e em que 50% dos projetos de investimento são responsáveis pela criação de entre 4 a 14 postos de trabalho.

VII.5.1.2 Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 2 dígitos

A análise individual por variável numérica permite identificar agrupamento de clusters por CAE a 2 dígitos tendo em atenção a variável considerada na análise. Assim sendo, nesta secção os agrupamentos de clusters são realizados tendo por base a média de investimento total, a média de investimento elegível, a média de incentivo, e a média de postos de trabalho a criar.

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissemelhança entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado, tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means.

A análise permite observar algumas diferenças na definição dos agrupamentos de clusters dependendo da variável que estiver a ser considerada. Assim, para as variáveis investimento total e incentivo foram definidos 2 clusters, enquanto que para as variáveis investimento elegível e postos de trabalho a criar foram definidos 3 clusters.

Os 2 clusters retidos para a variável investimento total explicam 87% ($R\text{-sq}=0,87$) da variância total, enquanto que os 2 clusters retidos para a variável incentivo explicam 87,7% ($R\text{-sq}=0,87662$). Relativamente às variáveis investimento elegível e postos de trabalho a criar, para cada uma das variáveis foram definidos 3 clusters, em que na variável investimento elegível os clusters definidos explicam 93,1% ($R\text{-sq}=0,9308$) da variância total e na variável postos de trabalho a criar os clusters identificados explicam 88,9% ($R\text{-sq}=0,8886$) da variância total.

As análises efetuadas permitem constatar que as CAE 63 e 75 se inserem sempre no mesmo cluster. A CAE 55 integra também o cluster que abrange as CAE 63 e CAE 75, com a exceção da

análise que tem por base a variável numérica postos de trabalho a criar. Outro aspeto que importa considerar prende-se com a atuação das CAE 00 e CAE 77 (a maior parte dos projetos de elevado investimento concentram-se nestas duas CAE) que em nenhuma análise se agrupam com as CAE 55, CAE 63 e CAE 75 o que demonstra claramente a existência de diferenças significativas em termos de investimento entre os projetos realizados nestas CAE e as restantes CAE. De referir também que a CAE 92 integra habitualmente o mesmo cluster que a CAE 00 (agrupamento de CAE) o que pode demonstrar alguma semelhança no tipo de investimento realizado nas duas CAE.

Tabela VII.5.1.2.1 Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos – Investimento total

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 2 DÍGITOS - INVESTIMENTO TOTAL									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	57	CAE 00	investimento total	5.724.074,53	11.828.173,22	1.087.249,73	244.814,99	1.087.249,73	4.877.520,18
		CAE 77	investimento elegível	4.699.567,09	8.738.250,26	1.005.820,97	243.568,00	1.005.820,97	4.509.320,04
			incentivo	2.376.861,92	5.289.804,95	603.490,59	88.072,04	603.490,59	1.885.069,49
			postos trabalho a criar	8,32	25,40	-	-	-	5,50
2	2291	CAE 55; CAE 63; CAE 75;	investimento total	1.042.124,51	3.556.979,74	148.611,85	81.483,62	148.611,85	638.726,00
		CAE 88;	investimento elegível	929.098,92	2.908.083,05	144.746,16	76.923,00	144.746,16	609.511,08
		CAE 92	incentivo	340.549,51	895.215,24	65.457,25	31.748,49	65.457,25	239.587,42
			postos trabalho a criar	4,80	17,45	-	-	-	3,00

A análise de clusters segundo o investimento total define 2 clusters, em que o cluster 1 agrega as CAE 00 (investimentos na construção de edifícios, caça e repovoamento cinegético) e CAE 77 (sociedades de investimento e intermediação financeira, e aluguer de veículos automóveis) que representam um total de 57 projetos de investimento. Este cluster apresenta as médias de investimento mais elevadas comparativamente às médias de investimento observadas no cluster 2. A média de investimento total é superior a 5.000.000 €, a média de investimento elegível ultrapassa os 4.500.000 €, a média de incentivo atribuído por projeto atinge os 2.350.000 €, e a média de postos de trabalho a criar é superior a 8. Este cluster inclui principalmente projetos de elevado investimento, situação que se demonstra claramente na análise por percentis. Mais de 50% dos projetos registam um investimento total superior a 1.000.000 € a que corresponde um incentivo superior a 600.000 €, no entanto, observa-se também que 25% dos projetos de investimento registam um investimento inferior a 250.000 €, contudo, mais de 75% dos projetos registam um investimento total superior a 250.000 €, o que é significativo e permite concluir que a **HI 7.5.1.2.1 'Os projetos de maior investimento estão direcionados para a aquisição e construção imobiliária' é verdadeira.**

O cluster 2, inclui todas as CAE que pertencem ao core do setor do turismo, a CAE 55 - Alojamento e restauração, a CAE 63 - Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo, e a CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas, para além

das CAE 75 e CAE 88. Este cluster engloba a quase totalidade dos projetos (2.291 projetos), o que não permite uma análise pormenorizada por CAE. Contudo, refira-se que a média de investimento total ultrapassa os 1.000.000 € e a média de incentivo atribuído aproxima-se dos 350.000 €, registando uma média de criação de postos de trabalho de 4,8.

Tabela VII.5.1.2.2 Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos – Investimento elegível

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 2 DÍGITOS - INVESTIMENTO ELEGÍVEL									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	163	CAE 00	investimento total	3.323.339,32	9.069.128,45	948.658,73	159.836,78	948.658,73	2.920.441,74
		CAE 92	investimento elegível	2.408.419,70	4.728.357,60	817.284,00	149.844,10	817.284,00	2.681.872,00
			incentivo	787.770,82	1.147.926,97	310.096,09	59.937,64	310.096,09	1.044.508,00
			postos trabalho a criar	9,50	18,30	4,00	-	4,00	14,00
2	34	CAE 77	investimento total	5.639.381,84	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,24	8.021.961,80
			investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,04	1.088.085,22	187.703,80	1.088.085,22	6.797.349,93
			incentivo	3.463.837,59	6.637.723,04	652.849,14	96.193,99	652.849,14	2.343.827,63
			postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00
3	2151	CAE 55	investimento total	920.658,40	3.060.094,83	147.170,32	78.181,58	147.170,32	565.686,00
		CAE 63	investimento elegível	845.523,43	2.792.248,80	142.008,50	73.682,43	142.008,50	535.663,00
		CAE 75	incentivo	311.251,95	864.017,30	62.913,38	30.396,74	62.913,38	205.198,55
		CAE 88	postos trabalho a criar	4,56	17,70	-	-	-	3,00

A análise por percentis permite observar que 50% dos projetos apresentam um investimento total relativamente baixo, próximo dos 150.000 € a que corresponde um incentivo atribuído até 65.000 €, no entanto, 25% dos projetos de investimento apresentam um investimento total ainda mais baixo, próximo dos 80.000 € aos quais é atribuído um incentivo de cerca de 30.000 €. Refira-se também que 25% dos projetos apresentam já um investimento total considerável, superior a 600.000 € aos quais é atribuído um incentivo de cerca de 240.000 €. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 7.5.1.2.2 'Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são maioritariamente de reduzido investimento'** é **inconclusiva**, sendo necessário proceder a uma análise mais fina para demonstrar esta situação.

O cluster 2 integra os projetos realizados na CAE 77, que representa um agrupamento de CAE, conforme já referido anteriormente. Os projetos de investimento inseridos neste cluster apresentam as médias de investimento mais elevadas, a média de investimento total é de 5.639.381,84 €, de investimento elegível 5.445.518,58 €, de incentivo 3.463.837,59 € e de criação de postos de trabalho de 3,76. A análise por percentis demonstra que apenas 25% dos projetos de investimento registam um valor de investimento inferior a 200.000 €, sendo que mais de 50% dos projetos registam um investimento superior a 1.000.000 €, dos quais 25% ultrapassam mesmo os 8.000.000 €.

Esta situação reflete-se também ao nível do incentivo atribuído, dado que 25% dos projetos absorvem um incentivo inferior a 100.000 €, no entanto 50% dos projetos recebem mais de 650.000 € de incentivo, dos quais 25% recebem um incentivo superior a 2.000.000 €. Daqui se

infiere que o cluster 2 que integra os projetos de investimento executados na CAE 77 inclui uma elevada percentagem de projetos com um elevado investimento aos quais é atribuído um elevado incentivo. Conclui-se que a **HI 7.5.1.2.3** *‘Os projetos para aquisição e construção imobiliária registam uma elevada elegibilidade de investimento’* é **verdadeira**.

O cluster 3 engloba 2.151 projetos de investimento, incluindo neste agrupamento os projetos de investimento realizados na CAE 55 - Alojamento e restauração, CAE 63 - Agências de viagem e de turismo, CAE 75 e CAE 88. Os valores médios de investimento constituem-se como os valores médios mais baixos comparativamente aos outros dois clusters. A média de investimento total é de 920.65840 €, a média de investimento elegível é inferior a 850.000 €, a média de incentivo é de 311.251,95 € e a média de criação de postos de trabalho é de 4,56.

A análise dos percentis permite observar que 25% dos projetos de investimento integrados neste cluster registam uma média de investimento inferior a 80.000 € tendo absorvido cerca de 30.000 €. Considerando 50% dos projetos, o investimento total aproxima-se dos 150.000 €, o que representa um incentivo a rondar os 63.000 €. Só quando a análise considera 75% dos projetos de investimento é que a média de investimento total sobe consideravelmente ultrapassando os 500.000 €, e em que o valor de incentivo ultrapassa os 200.000 €. O número de postos de trabalho a criar mantêm-se consideravelmente baixo, apesar de o valor de investimento ser superior. Conclui-se que a **HI 7.5.1.2.4** *‘Os projetos de menor investimento elegível são executados principalmente nos subsetores tradicionais de turismo’* é **verdadeira**.

O cluster 1 integra as CAE 00 e a CAE 92 - atividades recreativas, culturais e desportivas, onde se incluem 163 projetos de investimento realizados no período de 1994-2006. O agrupamento de projetos de investimento aqui definidos integra projetos com um investimento total elevado, superior a 3.000.000 €, um investimento elegível de 2.408.419,70 €, e um incentivo médio próximo dos 800.000 €, e em que o número médio de postos de trabalho a criar neste cluster é de 9,5. Neste cluster 25% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 160.000 € e absorve um incentivo de cerca de 60.000 €.

No entanto, considerando 50% dos projetos de investimento observa-se que o investimento total pode atingir já os 950.000 € representando um incentivo atribuído de 310.096,09 €. Refira-se também que 75% dos projetos de investimento registam um valor inferior a 2.920.000 € registando um incentivo atribuído de cerca de 1.050.000 €. Nesse sentido, conclui-se que a **HI 7.5.1.2.5** *‘Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e*

desportivas demonstram uma elevada capacidade de investimento' é **verdadeira**. É também neste cluster que se regista a maior média na criação de postos de trabalho, e em que para 75% dos projetos de investimento o número de postos de trabalho a criar pode aproximar-se dos 14.

Tabela VII.5.1.2.3 Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos - Incentivo

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 2 DÍGITOS - INCENTIVO									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	202	CAE 00	investimento total	2.928.145,76	8.223.862,32	693.541,07	167.528,76	693.541,07	2.782.636,55
		CAE 88	investimento elegível	2.171.806,37	4.346.596,68	623.903,90	149.786,68	623.903,90	2.488.585,01
		CAE 92	incentivo	743.450,20	1.093.961,16	282.441,55	61.526,08	282.441,55	1.010.586,39
			postos trabalho a criar	8,59	17,09	3,00	-	3,00	12,00
2	2112	CAE 55	investimento total	914.088,58	3.077.258,22	146.309,90	77.571,80	146.309,90	553.225,23
		CAE 63	investimento elegível	839.293,76	2.806.736,36	141.469,06	72.657,44	141.469,06	523.459,88
		CAE 75	incentivo	306.691,60	864.367,22	61.721,26	29.716,30	61.721,26	202.518,18
			postos trabalho a criar	4,55	17,82	-	-	-	3,00

A análise da distribuição do incentivo por projetos de investimento define 2 clusters. O primeiro cluster inclui 202 projetos de investimento realizados na CAE 00, na CAE 88 e na CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas. Este cluster regista as maiores médias de investimento total (2.928.145,76 €), de investimento elegível (2.171.806,37 €), de incentivo (743.450,20 €) e de postos de trabalho a criar (8,59). No entanto, observa-se que 25% dos projetos registam um investimento inferior a 170.000 € e para os quais é atribuído um incentivo próximo dos 60.000 €. O valor de investimento considerado apresenta já alguma relevância, apesar de ser inferior aos valores de investimento considerados para 50% dos projetos (693.541,07 €) e para 75% dos projetos (2.782.636,55 €). Esta situação verifica-se também ao nível do incentivo atribuído, em que 75% dos projetos podem receber até 1.000.000 € de incentivo.

O cluster 2 integra a quase totalidade dos projetos de investimento num total de 2.112 projetos. Neste cluster incluem-se os projetos de investimento realizados na CAE 55 - Alojamento e restauração, CAE 63 - Agências de viagem e de turismo e a CAE 75. A média de investimento total (914.088,58 €), de investimento elegível (839.293,76 €), de incentivo (306.691,60 €) e de postos de trabalho a criar (4,55 €) é claramente inferior às médias de investimento registadas no cluster 1.

Esta situação demonstra-se também na análise por percentis, dado que 50% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € aos quais é atribuído um incentivo de 60.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento inferior a 80.000 € sendo atribuído um incentivo inferior a 30.000 €. Conclui-se que a **HI 7.5.1.2.6** 'Os projetos de

investimento realizados nos subsetores tradicionais do turismo absorvem a maior parte do incentivo' é verdadeira. No entanto, considerando a média por projeto, a HI é falsa. Esta situação deve-se ao elevado número de projeto de investimento reduzido do cluster 2, e menor número de projetos de maior investimento do cluster 1.

Tabela VII.5.1.2.4 Caracterização de clusters por CAE a 2 dígitos – Postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 2 DÍGITOS - POSTOS TRABALHO A CRIAR									
CLUSTER	PROJETOS	CAE	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	id	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	2131	CAE 55	investimento total	1.094.842,06	3.678.623,14	148.706,62	83.205,00	148.706,62	698.317,06
		CAE 88	investimento elegível	975.805,67	3.006.191,17	144.980,60	78.366,14	144.980,60	659.104,00
		CAE 92	incentivo	354.360,46	922.759,85	66.460,74	32.916,00	66.460,74	257.709,44
			postos trabalho a criar	5,00	18,05	-	-	-	3,00
2	23	CAE 00	investimento total	5.849.272,43	14.820.899,32	948.658,73	341.068,34	948.658,73	3.245.682,90
			investimento elegível	3.596.856,19	7.466.080,69	917.648,47	341.068,34	917.648,47	2.769.934,46
			incentivo	770.028,32	782.749,99	458.824,23	71.739,61	458.824,23	1.246.471,00
			postos trabalho a criar	15,04	37,17	5,00	-	5,00	12,00
3	194	CAE 63	investimento total	1.268.751,56	4.468.600,68	161.977,14	68.819,84	161.977,14	474.168,27
		CAE 75	investimento elegível	1.207.584,30	4.433.631,34	148.983,19	60.854,58	148.983,19	415.942,30
		CAE 77	incentivo	736.223,10	3.033.844,57	62.250,88	19.632,26	62.250,88	196.852,87
			postos trabalho a criar	2,48	6,56	-	-	-	3,00

A distribuição dos projetos de investimento tendo por base a análise do número de postos de trabalho a criar, define 3 clusters de projetos. O cluster 2 inclui apenas 23 projetos de investimento integrados na CAE 00 (agrupamentos de projetos realizados em diferentes CAE), e regista as maiores médias de investimento total (5.849.272,43 €), de investimento elegível (3.596.856,19 €), de incentivo (770.028,32 €) e de número de postos de trabalho a criar (15,04).

Para além disso, na análise de percentis observa-se também que este cluster apresenta os valores de investimento, de incentivo e de postos de trabalho mais elevado em cada percentil e comparativamente a cada cluster. Refira-se que para 25% dos projetos o investimento total pode atingir os 340.000 €, para 50% dos projetos o investimento total pode atingir os 950.000 € e o número de postos de trabalho a criar pode atingir os 5, sendo que, para 75% dos projetos o investimento pode atingir os 3.000.000 € e os 12 postos de trabalho a criar.

O cluster 1 inclui 2.131 projetos de investimento integrados na CAE 55 - Alojamento e restauração, CAE 92 - Atividades recreativas, culturais e desportivas, e a CAE 88. Este cluster regista médias de investimento elevadas, apesar de se constituir como o cluster que apresenta as menores médias de investimento. A média de investimento total é de 1.094.842,06 €, de investimento elegível 975.805,67 €, de incentivo 354.360,46 € e 5 de postos de trabalho a criar. Neste cluster 50% dos projetos registam um investimento inferior a 150.000 €, dos quais 25% registam um investimento total inferior a 85.000 €. Para 75% dos projetos o investimento pode atingir os 700.000 €, o incentivo os 260.000 €, e criar 3 postos de trabalho.

O cluster 3 representa 194 projetos de investimento realizados nas CAE 63, CAE 75 e CAE 77. A média de investimento total é ligeiramente superior à registada no cluster 1, observando-se contudo uma clara diferença entre estes dois clusters na atribuição do incentivo. Enquanto que no cluster 1, para uma média de investimento total de 1.094.842,06 € a média de incentivo é de 354.360,46 €, no cluster 3 a percentagem de atribuição de incentivo é superior, dado que para uma média de investimento total de 1.268.751,56 € a média de incentivo atribuído ultrapassa os 700.000 €.

A análise por percentis demonstra também alguma proximidade de valores de investimento entre o cluster 1 e o cluster 3. Para 50% dos projetos, no cluster 1 o investimento total não ultrapassa os 150.000 € e no cluster 3 não ultrapassa os 165.000 €. Observa-se também uma menor diferença nos valores de investimento no cluster 1 para metade dos projetos com menor volume de investimento, registando-se também uma maior diferença neste cluster para 50% dos projetos com maior investimento.

Refira-se que a grande diferença que se observa entre o cluster 1 e o cluster 3 centra-se essencialmente em 25% dos projetos que se caracterizam como sendo os de maior investimento em cada cluster, dado que, para 50% dos projetos as diferenças de investimento são praticamente residuais. No entanto, a partir do percentil 75, a diferença de investimento entre o cluster 1 e o cluster 3 acentua-se.

No entanto, apesar de os projetos de investimento realizados no cluster 1 absorverem um menor valor de incentivo por projeto, deve-se ao menor valor do seu investimento total, dado que, considerando o total de projetos, e o total de incentivo, os projetos realizados no cluster 1 absorvem a maior parte do incentivo, porque também são em maior número, não se observando uma política de diferenciação na distribuição do incentivo dependendo da área onde é realizado.

O mesmo se verifica relativamente ao número de postos de trabalho a criar em que apesar de o cluster 1 e o cluster 2 registam o mesmo valor de criação de postos de trabalho para 75% dos projetos, considerando o elevado número de projetos que integram o cluster 1 conclui-se que as atividades económicas aí integradas demonstram uma maior capacidade de criação de emprego. Nesse sentido, é possível concluir que a **HI 7.5.1.2.7** *‘Os projetos de investimento realizados nos subsectores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho’ é verdadeira.*

VII.5.2 Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos

VII.5.2.1 Síntese

A desagregação das atividades económicas por CAE a 3 dígitos permite analisar com algum pormenor possíveis diferenças existentes entre as várias CAE a 3 dígitos que habitualmente integram as CAE a 2 dígitos, dado que se está a analisar a informação a um nível de desagregação superior. Para além disso neste nível de desagregação é possível identificar semelhanças entre CAE a 3 dígitos que não integrem a mesma CAE a 2 dígitos, o que permite uma leitura diferente e mais ajustada à realidade que se pretende transmitir.

A tabela síntese pretende apresentar a informação analisada de forma a permitir uma leitura integrada às várias análises de clusters realizadas, considerando as variáveis numéricas em conjunto e cada uma individualmente. Os resultados obtidos apresentam-se na tabela seguinte.

A análise da tabela VII.5.2.1 sobre clusters por CAE a 3 dígitos permite observar a definição de 3 agrupamentos de CAE que apresentam o mesmo comportamento, independentemente da variável que estiver na base da análise. O primeiro cluster é constituído pelas CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, CAE 553 – Restaurantes, CAE 554 – Estabelecimento de bebidas, CAE 633 – Agências de viagem e de turismo, e CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social. Conclui-se que a **HI 7.5.2.1.1** ‘Os projetos executados nos subsectores tradicionais do turismo apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento’ é **verdadeira**.

Tabela VII.5.2.1 Clusters por CAE a 3 dígitos

ANÁLISE DE CLUSTERS - TIPO DE ANÁLISE							
id	cae	n_proj	all_variables	inv_total	inv_eleg	incentv	p_trab
1	CAE 000	23	1	1	1	1	1
2	CAE 551	676	1	2	1	1	1
3	CAE 552	160	3	2	3	2	2
4	CAE 553	562	3	2	3	2	2
5	CAE 554	554	3	2	3	2	2
6	CAE 630	12	3	2	3	1	2
7	CAE 633	73	3	2	3	2	2
8	CAE 751	75	3	2	3	2	2
9	CAE 777	34	2	1	2		2
10	CAE 888	39	3	2	3	1	2
11	CAE 923	19	1	1	1	1	1
12	CAE 926	82	1	1	1	1	1
13	CAE 927	39	3	2	3	1	2

Outro agrupamento definido integra as CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo e a CAE 926 – Atividades desportivas. Este cluster integra também a CAE 000, que conforme já referido anteriormente engloba projetos de investimento de diversas CAE que apresentam um reduzido número de projetos na área da construção, da caça e do repovoamento cinegético.

As CAE 927 – Outras atividades recreativas e a CAE 630 (que representa o conjunto de projetos realizados na CAE 63, e para os quais não existe informação adicional para os desagregar por CAE a 3 dígitos e CAE a 5 dígitos) representam outro agrupamento de CAE. Assim sendo, esta investigação permite concluir que a **HI 7.5.2.1.2** *‘Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas diferenciam-se dos investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo’* é **verdadeira**.

A CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros não apresenta uma participação similar a qualquer um dos agrupamentos referidos, ou seja, dependendo da variável numérica que estiver na base da análise de clusters, a CAE 551 integra um ou outro agrupamento, o que poderá ser demonstrativo da especificidade desta CAE. Conclui-se que a **HI 7.5.2.1.3** *‘Os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior apresenta especificidades próprias e diferentes dos restantes subsectores do turismo’* é **verdadeira**.

Relativamente às CAE 777 e CAE 888, e da mesma forma que a CAE 000, representam um agrupamento de CAE que registam um reduzido número de projetos de investimento, apesar de estarem integradas atividades económicas relacionadas com o setor. A CAE 777 inclui projetos de sociedades de investimento e de intermediação financeira e de aluguer de veículos automóveis, enquanto que a CAE 888 integra projetos da CAE 91110 – Organizações económicas e patronais, CAE 91333 – Outras atividades associativas, CAE 93041 – Termalismo e CAE 93042 – Manutenção física, n.e.

Dado que esta é uma análise de síntese que engloba todas as análises de cluster realizadas, não é possível identificar de uma forma imediata características que representem cada cluster. Contudo, tendo em atenção as análises individuais e a forma como se agregam as atividades económicas, e considerando as características inerentes a cada cluster, é possível apresentar algumas especificidades do investimento por atividade económica.

VII.5.2.2 Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos

A análise de síntese que integra todas as variáveis permite retirar algumas conclusões relativamente à forma como as atividades económicas se associam tendo por base o conjunto de variáveis. No entanto, a análise conjunta das variáveis não permite identificar diferenças que possam surgir na análise individual de cada variável. Nesse sentido, é feita nesta secção uma análise integrada do investimento por CAE a 3 dígitos, tendo por base as variáveis investimento total, investimento elegível, incentivo e postos de trabalho a criar.

Tabela VII.5.2.2.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	4,905	2	,219	10	22,404	,000
Zscore: Média de inv_eleg	5,511	2	,098	10	56,344	,000
Zscore: Média de incentv	5,745	2	,051	10	112,728	,000
Zscore: Média de p_trab	5,053	2	,189	10	26,681	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado, tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos 3 clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

A variável que mais contribui para a definição dos clusters é a média de incentivo dado o valor de F que se observa (112,728). De acordo com o critério do R Quadrado, e tendo por base os valores registados na tabela VII.5.2.2.2, os 3 clusters retidos explicam 88,4% ($R^2=0,8839$) da variância total.

Tabela VII.5.2.2.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	9,811	2	4,905	22,404	,000
	Within Groups	2,189	10	,219		
	Total	12,000	12			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	11,022	2	5,511	56,344	,000
	Within Groups	,978	10	,098		
	Total	12,000	12			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	11,490	2	5,745	112,728	,000
	Within Groups	,510	10	,051		
	Total	12,000	12			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	10,106	2	5,053	26,681	,000
	Within Groups	1,894	10	,189		
	Total	12,000	12			

A análise dos clusters definidos por CAE a 3 dígitos permite observar um afastamento entre a CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros que integra a CAE 55 – Alojamento e restauração, das restantes CAE a 3 dígitos que integram a CAE 55. Esta situação poderá ser explicada pelos valores dos projetos de investimento, na medida em que os projetos executados na CAE 551 registam valores de investimento superiores, comparativamente aos registados nas restantes CAE pertencentes à CAE 55 – Alojamento e restauração, e que vem comprovar a **HI 7.5.2.1.3** que refere que os investimentos realizados na área do alojamento de qualidade superior se diferenciam dos restantes investimentos.

A CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros integra o cluster 1, juntamente com as CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo e a CAE 926 – Atividades desportivas. Regista-se também a separação entre a CAE 927 – Outras atividades recreativas e as CAE 923 e CAE 926, situação não evidenciada na secção anterior, na medida em que a análise foi efetuada por CAE a 2 dígitos.

Esta situação deve-se principalmente a diferenças que existem em termos de investimento total, daí a importância de uma análise pormenorizada, e considerando a desagregação existente ao nível das atividades económicas, é fundamental a análise de agrupamentos de clusters por CAE a 3 dígitos e CAE a 5 dígitos, de forma a não perder informação relevante para a análise.

Tabela VII.5.2.2.3 Definição de clusters por CAE a 3 dígitos

ncae_3dg						
Cluster Number of Case		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
1	Valid	0	1	25,0	25,0	25,0
		551	1	25,0	25,0	50,0
		923	1	25,0	25,0	75,0
		926	1	25,0	25,0	100,0
	Total		4	100,0	100,0	
2	Valid	777	1	100,0	100,0	100,0
3	Valid	552	1	12,5	12,5	12,5
		553	1	12,5	12,5	25,0
		554	1	12,5	12,5	37,5
		630	1	12,5	12,5	50,0
		633	1	12,5	12,5	62,5
		751	1	12,5	12,5	75,0
		888	1	12,5	12,5	87,5
		927	1	12,5	12,5	100,0
	Total		8	100,0	100,0	

No que se refere ao agrupamento denominado de cluster 3, observa-se a presença das CAE pertencentes à área da restauração, as CAE 553 – Restaurantes e CAE 554 – Estabelecimentos de bebidas, bem como as CAE a 3 dígitos pertencentes à CAE 63 – Atividades anexas e auxiliares dos transportes, agências de viagem e de turismo. Neste mesmo cluster regista-se a presença da CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social, que integra todos os projetos de natureza pública realizados na área do turismo. Refira-se também a integração da CAE 927 – Outras atividades recreativas que se desintegra das outras CAE pertencentes à CAE 92 – Atividades recreativas, culturais e desportivas. Conclui-se, uma vez mais, que a **HI 7.5.2.1.1 é verdadeira.**

O cluster 1 engloba 800 projetos de investimento realizados nas CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 923 - Outras atividades artísticas e de espetáculo, CAE 926 - Atividades desportivas, e CAE 000 (que inclui projetos de outras CAE conforme já referido anteriormente). O cluster caracteriza-se por uma média de investimento total elevada (2.665.886,53 €) que se reflete também na média de investimento elegível (2.314.712,57 €) e na média de incentivo (779.818,10 €). No que se refere à média de criação de postos de trabalho este cluster regista a média mais elevada (10,9) comparativamente aos outros dois clusters definidos.

