

**UNIVERSIDADE DO ALGARVE**  
**FACULDADE DE ECONOMIA**

**INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO TURISMO**  
**O SECTOR HOTELEIRO DO ALGARVE**

Tomo II  
(Anexos e Apêndices)

Dissertação para a Obtenção do Grau de Mestre em Ciências  
Económicas e Empresariais

**ANA TERESA DE MELO MARTINS**

FARO  
2004





**ANA TERESA DE MELO MARTINS**

FACULDADE DE ECONOMIA

Orientador: PROFESSOR DOUTOR JOÃO ALBINO MATOS DA SILVA

Novembro de 2004

**INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NO TURISMO - O SECTOR HOTELEIRO  
DO ALGARVE – Tomo II (Anexos e Apêndices)**

Júri:

Presidente: Professor Doutor João Albino Matos Da Silva  
Vogais: Professor Doutor José Manuel Monteiro Barata  
Professor Doutor João Pinto Guerreiro

3401 T.

\*  
28 10 05 63528/2  
338.48  
MAR \* Imo  
2° vol.  
1

# ÍNDICE GERAL

	Página
<b>Tomo II</b>	
Índice de Figuras, Quadros e Listas .....	iv
Índice de Tabelas.....	v
<b>ANEXOS</b> .....	1
Anexo A – Exemplos de Inovação .....	2
Anexo B – Listagem de Patentes (excerto) .....	6
Anexo C – Classificação Portuguesa de Actividades Económicas .....	11
<b>APÊNDICES</b> .....	13
Apêndice 3.1. – Quadro Resumo do «Ciclo Normal do Produto» .....	14
Apêndice 3.2. – Quadro Resumo do «Ciclo Invertido do Produto».....	15
Apêndice 3.3. – Produtos Turísticos Emergentes ou de Elevado Potencial de Crescimento em Portugal.....	16
Apêndice 4.1. – Quadros de Apoio à Exposição sobre o QCA II .....	17
Apêndice 4.2. – Descrição dos Sistemas de Incentivo do POE.....	19
Apêndice 5.1. – Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve (versão inicial) .....	39
Apêndice 5.2. – Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve (versão reduzida) .....	53
Apêndice 5.3. – Tabela de Variáveis.....	58
Apêndice 5.4. – Análise de Respostas e Não Respostas .....	65
Apêndice 6.1. – Tabelas de Apoio à Análise de Resultados .....	67
Apêndice 6.2. – Resultados Complementares .....	75
<b>GLOSSÁRIO</b> .....	86

## ÍNDICE DE FIGURAS, QUADROS E LISTAS

		Página
<b>Tomo II</b>		
Quadro A.1.	<i>Great travel innovations of the past</i> .....	2
Lista B.1.	Invenções registadas na Base de Dados Espacenet (excerto)...	6
Lista B.2.	Invenções registadas na Base de Dados USPTO Patent Full- Text and Image Database (excerto).....	9
Quadro C.1.	CAE de Turismo nos Sistemas de Incentivos .....	11
Quadro C.2.	Resumo dos Códigos de Actividade Económica .....	12
Quadro Ap.3.1.	Quadro Resumo do «Ciclo Normal do Produto» .....	14
Quadro Ap.3.2.	Quadro Resumo do «Ciclo Invertido do Produto» .....	15
Quadro Ap.3.3.	Produtos Turísticos Emergentes ou de Elevado Potencial de Crescimento em Portugal .....	16
Quadro Ap.4.1.1.	Estrutura do QCA II .....	17
Quadro Ap.4.1.2.	Objectivos do Subprograma “Turismo e Património” .....	18
Quadro Ap.4.2.1.	Resumo dos apoios às actividades inovadoras no PRIME .....	33
Figura Ap.4.2.1.	Apoios decorrentes da obtenção do estatuto de Empresa NEST ...	35