A análise por percentis permite observar que 25% dos projetos apresentam um valor de investimento total inferior a 230.000 €, no entanto, quando se considera 50% dos projetos de

investimento, quer o investimento total (próximo dos 950.000 €) quer o incentivo (próximo dos 300.000 €) registam uma subida acentuada, que é ainda mais evidente quando se efetua a análise para 75% dos projetos de investimento, onde se incluem todos os projetos com um investimento total inferior a 2.550.000 € e um incentivo de próximo dos 900.000 €.

Tabela VII.5.2.2.4 Caracterização de clusters – CAE a 3 dígitos

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 3 DÍGITOS - TODAS AS VARIÁVEIS								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRIPTIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	800	investimento total	2.665.886,53	6.201.633,42	952.364,80	228.430,73	952.364,80	2.547.896,17
		investimento elegível	2.314.712,57	4.747.911,84	915.548,53	224.254,36	915.548,53	2.375.442,97
		incentivo	779.818,10	1.377.952,53	298.666,18	60.000,40	298.666,18	904.785,71
		postos trabalho a criar	10,90	26,50	2,00	-	2,00	12,00
2	34	investimento total	5.639.381,83	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,23	8.021.961,80
		investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,03	1.088.085,21	187.703,79	1.088.085,21	6.797.349,93
		incentivo	3.463.837,59	6.637.723,03	652.849,13	96.193,98	652.849,13	2.343.827,62
		postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00
3	1514	investimento total	257.154,09	611.303,84	117.768,67	61.459,64	117.768,67	149.956,10
		investimento elegível	237.465,81	565.981,80	112.015,22	57.982,76	112.015,22	149.049,40
		incentivo	114.963,74	262.727,86	51.902,30	25.176,76	51.902,30	74.835,98
		postos trabalho a criar	1,74	9,17	-	-	-	2,00

Conclui-se que a **HI 7.5.2.2.1** ‘Os projetos de investimento realizados para a melhoria da qualidade da oferta apresentam um investimento total e um incentivo atribuído superior aos projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais de turismo’ é **verdadeira**, dado que os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas e na área do alojamento, onde se integram estabelecimentos hoteleiros, constituem-se como investimentos na melhoria da qualidade da oferta e aos quais, considerando o valor de investimento total é também atribuído um incentivo considerável.

O cluster 3 inclui 1.514 projetos de investimento dos quais se destacam os projetos realizados nas CAE 552 - Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, CAE 553 - Restaurantes, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, CAE 633 - Agências de viagem e turismo e CAE 927 - Outras atividades recreativas. O cluster definido caracteriza-se por possuir os valores de investimento mais baixos, desde a média de investimento total (257.154,09 €), média de investimento elegível (237.465,81 €), média de incentivo atribuído (114.963,74 €) e média de postos de trabalho a criar (1,74).

Os baixos valores de investimento observam-se de uma forma mais evidente na análise em termos dos percentis. Regista-se que 25% dos projetos apresentam um investimento total inferior a 61.459,64 € a que corresponde um incentivo inferior a 25.000 €. Considerando 50% dos projetos, os valores de investimento total mantêm-se muito baixos inferiores a 120.000 €, o que se reflete também no incentivo atribuído que é inferior a 52.000 €. No entanto,

considerando 75% dos projetos esta situação apresenta-se totalmente clara, dado que 1.135 projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € e um incentivo inferior a 75.000 €, registando também um reduzido número de postos de trabalho (2).

Daqui se infere que a HI 7.5.2.2.2 ‘*Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas registam, na sua quase totalidade, valores de investimento consideravelmente baixos*’ é **verdadeira**. Refira-se que a análise da caracterização do cluster permite constatar que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € sendo atribuído um incentivo inferior a 75.000 €, o que implica a execução de projetos de menor volume de investimento, o que pode denotar alguma dificuldade em realizar investimentos de maior dimensão por parte das empresas que integram este cluster.

O cluster 2 integra 34 projetos de investimento que se incluem na CAE 777, (sociedades de investimento, de mediação mobiliária e aluguer de veículos automóveis). Registam uma média de investimento total muito elevada (5.639.381,83 €), e de incentivo atribuído (3.463.837,59 €) que se prende principalmente com um reduzido número de projetos com um grande volume de investimento, conforme se pode verificar na análise por percentis, em que 25% dos projetos de investimento se encontram entre os 1.150.000 € e os 8.000.000 € de investimento total. Contudo, o cluster 2 integra também um reduzido número de projetos (25%) com um valor de investimento inferior a 200.000 €, a que corresponde um incentivo também inferior a 100.000€.

VII.5.2.3 Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 3 dígitos

A análise de clusters realizada individualmente tendo por base cada uma das variáveis numéricas, permite registar algumas diferenças na definição dos agrupamentos de clusters. Para cada variável numérica, a análise de clusters definiu, de acordo com o critério do R-Quadrado, 2 clusters para as variáveis investimento total, incentivo e postos de trabalho a criar, e 3 clusters para a variável investimento elegível.

Para a variável investimento total, os dois clusters retidos explicam 84% ($R\text{-sq}=0,8398$) da variância total, enquanto que para as variáveis incentivo e postos de trabalho a criar, os dois clusters retidos explicam, respetivamente, 81,7% ($R\text{-sq}=0,8167$) e 84% ($R\text{-sq}=0,84$) da variância

total. Em relação à variável investimento elegível, os três clusters retidos explicam 91,85% ($R^2=0,9185$) da variância total.

A análise de clusters inicial para a variável investimento elegível isolou a CAE 777, no entanto, após realizar uma nova análise de clusters sem a respetiva CAE isolada, observa-se que os clusters definidos inicialmente se mantêm, desaparecendo apenas o cluster onde se integrava a CAE 777. Situação similar decorre da análise de clusters inicial com a variável incentivo. No entanto, o isolamento inicial da CAE 777 e a nova análise de clusters realizada originou um agrupamento de CAE diferente, para além da ausência da CAE 777.

Tabela VII.5.2.3.1 Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Investimento total

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 3 DÍGITOS - INVESTIMENTO TOTAL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	158	investimento total	4.308.112,26	10.121.531,61	1.090.611,62	193.104,61	1.090.611,62	3.370.046,74
		investimento elegível	3.363.872,38	6.493.554,78	1.016.150,98	180.206,95	1.016.150,98	2.999.407,68
		incentivo	1.437.560,42	3.408.523,32	432.071,21	70.454,25	432.071,21	1.276.269,19
		postos trabalho a criar	9,44	18,96	3,00	-	3,00	12,25
2	2190	investimento total	928.355,14	3.042.256,57	147.704,03	78.816,30	147.704,03	584.203,00
		investimento elegível	851.574,93	2.777.152,69	142.843,24	74.607,69	142.843,24	547.660,80
		incentivo	314.404,34	861.041,40	63.494,48	30.657,45	63.494,48	212.599,00
		postos trabalho a criar	4,56	17,57	-	-	-	3,00

A análise da distribuição dos projetos tendo por base os valores de investimento total define 2 clusters. O cluster 1 inclui 158 projetos de investimento realizados nas CAE 923, CAE 926 e CAE 777. Este cluster regista as maiores médias de investimento total (4.308.112,26 €), de investimento elegível (3.363.872,38 €), de incentivo (1.437.560,42 €) e de postos de trabalho a criar (9,44).

A análise por percentis demonstra claramente que este cluster integra essencialmente projetos de grande investimento, dado que mais de 50% dos projetos de investimento registam um investimento total superior a 1.000.000 € aos quais é atribuído um incentivo superior a 400.000 €. No entanto, este cluster integra também alguns projetos de menor dimensão, apesar de, mesmo assim se constituírem como projetos com alguma relevância, dado que podem atingir os 190.000 € de investimento total. Daqui se infere que a **HI 7.5.2.3.1** ‘Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, concentram um elevado investimento’ é **verdadeira**.

No entanto, é ao nível do cluster 2 que se incluem a quase totalidade dos projetos, (2.190 projetos). Integram este cluster as CAE a 3 dígitos da área do alojamento e da restauração, das agências de viagem e de turismo, e das CAE 751, CAE 888 e CAE 927. As médias de

investimento total (928.355,14 €), de investimento elegível (851.574,93 €) de incentivo (314.404,34 €) e de postos de trabalho (4,56) são claramente inferiores às médias de investimento registadas no cluster 1.

Para além disso, a análise por percentis permite concluir que 50% dos projetos apresentam uma média de investimento baixa, inferior a 150.000 €, e dos quais 25% dos projetos apresentam um investimento inferior a 80.000 €. Neste cluster apenas 25% dos projetos registam um investimento total superior a 585.000 €, valor de investimento relativamente elevado, contudo, inferior a 50% dos projetos que integram o cluster 1. Neste sentido, esta investigação permite concluir que a HI 7.5.1.2.2 que refere que ‘Os projetos realizados nos subsectores do turismo são maioritariamente de investimento reduzido’ é, neste caso, verdadeira.

Tabela VII.5.2.3.2 Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Investimento elegível

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 3 DÍGITOS - INVESTIMENTO ELEGÍVEL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	800	investimento total	2.665.886,53	6.201.633,42	952.364,80	228.430,73	952.364,80	2.547.896,17
		investimento elegível	2.314.712,57	4.747.911,84	915.548,53	224.254,36	915.548,53	2.375.442,97
		incentivo	779.818,10	1.377.952,53	298.666,18	60.000,40	298.666,18	904.785,71
		postos trabalho a criar	10,90	26,50	2,00	-	2,00	12,00
2	34	investimento total	5.639.381,83	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,23	8.021.961,80
		investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,03	1.088.085,21	187.703,79	1.088.085,21	6.797.349,93
		incentivo	3.463.837,59	6.637.723,03	652.849,13	96.193,98	652.849,13	2.343.827,62
		postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00
3	1514	investimento total	257.154,09	611.303,84	117.768,67	61.459,64	117.768,67	149.956,10
		investimento elegível	237.465,81	565.981,80	112.015,22	57.982,76	112.015,22	149.049,40
		incentivo	114.963,74	262.727,86	51.902,30	25.176,76	51.902,30	74.835,98
		postos trabalho a criar	1,74	9,17	-	-	-	2,00

No que se refere à caracterização do investimento elegível por CAE a 3 dígitos, a análise define 3 clusters. O cluster 2 integra 34 projetos de investimento realizados na CAE 777. É neste cluster que se registam as médias de investimento total (5.639.381,83 €), de investimento elegível (5.445.518,58 €), de incentivo (3.463.837,59 €) mais elevadas, exceto a média de postos de trabalho que regista o valor intermédio (3,76) dos clusters em análise. A análise por percentis permite concluir que a maior parte dos projetos de investimento realizados nesta CAE e que integram este cluster são de elevado investimento dado que mais de 50% dos projetos de investimento ultrapassam 1.000.000 €, e em que apenas 25% dos projetos apresentam um investimento inferior a 200.000 €, o que vem comprovar que a HI 7.5.1.2.3 é verdadeira.

O cluster 1 representa 800 projetos de investimento inseridos nas CAE a 3 dígitos 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 923 e CAE 926. As médias de investimento observadas neste

cluster são claramente superiores às médias de investimento verificadas no cluster 3, mas inferiores às observadas no cluster 2. Refira-se que a média de investimento total é de 2.665.886,53 €, de investimento elegível 2.314.712,57 €, de incentivo de 779.818,10 €, registando este cluster a média de postos de trabalho a criar mais elevada (10,9). Esta situação reflete-se também ao nível da análise por percentis, em que 50% dos projetos registam um investimento superior a 950.000 €, dos quais 25% são superiores a 2.500.000 €. Apenas 255 dos projetos registam um investimento inferior a 230.000 €, o que por si só representa já um investimento considerável. Conclui-se que a **HI 7.5.1.2.5 é verdadeira**, comprovando-se uma vez mais que os projetos realizados nesta área registam um elevado investimento.

O cluster 3 inclui 1.514 projetos de investimento que se inserem nas CAE 552 - Meios complementares de alojamento, CAE 553 - Restaurantes, CAE 554 - Estabelecimento de bebidas, CAE 633 - Agências de viagem e de turismo, CAE 751, CAE 888 e CAE 927. Os projetos integrados neste cluster registam uma média de investimento total (257.154,09 €), de investimento elegível (237.465,81 €), de incentivo (114.963,74 €) e de postos de trabalho a criar (1,74) muito baixa, e claramente inferior às médias de investimento registadas no cluster 1 e 2. A análise por percentis demonstra claramente esta situação, dado que 75% dos projetos de investimento registam um investimento inferior a 150.000 €, dos quais 25% dos projetos registam um investimento inferior a 65.000 €. Comprova-se que a **HI 7.5.1.2.4 é verdadeira**, dado que os projetos de menor investimento elegível são executados principalmente nos subsectores tradicionais do turismo.

Tabela VII.5.2.3.3 Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos - Incentivo

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 3 DÍGITOS - INCENTIVO								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	890	investimento total	2.525.446,40	5.919.760,98	910.629,26	221.770,57	910.629,26	2.473.443,99
		investimento elegível	2.197.597,83	4.545.995,52	832.612,21	200.338,43	832.612,21	2.303.866,45
		incentivo	754.305,98	1.327.814,34	288.034,72	60.000,40	288.034,72	887.912,45
		postos trabalho a criar	10,27	25,33	2,00	-	2,00	11,00
2	1424	investimento total	192.691,86	372.924,98	110.940,13	58.238,95	110.940,13	149.471,02
		investimento elegível	179.375,86	326.603,00	105.209,93	55.240,62	105.209,93	148.087,74
		incentivo	88.888,52	173.861,06	50.269,01	24.073,23	50.269,01	74.398,97
		postos trabalho a criar	1,55	9,18	-	-	-	1,00

A caracterização dos projetos de investimento segundo o incentivo atribuído define o agrupamento dos projetos em dois clusters. O cluster 1 inclui 890 projetos de investimento realizados principalmente nas CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 923, CAE 926, CAE 927, para além dos agrupamentos de CAE 000 e CAE 888. Este cluster regista as médias de investimento total (2.525.446,70 €) e de incentivo (754.305,98 €) mais elevadas, a par da média de investimento elegível (2.197.597,83 €) e de postos de trabalho a criar (10,27).

A própria análise por percentis reflete isso mesmo, dado que 50% dos projetos registam um investimento total superior a 900.000 € a que corresponde um incentivo atribuído superior a 280.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total superior a 2.450.000 € aos quais é atribuído um incentivo superior a 850.000 €. Apenas 25% dos projetos registam um investimento de menor dimensão, que, no entanto, pode atingir os 220.000 € de investimento total e 60.000 € de incentivo. Conclui-se que a **HI 7.5.2.3.2** ‘Os projetos de investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior absorvem um elevado valor de incentivo’ é **verdadeira**. O mesmo se verifica relativamente à **HI 7.5.2.3.3** que refere que os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um incentivo elevado por projeto.

O cluster 2 integra 1.424 projetos de investimento distribuídos pelas CAE 552 - Outros meios complementares de alojamento, CAE 553 - Restaurantes, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, CAE 633 - Agências de viagem e de turismo, e CAE 751. Este cluster regista a média de investimento total (192.691,86 €), de investimento elegível (179.375,86 €), de incentivo (88.888,52 €) e de postos de trabalho a criar (1,55) mais baixas, o que demonstra que a quase totalidade dos projetos de reduzido valor de investimento se concentram neste cluster.

A análise por percentis permite clarificar totalmente esta questão, dado que 75% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 150.000 € a que corresponde um incentivo inferior a 75.000 €, sendo que 25% dos projetos aqui incluídos registam um investimento total inferior a 60.000 € aos quais é atribuído um incentivo inferior a 25.000 €. Neste caso a **HI 7.5.1.2.6** que refere que ‘Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo absorvem a maior parte do incentivo’ é **falsa**.

Tabela VII.5.2.3.4 Caracterização de clusters por CAE a 3 dígitos – Postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 3 DÍGITOS - POSTOS DE TRABALHO A CRIAR								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	800	investimento total	2.665.886,53	6.201.633,42	952.364,80	228.430,73	952.364,80	2.547.896,17
		investimento elegível	2.314.712,57	4.747.911,84	915.548,53	224.254,36	915.548,53	2.375.442,97
		incentivo	779.818,10	1.377.952,53	298.666,18	60.000,40	298.666,18	904.785,71
		postos trabalho a criar	10,90	26,50	2,00	-	2,00	12,00
2	1548	investimento total	375.368,39	1.711.269,76	119.494,51	62.074,15	119.494,51	150.000,00
		investimento elegível	351.854,57	1.684.446,60	113.558,97	59.015,27	113.558,97	149.340,09
		incentivo	188.517,81	1.117.333,85	52.558,22	26.074,66	52.558,22	78.171,45
		postos trabalho a criar	1,78	9,21	-	-	-	2,00

A caracterização do investimento por CAE a 3 dígitos segundo o número de postos de trabalho a criar define o agrupamento dos projetos de investimento em dois clusters. O cluster 1

integra 800 projetos de investimento inseridos nas CAE a 3 dígitos 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 923 e CAE 926. As médias de investimento observadas neste cluster são claramente superior às médias de investimento verificadas no cluster 2. Refira-se que a média de investimento total é de 2.665.886,53 €, de investimento elegível 2.314.712,57 €, de incentivo de 779.818,10 €, sendo que a média de postos de trabalho a criar atinge os 10,9. Esta situação reflete-se também ao nível da análise por percentis, em que 50% dos projetos registam um investimento superior a 950.000 € sendo responsáveis pela criação de pelo menos 2 postos de trabalho, e em que 25% dos projetos registam um investimento superior a 2.500.000 €, sendo responsáveis pela criação até 12 postos de trabalho. Apenas 25% dos projetos registam um investimento inferior a 230.000 €, o que por si só representa já um investimento considerável, não se registando um valor de criação de postos de trabalho para este número de projetos. Daqui se infere que a **HI 7.5.2.3.4** *‘Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho’* é **verdadeira** para a CAE 923 e CAE 926.

O cluster 2 inclui 1.548 projetos de investimento distribuídos por uma diversidade de CAE, das quais se destacam as CAE 552 - Outros meios complementares de alojamento, CAE 553 - Restaurantes, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, CAE 633 - Agências de viagem e de turismo, e CAE 751 e CAE 927 entre outras. Neste cluster registam-se as médias de investimento total (375.368,39 €), de investimento elegível (351.854,57 €), de incentivo (188.517,81 €) e de postos de trabalho a criar (1,78) mais baixas, o que demonstra que neste cluster se concentram uma elevada percentagem de projetos de reduzido investimento.

A análise por percentis permite confirmar isso mesmo, dado que 75% dos projetos que integram este cluster registam um investimento total inferior a 150.000 €, aos quais é atribuído um incentivo inferior a 80.000 €, sendo responsáveis pela criação até 2 postos de trabalho por projeto. Refira-se contudo que este cluster integra de facto projetos de reduzido investimento, 25% dos projetos registam um investimento inferior a 65.000 € aos quais é atribuído um incentivo inferior a 30.000 €, não sendo possível determinar o número de postos de trabalho a criar para esta dimensão de investimento. Assim sendo, esta investigação permite concluir que a **HI 7.5.2.3.5** *‘Os projetos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho’* é **verdadeira**.

VII.5.3 Especificidades do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos

A CAE a 5 dígitos constitui-se como a desagregação máxima das atividades económicas, segundo o Decreto-Lei n.º 182/93 de 14 de maio o que permite uma análise pormenorizada do tipo de relação, semelhanças ou diferenças existentes entre as várias CAE que registaram projetos de investimento na área do turismo.

Contudo, a desagregação máxima e uma análise pormenorizada podem também constituir um problema derivado de uma maior dificuldade em termos de análise, dado que se torna mais difícil identificar agrupamentos de CAE onde ressaltem características semelhantes, retirando daí conclusões. Nesse sentido, e face à dificuldade em analisar de uma forma objetiva o investimento desagregado por CAE a 5 dígitos e considerando as 4 variáveis, optou-se por não realizar nesta secção a análise síntese realizada em secções anteriores.

VII.5.3.1 Análise integrada do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos

As análises realizadas nas secções anteriores, por CAE a 2 dígitos e por CAE a 3 dígitos permitiram retirar algumas conclusões sob a forma como se ajustam as atividades económicas, tendo por base os projetos de investimento realizados. Um aspeto central que importa referir prende-se com a desagregação realizada, que permite obter informações mais objetivas da forma como se comportam e quais as características dos projetos de investimento por atividade económica. A análise por CAE a 5 dígitos que se vai realizar nesta secção vai permitir uma análise mais fina e objetiva ao investimento realizado no período de 1994-2006.

Tabela VII.5.3.1.1 ANOVA

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Zscore: Média de inv_tot	8,891	3	,155	28	57,520	,000
Zscore: Média de inv_eleg	9,190	3	,123	28	74,987	,000
Zscore: Média de incentv	9,419	3	,098	28	96,178	,000
Zscore: Média de p_trab	8,451	3	,202	28	41,898	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissimilaridade entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means. Para identificar quais as variáveis com maior importância nos clusters retidos, procedeu-se à análise da estatística F da ANOVA dos clusters.

Tabela VII.5.3.1.2 ANOVA Sum of Squares

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Zscore: Média de inv_tot	Between Groups	27,732	3	9,244	79,211	,000
	Within Groups	3,268	28	,117		
	Total	31,000	31			
Zscore: Média de inv_eleg	Between Groups	27,786	3	9,262	80,689	,000
	Within Groups	3,214	28	,115		
	Total	31,000	31			
Zscore: Média de incentv	Between Groups	28,391	3	9,464	101,557	,000
	Within Groups	2,609	28	,093		
	Total	31,000	31			
Zscore: Média de p_trab	Between Groups	23,228	3	7,743	27,892	,000
	Within Groups	7,772	28	,278		
	Total	31,000	31			

A tabela da ANOVA permite observar que a variável que mais contribui para a definição de clusters é a média de incentivo. O valor de F (96,178) é claramente superior aos valores de F obtidos pelas restantes variáveis. De acordo com o critério do R-Quadrado, e tendo por base os valores registados na tabela VII.5.3.1.2, foram retidos 4 clusters que explicam 86,4% (R-sq=0,8640) da variância total.

O cluster 3 integra 1.526 projetos de investimento desagregados por diversas CAE, predominantemente da área da restauração e estabelecimentos de bebidas, CAE 553 e CAE 554, e da área das agências de viagem e de turismo, CAE 633. Este cluster inclui também os projetos de investimento inseridos na CAE 751 e que representam a componente de investimento público no setor do turismo, bem como projetos de investimento integrados na área do alojamento, na CAE 55114 - Pousadas com restaurante, CAE 55122 - Pensões sem restaurante, CAE 55230 - Outros locais de alojamento de curta duração e CAE 55233 - Turismo no espaço rural.

Tabela VII.5.3.1.3 Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 5 DÍGITOS - TODAS AS VARIÁVEIS								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	357	investimento total	1.382.749,31	1.834.081,53	662.159,20	150.402,53	662.159,20	1.911.987,11
		investimento elegível	1.241.171,16	1.634.029,15	622.345,15	149.071,02	622.345,15	1.770.183,86
		incentivo	537.804,80	712.142,22	230.337,99	59.693,64	230.337,99	707.552,30
		postos trabalho a criar	7,52	19,08	2,00	-	2,00	10,00
2	431	investimento total	3.750.278,47	8.106.549,38	1.325.126,45	350.929,26	1.325.126,45	3.170.304,57
		investimento elegível	3.193.035,45	6.128.330,86	1.211.341,00	350.929,26	1.211.341,00	2.988.330,62
		incentivo	986.198,28	1.565.206,09	444.771,00	135.848,60	444.771,00	1.212.991,69
		postos trabalho a criar	15,39	34,39	2,00	-	2,00	16,00
3	1526	investimento total	270.005,89	710.426,64	119.494,51	62.070,41	119.494,51	150.000,00
		investimento elegível	256.878,71	688.659,86	114.095,03	59.120,01	114.095,03	149.389,97
		incentivo	118.520,19	479.191,54	49.889,91	22.783,84	49.889,91	74.613,93
		postos trabalho a criar	1,33	4,03	-	-	-	1,00
4	34	investimento total	5.639.381,83	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,23	8.021.961,80
		investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,03	1.088.085,21	187.703,79	1.088.085,21	6.797.349,93
		incentivo	3.463.837,59	6.637.723,03	652.849,13	96.193,98	652.849,13	2.343.827,62
		postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00

Os investimentos incluídos neste cluster registam as médias de investimento mais baixas, a média de investimento total é de 270.005,89 €, a média de investimento elegível de 256.878,71 €, a média de incentivo inferior a 120.000 €, e uma média de criação de postos de trabalho de 1,33. A análise dos valores médios de investimento permite concluir que este cluster regista os valores médios de projetos de investimento mais baixos comparativamente aos restantes clusters.

No entanto, a análise dos percentis permite retirar conclusões mais concretas sobre esta questão. Observa-se que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 65.000 € a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 25.000 €. A análise dos percentis 50 e 75 clarifica totalmente esta situação, dado que 50% dos projetos registam um investimento inferior a 120.000 € a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 50.000 €. Para além disso, 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 €, os quais absorvem um incentivo inferior a 75.000 €, o que demonstra que os projetos integrados neste cluster são de facto aqueles que menor investimento executam, e menor incentivo absorvem.

Daqui se conclui que a HI 7.5.3.1.1 'Os projetos realizados nos subsectores tradicionais de turismo atingem valores de investimento total e de incentivo atribuído consideravelmente baixos' é verdadeira, dado que 75% dos projetos de investimento registam um valor inferior a 150.000 €, situação que é tanto mais importante quando se observa que é o cluster que integra mais projetos de investimento.

O cluster 4 inclui 34 projetos de investimento onde se incluem os projetos realizados no agrupamento de CAE denominado CAE 77777, que integra os projetos executados

principalmente por sociedades de investimento de capital de risco, e aluguer de veículos automóveis. Este cluster inclui projetos que registam uma média de investimento muito elevada, superior a 5.500.000 €, uma média de investimento elegível de 5.445.518,58 € e uma média de incentivo de 3.463.837,59 €, sendo a média de criação de postos de trabalho, no entanto, baixa, atingindo os 3,76.

A análise dos percentis permite observar que 25% dos projetos de investimento integrados neste cluster registam um investimento total inferior a 200.000 € a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 100.000 €. No entanto, observa-se uma diferença acentuada em termos dos valores de investimento, entre o percentil 50 e o percentil 75, verificando-se um crescimento do investimento total de 1.150.000 € para cerca de 8.000.000 €, e em que 25% dos projetos registam também um investimento total superior a 8.000.000 €. Daqui se conclui que a **HI 7.5.3.1.2** *‘A maior parte dos projetos de investimento realizados na CAE 77777 representam um investimento total considerável’* é **verdadeira**.