# ÍNDICE DE TABELAS

		Página
<b>Tomo II</b>		
Tabela B.1.	N.º de Patentes pesquisadas por tema e por base de dados...	6
Tabela Ap.4.2.1.	Projectos homologados no SIPIE, por Nuts II.....	21
Tabela Ap.4.2.2.	Candidaturas apresentadas ao SIPIE, por tipologia de projectos relacionadas com inovação, racionalização energética e Sistemas de Gestão.....	21
Tabela Ap.4.2.3.	Candidaturas apresentadas ao SIME, por tipologia de projectos relacionadas com inovação, racionalização energética e Sistemas de Gestão.....	24
Tabela Ap.4.2.4.	Projectos Homologados no SIME, por Nuts II.....	25
Tabela Ap.4.2.5.	Investimento Homologado no SIME, com a componente Inovação e Tecnologia, por Nuts II e por sector.....	25
Tabela Ap.4.2.6.	Projectos Homologados no SIVETUR, por Nuts II e por Tipologia.....	28
Tabela Ap.4.2.7.	Projectos Homologados no SIVETUR, por Nuts II e por CAE.....	29
Tabela Ap.4.2.8.	Projectos de Hotéis Homologados no SIVETUR, por Nuts II..	29
Tabela Ap.4.2.9.	Projectos Homologados no SIUPI, por tipologia de projectos.....	30
Tabela Ap.4.2.10.	Projectos Homologados na Tipologia B – Utilização Racional de Energia, do MAPE.....	32
Tabela Ap.5.3.	Tabela de Variáveis.....	59
Tabela Ap.5.4.	Análise de Respostas e Não Respostas por Variável.....	65
Tabela Ap.6.1.1.	N.º de Hotéis, por pessoal ao serviço.....	67
Tabela Ap.6.1.2.	Relação entre grupo económico e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores.....	67
Tabela Ap.6.1.3.	Relação entre o tipo de procura e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores (incluído o teste do qui-quadrado).....	68
Tabela Ap.6.1.4.	Tipo de Procura consoante o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores e a categoria do hotel.....	68
Tabela Ap.6.1.5.	Relação entre o sistema de CRS e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores, por categoria.....	69
Tabela Ap.6.1.6.	Relação entre o sistema de GDS e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores, por categoria.....	69
Tabela Ap.6.1.7.	Os sistemas de CRS e GDS, por categoria e pessoal ao serviço.....	69
Tabela Ap.6.1.8.	A Inovação em cada tipo de estratégia competitiva.....	70
Tabela Ap.6.1.9.	Plano Estratégico.....	70
Tabela Ap.6.1.10.	Objectivos tecnológicos definidos.....	70
Tabela Ap.6.1.11.	Elaboração de cenários de evolução e desvantagem comparativa.....	70