As CAE integradas no cluster 2 registam também um volume de investimento médio elevado, contudo, inferior ao registado no cluster 4. As CAE inseridas neste cluster incluem 431 projetos de investimento, sendo grande parte dos investimentos realizados na CAE 55111 - Hotéis com restaurante (299 projetos), CAE 55116 - Hotéis apartamentos com restaurante (34 projetos), CAE 55119 - Estabelecimentos hoteleiros com restaurante (35 projetos), CAE 92300 (18 projetos), CAE 92610 - Gestão de instalações desportivas (21 projetos), e CA 00000 (23 projetos).

A média de investimento total é de 3.750.278,47 €, a que corresponde um incentivo atribuído de 986.198,28 €, sendo o cluster onde se observa a média de criação de postos de trabalho mais elevada, 15,39. Este cluster não regista diferenças tão acentuadas em termos de investimento, na análise por percentis, comparativamente ao cluster 4. Observa-se que 25% dos projetos possuem um investimento total inferior a 350.000 € e um incentivo de 135.848,60 €, que se constituem como os valores mais elevados registados por todos os clusters na análise do percentil 25.

Refira-se também que a diferença em termos dos valores de investimento entre os percentis 50 e 75 não é tão acentuada como se pode observar relativamente ao cluster 4, contudo, 25% dos projetos integrados neste cluster registam um investimento total superior a 3.170.304,57 € e um incentivo superior a 1.212.991,69 €. Daqui se infere que a **HI 7.5.3.1.3** *‘Os projetos de*

investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior representam valores de investimento muito elevados’ é verdadeira.

O cluster 1 inclui 357 projetos de investimento desagregados por diversas CAE, onde se incluem algumas tipologias da área do alojamento, CAE 55112 - Pensões com restaurante, CAE 55113 - Estalagens com restaurante, CAE 55121 - Hotéis sem restaurante, CAE 55124 - Estabelecimentos hoteleiros sem restaurante, uma CAE na área da restauração, a CAE 55402 - Cervejarias, na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, a CAE 92620 - Outras atividades desportivas e a CAE 92720 - Outras atividades recreativas, e a CAE 88888 que agrega os projetos de investimento realizados na área do termalismo.

A média de investimento total é de 1.382.749,31 €, a média de investimento elegível (1.241.171,16 €) é ligeiramente inferior, sendo a média de incentivo de 537.804,80 € e a média de criação de postos de trabalho de 7,52. A análise dos percentis permite registar que 25% dos projetos apresentam um investimento total inferior a 150.000 € a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 60.000 €. Refira-se também que 50% dos projetos apresentam um investimento total inferior a 665.000 € e um incentivo atribuído inferior a 230.000 € sendo responsáveis pela criação de pelo menos 2 postos de trabalho. Contudo, observa-se que 25% dos projetos integrados neste cluster apresentam um investimento superior a 1.900.000 € aos quais é atribuído um incentivo superior a 700.000 €, sendo responsáveis pela criação de mais de 10 postos de trabalho.

VII.5.3.2 Análise individual do investimento por subsectores do turismo – CAE a 5 dígitos

A análise individual do investimento por subsetor do turismo pretende identificar diferentes agrupamentos por CAE a 5 dígitos, tendo por base a variável (inv_total; inv_eleg; inctv; p_trab) que estiver a ser considerada na análise. A classificação dos sujeitos sob estudo foi efetuada com uma análise de clusters do tipo hierárquica, considerando o método Ward usando a distância euclidiana quadrada como medida de dissemelhança entre sujeitos. Como critério de decisão sobre o número de clusters a reter, usou-se o critério do R-Quadrado tendo-se escolhido a solução do menor número de clusters que reteve uma fração considerável (a partir de 80%) da variância total. A classificação de cada sujeito nos clusters retidos foi posteriormente refinada com o método não hierárquico K-means.

A análise de clusters permite identificar diferenças na definição dos agrupamentos de clusters. Para cada variável numérica, a análise de clusters definiu, de acordo com o critério do R-quadrado, 3 clusters para cada uma das variáveis, média de investimento total, média de investimento elegível, média de incentivo e média de postos de trabalho a criar.

Para a variável média de investimento total, os 3 clusters retidos explicam 90,8% (R-sq=0,9083) da variância total, para a variável média de investimento elegível os 3 clusters definidos explicam 87,1% (R-sq=0,8708) da variância total, para a variável média de incentivo os 3 clusters definidos explicam 90,8% (R-sq=0,9078) da variância total, e para a variável média de postos de trabalho a criar os 3 clusters definidos explicam 89,4% (R-sq=0,8937) da variância total.

Tabela VII.5.3.2.1 Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Investimento total

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 5 DÍGITOS - INVESTIMENTO TOTAL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	97	investimento total	5.616.098,02	12.595.666,76	1.074.111,39	193.460,37	1.074.111,39	3.388.607,49
		investimento elegível	4.266.594,33	7.983.515,49	944.177,00	191.220,76	944.177,00	2.939.343,68
		incentivo	1.830.887,48	4.234.283,65	430.188,25	71.651,07	430.188,25	1.584.500,05
		postos trabalho a criar	9,87	22,36	3,00	-	3,00	11,50
2	684	investimento total	2.601.696,24	5.097.672,20	1.078.110,84	268.615,13	1.078.110,84	2.690.206,53
		investimento elegível	2.366.940,94	4.646.634,29	994.659,50	250.372,13	994.659,50	2.553.252,17
		incentivo	824.897,33	1.421.052,55	337.915,78	63.996,75	337.915,78	1.027.578,36
		postos trabalho a criar	11,20	27,45	1,00	-	1,00	12,00
3	1567	investimento total	248.537,18	504.466,11	119.999,88	62.504,36	119.999,88	150.000,00
		investimento elegível	232.031,70	459.927,13	114.304,53	59.416,81	114.304,53	149.409,92
		incentivo	110.947,16	225.481,58	52.618,19	26.157,00	52.618,19	75.827,26
		postos trabalho a criar	1,83	9,08	-	-	-	2,00

A caracterização do investimento por CAE a 5 dígitos tendo por base o investimento total define a criação de 3 clusters. O cluster 1 integra 97 projetos de investimento distribuídos pelas CAE a 5 dígitos 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo, CAE 92610 – Gestão de instalações desportivas, CAE 00000 e CAE 77777. Este cluster regista as maiores médias de investimento total (5.616.098, 02 €), de investimento elegível (4.266.594,33 €), de incentivo (1.830.887,48 €), registando a segunda maior média em termos do número de postos de trabalho a criar (9,87).

No entanto, a análise por percentis permite demonstrar que as CAE inseridas neste cluster integram 25% de projetos de elevado investimento, superior a 3.000.000 € que representa um incentivo superior a 1.500.000 € e regista a criação de até 11,5 postos de trabalho. No entanto, observa-se também que 25% dos projetos apresentam um investimento inferior a 200.000 € aos quais é atribuído um incentivo inferior a 75.000 €. Esta situação vem demonstrar que é ao nível dos projetos integrados neste cluster que se registam os maiores valores de desvio padrão. Conclui-se que a HI 7.5.3.2.1 'Os projetos realizados na área das atividades recreativas,

culturais e desportivas apresentam maioritariamente projetos de elevado investimento’ é verdadeira.

O cluster 2 inclui 684 projetos de investimento distribuídos preferencialmente por CAE a 5 dígitos integradas na CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, e CAE 926 – Atividades desportivas. Este cluster regista médias de investimento elevadas, mas inferior aos valores registados no cluster 1. A média de investimento total atinge os 2.600.000 €, de investimento elegível ultrapassa ligeiramente os 2.350.000 €, de incentivo atinge os 824.897,33 €, constituindo-se como o cluster que regista a maior média de criação de postos de trabalho (11,2).

A análise por percentis permite observar que este cluster não regista valores de desvio padrão tão elevados como os verificados no cluster 1, no entanto, os valores de investimento mantêm-se elevados. Mais de 50% dos projetos registam um investimento total superior a 1.000.000 € aos quais é atribuído um incentivo superior a 340.000 €. No entanto, considerando 25% dos projetos verifica-se que os valores de investimento mais baixos neste cluster podem atingir os 270.000 € aos quais pode ser atribuído um incentivo até 65.000 €. Ou seja, apesar de os menores valores de investimento registados no cluster 2 serem superiores aos menores valores de investimento do cluster 1, a percentagem de incentivo atribuído no cluster 2 é inferior ao incentivo atribuído no cluster 1. Conclui-se que os projetos de investimento integrados no cluster 2 absorvem uma percentagem de incentivo superior aos projetos de investimento integrados no cluster 1. Nesse sentido, a *HI 7.5.3.2.2 ‘Os projetos de investimento na oferta de alojamento de qualidade superior representam um investimento considerável’ é verdadeira.*

O cluster 3 integra um elevado número de projetos (1.567 projetos) realizados maioritariamente nas CAE 553 - restaurantes, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, registando também alguns projetos nas CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração e CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros. Este cluster regista as menores médias de investimento total (248.537,18 €), de investimento elegível (232.031,70 €), de incentivo (110.947,16 €) e número de postos de trabalho a criar (1,83).

Esta situação comprova-se claramente na análise por percentis, dado que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € aos quais é atribuído um incentivo até 75.000 €. Contudo, refira-se que 25% dos projetos registam um investimento até 65.000 €

sendo atribuído um incentivo inferior a 30.000 €. Daqui se conclui que os projetos de investimento integrados neste cluster são maioritariamente projetos de investimento muito reduzido. Esta investigação permite concluir que a HI 7.5.3.2.3 ‘Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são maioritariamente de investimento reduzido’ é verdadeira.

Tabela VII.5.3.2.2 Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Investimento elegível

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 5 DÍGITOS - INVESTIMENTO ELEGÍVEL								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	55	investimento total	5.574.926,23	9.375.912,55	1.309.713,59	162.388,64	1.309.713,59	7.781.177,00
		investimento elegível	5.079.851,19	8.690.205,53	1.170.349,46	148.901,00	1.170.349,46	6.340.585,00
		incentivo	2.685.053,64	5.430.657,22	634.236,49	66.859,00	634.236,49	2.127.507,71
		postos trabalho a criar	7,00	15,44	-	-	-	9,00
2	592	investimento total	3.099.279,20	6.871.992,06	1.128.318,17	319.284,17	1.128.318,17	2.844.044,24
		investimento elegível	2.680.346,99	5.230.603,78	1.067.203,04	309.709,95	1.067.203,04	2.736.425,07
		incentivo	877.324,68	1.506.599,69	353.954,38	65.090,63	353.954,38	1.085.028,11
		postos trabalho a criar	12,43	30,00	1,00	-	1,00	13,00
3	1701	investimento total	336.499,28	735.122,83	128.380,60	65.786,45	128.380,60	173.279,18
		investimento elegível	311.748,20	683.383,88	123.352,72	62.402,11	123.352,72	154.757,75
		incentivo	146.164,55	313.770,12	55.731,00	27.593,74	55.731,00	94.524,69
		postos trabalho a criar	2,19	9,24	-	-	-	2,00

A caracterização do investimento elegível por CAE a 5 dígitos define três agrupamentos de projetos. O cluster 1 agrega os projetos de investimento da CAE 92610 – Gestão de instalações desportivas e da CAE 77777, inclui 55 projetos que registam as médias de investimento total (5.574.926,23 €), de investimento elegível (5.079.851,19 €), de incentivo (2.685.053,64 €) mais elevadas, exceto a média de postos de trabalho a criar que regista o valor intermédio (7) dos clusters definidos. A análise dos percentis permite observar que os projetos de investimento inseridos neste cluster apresentam um elevado desvio padrão (8.690.205,53 €), dado que 25% dos projetos registam um investimento superior a 7.750.000 €, enquanto que outros 25% apresentam um investimento inferior a 165.000 €, o que é significativo em termos de diferença de investimento. Registe-se no entanto que mais de 50% dos projetos apresentam um investimento superior a 1.000.000 €. Demonstra-se que a HI 7.5.1.2.3 é verdadeira, comprovando-se a análise realizada por CAE a 2 dígitos.

O cluster 2 inclui 592 projetos de investimento distribuídos preferencialmente pelas CAE a 5 dígitos que integram a CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e a CAE 926 – Atividades desportivas, para além da CAE 00000 e da CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo. Os projetos inseridos neste cluster registam uma média de investimento total (3.099.279,20 €), de investimento elegível (2.680.346,99 €), de incentivo (877.324,68 €) e de postos de trabalho a criar (12,43) elevada, apesar de inferior às médias verificadas no cluster 1. Daqui se infere que a HI 7.5.3.2.4 ‘Os projetos realizados para a melhoria da qualidade da oferta registam uma elevada elegibilidade do investimento’ é verdadeira.

Comparativamente ao cluster 1, os projetos de investimento inseridos neste cluster não registam um desvio padrão tão elevado, observando-se uma maior proximidade em termos dos valores de investimento. No entanto, verifica-se que 50% dos projetos registam um investimento total e elegível superior a 1.000.000 €, não se registando contudo investimentos tão elevados como os investimentos verificados no cluster 1. Comprova-se que a **HI 7.5.1.2.5 é verdadeira**, comprovando-se a análise realizada por CAE a 2 dígitos.

O cluster 3 regista 1.701 projetos de investimento distribuídos preferencialmente pelas CAE 553 - Restaurantes e CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, observando também investimentos ao nível das CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, para além da CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social, e das CAE 92720 – Outras atividades recreativas, n.e. e CAE 88888.

Os projetos integrados neste cluster registam as médias de investimento mais baixas, a média de investimento total é inferior a 350.000 €, a média de investimento elegível ligeiramente superior a 300.000 €, a média de incentivo inferior a 150.000 € e a média de postos de trabalho a criar é de 2,19. A análise por percentis demonstra que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 175.000 €, que representa um investimento elegível inferior a 155.000 €, e em que o incentivo distribuído não ultrapassa os 95.000 €. Refira-se também que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 70.000 € a que corresponde um incentivo inferior a 30.000 €. Conclui-se que a **HI 7.5.3.2.5 ‘Os projetos realizados na área da restauração e bebidas registam a menor elegibilidade de investimento’ é verdadeira**, devendo-se esta situação, principalmente ao reduzido montante de investimento dos projetos realizados nesta área.

Tabela VII.5.3.2.3 Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos - Incentivo

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 5 DÍGITOS - INCENTIVO								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	747	investimento total	2.854.863,13	6.393.829,66	1.074.111,39	260.871,30	1.074.111,39	2.715.450,76
		investimento elegível	2.473.493,47	4.895.975,44	989.450,42	248.561,00	989.450,42	2.554.209,00
		incentivo	835.415,50	1.421.677,45	339.103,06	64.800,00	339.103,06	1.034.407,07
		postos trabalho a criar	11,36	27,32	2,00	-	2,00	13,00
2	34	investimento total	5.639.381,83	9.537.191,22	1.150.941,23	192.489,76	1.150.941,23	8.021.961,80
		investimento elegível	5.445.518,58	9.539.034,03	1.088.085,21	187.703,79	1.088.085,21	6.797.349,93
		incentivo	3.463.837,59	6.637.723,03	652.849,13	96.193,98	652.849,13	2.343.827,62
		postos trabalho a criar	3,76	11,00	-	-	-	3,00
3	1567	investimento total	248.537,18	504.466,11	119.999,88	62.504,36	119.999,88	150.000,00
		investimento elegível	232.031,70	459.927,13	114.304,53	59.416,81	114.304,53	149.409,92
		incentivo	110.947,16	225.481,58	52.618,19	26.157,00	52.618,19	75.827,26
		postos trabalho a criar	1,83	9,08	-	-	-	2,00

A caracterização do incentivo por CAE a 5 dígitos agrupa os projetos de investimento em 3 clusters. O cluster 1 integra 747 projetos de investimento distribuídos maioritariamente pelas CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e CAE 926 – Atividades desportivas, incluindo também as CAE 923 – Outras atividades artísticas e de espetáculo, a CAE 92720 – Outras atividades recreativas, n.e., a CAE 00000 e a CAE 88888. Os projetos integrados neste cluster registam uma média de investimento total (2.854.863,13 €), de investimento elegível (2.473.493,47 €), de incentivo (835.415,50 €) e de postos de trabalho a criar (11,36) bastante relevante, apesar de inferior aos valores registados no cluster 2, exceto no caso da média de postos de trabalho a criar em que a média do cluster 1 é superior à média do cluster 2.

A análise por percentis permite observar que 50% dos projetos registam um investimento total superior a 1.000.000 €, o que representa um incentivo superior a 340.000 €, e em que 25% dos projetos registam um investimento total superior a 2.500.000 € o que representa um incentivo superior a 1.000.000 €. No entanto, observa-se também neste cluster uma percentagem de projetos de menor investimento, dado que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 260.000 € o que representa um incentivo menor de 65.000 €. Daqui se infere que a **HI 7.5.3.2.6** ‘Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um elevado valor de incentivo’ é **verdadeira**, dado que, em termos totais, multiplicando o número de projetos pela média de incentivo demonstra-se que são as CAE que integram este cluster que recebem a maior parte do incentivo distribuído.

O cluster 2 regista 34 projetos de investimento onde se incluem os projetos realizados no agrupamento de CAE denominado CAE 77777, que integra os projetos executados principalmente por sociedades de investimento de capital de risco. Este cluster inclui projetos que registam uma média de investimento muito elevada, superior a 5.500.000 €, uma média de investimento elegível de 5.445.518,58 € e uma média de incentivo de 3.463.837,59 €, sendo a média de criação de postos de trabalho, no entanto, baixa, de 3,76.

A análise dos percentis permite observar que 25% dos projetos de investimento integrados neste cluster registam um investimento total inferior a 200.000 € a que corresponde um incentivo atribuído inferior a 100.000 €. No entanto, observa-se uma diferença acentuada em termos dos valores de investimento, entre o percentil 50 e o percentil 75, verificando-se um crescimento do investimento total de 1.150.000 € para cerca de 8.000.000 €, e em que 25% dos projetos registam também um investimento total superior a 8.000.000 €. Conclui-se que a **HI 7.5.3.2.7** ‘Os projetos de investimento para aquisição e construção imobiliária recebem o

maior valor de incentivo por projeto' é **verdadeira**, no entanto, considerando o total de projetos, o valor total de incentivo é o menor comparativamente aos outros dois clusters.

O cluster 3 inclui 1.567 projetos de investimento distribuídos maioritariamente pelas CAE 553 - Restaurantes, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, e das CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração e CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social. As médias de investimento registadas neste cluster são claramente inferiores aos valores registados nos clusters 1 e 2. Neste cluster a média de investimento total não ultrapassa os 250.000 €, a média de investimento elegível atinge os 230.000 € e a média de incentivo ronda os 110.000 €, enquanto que a média de postos de trabalho a criar é de 1,83.

A análise por percentis permite demonstrar claramente que a quase totalidade dos projetos integrados neste cluster são de reduzido investimento, dado que 75% dos projetos registam um investimento total inferior a 150.000 € aos quais é atribuído um incentivo até 75.000 €. No entanto, para 25% dos projetos o investimento total é ainda mais baixo, inferior a 65.000 € aos quais é atribuído um investimento nunca superior a 30.000 €. Conclui-se que a **HI 7.5.3.2.8 'Os projetos realizados na área da restauração e bebidas recebem o menor valor de incentivo' é verdadeira**. Apesar do elevado número de projetos, o valor do incentivo total é inferior ao registado no cluster 1.

A caracterização dos projetos de investimento segundo o número de postos de trabalho a criar agrupa os projetos em 3 clusters. O cluster 2 integra 376 projetos de investimento distribuídos preferencialmente pelas CAE 55111 – Hotéis com restaurante, CAE 55116 – Hotéis apartamentos com restaurante, CAE 55402 - Cervejarias, e a CAE 00000. Os projetos integrados neste cluster registam a média de investimento total (3.480.258,97 €), de investimento elegível (3.037.675,20 €), de incentivo (933.184,72 €), e de postos de trabalho a criar (16,12) mais elevada comparativamente aos outros dois clusters.

A análise por percentis demonstra também esta questão, dado que para cada nível de percentil os valores de investimento verificados no cluster 2 são superiores aos valores observados nos outros dois clusters, exceto no percentil 50, e no que se refere aos postos de trabalho a criar, o valor registado no cluster 2 (1) é inferior ao valor verificado no cluster 1 (5). No entanto, esta investigação permite concluir que a **HI 7.5.3.2.9 'Os projetos realizados na**

área do alojamento de qualidade superior são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho' é verdadeira.

O cluster 1 inclui 284 projetos de investimento distribuídos maioritariamente pelas CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros e CAE 926 – Atividades desportivas. Este cluster regista uma média de investimento total elevada (2.280.895,69 €), de investimento elegível (1.890.507,11 €), de incentivo (723.709,50 €) e de postos de trabalho a criar (9,28), contudo inferior aos valores observados no cluster 2. A análise por percentis permite verificar que 50% dos projetos registam um investimento total superior a 900.000 € aos quais é atribuído um incentivo superior a 320.000 €, verificando-se a criação de até 5 postos de trabalho por projeto. No entanto, refira-se que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 175.000 €, a que corresponde um incentivo inferior a 60.000 €. Este cluster integra projetos de investimento de dimensão relevante.

Tabela VII.5.3.2.4 Caracterização de clusters por CAE a 5 dígitos – Postos de trabalho a criar

CARACTERIZAÇÃO DOS CLUSTERS - CAE A 5 DÍGITOS - POSTOS DE TRABALHO A CRIAR								
CLUSTER	PROJETOS	VARIÁVEL	DESCRITIVAS			PERCENTIS		
n.º	n.º	nome	média	desvio padrão	mediana	25%	50%	75%
1	284	investimento total	2.280.895,69	6.251.127,71	890.172,50	165.865,22	890.172,50	2.211.076,33
		investimento elegível	1.890.507,11	4.160.549,50	812.818,60	150.309,00	812.818,60	2.078.289,71
		incentivo	723.709,50	1.310.448,74	317.975,36	60.557,80	317.975,36	833.847,56
		postos trabalho a criar	9,28	13,20	5,00	-	5,00	14,00
2	376	investimento total	3.480.258,97	7.036.786,13	1.353.827,27	331.463,91	1.353.827,27	3.228.347,18
		investimento elegível	3.037.675,20	5.698.328,35	1.238.608,93	331.463,91	1.238.608,93	3.013.655,21
		incentivo	933.184,72	1.372.288,75	441.512,69	122.549,06	441.512,69	1.229.515,61
		postos trabalho a criar	16,12	39,19	1,00	-	1,00	15,75
3	1688	investimento total	448.713,12	1.749.731,33	129.156,23	65.614,37	129.156,23	188.461,93
		investimento elegível	424.982,84	1.724.014,27	124.637,12	62.172,66	124.637,12	168.486,45
		incentivo	212.837,15	1.153.617,00	53.239,25	24.453,59	53.239,25	87.132,20
		postos trabalho a criar	1,65	4,89	-	-	-	2,00

O cluster 3 representa 1.688 projetos de investimento distribuídos maioritariamente pelas CAE 553 - Restaurante, CAE 554 - Estabelecimentos de bebidas, e também algumas CAE a 5 dígitos da CAE 551 - Estabelecimentos hoteleiros, CAE 552 – Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração, e CAE 751 – Administração pública em geral, económica e social. Este cluster regista as médias, de investimento total (448.713,12 €), de investimento elegível (424.982,84 €), de incentivo (212.837,15 €), e de postos de trabalho a criar (1,65) mais baixas.

A análise por percentis demonstra que 75% dos projetos de investimento registam um investimento total inferior a 190.000 €, o que representa um incentivo inferior a 90.000 € e até 2 postos de trabalho. No entanto, considerando apenas 25% dos projetos conclui-se que este cluster integra maioritariamente os projetos de menor volume de investimento, dado que 25% dos projetos registam um investimento total inferior a 65.000 € o que representa um incentivo atribuído inferior a 25.000 €. Relativamente ao número de postos de trabalho a criar, observa-

se que para 75% dos projetos o cluster 3 regista o valor mais baixo (2) comparativamente aos outros dois clusters, o cluster 1(14) e o cluster 2(15,75). Daqui se infere que a **HI 7.5.3.2.10** ‘Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho por projeto de investimento’ é **verdadeira**.

VII.6 Conclusão

A análise da dinâmica do investimento realizado no período de 1994-2006, tendo por base a análise das suas características e a forma como se distribui no território, a identificação de quais os subsectores do turismo em que é executado esse investimento, quais as suas principais características e a forma como se interligam, e também qual a estrutura empresarial que o concretiza e a forma como se interrelacionam, são questões centrais para esta investigação.

Pretende-se entender de que forma as medidas de política e estratégia definidas pelo setor público podem direcionar o investimento e alavancar determinados subsectores do turismo ou do território, ou até mesmo da atividade económica como a questão do emprego. Se o incentivo atribuído por projeto variar apenas de acordo com o montante de investimento total executado ou o montante de investimento elegível, o setor privado irá continuar a investir de uma forma isolada e indiferenciada e sem orientação estratégica.

Esta investigação permite concluir que, no período de 1994-2006, o montante de incentivo atribuído por projeto varia de acordo com o montante de investimento total e de investimento elegível, ou seja, observa-se uma interligação e proporcionalidade entre os montantes de investimento total, de investimento elegível e de incentivo atribuído por projeto, não se registando uma majoração do incentivo atribuído face aos valores de investimento total e de investimento elegível, nem considerando medidas de política e estratégia definidas para o setor na dinamização de territórios com menor índice de desenvolvimento turístico ou na alavancagem de um determinado subsector do turismo. Conclui-se que **existe uma interligação e proporcionalidade entre os valores de investimento (investimento total e investimento elegível) e os valores de incentivo atribuído, independentemente do subsector e/ou do território que se estiver a considerar**.

Sendo o setor do turismo um setor marcadamente de trabalho intensivo, e tendo em atenção a representação que detém em termos de emprego em Portugal, pode constituir-se como um

setor estratégico na criação de postos de trabalho. Contudo aquilo que se observa é que não se regista uma interligação direta nem proporcional entre os valores de investimento, o incentivo atribuído e o número de postos de trabalho a criar. Esta questão é particularmente importante, dado que, constituindo-se o setor do turismo como um setor de trabalho intensivo, pode funcionar como um setor estratégico na resolução dos problemas de desemprego, desde que se definam medidas de política orientadas para a criação de postos de trabalho, através da majoração do incentivo para os projetos de investimento que criem mais postos de trabalho. Esta investigação permite concluir que ***não se regista uma interligação direta entre os valores de investimento (investimento total e investimento elegível) e o número de postos de trabalho a criar***, não se aproveitando as enormes vantagens atribuídas ao setor do turismo como forte dinamizador local na criação de emprego e na geração de rendimento.

A análise da distribuição do investimento por área geográfica permite identificar áreas geográficas que registam uma grande dinâmica e capacidade de investimento, bem como outras áreas que apresentam algumas fragilidades e ainda se encontram numa fase de desenvolvimento incipiente. A análise por NUT II permite observar que as regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores apresentam entre si características similares em termos de investimento. Os projetos de investimento realizados nestas regiões apresentam os valores médios de investimento (considerando todas as variáveis) mais baixos comparativamente às restantes regiões NUT II, onde se incluem as regiões de Lisboa e Vale do Tejo, do Algarve e da Madeira. É também ao nível destas regiões NUT II, Norte, Centro, Alentejo e Açores, que se concentram a maior parte dos projetos com menor volume de investimento total.

As regiões NUT II de Lisboa e Vale do Tejo, do Algarve e da Madeira, apresentam entre si características similares em termos de investimento, integrando os projetos com a média de investimento total mais elevada, sendo também ao nível destas regiões que se registam os valores médios de investimento mais elevados, tendo como elemento de comparação as restantes regiões NUT II.