Tabela Ap.6.1.12.	As fontes de competitividade nos hotéis que desenvolveram serviços ou processos inovadores (por grau de importância).....	71
Tabela Ap.6.1.13.	Relação entre as estratégias competitivas e as fontes de competitividade (por grau de importância).....	71
Tabela Ap.6.1.14.	Fontes de Inovação, por categoria e por tipo de inovação (% de respostas).....	72
Tabela Ap.6.1.15.	Objectivos e resultados das inovações de serviço, por categoria (% de respostas).....	72
Tabela Ap.6.1.16.	Objectivos e resultados das inovações de processo, por categoria (% de respostas).....	73
Tabela Ap.6.1.17.	Consequências das Barreiras à Inovação .....	73
Tabela Ap.6.1.18.	Barreiras à inovação consoante o tipo de dificuldade, por categoria e desenvolvimento de projectos de inovação (% de respostas).....	74
Tabela Ap.6.2.1.	Caracterização dos hotéis (versão inicial) .....	75
Tabela Ap.6.2.2.	Dimensão da empresa de acordo com o capital social.....	77
Tabela Ap.6.2.3.	Integração em associações sectoriais .....	77
Tabela Ap.6.2.4.	Integração por tipo de associação sectorial (% de respostas).....	77
Tabela Ap.6.2.5.	Empresas Certificadas .....	78
Tabela Ap.6.2.6.	% Média de Dormidas por país de origem dos hóspedes .....	78
Tabela Ap.6.2.7.	% Média de Dormidas por tipo de cliente .....	78
Tabela Ap.6.2.8.	Evolução do pessoal ao serviço no período 1998-2000, por tipo de vínculo e habilitação literária .....	79
Tabela Ap.6.2.9.	Existência de dificuldades de contratação .....	79
Tabela Ap.6.2.10.	Motivos das dificuldades de contratação (% de respostas)...	79
Tabela Ap.6.2.11.	Preocupação Ambiental .....	80
Tabela Ap.6.2.12.	Áreas de intervenção das medidas de protecção ambiental ..	80
Tabela Ap.6.2.13.	Recolha e reciclagem de resíduos.....	80
Tabela Ap.6.2.14.	Diversificação de actividades e especialização de serviços..	81
Tabela Ap.6.2.15.	Perfil da Gestão.....	82
Tabela Ap.6.2.16.	Importância dos constrangimentos ao crescimento da empresa ..	82
Tabela Ap.6.2.17.	Existência de operações ou serviços que por não serem fornecidos colocam a empresa em desvantagem .....	82
Tabela Ap.6.2.18.	Departamentos em que se reflectiram as inovações de processo introduzidas (% de respostas).....	83
Tabela Ap.6.2.19.	Introdução de novas práticas de gestão.....	84
Tabela Ap.6.2.20.	Tipo de práticas de gestão introduzidas (% de respostas) ....	84
Tabela Ap.6.2.21.	Divisão das despesas de inovação por tipo de despesa.....	84
Tabela Ap.6.2.22.	Repartição das despesas de inovação por tipo de inovação ..	85
Tabela Ap.6.2.23.	Formas de financiamento das inovações por grau de importância .....	85

# **ANEXOS**

## ANEXO A – EXEMPLOS DE INOVAÇÃO

São várias as inovações existentes e as ainda possíveis no sector do turismo. Algumas são já tão usuais que nem nos apercebemos que houve uma data em que não existiam, em que não eram concretizáveis, em que eram apenas uma ideia inviável ou até uma “alucinação”.

Os exemplos pecam sempre por serem limitadores da imaginação, principalmente neste tema, em que se trata de invenção e inovação. No entanto, a referência a alguns exemplos, como o Turismo Ártico<sup>1</sup> (hotéis de gelo) ou o Turismo de Culinária<sup>2</sup> (o turista apreende a cozinha regional), permite uma melhor estruturação de ideias e apreensão de conceitos. É esse o objectivo deste apêndice com a apresentação de notícias recentes, em que são mencionadas algumas “novidades” na indústria do turismo.

Antes dos exemplos do presente, o quadro seguinte destaca as principais inovações do passado, no que concerne às viagens.

**Quadro A.1.**

*Great travel innovations of the past*

1807	1833	1874	1908	1914	1925	1950	1981
First train for fare-paying customers, in England	The Royal William is the first steam vessel to cross the Atlantic (Nova Scotia to London)	First traveler's checks are sold, by Thomas Cook	The Statler Co. becomes the first successful hotel chain, originating in Buffalo, N.Y.	First air carrier: St. Petersburg – Tampa Airboat Line	Hertz develops the first national rental-car company, a “Driver-Ur-Self-System”	Diners' Club becomes the first universal credit card	American Airlines launches the first frequent-flyer program: AAdvantage

Fonte: Retirado de Time (2001)

<sup>1</sup> Hjalager (2002).

<sup>2</sup> Ferreira (2001). Ver, por exemplo, Enz e Siguaw (2003) sobre inovações na gestão hoteleira (EUA).