A análise por NUT III permite concluir não se registam diferenças significativas no volume de investimento dos projetos realizados nas várias regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores. Os projetos de investimento realizados nestas regiões NUT III de menor índice de desenvolvimento turístico incluem um elevado número de projetos com um investimento elegível reduzido, absorvem os menores valores de incentivo por projeto e criam também um menor número de postos de trabalho por projeto.

As regiões NUT III que integram as regiões NUT II de Lisboa e Vale do Tejo, do Algarve e da Madeira concentram um considerável número de projetos com um volume de investimento global elevado, onde se incluem maioritariamente projetos com um elevado investimento total que por sua vez absorvem um elevado valor de incentivo.

A análise por concelho, permite concluir que a maior concentração de municípios sem projetos de investimento na área do turismo se localizam nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores, registando uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho elevada. A maior parte dos projetos de investimento que se localizam nestas regiões apresentam um investimento global muito reduzido, dado que, os projetos de menor investimento total e de menor investimento elegível concentram-se, maioritariamente, nos municípios que integram estas regiões NUT II, sendo também estes os projetos que absorvem o menor valor de incentivo e registam uma taxa de criação de emprego baixa.

Os concelhos que integram as regiões NUT III que se incluem nas regiões NUT II de LVT, do Algarve e da Madeira, registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento muito baixa ou nula. Os projetos de investimento realizados nos principais destinos turísticos apresentam um investimento global relevante, dado que é ao nível dos concelhos que integram estas regiões NUT III que se localizam os projetos com maior investimento total e maior investimento elegível. É também ao nível destes concelhos que se realizam os projetos que absorvem o maior valor de incentivo e que registam uma maior dinâmica na criação de emprego. Considerando a análise territorial realizada por NUT II, por NUT III e por concelho realizada nesta investigação, é possível concluir que ***os investimentos realizados nos principais destinos turísticos (por NUT II: LVT, Algarve e Madeira; por NUT III: Grande Lisboa, Algarve e Madeira) são idênticos entre si, e diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico.***

A análise realizada do investimento realizado na área do turismo tendo por base a dimensão de empresa, permite concluir que não existem diferenças significativas entre as empresas de média dimensão e as empresas de grande dimensão apresentando as mesmas especificidades em termos de investimento e de incentivo atribuído. As empresas de média e grande dimensão realizam preferencialmente projetos com um elevado investimento, recebendo a

maior parte do incentivo por projeto de investimento realizado e registando, também, a maior média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento.

Por sua vez, as empresas de pequena e micro dimensão também apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento, realizam principalmente projetos de baixo investimento, não absorvendo a maior parte do incentivo atribuído, sendo, no entanto, responsáveis pela criação da maior parte dos postos de trabalho. A análise realizada permite concluir que ***os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão são semelhantes e diferem dos investimentos realizados pelas empresas de média e grande dimensão.***

A análise do investimento por subsetor do turismo permite concluir que os projetos de investimento realizados no alojamento de qualidade superior apresentam especificidades próprias e diferentes dos restantes subsectores tradicionais do turismo, onde se incluem também os projetos de investimento realizados noutros meios de alojamento. Os projetos realizados nesta área atinge valores de investimento muito elevados, absorvem um elevado valor de incentivo e são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho.

Observa-se a mesma situação nos projetos de investimento realizado para a aquisição e construção imobiliária. Os projetos realizados nesta área constituem-se como projetos de elevado investimento, registando uma elevada elegibilidade de investimento por projeto, aos quais é atribuído o maior valor de incentivo por projeto.

Na área da restauração e bebidas e das agências de viagens e turismo, e dos outros meios de alojamento, incluem-se um considerável número de projetos de investimento reduzido, aos quais são atribuídos os menores valores de incentivo, sendo-lhes também atribuída uma menor importância na criação de postos de trabalho por projeto de investimento, no entanto, considerando o elevado número de projetos executados, a área da restauração e bebidas é responsável pela criação de um elevado número de postos de trabalho.

Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam características que os diferenciam dos investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo, demonstrando uma elevada capacidade de investimento, apresentando maioritariamente projetos de elevado investimento, absorvem um elevado valor

de incentivo por projeto e demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego, sendo responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho.

A análise de dados realizada aos projetos de investimento executados por subsetor do turismo permite concluir que ***os investimentos realizados nos subsectores tradicionais do turismo são semelhantes entre si, e diferem dos investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas***, sendo também possível concluir que, ***os projetos de investimento direcionados para a melhoria da qualidade da oferta apresentam um investimento total, um investimento elegível e um incentivo atribuído superior aos projetos de investimento realizados nos subsectores tradicionais do turismo***.

CAPÍTULO VIII

Síntese e conclusões

VIII.1 Introdução

Este capítulo tem como principal objetivo assegurar a realização de uma síntese e apresentar as principais conclusões da tese, permitindo interligar a componente teórica, abordada ao longo dos primeiros três capítulos desta tese, e a componente prática realizada nos capítulos V, VI e VII.

Para além disso, o capítulo de síntese e conclusões pretende demonstrar que os objetivos, central, gerais e específicos desta tese foram objeto de análise e indispensável resposta, e assegurar que as hipóteses de investigação levantadas contribuíram para a clarificação e objetividade da análise, e para a resposta à pergunta de investigação, tendo permitido a sua contribuição para a área científica.

Nesse sentido, o capítulo de síntese e conclusões é estruturado segundo grandes grupos de análise, que correspondem a cada capítulo elaborado nesta investigação, interligados por um fio condutor de objetivos gerais e específicos, e respondidos através da análise das hipóteses de investigação, e analisados de uma forma pormenorizada e objetiva no decurso desta investigação.

VIII.2 Evolução internacional e nacional do setor do Turismo

O setor do turismo demonstra uma elevada dinâmica e vitalidade em termos mundiais, sendo disso exemplo as diversas crises políticas e económicas que têm vindo a ocorrer ao longo dos anos, e das quais o turismo tem vindo a resistir e a ultrapassar demonstrando uma enorme capacidade em fazer face a situações de grande dificuldade. Demonstra-se que, mesmo se, em determinados períodos o setor do turismo resente-se das crises políticas e económicas registadas, a história tem evidenciado que após períodos/anos de abrandamento da taxa de crescimento média anual, registam-se crescimentos acentuados da procura, o que permite manter uma taxa de crescimento média anual sustentada. (secção 1.2)

A análise de dados realizada permite concluir que o turismo internacional continuará a crescer ao longo dos próximos anos registando taxas de crescimento consideráveis, assumindo uma maior importância nas economias dos países, em termos do PIB, da criação de emprego e no aumento do rendimento. No entanto, demonstra-se que a tendência de crescimento registada

e a que se perspectiva para o futuro não é idêntica nas várias regiões mundiais. A Europa, principal destino turístico mundial, deverá manter um crescimento moderado mantendo, no entanto, a sua posição de liderança enquanto destino mundial, e em que a sub-região do Sul e Mediterrâneo deverá manter a sua posição de liderança. As regiões da Ásia e Pacífico e do Médio Oriente devem manter um ritmo de crescimento elevado reforçando a sua quota de mercado. Perspetiva-se para 2020 que a China seja o principal destino turístico mundial e um dos principais mercados emissores. A Alemanha deverá manter a liderança enquanto mercado emissor, e os EUA deverão manter a liderança ao nível das receitas geradas pelo turismo internacional. (secção I.2)

Esta investigação permite também demonstrar que o setor do turismo em Portugal tem contribuído decisivamente para a criação de riqueza e de emprego, para a atenuação do deficit da balança de pagamentos e para o desenvolvimento regional e local. A entrada de turistas internacionais têm-se mantido nos 11 milhões de turistas o que representa o total da população portuguesa com as conseqüentes implicações do ponto de vista da organização e ordenamento do território, criação e manutenção de infraestruturas de suporte, criação de condições ao nível do saneamento básico, recolha de lixos, etc. (secção I.3)

Comprova-se que os mercados de proximidade, Espanha e França, têm vindo a crescer de uma forma mais acelerada reforçando o seu peso relativo na estrutura da procura turística externa face aos mercados tradicionais da Alemanha e do Reino Unido. Demonstra-se que mais de 60% dos turistas internacionais entrados em Portugal utilizam a via aérea, sendo esta a principal porta de entrada dos turistas estrangeiros em Portugal, sendo decisivo o contributo da operação low-cost, enquanto os excursionistas utilizam especialmente as vias rodoviárias, principalmente os residentes em Espanha que representam mais de 98,5% do total de excursionistas entrados em Portugal. (secção I.3)

A análise realizada demonstra que as receitas do turismo internacional atingiram em 2010, o seu máximo histórico (7,6 mil milhões de Euros) destacando-se o mercado britânico como principal contribuinte. Demonstra-se que a evolução das receitas do turismo internacional apresenta uma evolução positiva e estável no que se refere aos principais mercados emissores de turismo em Portugal. Para além disso, conclui-se que cerca de 75% dos turistas internacionais entrados em Portugal vêm por motivos de 'Lazer, recreio e férias'. Comprova-se que a procura turística dos residentes apresenta uma taxa de crescimento média anual positiva, apesar do decréscimo observado em 2010. Concentram-se maioritariamente no

verão, e são de curta duração, organizadas pelos próprios turistas, e em que o automóvel é o meio de transporte mais utilizado. No entanto, demonstra-se que as despesas médias diárias por viagem têm registado um decréscimo assinalável. (secção I.4)

A investigação realizada permite concluir que as dormidas nos estabelecimentos hoteleiros têm registado um acréscimo contínuo, alavancadas principalmente pelo mercado interno. A taxa de sazonalidade e o índice de amplitude sazonal tem crescido, demonstrando uma maior concentração da procura. As dormidas em alojamento de qualidade inferior têm decrescido significativamente. Em contrapartida a aposta na diversificação de alojamento tem permitido um crescimento sustentado do número de dormidas. (secção I.4)

Demonstra-se que Portugal possui um conjunto de características excecionais para o desenvolvimento do setor do turismo, no entanto, continua a enfrentar um conjunto de desequilíbrios estruturais, que fragilizam o setor e o inibem de crescer e se desenvolver. A análise realizada permite concluir que a oferta turística não se encontra devidamente estruturada e necessita de requalificação, registando algumas carências de equipamentos e infraestruturas na área das atividades recreativas culturais e desportivas. Demonstra-se que existe um desequilíbrio entre a procura e a oferta de mão-de-obra qualificada. Regista-se uma forte dependência de um reduzido número de mercados externos, sendo o mercado interno de reduzida dimensão, a procura concentrada no período de verão e principalmente nas zonas do litoral baseadas no produto sol e praia. A sua estrutura empresarial está fragmentada, constituída maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão e de estrutura familiar. Este conjunto de áreas problema têm implicações ao nível dos tempos médios de permanência, das receitas por dormida, dos gastos dos turistas e na própria sazonalidade. (secção I.4)

Esta tese permite também concluir que as novas realidades que o setor do turismo tem vindo a enfrentar têm implicações para o futuro do setor, nomeadamente na criação de alterações na forma como a indústria do turismo irá operar e se desenvolver. Demonstra-se que as alterações nos comportamentos e perfis dos turistas, mais exigentes, mais informados, com mais tempo e rendimento disponível, aliado ao surgimento de novos produtos, mais diversificados e qualificados, a criação de novos nichos de mercado que permitam proporcionar aos turistas experiências únicas, irão permitir otimizar, rentabilizar a indústria do turismo e diversificar e melhorar a qualidade da oferta do setor do turismo. Conclui-se que devem ser adotadas novas abordagens e novas ferramentas de gestão para o planeamento e

desenvolvimento dos destinos que permitam a satisfação dos clientes, a gestão do destino e a organização do território. (secção I.5)

VIII.3 Avaliação da política e estratégia definida para o setor do Turismo

O setor do turismo constitui-se como um dos principais setores da atividade económica. A sua importância económica, social e política evidencia-se, fundamentalmente no fortalecimento da base económica regional e local, no equilíbrio para a balança de pagamentos, no estímulo ao crescimento económico e na criação de emprego. Face à importância do setor do turismo em termos económicos e sociais é fundamental que o setor público crie condições para o crescimento e desenvolvimento deste setor.

Demonstra-se a importância do envolvimento do setor público no turismo, o qual depende de um conjunto de fatores dos quais se destacam (i) a ideologia e cultura política do país; (ii) a dependência económica do país face ao setor do turismo; (iii) o estado do desenvolvimento do setor do turismo. Para além disso, o setor público desempenha um conjunto de funções centrais no turismo, que não competem à iniciativa privada e que têm implicações do ponto de vista económico, político, social e ambiental e que justificam o envolvimento do setor público no turismo. (secção II.2)

Esta investigação permite concluir que o setor público deve desempenhar um conjunto de funções principais no setor do turismo, das quais se destacam as funções de (1) coordenação, que inclui a preparação e implementação de uma política para o setor do turismo e a sua coordenação entre o setor público e privado; a coordenação entre os vários níveis de planeamento; integração das políticas e estratégias definidas ao nível nacional e os níveis inferiores de planeamento; e de (2) financiamento, central em duas perspetivas: uso de incentivos financeiros para controlar e estimular o desenvolvimento do turismo, através de (i) incentivos financeiros e fiscais que permitam um maior investimento por parte do setor privado; (ii) incentivo à investigação: aprofundar o conhecimento sobre o setor; (iii) investimento na promoção em novos mercados ou em mercados já existentes, e também, na realização de investimentos avultados na construção de infraestruturas e equipamentos básicos, saneamento básico e recolha de lixos. (secção II.3)

Comprova-se que a construção de uma nova política e estratégia para o setor do turismo ‘exige’ uma maior articulação da estratégia nacional com a política e estratégia internacional, e com os níveis inferiores de planeamento e estratégia (regional e local), sendo a articulação entre o nível nacional e regional é uma questão central. Os domínios e áreas de intervenção entre os dois níveis de planeamento diferem, essencialmente, no âmbito territorial de incidência, e no nível de abrangência dos objetivos, das medidas e ações que, no nível regional, se caracterizam por serem mais específicos, direcionados e operacionais. (secção II.4, e II.4.2)

Considerando a importância do nível nacional para a definição e operacionalização da política e estratégia para o setor do turismo demonstra-se um crescimento da importância do nível regional. Esta crescente importância prende-se com o facto de a própria região se constituir como um destino, aliada à função de articulação que as entidades do setor público do turismo têm com outras áreas e com os outros níveis de planeamento, e também com a interligação entre o nível regional e a operacionalização dos programas operacionais regionais, integrados nos períodos de programação comunitária. (secção II.4.2)

Demonstra-se a importância da definição de uma política para o setor do turismo que se reflete no crescimento do interesse no estudo da política do turismo, tendo surgido um conjunto de trabalhos de investigação nesta área. Conclui-se que é fundamental definir de uma forma objetiva e clara a política e estratégia para o setor do turismo identificando quais os objetivos que se pretendem atingir. É essencial analisar e avaliar a forma como o crescimento e o desenvolvimento está a ocorrer. Demonstra-se também que a inexistência de uma política estratégica conduz à (i) falta de estratégia; (ii) falta de organização; (iii) falta de organização político-estratégica para o setor público e privado. Para além disso é prioritário criar condições para a colaboração e uma maior articulação entre o setor público e o setor privado. (secção II.5)

Investigação realizada nesta área demonstra que apesar da importância atribuída à definição de políticas públicas para o setor do turismo estas incorrem em determinados erros que importa ter em atenção: (i) são ad hoc ou incrementais; (ii) têm falta de objetivos apropriados e bem definidos; (iii) são por vezes baseadas em suposições duvidosas; (iv) dão pouca atenção ao envolvimento dos residentes locais no processo de desenvolvimento; (v) ignoram os ambientes naturais que são ameaçados pelo desenvolvimento do turismo. (secção II.5) Nesse sentido, demonstra-se que é fundamental dar particular atenção à fase da definição das políticas e

estratégias para o setor, envolver a comunidade e definir opções de política e estratégia com base em soluções informadas.

Conclui-se que a forma para verificar se os objetivos da política e estratégia atingem os objetivos propostos deve ser realizada através da avaliação e monitorização das políticas definidas. Demonstra-se que a avaliação de políticas públicas deve merecer por parte das entidades envolvidas uma maior atenção no que se refere à gestão, planeamento e desenvolvimento do turismo, dado que se trata da gestão do bem público, seja na utilização dos recursos naturais, patrimoniais, culturais e ambientais, seja na utilização e gestão dos recursos financeiros. (secção II.6)

Esta investigação permite concluir que a avaliação dever ter como principal objetivo avaliar as políticas e estratégias definidas., nomeadamente, (1) análise do impacto das políticas e programas; (2) apoio nas tomadas de decisão política; (3) monitorização e informação dos programas implementados. Para além disso, demonstra-se que a avaliação deve ter em atenção um conjunto de critérios, dos quais se devem destacar a (1) sua relevância: importância da política definida; (2) a sua eficácia: verificar se os objetivos traçados estão a ser atingidos; (3) a sua eficiência: face aos recursos disponibilizados, verificar se os resultados obtidos são satisfatórios; (4) a sua utilidade: avaliar o impacto obtido face às necessidades da sociedade e às questões económicas. (secção II.6)

Esta investigação permite evidenciar a diversidade de documentos de política e estratégia para o setor do turismo em Portugal, demonstrando-se que incluem os principais domínios de intervenção que devem integrar uma definição da política e estratégia para o setor do turismo. Comprova-se, no entanto, que os documentos existentes se encontram dispersos, são documentos avulsos, dificultando a sua recolha, análise e sistematização. (secção II.7)

A análise realizada permite concluir que as medidas de política e estratégia definidas para o setor do turismo devem ser fortes, polarizadoras e coerentes, e devem permitir a sua operacionalização em áreas chave, nomeadamente, o ordenamento do território; a consolidação e diversificação do investimento nas áreas de maior ocupação turística; o incentivo a novas formas de investimento que permitam o crescimento e desenvolvimento do tecido empresarial, principalmente ao nível das áreas menos desenvolvidas.

VIII.4 O investimento privado e a política de investimento para o setor do turismo

A investigação realizada nesta tese demonstra que o setor privado do turismo é constituído maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão, que se constituem como elementos centrais na criação de rendimento e emprego, na dinamização da base económica regional e local, no aumento da competitividade dos destinos, na preservação e dinamização dos recursos endógenos das comunidades onde se integra. (secção III.4)

Esta investigação permite concluir que, apesar do crescente interesse na área das empresas de pequena e micro dimensão demonstrada por diversos autores, a investigação realizada nesta área continua a ser insuficiente. Considerando os potenciais benefícios que podem ser criados por este tipo de empresas, não tem sido dada a devida atenção às necessidades das empresas de pequena e micro dimensão que possuem determinadas características e especificidades para as quais devem ser definidas medidas de política e estratégia que permitam o seu crescimento e desenvolvimento. (secção III.2)

Demonstra-se também na análise da literatura existente, as dificuldades que existem na definição de empresas de micro, pequena e média dimensão. Estas dificuldades em encontrar uma definição única e universalmente aceite advêm, principalmente, da dificuldade em classificar estas empresas e em encontrar indicadores fiáveis, onde se incluem também as dificuldades em obter informação necessária que permita classificar as empresas segundo a sua dimensão. (secção III.3)

Esta investigação permite comprovar as especificidades e características inerentes às empresas de pequena e micro dimensão. Demonstra-se que estas empresas apresentam um conjunto de vantagens, desde a criação de rendimento e de emprego; fortalecimento da base económica regional e local; preservação dos recursos endógenos entre outras; que permitem evidenciar a sua importância em termos económicos e sociais. (secção III.4) No entanto, a investigação realizada demonstra também que as empresas de pequena e micro dimensão possuem habitualmente um tempo de vida útil reduzido, situação que advêm, principalmente, da sua pequena dimensão e estrutura familiar; da incapacidade para crescer; na dificuldade em inovar e na incapacidade para influenciar o meio que as rodeia. (secção III.4)

Demonstra-se que o setor do turismo é constituído por diversos subsectores que integram a sua cadeia de valor. A análise realizada demonstra que é fundamental conhecer-se com rigor a

estrutura e as componentes que integram o setor do turismo de forma a direcionar as políticas e estratégias do turismo bem como o investimento para as atividades do core do setor. As novas abordagens pelo lado da oferta através da Conta Satélite do Turismo (CST), incluem os elementos que constituem a cadeia de valor do setor, (1) o alojamento; (2) a restauração e bebidas; (3) os transportes; (4) os intermediários, operadores turísticos, agentes de viagens e guias interpretes; (5) o rent-a-car; (6) os serviços culturais; (7) as atividades de recreio e lazer. (secção III.5)

A análise realizada permite concluir que os subsectores do alojamento e da restauração e bebidas constituem-se como os subsectores que detêm o maior peso na atividade económica, de acordo com os indicadores, número de empresas, volume de negócios e número de pessoas empregadas. Demonstra-se que estes dois subsectores, a par do subsector dos transportes detêm a maior importância nos indicadores da CST, o indicador de consumo turístico no território económico, no PIB, no consumo turístico recetor e no consumo turístico interno, relegando para segundo plano, os outros subsectores do turismo, nomeadamente as atividades recreativas, culturais e desportivas, que detêm um peso económico inferior. (secção III.6)

A investigação realizada demonstra que a operacionalização da política e estratégia definida pelo setor público evidencia-se na disponibilização e criação de instrumentos financeiros de apoio ao setor do turismo. Comprova-se que Portugal tem vindo a beneficiar ao longo dos últimos anos de apoio financeiro contratualizado com a União Europeia (UE), onde se inclui uma contrapartida nacional, operacionalizada nos Quadros Comunitários de Apoio (QCA). Demonstra-se que os instrumentos financeiros disponibilizados para o setor privado do turismo centram-se, preferencialmente, na melhoria e diversificação da oferta turística nos subsectores tradicionais do turismo. A análise realizada permite, também, concluir, que a operacionalização da política e estratégia e dos instrumentos financeiros demonstra um esforço em diversificar as tipologias e os subsectores de investimento, contudo, a eficácia ou não dessa aposta é apresentada nas secções seguintes. (secção III.7)

VIII.5 Características e especificidades do investimento realizado pela estrutura empresarial do setor do turismo

O investimento realizado no setor do turismo apresenta algumas particularidades que advêm, essencialmente, das características da sua estrutura empresarial e da própria especificidade do

setor, transversal a outros setores da economia e também devido ao facto de o consumo dos produtos turísticos serem realizados no seu local de produção.

A análise de dados realizada no capítulo V sobre o perfil do investimento no setor do turismo permite retirar conclusões sobre (1) o tipo de empresas que realizam mais projetos na área do turismo; (2) as áreas geográficas onde se concentram as empresas que investem neste setor; (3) verificar a existência de diversificação nas áreas de investimento; (4) avaliar a capacidade de investimento por parte das empresas que investem no setor do turismo; e (5) identificar a existência de diferenças em termos de investimento face ao subsetor em que a empresa se inclui.

Esta investigação demonstra que no período de 1994-2006, as empresas de pequena e micro dimensão (tabela VIII.5.1) são responsáveis pela execução da quase totalidade dos projetos de investimento realizados, comprovando-se a elevada dinâmica na candidatura e aprovação de projetos por parte destas empresas de menor dimensão, registando-se um crescimento acentuado do número de empresas e do número de projetos entre o período de 1994-1999 para o período de 2000-2006. (secção V.4.1)

Tabela VIII.5.1 Investimento no subsetor do turismo por dimensão de empresa

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento no setor do turismo	
Número de empresas segundo a sua dimensão e número de projetos	
As empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.1.1.
As empresas que concorrem a financiamento do Subprograma Turismo e Património Cultural/PRIME são maioritariamente de pequena e micro dimensão	H 5.1.2.
As empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.1.3.
As empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.1.4.
As empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.1.5.

Esta investigação permite concluir que as empresas de pequena e micro dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento no setor do turismo no período de 1994-2006, absorvem a maior parte do incentivo, e são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho, comparativamente às empresas de média e grande dimensão, que demonstram uma elevada capacidade de investimento, o que lhes permite obter um maior valor de incentivo por projeto, demonstrando também uma maior capacidade de criação de emprego por projeto realizado. (secção V.4.1)

A análise de dados realizada por NUT II, relativamente às áreas geográficas onde se concentram as empresas que investem no setor do turismo (tabela VIII.5.2), permite concluir que as empresas localizadas fora dos principais destinos turísticos em Portugal, região NUT II Norte, Centro, Alentejo e Açores, concorrem maioritariamente a projetos de investimento, são responsáveis pela execução da maior parte dos projetos de investimento e criam o maior número de postos de trabalho. (secção V.4.2)

Tabela VIII.5.2 Localização das empresas e projetos de investimento por NUT II

Demonstrar que as empresas localizadas nos principais destinos turísticos em Portugal realizam a maior parte dos projetos de investimento e absorvem a maior parte do incentivo atribuído	
Localização das empresas por NUT II	
A maior parte dos projetos de investimento realizam-se por empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira	H 5.2.1.
O investimento é realizado principalmente por empresas que se localizam na região NUT II de LVT	H 5.2.2.
As empresas sedeadas nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.2.3.
As empresas sedeadas na região NUT II Norte demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego	H 5.2.4.

Esta investigação permite também concluir que, as empresas do setor do turismo localizadas nos principais destinos turísticos em Portugal, Lisboa e Vale do Tejo (LVT), Algarve e Madeira, demonstram uma maior capacidade de investimento e absorvem a maior parte do incentivo, comparativamente às restantes regiões NUT II, onde se incluem as áreas de menor desenvolvimento turístico (Regiões NUT II, Norte, Centro, Alentejo e Açores). (secção V.4.2)

Pretende-se também demonstrar nesta investigação que não existe uma grande diversificação de projetos de investimento tendo em atenção a dimensão de empresa (tabela VIII.5.3). No que se refere à capacidade de investimento demonstra-se que as empresas do setor do turismo quando concorrem a incentivos financeiros apresentam maioritariamente um projeto de investimento, e são, na sua quase totalidade empresas de pequena e micro dimensão. Estas empresas de menor dimensão não demonstram uma elevada capacidade de investimento, mas, em termos globais, absorvem a maior parte do incentivo atribuído e criam o maior número de postos de trabalho. (secção V.4.3)

Comprova-se que as empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são, também, maioritariamente de pequena e micro dimensão, apesar de numa percentagem inferior, à verificada nas empresas que apresentam 1 projeto de investimento. Estas empresas não demonstram uma grande capacidade de investimento, o que permite concluir que as

empresas de pequena e micro dimensão não possuem uma grande capacidade de investimento independentemente de realizarem 1 ou mais projetos de investimento. (secção V.4.3)

Tabela VIII.5.3 Projetos de investimento por empresa segundo a sua dimensão

Demonstrar que não existe uma grande diversificação de projetos de investimento por parte das empresas do setor do turismo independentemente da sua dimensão	
Número de projetos por empresa segundo a sua dimensão	
As empresas do setor do turismo quando concorrem a incentivos financeiros apresentam maioritariamente 1 projeto de investimento	H 5.3.1.
As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma maior capacidade de investimento comparativamente às empresas que apresentam apenas 1 projeto	H 5.3.2.
As empresas que apresentam 1 projeto de investimento são maioritariamente de pequena e micro dimensão	H 5.3.3.
As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.3.4.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.3.5.
As empresas de maior dimensão demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de menor dimensão	H 5.3.6.
As empresas que apresentam mais de 1 projeto de investimento são maioritariamente de média ou grande dimensão	H 5.3.7.
As empresas de pequena e micro dimensão que apresentam mais de 1 projeto demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.3.8.
As empresas de maior dimensão demonstram uma maior propensão para a realização de mais projetos de investimento e de investimento superior	H 5.3.9.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento absorvem a maior parte do incentivo	H 5.3.10.
As empresas de média e grande dimensão que realizam mais do que 1 projeto de investimento demonstram uma grande capacidade de criação de emprego	H 5.3.11

As empresas de média e grande dimensão que apresentam mais de 1 projeto de investimento demonstram uma considerável capacidade de investimento, absorvem a maior parte do incentivo e registam uma elevada capacidade de criação de emprego. No entanto, neste caso em particular, não demonstram uma maior capacidade de criação de emprego comparativamente às empresas de pequena e micro dimensão. (secção V.4.3)

Considerando a estrutura do core do setor do turismo e a variedade de subsetores que aí se incluem, é fundamental avaliar se existem diferenças em termos de investimento, de incentivo atribuído e número de postos de trabalho a criar, entre os subsetores do turismo que integram a sua cadeia de valor e que se encontram na base desta investigação (tabela VIII.5.4). No subsetor do alojamento e restauração, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e execução de projetos de investimento tendo realizado a quase totalidade dos projetos nestes dois subsetores. Os projetos executados nestes dois subsetores apresentam um investimento total relativamente baixo, no

entanto, em termos globais, as empresas de menor dimensão absorvem a maior parte do incentivo e são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho. (secção V.4.4)

Demonstra-se que os projetos com investimento total reduzido concentram-se principalmente nas empresas de micro dimensão, que apresentam grandes dificuldades em termos de investimento, o que implica um menor valor de incentivo atribuído, registando, também, claras dificuldades na criação de emprego. (secção V.4.4) Comprova-se que no subsetor das agências de viagens e turismo, são as empresas de pequena e micro dimensão que realizam a quase totalidade dos projetos de investimento, absorvem a maior parte do incentivo e são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho. (secção V.4.4)

Tabela VIII.5.4 Especificidades do investimento por subsetor do turismo

Avaliar se existem diferenças em termos de investimento, de incentivo atribuído e de criação de postos de trabalho entre as empresas que integram os subsectores do turismo que pertencem à estrutura de valor do setor	
Número de empresas segundo a sua área de atividade	
Na área do alojamento e restauração, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.1.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.2.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.3.
Na área do alojamento e restauração, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.4.4.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.5.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.6.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.7.
Na área das agências de viagem e turismo, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H 5.4.8.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de pequena e micro dimensão demonstram uma grande dinâmica na candidatura e aprovação de projetos de investimento	H 5.4.9.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão demonstram uma grande capacidade de investimento, tendo em atenção o número de projetos que apresentam	H 5.4.10.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão não recebem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.4.11.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, as empresas de média e grande dimensão são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	H.5.4.12.

A análise realizada permite concluir que as empresas de média e grande dimensão nos subsectores do alojamento, da restauração e das agências de viagens e operadores turísticos demonstram uma grande capacidade de investimento face ao número de projetos que apresentam, principalmente por parte das empresas de grande dimensão, as quais demonstram também uma elevada capacidade de criação de emprego. (secção V.4.4)

Esta investigação permite concluir que é ao nível do subsetor das atividades recreativas, culturais e desportivas, que se observam as menores diferenças entre as empresas de pequena e micro dimensão e as empresas de média e grande dimensão, em termos do número de empresas e do número de projetos executados, registando-se também neste subsetor as maiores diferenças entre as várias dimensões de empresa, em termos do investimento total e do incentivo atribuído. (secção V.4.4) Demonstra-se que as empresas de pequena e micro dimensão que integram este subsetor concorrem maioritariamente a incentivos financeiros, realizam mais projetos de investimento e são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho, no entanto, com um peso percentual inferior ao observado nos restantes subsectores. (secção V.4.4)

Comprova-se que as empresas de média e grande dimensão neste subsetor, possuem uma maior capacidade de investimento, absorvem um maior valor de incentivo, e comparativamente aos outros subsectores (alojamento; restauração e bebidas; agências de viagens e operadores turísticos) em análise concorrem em maior número a incentivos financeiros e executam mais projetos de investimento. (secção V.4.4)

A análise da localização do investimento identifica as áreas do território onde o desenvolvimento e crescimento do setor do turismo regista maior dinâmica, e permite avaliar a capacidade das empresas do setor do turismo diversificarem os seus investimentos e realizarem projetos fora da área sede de empresa (tabela VIII.5.5). Demonstra-se que a maior parte dos projetos de investimento são realizados na área sede de empresa, dado que os projetos realizados fora da área sede implicam uma maior capacidade de investimento por parte das empresas. (secção V.3.5)

Demonstra-se que as empresas que realizam maioritariamente projetos de investimento na área sede ou fora da área sede são de pequena e micro dimensão, no entanto, não evidenciam uma grande capacidade de investimento, o que permite concluir que a capacidade de investimento das empresas de pequena e micro dimensão não está dependente da localização do investimento, ou se esse investimento é realizado fora ou na área sede de empresa. (secção V.3.5) A análise de dados realizada comprova que as empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede de empresa absorvem a maior parte do incentivo atribuído e demonstram uma grande capacidade de criação de emprego. Demonstra-se também que os investimentos executados por estas empresas fora da área sede absorvem um valor percentual de incentivo superior ao investimento total. (secção V.3.5)

Tabela VIII.5.5 Deslocalização do investimento realizado pelo setor privado do turismo

Demonstrar que é fundamental criar condições para que as empresas de pequena e micro dimensão possam crescer e se desenvolver e realizar projetos de investimento fora da sua área sede	
Localização do investimento segundo a sede de empresa	
A maior parte dos investimento são realizados na área sede de empresa	H 5.5.1.
Os projetos realizados fora da área sede implicam uma maior capacidade de investimento por parte das empresas	H 5.5.2.
As empresas que diversificam as áreas onde realizam os investimentos obtêm uma majoriçãõ do incentivo atribuído	H 5.5.3.
As empresas de média e grande dimensão são as empresas que realizam mais projetos de investimento fora da área sede	H 5.5.4.
As empresas de média e grande dimensão demonstram uma maior capacidade de investimento tendo em atenção as empresas que realizam investimentos fora da área sede	H 5.5.5.
As empresas de média e grande dimensão que realizam investimentos fora da área sede absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.5.6.
As empresas de média e grande dimensão que realizam investimentos fora da área sede são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	H 5.5.7.
As empresas de pequena e micro dimensão realizam maioritariamente projetos de investimento na área sede	H 5.5.8.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de investimento	H 5.5.9.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede absorvem a maior parte do incentivo atribuído	H 5.5.10.
As empresas de pequena e micro dimensão que realizam investimentos na área sede demonstram uma grande capacidade de criação de emprego	H 5.5.11.

Esta investigação permite também comprovar que os projetos realizados em multi-concelhos demonstram uma elevada capacidade de investimento por parte das empresas, investimentos esses aos quais são atribuídos um maior valor de incentivo, concluindo-se que as empresas que diversificam as áreas onde realizam os investimentos obtêm uma majoração do incentivo atribuído. (secção V.3.5)

Conclui-se que as empresas de pequena e micro dimensão desempenham um papel central em termos de investimento no setor do turismo, dado que são as empresas que concorrem maioritariamente a incentivos financeiros, realizam mais projetos de investimento, quer na área sede de empresa quer fora da área sede, concentrando, essencialmente, projetos de investimento nas áreas de menor desenvolvimento turístico, e demonstrando uma elevada capacidade de emprego.

VIII.6 Investimento e financiamento do setor privado do turismo no período de 1994-2006

A investigação realizada permite concluir que a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 centralizam-se na área do alojamento e restauração,

apesar de se observar algumas concentrações de investimento ao nível de outros subsectores da área do turismo. (secção VI.2.2.1) Comprova-se que a área da Restauração e Bebidas concentra um elevado número de projetos, superior ao número de projetos executados na área do alojamento e nos restantes subsectores do turismo, registando uma distribuição equitativa de projetos de investimento entre a área da restauração e a área dos estabelecimentos de bebidas. (secção VI.2.2.1 e 2.2.2)

Demonstra-se um crescimento da importância das CAE integradas no setor do turismo, da área do alojamento, da restauração e bebidas, das agências de viagens e operadores turísticos e das atividades recreativas, culturais e desportivas, em termos do número de projetos entre o período do II e do III QCA. (secção VI.3.1 e VI.3.2) Esta investigação permite concluir que o investimento médio por projeto realizado no período de 1994-1999 é superior ao investimento médio por projeto no período de 2000-2006, apesar de o montante global de investimento no período do III QCA ser claramente superior ao montante global de investimento executado no período do II QCA. (secção VI.6)

Demonstra-se que as empresas de pequena e micro dimensão executam mais de $\frac{3}{4}$ dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006, com particular relevância para as empresas de micro dimensão responsáveis pela execução de mais de 50% dos projetos de investimento. (secção VI.2.3). Daqui se infere que as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual.

Esta investigação permite concluir que os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se, principalmente, nas regiões NUT II do Norte, Centro e Lisboa e Vale do Tejo (LVT). Demonstra-se que as regiões NUT II menos desenvolvidas turisticamente (Norte, Centro e Alentejo) executam um maior número de projetos de investimento comparativamente às regiões NUT II mais desenvolvidas turisticamente, as regiões do Algarve e Madeira. (secção VI.2.4.1) No entanto, a análise por NUT III evidencia uma realidade diferente, dado que as regiões NUT II do Algarve e Madeira representam também a NUT III. A análise de dados permite concluir que existe uma maior concentração de projetos de investimento nas regiões NUT III consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal, como a Grande Lisboa, o Algarve e a Madeira. (secção VI.2.4.2)

No que se refere a uma maior aposta na diversificação da oferta, e tendo por base a verificação das hipóteses de investigação constantes da tabela VIII.6.1, comprova-se que no

período de 2000-2006 se observa uma maior aposta na diversificação e oferta de alojamento de qualidade superior comparativamente ao período de 1994-1999. No período de 2000-2006, os projetos de investimento realizados concentram-se, essencialmente, nas CAE Estabelecimentos hoteleiros com e sem restaurante, e em projetos de investimento em Turismo no espaço rural, enquanto que no período de 1994-1999, os valores percentuais mais elevados concentram-se nas CAE que representam uma menor qualificação da oferta, como as pensões, as estalagens e as pousadas. (secção VI.3.3.1 e VI.2.2.3)

Tabela VIII.6.1 Diversificação das áreas de investimento segundo o período de investimento

Demonstrar que existe uma maior diversificação das áreas de investimento, considerando os subsectores da estrutura do core do turismo, entre o período do II QCA e o período do III QCA	
Período de investimento e a CAE a 2 dígitos	
Os períodos de investimento do II e do III QCA registam uma forte concentração de projetos na CAE 55 – Alojamento e Restauração	6.3.1.1.
As CAE integradas no setor do turismo registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.1.2.
Período de investimento e a CAE a 3 dígitos	
Em termos globais, os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na área do alojamento	6.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados no período do II QCA registam uma elevada incidência na área do alojamento	6.3.2.2.
Os projetos de investimento realizados no período do III QCA registam uma forte concentração na área da restauração e bebidas	6.3.2.3.
As CAE a 3 dígitos da área da restauração e bebidas registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.2.4.
As CAE a 3 dígitos da área do alojamento registam uma diminuição da sua importância em termos do número de projetos de investimento entre o período do II e do III QCA	6.3.2.5.
As CAE a 3 dígitos da área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam um crescimento da sua importância em termos do número de projetos de investimento executados entre o período do II e do III QCA	6.3.2.6.
Em termos globais, verifica-se uma diminuição do número de projetos realizados pelo setor público do turismo entre o período do II e do III QCA	6.3.2.7.
Os projetos de investimento executados na área das agências de viagens e de turismo concentram-se maioritariamente no período do III QCA	6.3.2.8.
Período de investimento e a CAE a 5 dígitos	
Na área do alojamento, regista-se uma maior aposta na diversificação e oferta de alojamento de qualidade superior no período de 2000-2006, comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.1.1.
Na área da restauração e bebidas, regista-se uma maior diversificação da oferta nos projetos de investimento executados no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.2.1.
Na área das agências de viagens e de turismo regista-se uma maior concentração de projetos de investimento no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.3.1.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, regista-se uma maior concentração de projetos de investimento orientados para a diversificação e melhoria da oferta no período de 2000-2006, comparativamente ao período de 1994-1999	6.3.3.4.1.
Período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
Existem diferenças em termos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA	6.6.1.
O investimento médio realizado no período de 2000-2006 é superior ao investimento médio realizado no período de 1994-1999	6.6.2.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do alojamento e restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE a 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsector das agências de viagens e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE a 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados nos estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.

A análise realizada para o período de 2000-2006 permite registar uma diversificação da oferta na área da restauração e bebidas. Os projetos de investimento realizados neste subsector distribuem-se por diversas CAE da área da restauração e da área dos estabelecimentos de

bebidas demonstrando uma diversificação em termos de projetos de investimento executados. (secção VI.2.2.3 e VI.3.3.2) Ao nível da área das atividades recreativas, culturais e desportivas, demonstra-se uma tentativa de diversificação e melhoria da oferta existente, entre o período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, concentrando os projetos de investimento, principalmente, na área das atividades recreativas e desportivas. (secção VI.2.2.3 e VI.3.3.4)

A análise realizada por subsetores do turismo e por período de investimento permite concluir que se verifica uma maior diversificação das áreas de investimento, considerando os subsetores do core do turismo em análise (alojamento, restauração e bebidas; atividades recreativas, culturais e desportivas) no período de 2000-2006 comparativamente ao período de 1994-1999.

A análise do investimento por dimensão de empresa e por período de investimento permite comprovar que no período de 1994-1999, as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução da maior parte dos projetos de investimento, observando-se, contudo, uma elevada taxa de execução de projetos por parte das empresas de média dimensão no período do II QCA, constituindo-se como a dimensão de empresa com maior número de projetos realizados. (secção VI.4) No período de 2000-2006, demonstra-se a elevada dinâmica das empresas de pequena e micro dimensão na execução de projetos de investimento, destacando-se, principalmente, o desempenho das empresas de micro dimensão. (secção VI.4)

Tabela VIII.6.2 Investimento por dimensão de empresa segundo o período de investimento

Demonstrar que o número de projetos de investimento aumenta nas várias dimensões de empresa, do período de 1994-1999 para o período de 2000-2006, principalmente ao nível das empresas de pequena e micro dimensão	
Período de investimento e dimensão de empresa	
As empresas de micro dimensão demonstram uma enorme capacidade de realização de projetos no período de 2000-2006	6.4.1.
No período de 1994-1999 as empresas de média e grande dimensão realizam a maior parte dos projetos de investimento	6.4.2.
No período de 1994-1999, as empresas de média dimensão são responsáveis por um elevado número de projetos de investimento	6.4.3.
As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução da maior parte dos projetos de investimento realizados no período do III QCA	6.4.4.
O número de projetos de investimento aumenta entre o período do II para o III QCA ao nível das várias dimensões de empresa	6.4.5.
Período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
Existem diferenças em termos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA	6.6.1.
O investimento médio realizado no período de 2000-2006 é superior ao investimento médio realizado no período de 1994-1999	6.6.2.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.
Os valores de investimento global por projeto está dependente da dimensão de empresa que os executa	6.8.3.1.

Esta investigação permite concluir que existe um crescimento em termos do número de projetos entre o período de 1994-1999 para o período de 2000-2006 nas várias dimensões de empresa, evidenciando-se o crescimento registado no número de projetos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão, e excetuando o caso das empresas de média dimensão que registam um decréscimo do número de projetos do II para o III QCA. (secção VI.4)

A distribuição territorial dos projetos de investimento segundo o período de investimento (tabela VIII.6.3) representa uma das principais áreas de investigação desta tese, dado que permite identificar dinâmicas de crescimento e especificidades das áreas geográficas e analisar a forma como o investimento se distribui no território, segundo o período de investimento. Comprova-se que no período de 2000-2006, os projetos de investimento detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT II e em cada NUT III, comparativamente ao período do II QCA, demonstrando-se que as regiões NUT II e NUT III demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado. (secção VI.5.1 e secção VI.5.2)

Tabela VIII.6.3 Localização dos projetos de investimento segundo o período de investimento

Demonstrar que existe uma maior desconcentração territorial dos projetos de investimento executados entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006	
Período de investimento e NUT II	
As regiões NUT II demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado	6.5.1.1.
Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT II, comparativamente ao período do II QCA	6.5.1.2.
Período de investimento e NUT III	
As regiões NUT III demonstram diferentes níveis de realização de projetos dependendo do período de investimento considerado	6.5.2.1.
Os projetos de investimento realizados no período de 2000-2006 detêm um maior peso percentual no total de projetos realizados em cada NUT III, comparativamente ao período do II QCA	6.5.2.2.
período de investimento	
O número de projetos realizados no período do III QCA é superior ao número de projetos realizados no período do II QCA	6.2.1.1.
Existem diferenças em termos de investimento do período do II QCA para o período do III QCA	6.6.1.
O investimento médio realizado no período de 2000-2006 é superior ao investimento médio realizado no período de 1994-1999	6.6.2.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

A distribuição do investimento por dimensão de empresa e por subsetor do turismo representam duas das principais áreas de investigação abordadas nesta tese (tabela VIII.6.4). A análise realizada permite retirar conclusões sobre quais os subsectores em que as empresas do setor do turismo investem, tendo em atenção a dimensão de empresa. Conclui-se que as empresas de pequena e micro dimensão concentram principalmente os seus projetos de investimento na área do alojamento e da restauração. (secção VI.7.1) Por sua vez, as empresas de pequena dimensão apresentam uma distribuição mais equitativa dos projetos de investimento pelas áreas do alojamento e da restauração o que, apesar de se considerar relevante a diferença registada, não é tão elevada como a que se verifica nas empresas de micro dimensão. (secção VI.7.2)

Tabela VIII.6.4 Investimento por subsetor do turismo e por dimensão de empresa

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram prioritariamente os seus investimentos nos subsectores tradicionais da área do turismo (alojamento; restauração; agências de viagens)	
Dimensão de empresa e a CAE a 2 dígitos	
Na área do alojamento e restauração os projetos de investimento são realizados principalmente por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.1.1.
Na área das atividades recreativas, culturais e desportivas regista-se uma distribuição mais equitativa de projetos de investimento por dimensão de empresa	6.7.1.2.
Na área das agências de viagens e de turismo os projetos de investimento são realizados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.1.3.
Dimensão de empresa e a CAE a 3 dígitos	
Os projetos de investimento realizados pelas empresas de micro dimensão concentram-se principalmente na área da restauração e bebidas	6.7.2.1.
As empresas de pequena dimensão apresentam uma distribuição mais equitativa dos projetos de investimento pela área do alojamento e da restauração	6.7.2.2.
As empresas de média e grande dimensão concentram maioritariamente os seus projetos de investimento na área do alojamento	6.7.2.3.
Na área da restauração e bebidas regista-se uma forte concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.2.4.
Na área do alojamento observa-se uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento entre as empresas de pequena e micro dimensão e as empresas de média e grande dimensão	6.7.2.5.
Na área das agências de viagens e de turismo regista-se um elevado número de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão	6.7.2.6.
Dimensão de empresa e a CAE a 5 dígitos	
O investimento no subsetor do alojamento tem sido direcionado principalmente para a melhoria e qualificação da oferta	6.7.3.1.1.
Os projetos de investimento na CAE 55111 – Estabelecimentos hoteleiros são realizados principalmente por empresas de média e grande dimensão	6.7.3.1.2.
As empresas de pequena dimensão concentram o seu investimento em tipos de alojamento de qualidade inferior	6.7.3.1.3.
Na área da restauração e bebidas os projetos de investimento têm vindo a ser direcionados para a diversificação da qualidade de oferta	6.7.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados na CAE 92 demonstram uma tentativa de diversificação da oferta de atividades recreativas, culturais e desportivas	6.7.3.4.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma elevada dinâmica na execução de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas	6.7.3.4.2.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.
Os valores de investimento global por projeto está dependente da dimensão de empresa que os executa	6.8.3.1.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do alojamento e restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE a 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsetor das agências de viagens e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE a 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados nos estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.

Demonstra-se que na área da restauração e bebidas regista-se uma forte concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão, principalmente por parte das empresas de micro dimensão, investimentos esses que têm vindo a ser direcionados, essencialmente, para a diversificação da qualidade da oferta. (secção VI.7.2 e VI.7.3.2) Esta investigação demonstra que na área do alojamento se observa uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento entre as empresas de pequena e micro dimensão e as empresas de média e grande dimensão. A diferença observada, apesar de considerável, não é tão elevada como a que se observa no subsetor da restauração e bebidas. Em termos de dimensão de empresa, são as empresas de média dimensão, as que concentram maioritariamente os seus projetos de investimento na área do alojamento. (secção VI.7.2)

A análise realizada ao tipo de investimento efetuado permite concluir que o investimento no subsetor do alojamento tem sido direcionado, principalmente, para a melhoria e qualificação da oferta, registando-se uma concentração de projetos nas CAE Estabelecimentos hoteleiros com e sem restaurante. (secção VI.7.3.1) Demonstra-se, também, que os projetos de investimento realizados na CAE Estabelecimentos hoteleiros são executados, principalmente, por empresas de média e grande dimensão, enquanto que, as empresas de micro dimensão, concentram os seus investimentos em tipos de alojamento de qualidade inferior, como as pensões com e sem restaurante. (secção VI.7.3.1)

Esta investigação permite concluir que na área das atividades recreativas, culturais e desportivas se regista uma distribuição mais equitativa dos projetos de investimento por dimensão de empresa, apesar de as empresas de pequena e micro dimensão terem a responsabilidade de execução de um maior número de projetos. No entanto, as empresas de média e grande dimensão apresentam uma elevada dinâmica na execução de projetos de investimento nesta área comparativamente aos subsetores da restauração e bebidas e das agências de viagens e turismo. (secção VI.7.2) A análise efetuada aos projetos de investimento executados nesta área demonstra uma tentativa de diversificação da oferta de atividades recreativas, culturais e desportivas, distribuindo-se os projetos de investimento pelas áreas das atividades desportivas e recreativas. (secção VI.7.3.4)

Conclui-se que as empresas de pequena e micro dimensão concentram, principalmente, os seus projetos de investimento nas áreas da Restauração e Bebidas, das agências de viagens e operadores turísticos e do alojamento, dado que, na área das atividades recreativas, culturais

e desportivas, apesar de realizarem um considerável número de projetos de investimento, a sua representatividade é menor comparativamente aos outros subsectores do turismo.

A análise da distribuição territorial do investimento no setor do turismo por dimensão de empresa (tabela VIII.6.5) permite concluir que as empresas de pequena e micro dimensão realizam os seus projetos de investimento maioritariamente nas regiões NUT II do Norte e Centro. Enquanto as empresas de micro dimensão realizam os seus projetos de investimento preferencialmente na região Norte e na região Centro, as empresas de pequena dimensão executam os seus projetos de investimento principalmente na região Norte, na região de LVT e na região Centro. (secção VI.8.1) Conclui-se, também, que as empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela execução de mais de 50% do total de projetos realizados em cada NUT II, sendo que, em algumas regiões NUT II executam a quase totalidade dos projetos de investimento, como se observa na região NUT II Norte e Centro. (secção VI.8.1)

Demonstra-se que na região NUT II Norte, as empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III que a integram. As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Norte registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão. As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Norte, apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão. De facto, conclui-se que as empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região NUT II Norte. (secção VI.8.2.1)

Na região Centro, a análise de dados realizada permite concluir que, considerando a elevada concentração de empresas de pequena e micro dimensão nesta região NUT II, observa-se uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Centro. As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Centro registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão. As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Centro apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão. Refira-se também, que as empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região Centro, evidenciando-se as regiões NUT III do Baixo Mondego, de Dão-Lafões e do Pinhal Litoral. (secção VI.8.2.2)

Tabela VIII.6.5 Distribuição territorial do investimento no setor do turismo por dimensão de empresa

Demonstrar que as empresas de pequena e micro dimensão concentram grande parte dos seus projetos de investimento nas áreas menos desenvolvidas turisticamente enquanto que as empresas de média e grande dimensão registam uma maior concentração de projetos de investimento nos principais destinos turísticos

Dimensão de empresa e NUT II	
As empresas de pequena e micro dimensão realizam os seus projetos de investimento maioritariamente nas regiões NUT II Norte e Centro	6.8.1.1.
As empresas de média e grande dimensão realizam os seus projetos de investimento, principalmente nas regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira	6.8.1.2.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma distribuição de número de projetos de investimento mais equitativa nas várias dimensões de empresa	6.8.1.3.
As regiões NUT II Norte e Centro registam uma forte concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.1.4.
Dimensão de empresa e NUT III	
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Norte	6.8.2.1.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região Norte	6.8.2.1.2.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Norte apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.1.3.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Norte registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.1.4.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região Centro	6.8.2.2.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região Centro	6.8.2.2.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região Centro registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.2.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região Centro apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.2.4.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região de LVT	6.8.2.3.1.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região de LVT	6.8.2.3.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região de LVT registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.3.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região de LVT apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.3.4.
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região do Alentejo	6.8.2.4.1.
As empresas de média e grande dimensão apresentam uma maior concentração de projetos nas NUT III com maior dinâmica empresarial da região do Alentejo	6.8.2.4.2.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento da região do Alentejo registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.4.3.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região do Alentejo apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.4.4.
As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão	6.8.2.5.1.
As regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão	6.8.2.5.2.
Dimensão de empresa	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 foram executados maioritariamente por empresas de pequena e micro dimensão	6.2.3.1.
As empresas de micro dimensão são responsáveis por mais de 50% dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.3.2.
No período de 1994-2006 as empresas de média e grande dimensão apresentam uma percentagem de execução de projetos residual	6.2.3.3.
Os valores de investimento global por projeto está dependente da dimensão de empresa que os executa	6.8.3.1.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

Demonstra-se que a região NUT II do Alentejo, regista em cada NUT III que a integra, uma elevada concentração de projetos de investimento executados por empresas de pequena e micro dimensão, apresentando uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III. Evidencia-se no entanto, uma maior preponderância de projetos de investimento turísticos executados por empresas de pequena e micro dimensão nas regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento da região do Alentejo. Por sua vez, as regiões mais desenvolvidas turisticamente na região do Alentejo apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão. De facto, é também ao nível destas regiões NUT III que demonstram uma maior dinâmica empresarial que

se concentram a maior parte dos projetos de investimento realizados pelas empresas de média e grande dimensão. (secção VI.8.2.4)

A investigação realizada nesta tese permite concluir que as regiões NUT II de Lisboa e Vale do Tejo, Algarve e Madeira registam uma distribuição mais equitativa do número de projetos de investimento nas várias dimensões de empresa, não se registando as diferenças consideráveis que se observam nas regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo. É também, ao nível destas regiões NUT II, LVT, Algarve e Madeira que as empresas de média e grande dimensão realizam, principalmente, os seus projetos de investimento, que em conjunto representam $\frac{1}{2}$ do total de projetos realizados por estas empresas. (secção VI.8.1)

Demonstra-se que as empresas de pequena e micro dimensão apresentam uma distribuição equitativa de projetos de investimento nas várias NUT III da região de LVT. A análise de dados permite também concluir que as regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento na região de LVT registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão. Por sua vez, as regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente na região de LVT apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão, registando-se uma maior concentração de projetos de investimento executados por estas empresas nas NUT III com maior dinâmica empresarial. (secção VI.8.2.3)