<b>Holiday Inn cria “Quarto do Futuro”</b>
<p>A Holiday Inn criou o “quarto do futuro” com base nas expectativas e necessidades dos clientes do século XXI e que foi concebido de forma a criar espaços personalizados à medida de cada cliente.</p> <p>Proporcionar uma ideia de espaço e para revitalizar os cinco sentidos são os objectivos do “quarto do futuro” dos hotéis Holiday Inn, que apresentarão cortinados neutros e paredes de vidro, assim como tonalidades ajustáveis. O cliente poderá ainda escolher os seus aromas preferidos para ambientar o quarto, tendo também ao seu dispor uma selecção das suas bebidas preferidas.</p> <p>Este quarto permite ainda a escolha dos quartos (com imagens que vão desde as praias tropicais a momentos) e da música ambiente, com propostas que vão desde os sons da natureza aos hits mais recentes. Os elementos naturais foram dos mais considerados na concepção do “quarto do futuro”, nomeadamente através das plantas que crescem nas varandas.</p> <p>O “quarto do futuro” foi concebido em colaboração com o designer de interiores britânico, Laurence Llewelyn-Bowen, que de acordo com as tendências reveladas pelo estudo elaborado pela Holiday Inn (sobre as necessidades em viagem para os próximos 50 anos), criou o protótipo do que seria o quarto de um hotel da marca no ano de 2054.</p>
Publituris, 12/10/2004
<i>Comentário:</i> Este protótipo pode ser incluído num <i>portfolio</i> de produtos futuristas (ver secção 1.4.). Algumas destas «ideias» poderão ser utilizadas em momentos distintos, passando então a constituir uma inovação.

<b>Dubai vai ter um hotel no fundo do mar</b>
<p>(...) O nome escolhido para já é Hydropolis e tudo aponta que esteja pronto em 2006. (...)</p> <p>O Hydropolis será o primeiro hotel de luxo submerso em todo o mundo (...). Com 321 metros de altura e construído sobre uma ilha artificial, o hotel, que ficará situado 20m abaixo do nível do mar e a 300m da costa, ocupará uma área de 105 mil m<sup>2</sup> e contará com 200 suites de luxo, restaurantes, salões de festas e instalações de biologia marítima.</p> <p>Os quartos irão ser equipados com cinema privado, cama giratória, 27 linhas telefónicas e terão ainda cinco pessoas em serviço exclusivo dos hóspedes. (...)</p> <p>O empreendimento conseguirá no entanto ser visto a partir de terra, onde aliás se localizará a recepção, pois contará com uma cúpula acima do nível do mar, e a ligação entre a costa e o hotel será feita através de um túnel de cristal, num pequeno “comboio”.</p>
Turisver, 14/09/2003
<i>Comentário:</i> Disponibilização de um novo produto, que se poderá designar de alojamento subaquático.

<b>“Incubadora” finlandesa para o sector turístico (www.travelpark.fi)</b>
<p>Os centros de incubação são geralmente conhecidos como infra-estruturas de serviços destinados a apoiar a criação e desenvolvimento de empresas de base tecnológica.</p> <p>Na Finlândia, porém, existe uma rede de incubadoras designada Travel Park, que tem como objectivo apoiar novos empresários e novas ideias de negócio no sector turístico. Anualmente, esta organização ajuda a implementar cerca de 60 a 80 iniciativas que, num período relativamente curto, se transformam em pequenas empresas funcionais e lucrativas na oferta de serviços inovadores e de alta qualidade.</p> <p>Existe uma cooperação próxima e de interesse mútuo entre o Travel Park e as principais agências de viagens e outras empresas finlandesas relacionadas com o turismo. (<a href="http://www.travelpark.fi">http://www.travelpark.fi</a>)</p>
Euro Info Centre - Algarve (2000), Dez 2000
<i>Comentário:</i> Infra-estrutura de desenvolvimento de inovação, que pode conduzir à reorganização da indústria.