A análise de dados realizada permite concluir que as regiões NUT III com menor índice de desenvolvimento turístico registam uma elevada concentração de projetos de investimento realizados por empresas de pequena e micro dimensão, como é o caso das regiões NUT II Norte, Centro, Alentejo e Açores, e das NUT III que integram algumas destas regiões e que se localizam no interior do país ou em regiões com menor dinâmica empresarial. As regiões NUT III mais desenvolvidas turisticamente apresentam uma maior concentração de projetos de investimento realizados por empresas de média e grande dimensão, como as regiões NUT III do Algarve, da Madeira e em particular da Grande Lisboa e de outros centros empresariais com elevada dinâmica como o Grande Porto. (secções VI.8.2.1, VI.8.2.2, VI.8.2.3, VI.8.2.4 e VI.8.2.5)

A investigação realizada nesta tese permite também retirar conclusões acerca da distribuição territorial do investimento no setor do turismo por subsetor (tabela VIII.6.6). Demonstra-se que se regista uma forte concentração de projetos de investimento nos subsetores do alojamento e restauração em todas as regiões NUT II. Em termos do número de projetos nos subsetores

do alojamento e restauração, observa-se que estes se concentram, principalmente, nas regiões NUT II que apresentam uma maior dinâmica empresarial, a região Norte, a região Centro e a região de LVT. (secção VI.9.1)

Demonstra-se que na região Norte, a maior parte dos projetos de investimento concentram-se na área da restauração e bebidas, representando cerca de 60% do total de projetos realizados nesta região, centrando os projetos de investimento na melhoria da qualidade da oferta. (secção VI.9.2 e VI.9.3) Na região Centro, que também regista uma grande concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas, dado que representam mais de 50% do total de projetos executados nesta região, os projetos de investimento centram-se preferencialmente na melhoria da qualidade da oferta. (secção VI.9.2 e VI.9.3)

Comprova-se que a região de Lisboa e Vale do Tejo regista uma concentração relevante de projetos de investimento na área do alojamento, apesar de o subsetor da restauração e bebidas concentrar mais projetos de investimento nesta região. Considerando o tipo de investimento realizado nos dois subsectores, demonstra-se uma aposta na melhoria e qualificação da oferta. (secção VI.9.2 e VI.9.3) Esta investigação permite também concluir que a região do Alentejo concentra a maior parte dos seus projetos de investimento nas áreas do alojamento e restauração. Nesta região observa-se uma maior diversificação por subsetor nos projetos de investimento realizados. (secção VI.9.2 e VI.9.3)

Demonstra-se que a região do Algarve concentra grande parte dos projetos de investimento na área do alojamento, representando quase 50% do total de projetos realizados nesta região. A forte concentração de projetos de investimento neste subsetor, centra-se, principalmente, na oferta de alojamento de qualidade superior. (secção VI.9.2 e VI.9.3)

Nos Açores, os projetos de investimento concentram-se maioritariamente no subsetor do alojamento. Para além disso é possível concluir que os projetos de investimento direcionam-se para a melhoria da qualidade da oferta, registando-se uma tentativa de maior diversificação de projetos de investimento na área do alojamento nesta região. (secção VI.9.2 e VI.9.3) Comprova-se que a região da Madeira regista uma elevada concentração de projetos de investimento na área do alojamento, e demonstra-se que os projetos de investimento no subsetor do alojamento se direcionam, principalmente, para a melhoria da qualidade da oferta. A análise pormenorizada ao tipo de investimento realizado permite aferir que os investimentos

centram-se preferencialmente na oferta de alojamento de qualidade superior. (secção VI.9.2 e VI.9.3)

Tabela VIII.6.6 Distribuição territorial do investimento no setor do turismo por subsector

Demonstrar que os investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas é residual no período de 1994-2006, apesar de se observar alguma dinâmica de investimento nos principais destinos turísticos em Portugal	
CAE a 2 dígitos e NUT II	
As regiões NUT II registam uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento e da restauração	6.9.1.1.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira apresentam uma concentração de projetos de investimento superior na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, comparativamente às restantes regiões NUT II	6.9.1.2.
As regiões NUT II de LVT e Norte centralizam o maior número de projetos de investimento na área das agências de viagens e de turismo	6.9.1.3.
Os projetos de investimento executados na área do alojamento e restauração concentram-se principalmente nas regiões NUT II que apresentam uma maior dinâmica empresarial	6.9.1.4.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, registam uma distribuição equitativa pelas várias regiões NUT II	6.9.1.5.
CAE a 3 dígitos e NUT II	
Na região Norte, a maior parte dos projetos de investimento concentram-se na área da restauração e bebidas	6.9.2.1.
Na região Centro, regista-se uma grande concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.2.2.
A região de LVT regista uma concentração relevante de projetos de investimento na área do alojamento	6.9.2.3.
A região do Alentejo concentra a maior parte dos projetos de investimento nas áreas do alojamento e da restauração	6.9.2.4.
A região do Algarve concentra grande parte dos projetos de investimento na área do alojamento	6.9.2.5.
Na região dos Açores, os projetos de investimento na área do alojamento direcionam-se para a melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.6.
A região da Madeira regista uma elevada concentração de projetos de investimento na área do alojamento, direcionados principalmente para a melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.7.
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira registam uma concentração relevante de projetos de investimento na área das atividades recreativas, culturais e desportivas	6.9.2.8.
Os projetos de investimento realizados na área do alojamento nas regiões de LVT, Algarve e Madeira concentram-se principalmente na melhoria da qualidade da oferta	6.9.2.9.
Os projetos de investimento executados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e Centro	6.9.2.10.
Os projetos de investimento realizados na CAE 633 - Agências de viagens e de turismo, concentram-se principalmente nas regiões NUT II Norte e LVT	6.9.2.11.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas registam diferentes concentrações por NUT II dependendo da CAE a 3 dígitos onde se integram	6.9.2.12.
CAE a 5 dígitos e NUT II	
Na região NUT II Norte regista-se uma elevada concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.3.1.
Na região Centro regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área da restauração e bebidas	6.9.3.2.
Na região de LVT os projetos de investimento realizados demonstram uma aposta na melhoria e qualificação da oferta	6.9.3.3.
Na região do Alentejo, observa-se uma maior diversificação por subsector nos projetos de investimento realizados	6.9.3.4.
Na região do Algarve regista-se uma forte concentração de projetos de investimento na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior	6.9.3.5.
A região dos Açores regista uma maior diversificação de projetos de investimento principalmente no subsector do alojamento	6.9.3.6.
Na região da Madeira, a maior parte dos projetos de investimento são realizados na área do alojamento, principalmente na oferta de alojamento de qualidade superior	6.9.3.7.
Os projetos de investimento realizados no subsector do alojamento concentram-se maioritariamente nas regiões consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal e apostam na melhoria da qualidade da oferta	6.9.3.1.1.
Os projetos de investimento centrados na diversificação da oferta de alojamento concentram-se, principalmente, nas áreas menos desenvolvidas turisticamente	6.9.3.1.2.
Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas centrados na diversificação da qualidade da oferta localizam-se principalmente nas regiões menos desenvolvidas turisticamente	6.9.3.2.1.
Os projetos de investimento realizados pela administração pública do turismo concentram-se maioritariamente na região NUT II de LVT	6.9.3.4.1.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se maioritariamente nos principais destinos turísticos em Portugal	6.9.3.5.1.
CAE a 2 dígitos	
No período de 1994-2006 a maior parte dos projetos de investimento realizados concentram-se na área do alojamento e restauração	6.2.2.1.1.
Regista-se uma concentração de projetos de menor dimensão ao nível de outras atividades económicas diretamente relacionadas com o setor do turismo	6.2.2.1.2.
CAE a 3 dígitos	
O número de projetos executados na área do turismo concentram-se principalmente na área do alojamento	6.2.2.2.1.
Na área da restauração, os projetos de investimento realizados concentram-se principalmente na CAE 553 – Restaurantes	6.2.2.2.2.
Os projetos realizados na área do alojamento concentram-se maioritariamente na CAE 551 – Estabelecimentos hoteleiros	6.2.2.2.3.
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas concentram-se principalmente na área do recreio	6.2.2.2.4.
Os projetos de investimento realizados na CAE 63 inserem-se maioritariamente no subsector das agências de viagem e de turismo	6.2.2.2.5.
CAE a 5 dígitos	
As CAE que apresentam um maior número de projetos de investimento inserem-se na área do alojamento	6.2.2.3.1.
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas concentram-se principalmente na área dos restaurantes	6.2.2.3.2.
Os projetos realizados na área da restauração concentram-se principalmente nos restaurantes de tipo tradicional	6.2.2.3.3.
Os projetos realizados nos estabelecimentos de bebidas concentram-se maioritariamente na CAE 55401 – Cafés	6.2.2.3.4.
Dinâmicas de investimento por NUT II	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 registam uma forte concentração na região NUT II Norte	6.2.4.1.1.
A região de LVT absorve a maior parte dos projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.1.2.
O número de projetos de investimento realizados na região Centro são representativos da importância desta região NUT II em termos da capacidade de oferta no setor do turismo	6.2.4.1.3.
O número de projetos de investimento realizados na região NUT II Alentejo são praticamente residuais	6.2.4.1.4.
A região NUT II do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento no período de 1994-2006	6.2.4.1.5.
A região da Madeira regista um elevado número de projetos de investimento executados no período do II e do III QCA	6.2.4.1.6.
Os projetos de investimento realizados na região dos Açores representam o peso percentual da região em termos dos indicadores da oferta e da procura no setor do turismo	6.2.4.1.7.
Dinâmicas de investimento por NUT III	
Os projetos de investimento realizados no período de 1994-2006 concentram-se nos principais destinos turísticos em Portugal	6.2.4.2.1.
No período de 1994-2006, a região NUT III do Algarve regista uma forte concentração de projetos de investimento	6.2.4.2.2.
A região NUT III do Grande Porto regista a maior concentração de projetos de investimento da região Norte	6.2.4.2.3.
As regiões NUT III que integram a região Centro não registam diferenças significativas em termos do número de projetos de investimento executados	6.2.4.2.4.
A região NUT III da Grande Lisboa regista uma forte concentração de projetos de investimento realizados no período de 1994-2006	6.2.4.2.5.
A região NUT III do Alentejo litoral regista o maior número de projetos de investimento da região NUT II Alentejo	6.2.4.2.6.

Esta investigação permite concluir que entre o período de 1994-1999 e o período de 2000-2006 se observa uma maior concentração do investimento em projetos que promovam e dinamizam a diversificação e melhoria da qualidade da oferta ao nível dos vários subsetores que integram a cadeia de valor do setor do turismo.

A análise por subsetor do turismo da distribuição territorial do investimento permite, também, retirar algumas conclusões pertinentes. No subsetor da Restauração e bebidas os projetos de investimento concentram-se principalmente nas regiões NUT II do Norte e Centro, apesar de se observar concentrações de investimento relevantes ao nível deste subsetor nas várias regiões NUT II. (secção VI.9.3.2)

Demonstra-se que na área do alojamento, os projetos de investimento concentram-se maioritariamente nas regiões consideradas como os principais destinos turísticos em Portugal, as regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira e apostam preferencialmente na melhoria da qualidade da oferta. Por outro lado, os projetos de investimento centrados na diversificação da oferta de alojamento concentram-se, principalmente, nas áreas menos desenvolvidas turisticamente. (secção VI.9.3.1)

Comprova-se que no subsetor das agências de viagens e turismo, os projetos de investimento concentram-se maioritariamente nas regiões NUT II de LVT e Norte (secção VI.9.3.3). Refira-se também, que os projetos de investimento realizados pela Administração pública do turismo concentram-se maioritariamente na região NUT II de LVT. (secção VI.9.3.4)

No subsetor das atividades recreativas, culturais e desportivas, a análise de dados permite concluir que os projetos de investimento realizados neste subsetor não apresentam uma distribuição equitativa pelas várias regiões NUT II, registando diferentes concentrações de projetos de investimento por NUT II dependendo da CAE a 3 dígitos onde se integram esses projetos. (secção VI.9.3.5) Conclui-se, também, que os projetos de investimento realizados neste subsetor concentram-se maioritariamente nos principais destinos turísticos em Portugal, nomeadamente nas regiões NUT II de LVT, do Algarve e da Madeira, comparativamente às regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo. (secção VI.9.3.5)

VIII.7 Fatores que influenciam a dinâmica de investimento do setor privado do turismo

A dinâmica de investimento observada no período de 1994-2006 pode sofrer alterações dependendo da estrutura empresarial que executa esse investimento, da atividade económica, nomeadamente os subsetores do turismo onde é executado esse investimento, e também da área geográfica onde se localiza, para além da forma como o investimento se distribui no território.

O setor público desempenha um papel central no turismo através da definição de políticas e estratégias que permitam (1) direcionar o investimento para áreas menos desenvolvidas, mas que apresentem características e especificidades únicas que permitam o seu desenvolvimento; (2) alavancar determinados subsetores do turismo que permitam a obtenção e criação de mais rendimento, mais emprego e um maior efeito multiplicador; (3) o apoio a estruturas empresariais que apresentem maiores fragilidades e dificuldades em sobreviver, mas que demonstrem enormes potencialidades de crescimento.

A investigação realizada, e a análise das hipóteses de investigação (tabela VIII.7.1) permite concluir que, no período de 1994-2006, o montante de incentivo atribuído por projeto varia de acordo com o montante de investimento total e de investimento elegível, observando-se uma interligação e proporcionalidade entre os montantes de investimento total, de investimento elegível e de incentivo atribuído por projeto. (secção VII.2) Demonstra-se que não se regista uma majoração do incentivo atribuído face aos valores de investimento total e de investimento elegível nem se incentiva o investimento de empresas do setor do turismo em áreas menos desenvolvidas turisticamente ou em subsetores que permitam a alavancagem de um território e a melhoria da qualidade de vida da população local. (secção VII.2)

Tabela VIII.7.1 Interligação dos valores de investimento

Demonstrar que os valores de investimento estão interligados entre si, e não estão relacionados com o número de postos de trabalho	
Regista-se uma interligação muito próxima entre os valores de investimento e de incentivo	7.2.1
Não se regista uma interligação direta entre os valores de investimento e o número de postos de trabalho a criar	7.2.2

Para além disso, comprova-se que não existe uma interligação direta entre os valores de investimento e o número de postos de trabalho a criar. Constituindo-se o setor do turismo

como um setor de trabalho intensivo, a majoração do incentivo para os projetos de investimento que criem mais postos de trabalho permitiria aproveitar e potenciar as enormes vantagens atribuídas ao setor do turismo como forte dinamizador local na criação de emprego e na geração de rendimento. (secção VII.2)

A análise da distribuição do investimento por área geográfica e das hipóteses de investigação constante da tabela VIII.7.2 permite identificar áreas geográficas que registam uma grande dinâmica e capacidade de investimento, bem como outras áreas que apresentam algumas fragilidades e ainda se encontram numa fase de desenvolvimento incipiente. A análise por NUT II permite concluir que as regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo apresentam entre si características similares em termos de investimento. Os projetos de investimento realizados nestas regiões NUT II registam os valores médios de investimento (considerando todas as variáveis) mais baixos, comparativamente às restantes regiões NUT II, onde se incluem as regiões de Lisboa e Vale do Tejo, do Algarve e da Madeira. (secções VII.3.1.1, VII.3.1.2 e VII.3.1.3)

Por NUT III, demonstra-se que não se registam diferenças significativas no volume de investimento nos projetos realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo. A maior parte destas regiões NUT III concentram um elevado número de projetos com um menor volume de investimento, absorvem os menores valores de incentivo por projeto e criam um menor número de postos de trabalho por projeto. (secções VII.3.2.1, VII.3.2.2, e VII.3.2.3) Comprova-se que as regiões NUT III da Grande Lisboa, do Algarve e da Madeira concentram um considerável número de projetos com um volume de investimento global elevado, incluindo maioritariamente projetos com um elevado investimento total e absorvem um elevado valor de incentivo. (secções VII.3.2.1, VII.3.2.2 e VII.3.2.3)

A análise por concelho, permite concluir que a maior concentração de municípios sem projetos de investimento na área do turismo se verifica nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores, evidenciando-se uma elevada taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho nestas regiões NUT III. (secção VII.3.3.1) Demonstra-se que a maior parte dos projetos que se localizam fora dos principais destinos turísticos em Portugal apresentam um investimento global reduzido, e em que os projetos de menor investimento total concentram-se, principalmente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo. (secções VII.3.3.3 e VII.3.3.4) Conclui-se também, que é ao nível dos municípios que integram estas regiões NUT II que se concentram os projetos de menor investimento elegível, e os projetos que absorvem o menor valor de incentivo, e em

que os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam uma taxa de criação de emprego baixa. (secções VII.3.3.3, VII.3.3.4, VII.3.3.4.1, VII.3.3.4.2, VII.3.3.4.3, VII.3.3.4.4)

Tabela VIII.7.2 Diferenciação do tipo de investimento segundo a sua distribuição no território

Demonstrar que os investimentos realizados nos principais destinos turísticos são idênticos entre si, e diferem dos investimentos realizados nas áreas de menor desenvolvimento turístico	
NUT II	
As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam características similares em termos de investimento	7.3.1.1.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT II do Algarve e Madeira registam valores médios de investimento superiores às restantes regiões NUT II	7.3.1.2.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo registam os valores médios de investimento mais baixos comparativamente às restantes regiões NUT II	7.3.1.2.2
As regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo concentram maioritariamente projetos com menor volume de investimento	7.3.1.3.1
As regiões NUT II de LVT, Algarve e Madeira integram os projetos com a média de investimento total mais elevada	7.3.1.3.2
NUT III	
As regiões NUT III da Grande Lisboa e do Algarve concentram um considerável número de projetos com um volume de investimento global elevado	7.3.2.2.1
Não se registam diferenças significativas no volume de investimento nos projetos realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.2.2.2
A maior parte das regiões NUT III localizadas nas regiões NUT II Norte, Centro e Alentejo, concentram um elevado número de projetos com um menor volume de investimento em termos globais	7.3.2.2.3
As regiões NUT III da Grande Lisboa, do Algarve e da Madeira incluem maioritariamente projetos com um elevado investimento total	7.3.2.3.1
As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo incluem um elevado número de projetos com um investimento elegível reduzido	7.3.2.3.2
As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira incluem um considerável número de projetos que absorvem um elevado valor de incentivo	7.3.2.3.3
As regiões NUT III integradas nas regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo absorvem os menores valores de incentivo por projeto	7.3.2.3.4
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III de menor índice de desenvolvimento turístico criam um menor número de postos de trabalho por projeto	7.3.2.3.5
CONCELHO	
Regista-se uma maior concentração de municípios sem projetos de investimento na área do turismo nas regiões NUT II do Norte, Centro, Alentejo e Açores	7.3.3.1.1
As regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Centro, do Alentejo, e dos Açores registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho elevada	7.3.3.1.2
As regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira, registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho muito baixa ou nula	7.3.3.1.3
Os projetos de investimento realizados nos principais destinos turísticos apresentam um investimento global relevante	7.3.3.3.1
A maior parte dos projetos que se localizam fora dos principais destinos turísticos em Portugal apresentam um investimento global muito reduzido	7.3.3.3.2
Os projetos com maior investimento total localizam-se principalmente nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira	7.3.3.4.1.1
Os projetos de menor investimento total concentram-se, principalmente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.1.2
Os projetos com maior investimento elegível concentram-se, principalmente, nas regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira	7.3.3.4.2.1
Os projetos de menor investimento elegível concentram-se, maioritariamente, nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.2.2
Os projetos realizados nos municípios que integram as NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira absorvem o maior valor de incentivo	7.3.3.4.3.1
Os projetos que absorvem o menor valor de incentivo concentram-se maioritariamente nos municípios que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo	7.3.3.4.3.2
Os projetos de investimento realizados nas NUT III da Grande Lisboa, Madeira e Algarve são responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho	7.3.3.4.4.1
Os projetos de investimento realizados nas regiões NUT III que integram as regiões NUT II do Norte, Centro e Alentejo registam uma taxa de criação de emprego baixa	7.3.3.4.4.2

Comprova-se que as regiões NUT III da Grande Lisboa, Algarve e Madeira, registam uma taxa de abstenção de projetos de investimento por concelho muito baixa ou nula. (secção VII.3.3.1) Os projetos de investimento realizados nos principais destinos turísticos apresentam um

investimento global relevante, sendo nestas regiões NUT III que se localizam maioritariamente, os projetos com maior investimento total. (secções VII.3.3.3, VII.3.3.4, VII.3.3.4.1, VII.3.3.4.2, VII.3.3.4.3, VII.3.3.4.4) Demonstra-se que é ao nível das regiões NUT III da Grande Lisboa, Madeira e Algarve, que se concentram, os projetos com maior investimento elegível, e que se incluem os municípios onde se executam os projetos que absorvem o maior valor de incentivo e se concentram os projetos que criam um maior número de postos de trabalho. (secções VII.3.3.3, VII.3.3.4, VII.3.3.4.1, VII.3.3.4.2, VII.3.3.4.3, VII.3.3.4.4)

Tabela VIII.7.3 Diferenciação do tipo de investimento por dimensão de empresa

Demonstrar que os investimentos realizados pelas empresas de pequena e micro dimensão são semelhantes e diferem dos investimentos realizados pelas empresas de média e grande dimensão	
Existem diferenças significativas na atribuição do incentivo entre os projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão e os projetos de investimento executados pelas Não PME	7.4.1.1
As empresas de pequena e micro dimensão apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento	7.4.1.2
As empresas de pequena e micro dimensão realizam principalmente projetos de baixo investimento	7.4.2.1
As empresas de média e grande dimensão realizam preferencialmente projetos de elevado investimento	7.4.2.2
As empresas de média e grande dimensão recebem a maior parte do incentivo por projeto de investimento	7.4.2.3
As empresas de média e grande dimensão registam a maior média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento	7.4.2.4
O incentivo é absorvido principalmente por empresas de pequena e micro dimensão	7.4.3.1.1
As empresas de pequena e micro dimensão são responsáveis pela criação da maior parte dos postos de trabalho	7.4.3.1.2

Esta investigação tem, também, por objetivo verificar a existência de diferentes formas de investimento segundo a dimensão de empresa (tabela VIII.7.3). A análise realizada permite concluir que as empresas de pequena e micro dimensão apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento, realizam principalmente projetos de baixo investimento, e não recebem a maior parte do incentivo por projeto de investimento. São também responsáveis pela criação da maior parte dos postos de trabalho, apesar de a média de criação de postos de trabalho por projeto de investimento ser consideravelmente baixa. (secções VII.4.1, VII.4.2. e VII.4.3)

Demonstra-se que as empresas de média e grande dimensão realizam preferencialmente projetos de elevado investimento, recebem a maior parte do incentivo por projeto de investimento, absorvendo a maior parte do incentivo atribuído, apesar do seu reduzido número de projetos. (secção VII.4.1, VII.4.2 e VII.4.3) Comprova-se que não se observam diferenças significativas na atribuição do incentivo entre os projetos de investimento realizados por empresas de média dimensão e os projetos de investimentos executados pelas Não PME. As empresas de média e grande dimensão registam, a maior média de criação de postos de trabalho por projeto, apesar de em termos globais, e face ao número de projetos que executam, serem as empresas de pequena e micro dimensão, as responsáveis pela criação de um maior número de postos de trabalho. (secções VII.4.1, VII.4.2, VII.4.3)

A análise da diferenciação do tipo de investimento por subsetor do turismo constitui-se como uma das principais áreas de análise nesta investigação. A análise de dados realizada permite concluir que os projetos executados nos subsetores tradicionais do turismo apresentam características semelhantes e as mesmas especificidades em termos de investimento. A maior parte dos projetos realizados na área do alojamento e restauração e na área das agências de viagens e turismo registam valores de investimento muito baixos, o que implica que os projetos de menor investimento elegível estejam alocados a estes subsetores tradicionais de turismo, originando também valores de incentivo atribuído baixos. (secções VII.5.1, VII.5.1.1, VII.5.1.2) Esta investigação permite concluir que os projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais do turismo, em termos globais, absorvem a maior parte do incentivo atribuído e são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho. (secção VII.5.1.2)

Conclui-se que os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas registam, na sua quase totalidade, valores de investimento global consideravelmente baixos, têm maioritariamente um investimento total reduzido, o que implica uma menor elegibilidade do investimento, e recebem um menor valor de incentivo, sendo também responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho por projeto de investimento. (secções VII.5.2.2 e VII.5.2.3)

Demonstra-se que os projetos de maior investimento estão direcionados para a aquisição e construção imobiliária, representam um investimento total considerável, registam uma elevada elegibilidade de investimento e recebem o maior valor de incentivo por projeto. (secções VII.5.1.2 e VII.5.3.2) Esta investigação permite concluir que os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior apresenta especificidades próprias e diferentes dos restantes subsetores do turismo, representam valores de investimento muito elevados, absorvem um elevado valor de incentivo e são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho. (secções VII.5.2.1, VII.5.3.1, VII.5.3.2)

Comprova-se que os projetos de investimento realizados para a melhoria da qualidade da oferta apresentam um investimento total e um incentivo atribuído superior aos projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais do turismo, e registam, também, uma elevada elegibilidade do investimento. (secções VII.5.2.2, VII.5.2.3, VII.5.3.2)

Tabela VIII.7.4 Diferenciação do tipo de investimento por subsetor do turismo

Demonstrar que os investimentos realizados nos subsetores tradicionais do turismo são semelhantes entre si, e diferem dos investimentos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas	
CAE 2 DÍGITOS	
Os projetos realizados nos subsetores tradicionais do turismo apresentam características semelhantes em termos de investimento	7.5.1.1
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam características que os diferenciam dos investimentos realizados nos subsetores tradicionais do turismo	7.5.1.2
A maior parte dos projetos realizados na área do alojamento e restauração e na área das agências de viagens e de turismo registam valores de investimento muito baixos	7.5.1.1.1
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas demonstram uma elevada capacidade de criação de emprego	7.5.1.1.2
Os projetos de maior investimento estão direcionados para a aquisição e construção imobiliária	7.5.1.2.1
Os projetos realizados nos subsetores tradicionais do turismo são maioritariamente de investimento reduzido	7.5.1.2.2
Os projetos para aquisição e construção imobiliária registam uma elevada elegibilidade de investimento	7.5.1.2.3
Os projetos de menor investimento elegível são executados principalmente nos subsetores tradicionais de turismo	7.5.1.2.4
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas demonstram uma elevada capacidade de investimento	7.5.1.2.5
Os projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais do turismo absorvem a maior parte do incentivo	7.5.1.2.6
Os projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.1.2.7
CAE 3 DÍGITOS	
Os projetos executados nos subsetores tradicionais do turismo apresentam as mesmas especificidades em termos de investimento	7.5.2.1.1
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas diferenciam-se dos investimentos realizados nos subsetores tradicionais do turismo	7.5.2.1.2
Os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior apresenta especificidades próprias e diferentes dos restantes subsetores do turismo	7.5.2.1.3
Os projetos de investimento realizados para a melhoria da qualidade da oferta apresentam um investimento total e um incentivo atribuído superior aos projetos de investimento realizados nos subsetores tradicionais de turismo	7.5.2.2.1
Os projetos de investimento realizados na área da restauração e bebidas registam, na sua quase totalidade, valores de investimento consideravelmente baixos	7.5.2.2.2
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas, concentram um elevado investimento	7.5.2.3.1
Os projetos de investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior absorvem um elevado valor de incentivo	7.5.2.3.2
Os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um elevado valor de incentivo por projeto	7.5.2.3.3
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.2.3.4
Os projetos realizados nos subsetores tradicionais do turismo são responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho	7.5.2.3.5
CAE 5 DÍGITOS	
Os projetos realizados nos subsetores tradicionais do turismo atingem valores de investimento total e de incentivo atribuído consideravelmente baixos	7.5.3.1.1
A maior parte dos projetos de investimento realizados na CAE 7777 representam um investimento total considerável	7.5.3.1.2
Os projetos de investimento realizados para a oferta de alojamento de qualidade superior representam valores de investimento muito elevados	7.5.3.1.3
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam maioritariamente projetos de elevado investimento	7.5.3.2.1
Os projetos de investimento na oferta de alojamento de qualidade superior representam um investimento considerável	7.5.3.2.2
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são maioritariamente de investimento reduzido	7.5.3.2.3
Os projetos realizados para a melhoria da qualidade da oferta registam uma elevada elegibilidade do investimento	7.5.3.2.4
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas registam a menor elegibilidade de investimento	7.5.3.2.5
Os projetos realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas absorvem um elevado valor de incentivo	7.5.3.2.6
Os projetos de investimento para aquisição e construção imobiliária recebem o maior valor de incentivo por projeto	7.5.3.2.7
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas recebem o menor valor de incentivo	7.5.3.2.8
Os projetos realizados na área do alojamento de qualidade superior são responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho	7.5.3.2.9
Os projetos realizados na área da restauração e bebidas são responsáveis pela criação de um reduzido número de postos de trabalho por projeto de investimento	7.5.3.2.10