<b>Férias Cirúrgicas</b>
<p>A Cidade do Cabo, na África do Sul, acaba de criar um novo pacote de férias: safari e cirurgia. É verdade, cerca de 20 pessoas por mês estão já aproveitar as condições excepcionais oferecidas por uma agência sul-africana, que oferece um pacote de viagem, estadia, safari e cirurgia plástica por um preço extremamente atractivo. Muitos dos clientes são ingleses, e pagam pelo pacote o mesmo que, em Inglaterra pagariam apenas pela operação, com a vantagem de poderem descansar e divertir-se à vontade logo em seguida, sem medo de encontrar caras conhecidas nas redondezas...</p>
Martins, M. (2002), Fevereiro 2002
<i>Comentário:</i> Exemplo de um novo produto turístico

<b>Hotel Eduardo VII adere à tecnologia wireless</b>
O Hotel Eduardo VII, da cadeia Best Western, adoptou recentemente em todas as zonas públicas da unidade, a nova tecnologia wireless. Este serviço, que permite o acesso à Internet sem o uso de fios está agora disponível nas quatro salas de reuniões e no business center do Hotel Eduardo VII. (...)
Turisver, 19/03/2004
<b>Aeroporto das Flores com ligações sem fios</b>
O aeroporto das Flores, nos Açores, ficou, este mês, equipado com uma nova ligação entre o edifício da torre de controlo e o Serviço de Luta e Combate a Incêndios. A ligação é estabelecida através da tecnologia wireless e é realizada através de duas antenas. (...)
Turisver, 29/12/2003
<i>Comentário:</i> Apenas dois exemplos de um serviço inovador tanto no alojamento como noutros sectores, que está a ter uma adopção crescente pelas empresas.

<b>Air Luxor introduz telecheck-in</b>
A companhia de aviação Air Luxor colocou à disposição dos seus passageiros um novo serviço de check-in telefónico. O "TeleCheck-In", que vai acelerar o processo de embarque dos voos da transportadora (...). O novo serviço vai também permitir aos passageiros da Air Luxor, que não tenham bagagem de porão, reduzir o tempo de espera no aeroporto de Lisboa, uma vez que esta modalidade de check-in pode ser feita até 30 minutos antes da partida do voo. (...)
Turisver, 03/02/2004
<b>Air Europa com reservas por telemóvel</b>
A companhia aérea espanhola Air Europa vai introduzir um sistema pioneiro de reservas de bilhetes através do serviço de mensagens SMS dos telemóveis. Este novo serviço da transportadora do grupo Globalia entrará em curso a partir do próximo dia 15 do corrente mês, permitindo aos passageiros a aquisição de bilhetes electrónicos via Internet e receberem imediatamente um SMS confirmando a sua reserva. O novo sistema foi testado nos dias em que decorreu a Feira Internacional de Turismo de Madrid, no stand da Air Europa, cuja frota é constituída por 31 aparelhos Boeing que servem grande parte do território nacional espanhol, além de destinos europeus, entre os quais se integram Lisboa e Porto, voos transoceânicos e para o Norte de África.
Turisver, 03/02/2004
<i>Comentário:</i> No subsector dos transportes surgem novos processos de reserva ou de <i>check-in</i> utilizando as potencialidades dos telemóveis.

<b>Lufthansa com programa de relax a bordo</b>
A Lufthansa passou a disponibilizar, a bordo dos seus aviões, um programa exclusivo de relaxamento, em inglês e alemão, que responde a questões relacionadas com o bem estar durante as viagens aéreas. Disponível na programação de entretenimento do sistema áudio, este programa foi desenvolvido pela equipa médica da companhia alemã e combina técnicas que podem ser de imediato aplicadas com uma série de informações úteis de carácter científico. Como se pode aliviar a pressão dos ouvidos durante a aterragem, ou como ajustar o corpo às diferenças horárias, são apenas duas das questões a que este programa pretende responder. Os passageiros frequentes têm à sua disposição exercícios físicos e respiratórios que visam auxiliá-los a passar uma viagem de forma mais agradável. Estes exercícios são também apresentados no vídeo da Lufthansa "Flyrobic".
Turisver, 05/12/2003
<i>Comentário:</i> Inovação no conteúdo do serviço prestado, em que é adicionada uma nova componente. Um serviço semelhante pode ser prestado no subsector de alojamento, nomeadamente na redução dos efeitos do fuso horário, referidos por Maas e Feldmannhall (2003).