Conclui-se que os projetos de investimento realizados na área das atividades recreativas, culturais e desportivas apresentam características que os diferenciam dos investimentos realizados nos subsetores tradicionais do turismo, demonstram uma elevada capacidade de investimento, apresentando maioritariamente projetos de elevado investimento, e absorvem um elevado valor de incentivo por projeto demonstram também uma elevada capacidade de emprego sendo responsáveis pela criação de um elevado número de postos de trabalho. (secções VII.5.1, VII.5.1.1, VII.5.1.2, VII.5.2.1, VII.5.2.3, VII.5.3.2)

CAPÍTULO IX

Referências bibliográficas

IX. Referências Bibliográficas

Adams, I, 1990, *Leisure and Governments*, Business Education Publishers, Sunderland

Ahn, S, 2001, *Firm Dynamics and Productivity Growth: A Review of Micro Evidence from OECD Countries*, OECD Economics Department Working Paper, n.º 297, Paris

Alavi, J, Yasin, M, 2000, *A Systematic Approach to Tourism Policy*, in Journal of Business Research, 48, pp. 147-156

Almeida, C, 2008, *Aeroportos e turismo residencial: do conhecimento às estratégias*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro

Alvira Martín, F, 1991, *Metodología de la evaluación de programas*, Centro de Investigaciones Sociológicas

Andriotis, K, 2002, *Scale of hospitality firms and local economic development – evidence from Crete*, in Tourism Management, 23, pp. 333-341

Araujo, L M, Bramwell, B, 2002, *Partnership and regional tourism in Brazil*, in Annals of Tourism Research, vol. 29, nº 4, pp. 1138-1164

Armstrong, H, Taylor, J, 2000, *Regional Economics and Policy*, Blackwell Publishers, Oxford, 3th Edition

Ateljevic, I, Doorne, S, 2000, *Staying within the fence: lifestyle entrepreneurship in tourism*, in Journal of Sustainable Tourism, 8 (5), pp. 378-392

Audretsch, D B, 1999, *Small Firms and Efficiency*, in Acs, Z J (ed), 1999, Are Small Firms Important? Their Role and Impact, SBA – Small Business Administration, Kluwer Academic Publishers, Boston

Avci, U, Madanoglu, M, Okumus, F, 2011, *Strategic orientation and performance of tourism firms: Evidence from a developing country*, in Tourism Management, 32, pp. 147-157

Baldwin, J R, Johnson, J, 1999, *Entry, Innovation and Firm Growth*, in Acs, Z (ed), Are Small Firms Important? Their Role and Impact, SBA – Small Business Administration, Kluwer Academic Publishers, Boston

Bamberger, I, 1994, *Product, Market Strategies of Small and Medium-sized Enterprises*, Ashgate Publishing Limited, Aldershot

Bar-El, R, Schwartz, D, 2006, *Regional development as a policy for growth with equity: The State of Ceara (Brazil) as a model*, in Progress in Planning, 65, pp. 131-199

Barkham, R, Gudgin, G, Hart, M, Hanvey, E, 1996, *The Determinants of Small Firm Growth*, Regional Policy and Development Series, London

Bastakis, C, Buhalis, D, Butler, R, 2004, *The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators power in Eastern Mediterranean*, in Tourism Management, 25, pp. 151-170

Baum, T, 1994, *The development and implementation of national tourism policies*, in Tourism Management, Vol. 15, n.º 3, pp. 185-192

Beritelli, P, Bieger, T, Laesser, C, 2007, *Destination Governance: Using Corporate Governance Theories as a Foundation for Effective Destination Management*, in Journal of Travel Research, Vol. 46, N.º 1, pp. 96-107

Bhattacharjee, A, Castro, E A, Jensen-Butler, C, 2009, *Evaluating Economic Theories of Growth and Inequality: a study of Danish Economy*, in Journal of Productivity Analysis, vol 31, pp 195-212

Boyle, R, Lemaire, D (eds), 1999, *Building effective evaluation capacity: Lessons from practice*, Transaction Publishers, New Jersey

Boniface, C, Cooper, C, 1994, *The Geography of Travel and Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford

Boyer, R, Drache, D, 1996, *States against Markets – The limits of globalization*, Routledge, London

Bosselman, F P, Peterson, C A, Maccarthy, C, 1999, *Managing Tourism Growth – Issues and Applications*, Island Press, Washington

Bramwell, B, 2006, *Actors, Power, and Discourses of Growth Limits*, in Annals of Tourism Research, Vol. 33, N.º 4, pp. 957-978

Bramwell, B, 2005, *Interventions and policy instruments for sustainable tourism*, in Theobald, W F, 2005, *Global Tourism*, pp. 406-425, Burlington, Elsevier Science Ltd, 3rd edition

Bramwell, B, Lane, B, 2000, *Tourism Collaboration and Partnerships – Politics, Practice and Sustainability*, Channel View Publications, Clevedon

Bramwell, B, Meyer, D, 2007, *Power and Tourism Policy Relations in Transition*, in Annals of Tourism Research, Vol. 34, N.º 3, pp. 766-788

Bramwell, B, Sharman, A, 1999, *Collaboration in local tourism policymaking*, in Annals of Tourism Research, Vol. 26, N.º 2, pp. 392-415

Brandão, A, Costa, C, 2008, *Novas dinâmicas e novas formas de gestão para o setor do turismo ao nível local*, in Turismo, Inovação e Desenvolvimento, Atas do I Seminário sobre Turismo e Planeamento do Território, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, Lisboa

Breda, Z, 2010, *Network relationships and the internationalisation of the tourism economy: The case of Portuguese overseas investment in the hotel sector*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro

Breda, Z, Costa, R, Costa, C, 2004a, *Clustering and networking the tourism development process: a market driven approach for a small backwards tourist region located in central Portugal (Caramulo)*, in Networking and Partnerships in Destination Management and Development, Atlas Annual Conference, Naples, April 4 – 6

Breda, Z, Costa, R, Costa, C, 2004b, *Do clusters and networks make small places beautiful? The case of Caramulo (Portugal)*, in Lazzeretti L. and Petrillo C S (eds), Tourism Local Systems and Networking, Elsevier

Bridge, O'Neill, Crombie, 2008, *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 3rd Edition

Brooke, S. 1993, *Public policy in Canada*, Mclelland & Stewart, Toronto

Brown, B, 2007, *Working the Problems of Tourism*, in Annals of Tourism Research, Vol. 34, N.º 2, pp. 364-383

Buhalis, D, Costa, 2006a, *Tourism business frontiers: consumers, products and industry*, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Buhalis, D, Costa, C, 2006b, *Tourism management dynamics: trends, management and tools*, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Buhalis, D, Peters, M, 2006, *SMEs in tourism*, in Buhalis, D, Costa, C (eds) Tourism management dynamics: trends, management and tools, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Buhalis, D, Ujma, D, 2006, *Intermediaries: travel agencies and tour operators*, in Buhalis, D, Costa, C, (ed), 2006, Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Buhalis, D, 2002, *Conference report: entrepreneurship in tourism and the contexts of experience economy*, in Tourism Management, 23, pp. 366-378

Bull, A, 1998, *The Economics of Travel and Tourism*, Longman, Melbourne, 2nd Edition

Burkart, A J, Medlik, S, 1981, *Tourism – Past, Present and Future*, Butterworth-Heinemann Ltd, Oxford, 2nd Edition

Burns, P, 2006, *Innovation, creativity and competitiveness*, in Buhalis, D, Costa, C (eds), Tourism management dynamics: trends, management and tools, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Burns, P M, 2004, *Tourism Planning – A Third Way?*, in Annals of Tourism Research, Vol. 31, N.º 1, pp. 24-43

Caniëls, M C J, 2000, *Knowledge Spillovers and Economic Growth*, Edward Elgar, Cheltenham

Carlo, M, Cugini, A, Fabrizio, Z, 2008, *Assessment of destination performance: a strategy map approach*, in Tourism Review, Vol. 63, nº 2, pp. 25-37

Carter, N, Klein, R, Day, P, 1992, *How Organisations Measure Success: the Use of Performance Indicators in Government*, London, Routledge

CE, 2009, *Survey on the attitudes of Europeans towards tourism*, in Flash Eurobarometer, n.º 258, Março 2009, Bruxelas

CE, 2007a, *Uma política de Turismo europeia renovada – Rumo a uma parceria reforçada para o Turismo na Europa*, CE, Bruxelas

CE, 2007b, *Fourth report on economic and social cohesion*, Communication of the European Communities, Brussels

CE, 2004, *How Europeans spend their time – Everyday life of women and men*, Eurostat, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo

CE, 2003, *Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003, relativa à definição de micro, pequenas e médias empresas*, Jornal Oficial da União Europeia de 20-05-2203, Bruxelas

Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, 2008, *Turismo, Inovação e Desenvolvimento*, Atas do I Seminário sobre Turismo e Planeamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa

Chu, F L, 2008, *Forecasting tourism demand with ARMA – based methods*, in *Tourism Management*, 30, pp. 740-751

Coffey, W J, Polese, M, 1985, *Local Development: conceptual bases and policy implication*, in *Regional Studies*, Vol. 19, N.º 2, pp. 85-93

Commonwealth of Australia (CA), 2008, *Assessing local government revenue raising capacity*, Media and Publications, Melbourne

Connell, J P, Kubisch, A C, Schorr, L B, Weiss, C H (eds), 1995, *New approaches to evaluating community initiatives: Concepts, Methods and Contexts*, The Aspen Institute, New York

Cooper, C, Fletcher, J, Gilbert, D, Wanhill, S, 1998, *Tourism, Principles and Practice*, Longman, Harlow, 2nd Edition

Cooper, C, Scott, N, Kester, J, 2006, *New and emerging markets*, in Buhalis, D, Costa, C, (ed) 2006, *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry*, pp. 19-29, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Costa, C M M, 2006, *Tourism Planning, Development and the Territory*, in Buhalis, D, Costa, C, (ed), 2006, *Tourism Management Dynamics: trends, management and tools*, pp. 236-243, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Costa, C M M, 2004, *Turismo e Poder Local*, in Atas XIX Congresso Associação Nacional de Municípios Portugueses, Funchal, 3 de Abril

Costa, C M M, 2003, *Atualização do Estudo 'Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente do Turismo*, Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa

Costa, C M M, 2002, *A implementação do Programa PITER – um balanço metodológico*, in *Ciclo de Debates 1999 – Livro de Atas*, Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, Lisboa, pp. 143-163

Costa, C M M, 2001a, *Estudo 'Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente do Turismo*, Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa

Costa, C M M, 2001b, *An emerging Tourism Planning Paradigm? A Comparative Analysis Between Town and Tourism Planning*, in International Journal of Tourism Research, Vol. 3, N.º 6, John Wiley & Sons, Ltd., Reino Unido

Costa, C M M, 2001c, *O Papel e a Posição do Setor Privado na Construção de uma nova Política para o Turismo em Portugal*, in Associação Empresarial de Portugal (ed.), Novas Estratégias para o Turismo, Associação Empresarial de Portugal, Porto

Costa, C M M, 1996, *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks. The Case of Portugal*, University of Surrey, England

Costa, C M M, Buhalis, D, 2006, *Synergies between Territorial Planning and Strategic Management: A prospective analysis*, in Fonseca, M L (ed), Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, Lisboa

Costa, R, 2005, *Avaliação do Potencial de Crescimento e Desenvolvimento das Pequenas e Micro Empresas do Sector do Turismo*, Universidade de Aveiro, Aveiro

Curran, J, Blackburn, R A, 2001, *Researching the Small Enterprise*, Sage Publications, London

Curran, J, Blackburn, R A, 1994, *Small Firms and Local Economic Network – The Death of the Local Economy?*, Paul Chapman Publishing Ltd., London

Dabla-Norris, E, Brumby, J, Kyobe, A, 2012, *Investing in public investment: an index of public investment efficiency*, in Journal of Economic Growth, 17, pp. 235-266

Daniels, M, 2004, *Beyond Input-Output Analysis: Using occupation-based modeling to estimate wages generated by a sport tourism event*, in Journal of Travel Research, vol. 43, pp. 75-82

Danson, M W, 1996, *Small Firm Formation and Regional Economic Development*, Routledge, London

Davis, G, Wanna, J, Warhurst, J, Weller, P, 1993, *Public policy in Australia*, 2nd Edition, Allen & Unwin, St. Leonards

Decreto-Lei n.º 182/93 de 14 de Maio – Classificação Portuguesa de Atividades Económicas CAE – Rev. 2

Decreto-Lei n.º 197/2003 de 27 de Agosto – Classificação Portuguesa de Atividades Económicas – CAE Rev. 2.1

Denker, A F M, 2002, *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*, Editora Futura, São Paulo

Deshaies, B, 1997, *Metodologia da Investigação em Ciências Humanas*, Instituto Piaget, Lisboa

Diniz, F, 2010, *Crescimento e Desenvolvimento Económico – Modelos e Agentes do Processo*, Edições Silabo, 2.ª Edição, Lisboa

DGDR, 2000, *As Infraestruturas Produtivas e os Fatores de Competitividade das Regiões e Cidades Portuguesas*, Lisboa, Núcleo de Políticas Regionais

DGDR, 2000, *Um Olhar sobre o QCA II – Encerramento do Período de Programação 1994-1999*, Comissão de Gestão dos Fundos Comunitários

DGT, 2002, *Turismo em Portugal – Política, Estratégia e Instrumentos de Intervenção*, Direção Geral do Turismo, Lisboa

DGT, 2000, *Reunião dos Responsáveis Governamentais de Turismo na União Europeia*, Lisboa, 1ª Edição

DGT, 1999, *As Políticas do Turismo para os Anos 90*, Lisboa

DGT, 1998a, *Plano Estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha: relatório de análise de diagnóstico, proposta de objetivos e formulação estratégica*, Lisboa

DGT, 1998b, *Plano Estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha: anexos estatísticos*, Lisboa

DGT, 1998c, *Plano Estratégico para o turismo interior: Portugal-Espanha: relatório de formulação estratégica (síntese)*, Lisboa

Dye, T, 1995, *Understanding Public Policy*, Prentice Hall, 8th Edition, Englewood Cliffs

Dye, T, 1992, *Understanding Public Policy*, Prentice Hall, 7th Edition, Englewood Cliffs

DR n.º 225 de 24 de Setembro de 1993, I – A Série, Lei n.º 69/93: Opções Estratégicas para o período 1994-1999

DR n.º 295 de 20 de Dezembro de 1993, I – A Série, Lei n.º 74/93: Grandes Opções do Plano para 1994

DR n.º 298 de 27 de Setembro de 1994, I – A Série, Lei n.º 39-A/94: Grandes Opções do Plano para 1995

DR n.º 71 de 23 de Março de 1996, I – A Série, Lei n.º 10-A/96: Grandes Opções do Plano para 1996

DR n.º 299 de 27 de Dezembro de 1996, I – A Série, Lei n.º 52-B/96: Grandes Opções do Plano para 1997

DR n.º 293 de 20 de Dezembro de 1997, I-A Série, Lei n.º 127-A/97: Grandes Opções do Plano para 1998

DR n.º 301 de 31 de Dezembro de 1998, I – A Série, Lei n.º 87-A/98: Grandes Opções do Plano para 1999

Dredge, D, 2006, *Policy networks and the local organization of tourism*, in Tourism Management, 27, pp. 269-280

Dredge, D, 2001, *Local Government Tourism Planning and Policy-making in New South Wales: Institutional Development and Historical Legacies*, in Current Issues in Tourism, Vol. 4, N.º 2-4, pp. 355-380

Dredge, D, Jenkins, J, 2003, *Destination place identity and regional tourism policy*, in Tourism Geographies, Vol. 5, N.º 4, pp. 383-407

Dredge, D, Jenkins, J, 2003, *Federal-State Relations and Tourism Public Policy, New South Wales, Australia*, in Current Issues in Tourism, Vol. 6, N.º 5, pp. 415-443

Dredge, D, Macbeth, L, Carson, D, Beaumont, N, Northcote, J, Richards, F, 2006, *Achieving sustainable local tourism management Phase 1 – Practitioners Guide*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd

Dreze, J, Stern, N, 1987, *The theory of cost-benefit analysis*, Handbook of Public Economics, pp. 909-985

Dwyer, L, Edwards, D, Mistilis, N, Roman, C, Scott, N, Cooper, C, 2008, *Megatrends underpinning tourism to 2020 – Analysis of key drivers for change*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Australia

Dwyer, L, Forsyth, P, Spurr, R, 2005, *Estimating the impacts of special events on an economy*, in Journal of Travel Research, vol. 43, pp. 351-359

EC, 2007a, *Growing Regions, growing Europe*, Fourth Report on economic and social cohesion, European Union, Brussels

EC, 2007b, *Cultural and sporting events: An opportunity for developing tourist destinations and the tourist industry*, Group Amnyos Consultants

EC, 2007c, *The European tourism industry in the enlarged community – gaps are potentials and opportunities*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 2006, *A renewed EU tourism policy: Towards a stronger partnership for European tourism*, Commission of the European Communities, Brussels

EC, 2004, *The European tourism industry – A multi-sector with dynamic markets – Structures, developments and importance for Europe's economy*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 2003a, *Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises*, Official Journal of the European Union, L 124, 20 of May, Luxembourg

EC, 2003b, *Structure, performance and competitiveness of European tourism and its enterprises*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 1999a, *Evaluation design and management*, in MEANS Collection – Evaluating socio-economic programmes, Vol. 1, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 1999b, *Selection and use of indicators for monitoring and evaluation*, in MEANS Collection – Evaluating socio-economic programmes, Vol. 2, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 1999c, *Principal evaluation techniques and tools*, in MEANS Collection – Evaluating socio-economic programmes, Vol. 3, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

EC, 1995, *Common guide for monitoring and interim evaluation*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg

Edgell, D L, 1999, *Tourism Policy: The Next Millennium*, Sagamore Publications

Eilat, Y, Einav, L, 2004, *Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis*, in Applied Economics, vol. 36, pp. 1315-1327

Elliott, J, 1997, *Tourism, Politics and public sector management*, Routledge, London

Epstein, I, Tripodi, T, 1977, *Research techniques for program planning, monitoring and evaluation*, Columbia University Press, New York

ETB, 2001, *Managing Micros – A practical guide for tourism advisors*, English Tourism Council, London

ETC, 2006, *Tourism trends for Europe*, ETAG – European Travel & Tourism Action Group, Bruxells

Eusébio, C A, Castro, E A, Costa, C M M, 2008, *Diversidade no Mercado Turístico da Região Centro de Portugal: Identificação dos segmentos de maior valor económico em termos de atividades turísticas praticadas*, in Revista Turismo & Desenvolvimento (10), pág. 9-24.

Fayos-Solá, E, 1996, *Tourism Policy: a midsummer night's dream?*, in Tourism Management, Vol. 17, N.º 6, pp. 405-412

Farias, A R, Takasago, M, Camargo, F S, Guilhoto, J J M, Imori, D, Andrade, J P, Mollo, M L R, 2009, *Tourism and the Brazilian economy: an analysis of the input-output matrix*, in WTO, Enzo Paci papers, vol. 6, pp. 277-291, Madrid

Farsari, I, Butler, R, Szivas, E, 2011, *Complexity in Tourism Policies – A Cognitive Mapping Approach*, in Annals of Tourism Research, Vol. 38, N.º 3, pp. 1110-1134

Fazenda, N, 2011, *Territorialização de uma Política Nacional de Turismo – O caso de Portugal*, Tese de Doutoramento, Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior Técnico

Feio, P A, Chorincas, J, 2009, *Governança Territorial e Inovação das Políticas Públicas*, in Prospetiva e Planeamento, Vol. 16

Ferreira, A M, 2003, *O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro

Fetterman, D M, Kaftarian, S J, Wandersman, A (eds), 1996, *Empowerment Evaluation: Knowledge and Tool for Self-Assessment and Accountability*, SAGE Publications, London

Figueiredo, A M (coord), 2010, *A Territorialização de Políticas Públicas em Portugal*, Instituto Financeiro para o Desenvolvimento Regional, IP, Lisboa

Figueiredo, A M, 2005, *As políticas e o planeamento do Desenvolvimento regional em Portugal*, in Costa, J S, (coord), *Compendio de Economia Regional*, 2.ª Edição, Coleção APDR – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Coimbra, Cap. 12, pp. 475-510

Finn, M, Elliott-White, M, Walton, M, 2000, *Tourism & Leisure Research Methods – Data collection, analysis and interpretation*, Pearson Education Limited, Harlow

Flores, J G, Alonso, C G, 1995, *Using focus group in educational research*, in Evaluation Review, vol. 19, nº 1, pp. 84-101

Frechtling, D C, 2009, *Measurement and analysis of tourism economic contributions for sub-national regions through the Tourism Satellite Account*, in WTO, Enzo Paci Papers, vol. 6, pp. 189-206, Madrid

Fuller, D, Bultjens, J, Cummings, E, 2005, *Ecotourism and indigenous micro enterprise formation in northern Australia – opportunities and constraints*, in Tourism Management, pp. 891-904

Fundo do Turismo (FT), 1998a, *Bonificação de Rendos de Locação Financeira*, Ministério da Economia

Fundo do Turismo (FT), 1998b, *Fundo de Investimento de Capital de Risco*, Ministério da Economia

Fundo do Turismo (FT), 1998c, *Financiamento Bancário*, Ministério da Economia

Fundo do Turismo (FT), 1998d, *Financiamentos Diretos*, Ministério da Economia

Fundo de Turismo (FT), 1998e, *PROREST – Programa de Apoio à Requalificação e Modernização dos Estabelecimentos de Restauração e de Bebidas*, Ministério da Economia

Fundo do Turismo (FT), 1998f, *Sistemas de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo*, Ministério da Economia

Geroski, P, 1995, *What do we know about entry?*, in International Journal of Industrial Organization, Vol. 13, n.º 4, pp. 421-440

Getz, D, Carlsen, J, 2005, *Family Business in Tourism – State of the Art*, in Annals of Tourism Research, Vol. 32, n.º 1, pp. 237-258

Getz, D, Carlsen, J, Morrison, A, 2004, *The Family Business in Tourism and Hospitality*, CABI Publishing, Oxfordshire

Goeldner, C, Ritchie, J, 2003, *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, New Jersey, 9th Edition

Goymen, K, 2000, *Tourism and Governance in Turkey*, in Annals of Tourism Research, Vol. 27, N.º 4, pp. 1025-1048

Graetz, B, Becton, S, 2001, *Small Business – Small Minded? Training Attitudes and Needs of the Tourism and Hospitality Industry*, in International Journal of Tourism Research, Vol. 3, pp. 105-113

Gratton, C, Taylor, P, 2000, *Economics of sport and recreation*, E & FN Spon, London

Green, H, Huster, H, Moore, B, 1990, *Application of the Delphi Technique in Tourism*, in Annals of Tourism Research, vol. 17, pp. 270-279

Greenbaum, T L, 1993, *The handbook of Focus Group Research*, Lexington Books, New York

Gunn, C, Var, T, 2002, *Tourism Planning – Basics, Concepts, Cases*, Routledge, New York

Gunn, C, 1994, *Perspective on the purpose and nature of Tourism Research Methods Planning*, in Ritchie, J B, Goeldner, C R, (ed), Travel, Tourism, and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers, 2.ª Edição, John Wiley & Sons, Inc., Nova Iorque

Haddad, E, Ramos, P, Castro, E A, (eds), 2011, *Modelos operacionais de economia regional*; Principia, Cascais

Hair, J F, Anderson R E, Tatham R L, Black, W C, 1995, *Multivariate data analysis with readings*, Prentice Hall International, 4th Edition

Hall, M, 2011, A tipology of governance and its implications for tourism polixy analysis, in *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 4-5, pp. 437-457

Hall, C M, Page, S J, 2002, *The Geography of Tourism and Recreation – Environment, Place and Space*, Routledge, London, 2nd Edition

Hall, C M, 2000, *Tourism Planning – Policies, Processes and Relationships*, Prentice Hall, Harlow

Hall, C M, 1999, *Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective*, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 7, N.º 3/4, pp. 274-289

Hall, C M, Jenkins, J M, 1995, *Tourism and Public Policy*, Routledge Topics in Tourism, London

Hall, C M, 1994, *Tourism and Politics – Policy, Power and Place*, John Wiley & Sons, West Sussex

Hall, G, 1995, *Surviving and Prospering in the Small Firm Sector*, Routledge, London

Hallenga-brink, S C, Brezet, J C, 2005, *The sustainable innovation design diamond for micro-sized enterprises in tourism*, in Journal of Cleaner Production, 13, pp. 141-149

Hara, T, 2008, *Quantitative tourism industry analysis – Introduction to input-output, social accounting matrix modeling and Tourism Satellite Accounts*, Butterworth-Heinemann, Oxford

Harrigan, K R, 1985, *Vertical Integration and Corporate Strategy*, in Academy of Management Journal, nº 2, pp. 397-425

Hart, M, Scott, R, Keegan, R, Gudgin, G, 1993, *Job creation in small firms*, Belfast, NIERC

Hart, M, Harrison, R T, Gallagher, C, 1993, *Enterprise creation, job generation and regional policy in the UK*, in Harrison, R T, Hart, M (eds), Spatial Policy in a Divided Nation, London, Jessica Kingsley Publishers

Helmer, O, 1967, *Analysis of the future: The Delphi Method*, Rand Corporation

Hill, M, Hill, A, 2005, *Investigação por questionário*, Edições Silabo Lda., Lisboa

Holloway, J C, 2002, *The Business of Tourism*, Pearson Education Limited, Harlow, 6th Edition

Horobin, H, Long, J, 1996, *Sustainable tourism: the role of the small firm*, in International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8 (5), pp. 15-19

Instituto de Desarrollo Regional (IDR), 2000, *Guía para la Evaluación de políticas públicas*, Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria

Idtour, 2012, *Estudo de Mercado: Hotelaria, Restauração e Bebidas*, AHRESP – Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal, Aveiro

INE, 2006, *Conta Satélite do Turismo de Portugal – Metodologia e Quadro de Resultados*, Departamento de Estatísticas Macroeconómicas, Serviço de Contas Satélite, Lisboa

INE, 2003, *Estudo de Implementação da Conta Satélite do Turismo em Portugal – Relatório de Progresso*, Faro, Maio.