<b>Lufthansa com Internet a bordo</b>
<p>A partir deste mês, todos os aviões de longo curso da companhia aérea alemã Lufthansa, passam a estar equipados com Internet de banda larga.</p> <p>A transportadora alemã foi a primeira em todo o mundo a disponibilizar este serviço a bordo das suas aeronaves de longa distância, tendo os testes sido realizados, com sucesso, no início do ano passado. (...)</p> <p>A tarifa pela utilização da Internet será cobrada ao passageiro via Connexion by Boeing, sendo no entanto gratuito para o portal Lufthansa FlyNet, que tem notícias actualizadas hora a hora em alemão e inglês, informações de viagens, entre outras.</p>
Turisver, 06/04/2004
<i>Comentário:</i> Inovação no conteúdo dos serviços prestados, sendo um serviço adicional ao transporte de passageiros.
<b>Lufthansa oferece serviço de cuidados intensivos a bordo</b>
<p>Com o propósito de minimizar qualquer inconveniente de saúde a bordo, a Lufthansa oferece agora aos seus passageiros um serviço integral de cuidados intensivos nos seus aviões Airbus A340-300. A intenção é continuar a ampliar o serviço de enfermaria móvel que a Lufthansa tem à disposição dos seus passageiros desde 1996 nos voos da frota de B747-400, de modo a minimizar os riscos e os contratempos de saúde numa viagem de lazer ou de negócios ou no repatriamento de doentes. Trata-se duma versão inovadora e actualizada do conhecido Patient Transport Compartments (PTC). O cuidado intensivo de doentes torna-se assim possível em quase toda a rede de voos de longo curso da Lufthansa. Cabe destacar que, em comparação com o transporte de doentes em aviões-ambulância, o custo do voo é consideravelmente mais económico. Além disso, devido à grande autonomia do voo, as escalas e demoras deixam de ser necessárias. Com este serviço especial, a Lufthansa é pioneira no transporte de doentes de cuidados intensivos. O PTC instala-se em somente 45 minutos retirando três ou quatro filas de assentos centrais na parte posterior da cabina do A340-300 ou do B747-400. O equipamento inclui desde um ECG (Electrocardiograma), passando por bombas de infusão, até um ventilador mecânico.</p>
Publituris, 17/08/2004
<i>Comentário:</i> Novo serviço disponibilizado aos clientes, que satisfaz as necessidades básicas de segurança e de saúde.
<b>Hotéis Tivoli adoptam comunicação para o século XXI</b>
<p>O Hotel Tivoli Tejo foi ontem palco para o lançamento do inédito Canal Tivoli, do CD Interactivo e do site Tivoli, as mais recentes ferramentas de comunicação da cadeia, em parceria com as empresas Mandala, Modos de Ver e Webdote.com. (...)</p> <p>O Canal Tivoli, desenvolvido pela Mandala, é um projecto pioneiro em Portugal e trata-se de um canal de vídeo interno online, personalizado para cada unidade da marca Tivoli, emitindo 24 horas por dia, durante todo o ano, informação promocional do hotel e dos seus eventos, do destino em que este se insere e fazendo "cross selling" das restantes unidades da cadeia em todo o país. Esta programação é emitida para os televisores dos 2300 quartos dos 11 hotéis do grupo, tendo também sido instalados écrans plasma nos espaços públicos de algumas unidades. (...)</p>
Turisver, 27/11/2003
<i>Comentário:</i> Como refere a notícia, a existência de um canal vídeo interno online num empreendimento turístico, é uma inovação de âmbito regional (Portugal).
<b>Praia do Hotel Quinta do Lago com novos atractivos</b>
<p>O Hotel Quinta do Lago tornou-se na primeira unidade cinco estrelas em Portugal com um serviço de massagens na praia, proporcionando um relaxante contacto com a natureza ao pôr do sol, das 16 às 19 horas, desde 30 euros.</p> <p>As opções passam pela massagem clássica parcial, e de costas, pescoço e ombros, por 35 euros respectivamente, ou a massagem capilar com aromaterapia e massagem refrescante aos pés por 30 euros, garantindo o Hotel Quinta do Lago uma aventura dos sentidos.</p> <p>Nesta linha de serviços, o recém-inaugurado SPA tem tratamentos faciais e corporais, massagens clássicas e orientais, reflexologia e hidromassagens com aromaterapia.</p> <p>Para os clientes que não dispensam as actividades de lazer, o hotel dispõe ainda de mergulho, pesca desportiva e desportos náuticos como jet-ski, ski aquático, parapente, windsurf, bodyboard ou canoagem.</p>
Turisver, 03/08/2004
<i>Comentário:</i> Disponibilização de um novo serviço aos clientes

## ANEXO B – LISTAGEM DE PATENTES (EXCERTO)

A pesquisa de patentes foi realizada na Internet em duas bases de dados distintas: a Espacenet (<http://pt.espacenet.com/>) e a USPTO Patent Full-Text and Image Database (<http://www.uspto.gov>). A Espacenet é um serviço da European Patent Organisation gerido em Portugal pelo INPI. De acordo com a informação disponibilizada, as patentes podem datar desde 1970. A segunda base pertence ao United States Patent and Trademark Office e inicia-se no ano 1790, sendo a pesquisa realizada a partir essa data. Os temas pesquisados foram *hospitality*, *hotel*, e *tourism*.

**Tabela B.1. – N.º de Patentes pesquisadas por tema e por base de dados**

Tema	Tourism	Hotel	Hospitality
Base de Dados			
Espacenet / INPI	131	1 615	60
USPTO Patent Full-Text and Image Database	181	5 569	193

Fonte: Sites das bases de dados em 11-04-2004, elaboração própria.

### *Espacenet*

**Lista B.1. – Invenções registadas na Base de Dados Espacenet (excerto)**

País	Referência	Título
<b>Hospitality</b>		
Canada	CA2324815	Roll out shower curtain and the use thereof as an advertising display for the hospitality industry
Canada	CA2347313	Hospitality remote access server gateway
European Patent Organisation	EP1288884	System and method of integrating subscriber based traffic navigation and lodging data with GPS data
Germany	DE10019583	Drink cooling systems at restaurants, discos, etc are only cooled during opening times and with food-cooling systems in hospitality business
Great Britain	GB2333069	Mobile hospitality units
United States of America	US2001022723	Table lamp with dynamically controlled lighting distribution and uniformly illuminated luminous shade
United States of America	US2002115435	Wireless data management system
United States of America	US2002166126	Interactive intelligent video entertainment system
United States of America	US4848091	Refrigerated table-bar
United States of America	US4864685	One piece hospitality stair bracket for rugs
United States of America	US5310109	Folded simulated vehicle container system

United States of America	US5625864	Interactive digital video services system with store and forward capabilities
United States of America	US5661517	Interactive intelligent video information system
United States of America	US5909862	Combined iron, iron holder and ironing board
United States of America	US5978983	Portable showering cabinet
United States of America	US6318880	Portable lamp with dynamically controlled lighting distribution
WIPO	WO0154025	Interactive resort operating system
WIPO	WO8300440	Board game