INE, 2003, *Estudo de Implementação da Conta Satélite do Turismo em Portugal – Relatório Final*, Faro, Julho.

INE, 2002, *Conta Satélite do Turismo 2000-2006 – Análise de resultados*, Lisboa

INE, 1999, *Contas económicas do turismo e estudo do impacto do turismo na economia 1992-1995 – Relatório final*, Lisboa

Inskip, E, 1991, *Tourism Planning – An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York

Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (IFT), 2002, *Ciclo de Debates 1999 – Livro de Atas*, Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, Lisboa

Jackson, J, Murphy, P, 2006, *Clusters in regional tourism – an Australian case*, in Annals of Tourism Research, vol. 33, n.º 4, pp. 1018-1035

Jamal, T, Getz, D, 1995, *Collaboration Theory and Community Tourism Planning*, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, pp. 186-204, Elsevier Ltd

Jeffries, D, 2001, *Governments and Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford

Jennings, G, 2001, *Tourism Research*, John Wiley & Sons Australia Ltd, Milton

Jones, E, Haven-Tang, C (eds), 2005, *Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness*, CABI, Wallingford

Jones, O, Tilley, F, 2003, *Competitive Advantage in SMEs – Organising for Innovation and Change*, John Wiley & Sons Ltd, West Sussex

Joo, M, Rosentraub, M S, 2009, *Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?*, in Tourism Management, 30, pp. 759-770

Karamustafa, K, 2005, *Tourism Public Policy and the Strategic Management of Failure*, in Annals of Tourism Research, Vol. 32, N.º 2, pp. 508-509

Keilbach, M, 2000, *Spatial Knowledge Spillovers and the Dynamics of Agglomeration and Regional Growth*, Physica-Verlag, Mannheim

Kerlinger, F, 2000, *Foundations of behavioral research*, Wadsworth, Australia, 4th Edition

Kerr, W R, 2003, *Tourism Public Policy, and the Strategic Management of Failure*, Elsevier Ltd., Oxford

Kitzinger, J, 1994, *The methodology of focus group: the importance of interaction between research participants*, in *Sociology of Health*, Vol. 16, nº 1, pp. 103-121

Kokkranikal, J J, Morrison, A J, 2002, *Entrepreneurship and sustainable tourism: a case study of the houseboats of Kerala*, in *Tourism and Hospitality Research*, 4 (1), pp. 7-20

Kreuger, R A, 1994, *Focus group: a practical guide for applied research*, SAGE Publications, London

Krippendorff, J, 1982, *Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors*, in *Tourism Management*, Vol. 3, N.º 3, pp. 135-148

Laredo, P, Mustar, P, 2001, *Research and Innovation Policies in the New Global Economy – An International Comparative Analysis*, Edward Elgar, Cheltenham

Leberman, S I, 2002, *Planning for recreation and tourism at the local level: applied research in the Manawatu region of New Zealand*, in *Tourism Geographies*, 4 (1), pp. 3-21

Lee, C C, Chang, C P, 2008, *Tourism Development and Economic Growth: A closer look at panels*, in *Tourism Management*, Vol. 29/1, pp. 180-192, Elsevier Ltd

Leeuw, F L, Rist, R C, *Can Governments Learn?*, Transaction Publishers, London

Lei n.º 30-B/2000 de 29 de Dezembro de 2000: Grandes Opções do Plano para 2001

Leiper, N, 2004, *Tourism Management*, Pearson Education, Frenchs Forest, 3rd Edition

Libreros, M, Massieu, A, Meis, S, 2006, *Progress in Tourism Satellite Account Implementation and Development*, in *Journal of Travel Research*, Vol. 45, n.º 1, pp. 83-91

Lickorish, L J, 1988, *Tourism policy and development course*, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, N.º 2, pp. 273-274

Linden, R M, 1994, *Seamless Government – A Practical Guide to Re-engineering in the Public Sector*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco

Lin, A, Wall, G, 2006, *Planning tourism employment: a developing country perspective*, in Tourism Management, 27, pp. 159-170

Local Government New Zealand (LGNZ), 2004, *Recommend good practice for governance of regional tourism organisations*, Catalyst Management Services Limited, Tauranga, New Zealand

Manyara, G, Jones, B, 2007, *Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction*, in Journal of Sustainable Tourism, vol. 15, n.º 6, pp. 628-644

Manseau, A, Seaden, G (Eds), 2001, *Innovation in Construction – An International Review of Public Policies*, Spon Press, London

MAOTDR, 2007, *QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional – Portugal 2007-2013*, Observatório do QCA III e Ministério do Ambiente, Ordenamento do Território e Desenvolvimento Regional, Lisboa

Marôco, J, 2010, *Análise Estatística com o PASW Statistics (ex-SPSS)*, Pêro Pinheiro, Report Number, Lda

Masschelein, L, Buyten, A V, 2002, *Structure, Performance and Competitiveness of European Tourism and its Enterprises*, slide presentation given at Salon des Vacances, Brussels, 21 March

Massieu, A, 2006, *Managing Economic Impacts, Tourism Satellite Accounts and Observatories*, in Buhalis, D, Costa, C (ed), 2006, in Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools, Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington

Mathieson, A, Wall, G, 1982, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman Publishing Group, Essex

McCooy, P, 1982, *The new national tourism policy act the state role in implementation*, in Annals of Tourism Research, Vol. 9, N.º 2, pp. 276-279

McIntyre, G, 1993, *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, Organização Mundial do Turismo, Madrid

Mcintosh, R W, Goeldner, C R, Ritchie, J R B, 1995, *Tourism: principles, practices, philosophies*, 7.ª Edição, John Wiley & Sons, Nova Iorque

ME, 2004, *Programa de Incentivos à Modernização da Economia (PRIME)*, Ministério da Economia, Lisboa

ME, 2002a, *Turismo em Portugal – Política, Estratégia e Instrumentos de Intervenção*, Direção Geral do Turismo, Lisboa

ME, 2002b, *O Turismo na União Europeia – Documento de Reflexão*, Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia, Vilamoura

MEID – Ministério da Economia, Inovação e do Desenvolvimento, 2010, *PRIME – Programa de Incentivos à Modernização da Economia – Relatório de Execução Final*, Volume 1, Gabinete de Gestão do PRIME

MEPAT, 1999, *Plano de Desenvolvimento Regional 2000-2006*, Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional, Lisboa

MEPAT, 1998a, *Portugal, Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social 2000-2006 – Diagnóstico Prospetivo*, Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional, Lisboa

MEPAT, 1998b, *Portugal, Plano Nacional do Desenvolvimento Económico e Social – Uma Visão Estratégica para Vencer o séc. XXI*, Lisboa

MFAF – Ministry for Foreign Affairs Finland, 1998, *Guidelines for programme design, monitoring and evaluation*, MFAF – Department for International Development Cooperation, Helsinki

Mihalic, T, 2009, *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*, in Annals of Tourism Research, Vol. 36, N.º 1, pp. 157-158

Milne, S, Ateljevic, I, 2001, *Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity*, in Tourism Geographies, 3 (4), pp. 369-393

MEI - Ministério da Economia e da Inovação, 2007, *Plano Estratégico Nacional do Turismo*, Lisboa

Ministério do Comércio e Turismo (MCT), 1992, *Turismo – estratégia de desenvolvimento e quadro de apoio financeiro*, Fundo de Turismo, Lisboa

Ministério do Comércio e Turismo (MCT), 1991, *Livro Branco do Turismo*, Direção Geral do Turismo, Lisboa

Ministério do Planeamento (MP), 2000, *Quadro Comunitário de Apoio III – Portugal 2000-2006*, Direção Geral do Desenvolvimento Regional, Lisboa

Mill, R C, Morrison, A M, 1992, *The Tourism System – An Introductory Text*, Prentice-Hall International, New Jersey, 2nd Edition

Morgan, D L, 1997, *Focus groups as qualitative research*, Vol. 16, 2nd Edition, SAGE University Paper, London

Mouzas, S, 2006, *Efficiency versus effectiveness in business networks*, in Journal of Business Research, 59, pp. 1124-1132

Morrison, A, 2003, *Conference Review: international conference – small firms in the tourism and hospitality sectors*, in Tourism Management, 24 (4), pp. 495-498

Morrison, A, 1994, *Marketing strategic alliances: the small hotel firm*, in International Journal of Contemporary Hospitality Management, 6 (3), pp. 25-30

Morrison, A, Rimmington, M, Williams, C, 1999, *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*, Butterworth-Heinemann, London

Morrison, A, Thomas, R (eds), 2004, *SMEs in Tourism: An International Review*, Association for Tourism and Leisure Education, Arnhem

MPAT, 1993a, *Análise Económica e Social – Preparar Portugal para o séc. XXI*, Secretaria de Estado do Planeamento e do Desenvolvimento Regional, Lisboa.

MPAT, 1993b, *“Opções Estratégicas – Preparar Portugal para o séc. XXI”*, Secretaria de Estado do Planeamento e do Desenvolvimento Regional, Lisboa.

MPAT, 1994a, *Plano de Desenvolvimento Regional 1994-1999 – Preparar Portugal para o séc. XXI*, Secretaria de Estado do Planeamento e do Desenvolvimento Regional, Lisboa

MPAT, 1994b, *QCA/PDR 1994-1999 Modernização do Tecido Económico*, Lisboa, Direção Geral do Desenvolvimento Regional, Lisboa

Murphy, P, 1985, *Tourism: A Community Approach*, Routledge, Nova Iorque

Murray, J G, 2001, *Local government and private sector purchasing strategy: a comparative study*, in European Journal of Purchasing & Supply Management, 7, pp. 91-100

Newcomer, K E, 1997, *Using performance measurement to improve programs*, in New Directions for Evaluation, 75, 5

Nilsson, P A, Petersen, T, Wanhill, S, 2005, *Public support for tourism SMEs in peripheral areas: The arjeplog project, northern Sweden*, in The Service Industries Journal, 25:4, pp. 579-599

Nordin, S, 2003, *Tourism Clustering & Innovation – Paths to economic growth & development*, ETOUR – European Tourism Research Institute

Novelli, M, Schmitz, B, Spencer, T, 2005, *Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience*, in Tourism Management, 27, pp. 1141-1152

Nutley, S M, Walter, I, Davies, H T O, 2002, *From knowledge to doing: A Framework for understanding the evidence-into-practice agenda*, in Evaluation: the International Journal of Theory, Research and Practice, Vol. 9, nº 2, pp. 125-148

OECD, 2010, *OECD Tourism Trends and Policies 2010*, OECD Publications, Paris

OECD, 2008, *OECD Competitiveness and sustainable global tourism markets*, in Briefing paper for the high level ministerial tourism committee meeting, Riva del la Garde, Italy

OECD, 2001, *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, Paris

OECD, 2000a, *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies – The OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment*, OECD, Paris

OECD, 2000b, *Proceedings from the Bologna 2000 SME Conference Business Symposium*, Bologna, Italy, 14-15 Junho

Ohmae, K, 1995, *The End of Nation State – The Rise of Regional Economies*, Harper Collins Publishers, London

Oliveira, J A P, 2003, *Governmental responses to tourism development: three Brazilian case studies*, in Tourism Management, 24, pp. 97-110

OMT, 2007, *A practical guide to tourism destination management*, Organização Mundial do Turismo, Madrid

OMT, 2004a, *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and case studies*, Organização Mundial do Turismo, Lisboa

OMT, 2002, *Tourism after 11 September 2001: Analysis, remedial actions and prospects*, Madrid

OMT, 2001a, *Apuntes de Metodologia de la Investigación en Turismo*, Organización Mundial del Turismo, Madrid

OMT, 2001b, *Tourism Satellite Account / TSA: Recommended Methodological Framework*, Madrid

OMT, 1999, *Conta Satélite do Turismo – Quadro Conceptual*, Organização Mundial do Turismo, Madrid

OMT, 1998a, *Introducción al Turismo*, Organización Mundial del Turismo, Madrid

OMT, 1998b, *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, Organização Mundial do Turismo, Madrid

OMT, 1997, *International Tourism: A Global Perspective*, 2.^a Edição, Madrid

OMT, 1995a, *Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics – Technical Manual N.º 1*, Madrid

OMT, 1995b, *Collection of Tourism Expenditure Statistics – Technical Manual N.º 2*, Madrid

Owen, M O, Rogers, P, 1998, *Program Evaluation: Forms and Approaches*, SAGE Publications, London

Ozturk, H E, 2009, *The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism regions*, in Tourism Management, 30, pp. 589-597

Pal, L A, 1992, *Public Policy Analysis: An Introduction*, Nelson Canada, Scarborough

Pallant, J, 2001, *SPSS – Survival Manual*, Philadelphia, Open University Press

Patton, M, 1980, *Qualitative evaluation methods*, SAGE Publications, Newbury Park

Pawson, R, 2002, *Evidence based policy: In search of a method*, in Evaluation: The International Journal of Theory, Research and Practice, vol. 8, nº 2, pp. 157-181

Pearce, D, 1992, *Tourist Organisations*, Longman, Harlow

Pearce, D, 1989, *Tourist Development*, Longman Scientific & Technical, Harlow, 2nd Edition

Pearce, D, Butler, R W (ed), 1993, *Tourism Research: Critiques and Challenges*, Routledge, Londres

Pereira, A, 1999, *SPSS – Guia Prático de Utilização*, Edições Sílabo, Lisboa, 2.^a Edição

Pestana, H, Gageiro, J, 2000, *Análise de Dados para Ciências Sociais – A complementaridade do SPSS*, Lisboa, Edições Sílabo, 2.^a Edição

Piga, C A G, 2003, *Territorial Planning and Tourism Development Tax*, in Annals of Tourism Research, Vol. 30, N.º 4, pp. 886-905

Pike, A, Rodriguez-Pose, A e Tomaney, J, 2006, *Local and Regional Development*, Routledge, Londres

Pires, L M, 1998, *A Política Regional Europeia e Portugal*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa

Pizam, A, 1994, *Planning a Tourism Research Investigation*, in Ritchie and Goeldner (eds) Travel, Tourism and Hospitality Research, John Wiley & Sons, New York, 2nd Edition

Phelps, N, 1996, *Small Firms and Local Economic Development in South London*, in Local Economy, 11, November, pp. 202-220

Pollitt, C, 1995, *Justification by works or by faith? Evaluating the New Public Management*, in Evaluation, vol. 1 (2), pp. 133-154

Popovich, M G, 1998, *Creating High-Performance Government Organizations*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco

PCM – Presidência do Conselho de Ministros, 2009, Programa do XVIII Governo Constitucional 2009-2013

PCM – Presidência do Conselho de Ministros, 2005, Programa do XVII Governo Constitucional 2005-2009

PCM – Presidência do Conselho de Ministros, 2004, Programa do XVI Governo Constitucional

PCM – Presidência do Conselho de Ministros, 2002, Programa do XV Governo Constitucional

PCM – Presidência do Conselho de Ministros, 1999, Programa do XIV Governo Constitucional

Quivy, R, Campenhoudt, L V, 1998, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Gradiva, Lisboa

Ramos, A, 2005, *O Termalismo em Portugal: dos fatores de obstrução à revitalização pela dimensão turística*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro

Regulamento CEE n.º 3037/90 do Conselho de 9 de Outubro de 1990 – NACE-Rev. 1: Nomenclatura das Atividades Económicas da Comunidade Europeia

Regulamento CE n.º 29/2002 da Comissão de 19 de Dezembro de 2001 – NACE-Rev. 1.1.: Nomenclatura das Atividades Económicas da Comunidade Europeia

Reis, J (coord), 2005, *Governança Regional e Gestão das Intervenções Financiadas pelos Fundos Estruturais*, Estudo para o Observatório do QCA III, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra

Rhodes, R, 1997, *Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability*, Open University Press, Buckingham

Rhodes, R, 1996, *The new governance: governing without government*, in Political Studies, Vol. 44, N.º 3, pp. 652-667

Richardson, H W, 1973, *Regional Growth Theory*, Macmillan, Londres

Richter, L K, 1980, *The political uses of tourism: A Philippine case study*, in Journal of Developing Areas, N.º 14, pp. 237-257

Rieper, O, Toulemonde, J (eds), 1997, *Politics and Practices of Intergovernmental Evaluation*, Transaction Publishers, New Jersey

Rist, R C, 1999, *Program evaluation & the management of government: patterns and prospects across eight nations*, Transaction Publishers, New Jersey

Ritchie, J R B, Goeldner, C R, 2000, *Travel, Tourism and Hospitality Research – A Handbook for Managers and Researchers*, 2.ª Edição, John Wiley & Sons, Nova Iorque

Rogerson, C M, 2007, *Supporting small firm development in tourism: South Africa's tourism enterprise programme*, in International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 8 (1), pp. 6-14

Rogerson, C M, 2005, *Unpacking tourism SMEs in South Africa: structure, support needs and policy response*, in Development Southern Africa, 22 (5), pp. 623-642

Rosentraub, M S, Joo, M, 2009, *Tourism and economic development: which investments produce gains for regions?*, in Tourism Management, 30, pp.759-770

Rossi, P, Lipsey, M W, Freeman, H E, 2004, *Evaluation: A systematic approach*, SAGE Publications, Newbury Park, SA, 7th Edition

Saumure, K, 2001, *Focus Group – An Overview*, University of Alberta, Alberta

Sessa, A, 1976, *The Tourism Policy*, in Annals of Tourism Research, Vol. 3, N. º 5, pp. 234-247

SET, 1998, *Linhas orientadoras para a política de turismo em Portugal*, Direção Geral do Turismo, Lisboa

SET, 1992, *Turismo – plano de médio prazo: horizonte 1994/97*, Direção Geral do Turismo, Lisboa

Shadish, W, Cook, T, Leviton, L (eds), 1991, *Foundations of Program Evaluation: Theories and Practice*, SAGE Publications, Newbury Park

Sharpley, R, Telfer, D, 2002, *Tourism and Development – Concepts and Issues*, Channel View Publications, Clevedon

Shaw, G, Williams, A M, 2004, *From lifestyle consumption to lifestyle production: changing patterns of tourism entrepreneurship*, in Thomas, R (ed), Small firms in tourism: International perspectives, Pergamon, Oxford, pp. 99-114

Shaw, G, Williams, A, 2002, *Critical Issues in Tourism – A Geographical Perspective*, Blackwell Publishers, Oxford, 2nd Edition

Schumacher, E F, 1973, *Small is Beautiful*, Vintage, London

Silva, J A, 2004, *A investigação científica e o turismo*, in Revista Turismo & Desenvolvimento, Janeiro 2004, Universidade de Aveiro, Aveiro

Silva, J A M, Silva, J A V, 2003, *Inserção Territorial das Atividades Turísticas em Portugal – Uma Tipologia de Caracterização*, in Estudos Regionais, n.º 1, pp. 53-73

Silva, J A, 1989, *Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal*, Centro Interdisciplinar de Estudos Económicos, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa

Silva, J A (coord), 2001, *Metodologia de Avaliação ex-ante de Projetos Turísticos com Impactes Ambientais*, Universidade do Algarve, Faro

Silva, J S, 2009, *A visão holística do turismo interno e a sua modelação*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro

Simeon, R, 1976, *Studying public policy*, in Canadian Journal of Political Science, Vol. 9, nº 4, pp. 558-580

Smeral, E, Wuger, M, 2005, *Does complexity matter? Methods for improving forecasting accuracy in tourism: The case of Austria*, in Journal of Travel Research, vol. 4, pp. 100-110

Smith, S L J, 2006, *How big, How many? Enterprise size distributions in tourism and other industries*, in Journal of Travel Research, Vol. 45, pp. 53-58

Smith, S L J, 1987, *Regional Analysis of Tourism Resources*, in Annals of Tourism Research, 14 (2), pp. 254-273

Smith, S L J, 1989, *Tourism Analysis: A Handbook*, Longman, Harlow

Steinhoff, D, Burgess, J F, 1993, *Small Business Management Fundamentals*, McGraw-Hill, Inc, New York, Sixth Edition

Stevenson, N, Airey, D, Miller, G, 2008, *Tourism Policy Making*, in Annals of Tourism Research, Vol. 35, N.º 3, pp. 732-750

Storey, D, 1990, *Firm Performance and Size*, in Acs, Z J and Audretsch, D B, 1990, The Economics of Small Firms – A European Challenge, Kluwer Academic Publishers, The Netherlands

Stufflebeam, D L, Shinkfield, A J, 2007, *Evaluation Theory, Models & Applications*, Jossey-Bass, San Francisco

Tang, C H, Jang, S C, 2009, *The tourism economy causality in the United States: A sub-industry level examination*, in Tourism Management, 30, pp. 553-558

Thomas, R, Shaw, G, Page, S, 2011, *Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges*, in Tourism Management, 32, pp. 963-976

Thomas, R, Thomas, Huw, 2006, *Micro politics and micro firms: a case study of tourism policy formation and change*, in Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 13, N.º 1, pp. 100-114

Thomas, R, Long, J, 2001, *Tourism and Economic Regeneration: The Role of Skills Development*, in International Journal of Tourism Research, Vol. 3, pp. 229-240

Thomas, R, 2000, *Small Firms in the Tourism Industry: Some Conceptual Issues*, in International Journal of Tourism Research, 2, pp. 345-353

Thomas, R, 1995, *Public policy and small hospitality firms*, in International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7 (2/3), pp. 69-73

Thomas, R, 1994, *European Union enterprise policy and the hospitality industry*, in International Journal of Contemporary Hospitality Management, 6 (4), pp. 10-15

Tinsley, R, Lynch, P, 2001, *Small tourism business networks and destination development*, in International Journal of Hospitality Management, 20, pp. 367-378

Tyrrel, T J, Johnston, R J, 2006, *The economic impacts of tourism: A special issue*, in Journal of Travel Research, vol. 45, pp. 3-7

Tyrrell, T J, Johnston, R J, 2001, *A framework for assessing direct economic impacts of tourist events: Distinguishing origins, destinations, and causes of expenditures*, in Journal of Travel Research, Vol. 40, pp. 94-100

Torkildsen, G, 2005, *Leisure and Recreation Management*, Routledge, London

Torkildsen, G, 1996, *Leisure and Recreation Management*, E & FN Spon, London, 3th Edition

Tremblay, P, Wegner, A, 2009, *The Costs and Implications of Inter-Firm Collaboration in Remote Area Tourism*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Queensland, Australia

Trousdale, W J, 1999, *Governance in context – Borocay Island, Philippines*, in Annals of Tourism Research, vol. 26, nº 4, pp. 840-867

Turégano, M A S, 2006, *Dependency and development patterns in tourism: A case study in the Canary Islands*, in Tourism and Hospitality Planning & Development, vol. 3, nº pp. 117-130

UE, 2011, *Os projetos de Turismo co-financiados pelo FEDER foram eficazes?*, Tribunal de Contas Europeu, Relatório Especial n.º 6, Luxemburgo

UNWTO, 2012, *UNWTO Tourism Highlights 2012*, United Nations World Tourism Organization, Madrid

Van der Knaap, P, 1995, *Policy Evaluation and Learning. Feedback, Enlightenment or Augmentation?*, in *Evaluation*, Vol. 1(2), pp. 189-216

Veal, A J, 1997, *Research Methods for Leisure and Tourism – A Practical Guide*, Pearson Education, Harlow, 2nd Edition

Veal, A J, 2002, *Leisure and tourism policy and planning*, 2nd Edition, CAB International, Wallingford

Vedung, E, 1997, *Public Policy and Program Evaluation*, Transaction Publishers, New Jersey

Vernon, J, Essex, S, Pinder, D, Curry, K, 2005, *Collaborative policymaking – local sustainable projects*, in *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 2, pp. 325-345

Vieris, P L, Phillips, P, 2005, *Performance measure systems in tourism, hospitality, and leisure small medium-sized enterprises: A balanced scorecard perspective*, in *Journal of Travel Research*, vol. 44, pp. 201-211

Wanhill, S, 2005, *Role of government incentives*, in Theobald, W F, 2005, *Global Tourism*, pp. 367-390, Burlington, Elsevier Science Ltd, 3rd Edition

Wanhill, S, 2000, *Small and Medium Tourism Enterprises*, in *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, N.º 1, pp. 132-147

Wanhill, S, 1996, *Local enterprise and development in tourism*, in *Tourism Management*, vol. 17, n.º 1, pp. 35-42

Weiss, C H, 1972, *Evaluation research*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey

Wen Kuo, N, Yuan Hsiao, T, Hwa Yu, Y, 2005, *A Delphi-matrix approach to SEA and its application within the tourism sector in Taiwan*, in *Environmental Impact Assessment Review*, vol. 25, pp. 259-280

Whitford, M, 2009, *A framework for the development of event public policy: Facilitating regional development*, in Tourism Management, 30, pp. 674-682

Wholey, J, 1986, *Using evaluation to improve government performance*, in Evaluation Practice, Vol. 7, pp. 5-13

Williams, A M, Shaw, G, 1988, *Tourism policies in a changing economic environment*, in Williams, A M, e Shaw, G (ed), Tourism and Economic Development: Western European Experiences, Behalven Press, Londres, pp. 230-239

Wood, D, Hughes, M, 2006, *Tourism accommodation and economic contribution on the Ningaloo Coast of Western Australia*, in Tourism and Hospitality Planning & Development, vol. 3, n.º 2, pp. 77-88

World Commission on Environment and Development, 1987, *Our Common Future*, World Commission on Environment and Development (Brundtland Commission), Oxford University Press, Oxford

WTO, 2005, *Adapting the National Tourism Satellite Account (TSA) Project to subnational levels*, WTO Department of Statistics and Economic Measurement of Tourism, Madrid

WTO, 2002a, *About the correct treatment of the tourism business expenses in the compilation of the Tourism Satellite Account*, World Tourism Organization, Madrid

WTO, 2002b, *The Future of Small and Medium-sized Enterprises in European Tourism faced with Globalization*, Proceedings of WTO Seminar, Budapest – Hungary, 23-24 May 2001

WTO, 2002c, *Designing the tourism satellite account (TSA) methodological framework -Part 1*, World Tourism Organization, Madrid

WTO, 2002d, *General guidelines for national tourism administrations (NTAs) relative to the development of the tourism satellite account (TSA)*, World Tourism Organization, Madrid

WTO, 2001a, *National and Regional Tourism Planning – Methodologies and Case Studies*, Thomson Learning, London

WTO, 2001b, *The tourism satellite account (TSA): Past, present and future developments – Part II*, World Tourism Organization

WTO, 2000, *Public-Private Sector Cooperation – Enhancing Tourism Competitiveness*, World Tourism Organization, Madrid

WTO, 1999, *Changes in Leisure Time: The Impact on Tourism*, World Tourism Organization; Madrid

WTO, 1997a, *Towards New Forms of Public-Private Sector Partnership*, WTO, Madrid

WTO, 1997b, *Faced with Worldwide Competition and Structural Changes: What are the Tourism Responsibilities of European Governments?*, in WTO/CEU-ETC Joint Seminar, Salzburg, Austria, April 9-10

Xiao, H, Smith, S L J, 2006, *Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis*, in Tourism Management, 27, pp. 738-749

Zhang, M, Macpherson, A, Jones, O, 2006, *Conceptualizing the learning process in SMEs*, in International Small Business Journal, Vol. 24 (3), pp. 299-323