### Hotel

Canada	CA2123705	Installation for fighting fire
Canada	CA2255439	Central video authorization, administration and maintenance system and controller
Canada	CA2261009	System and controller for control and distribution of audio and video signals
Canada	CA2279191	Travel reservation and information planning system
Canada	CA2284513	Device for preparing coffee powder
Canada	CA2393430	Display with multiple pre-programmed messages
Canada	CA2430718	System and method of reserving meeting facility resources
China	CN1421518	Tableware detergent liquid specially for commercial dish washer
China	CN1433191	Network TV system for hotels
China	CN1451611	Waste water reuse system
China	CN1458200	Green environment protection water antibacterial mastic powder
China	CN1458468	Heat radiation floor bed and producing method
China	CN2580521U	Hotel reception counter service device
European Patent Organisation	EP1338144	Hotel television system
Germany	DE10225435	Controlling display of video sequences e.g. for hotel pay-TV service, by transmitting e.g. text message from mobile telephone to enable rep
Japan	JP2003147982	Mother/neonate lodging hotel and its operating method
Japan	JP2003150722	Hotel system and reserving and adjusting method for shop concerned with hotel
Japan	JP2003162588	Hotel rates reception system and computer program
Japan	JP2003208480	Reservation system for guest room in hotel
Japan	JP2003216746	Cleaning information signal generator for hotel
Japan	JP2003216747	Adjustment management system of hotel for mother and baby lodging
Japan	JP2003216852	Reservation system for mother and newborn baby hotel
Japan	JP2003296471	In-room confirmation system using tv joint service line of hotel, hotel accounting business supporting system using the same system, and
Japan	JP2003345912	Remote hotel operation management system
Republic of Korea	KR2002059943	System for hotel cyber business section and method for operating the same
United States of America	US2003132289	Automated self service hotel/motel front desk attendant system
United States of America	US2003149576	Personalized smart room
United States of America	US2003176218	Room key based in-room player tracking
United States of America	US2003205430	Fire escape device
United States of America	US2003208386	Wireless reservation, check-in, access control, check-out and payment

United States of America	US2003236722	Methods and apparatus for reserving a block of hotel rooms on short notice
United States of America	US2003236724	Hotel planting method
United States of America	US2004034537	Guest relationship management system
United States of America	US6676272	Interactive mirror system for overnight lodging establishment
WIPO	WO2004003852	Sightseeing tour system via the internet
<b>Tourism</b>		
Bulgaria	BG106024	Bicycle-rollers
China	CN1045739	Amphibian ball for games
China	CN1080609	Electric power helicopter
China	CN1084025	Method for making travelling ginger and garlic chips
China	CN1085859	Connecting rod type walking vehicle for loading use
China	CN1103810	Card game
China	CN1226713	Tourist speaking device
China	CN1245130	Jet airship
China	CN1250896	Wrist watch having electronic type tourism guide
China	CN1410858	System and method used for virtual tourism
China	CN1431554	Stereoscopic digital camera and its image technique
China	CN1445101	Personal journey passport possible to record traveling experience and its application method
China	CN2030819U	Multifunctional portable shoe brush for tourism
China	CN2037302U	Folding razor for tourism
China	CN2041530U	Folding tourism stool
China	CN2050774U	Tourism chess
China	CN2142280U	Disinfection type health-care tourism box
China	CN2142281U	Multi-purpose combination type tourism water-bottle
China	CN2142318U	Tourism water towel dispenser
China	CN2156129U	Submarine for tourism
China	CN2166834U	Tourism health-care mouthpiece
China	CN2167150U	Portable lent for tourism
China	CN2182778U	High speed bicycle for tourism purpose with double driven mechanism
China	CN2195868U	Health care tourism shoes
China	CN2217191U	Portable cook stove for tourism use
China	CN2235386U	Tourism pillow for vehicle use
China	CN2391626U	Tourism type oxygen respiratory device
China	CN87201359U	Multi-function combined toy for children's tourism
China	CN87215582U	Mobile souvenir box with tourism guide
France	FR2532609	Trimaran craft intended for sailing and tourism.
France	FR2534882	Souvenir device also capable of dispensing a perfume, deodorant or similar product
France	FR2639815	Convertible multi-use towel
France	FR2705482	Tourist guide with pages and map pages
Germany	DE3903557	Pocket computer town map
Italy	IT1244960	Process and submersed material capable of protecting sandy shores subject to erosion

Republic of Korea	KR2001039541	Automatic apparatus mounted on automobile for guiding tourism and road
Romania	RO118605	Multiple absorption solar panel
Russian Federation	RU2026233	Ship's complex for underwater tourism
Russian Federation	RU2101207	Catamaran
Russian Federation	RU2139221	Surf-board
Russian Federation	RU2170190	Submarine sailing catamaran and method of its leadership
Russian Federation /former Soviet Union	SU1699859	Marine complex for underwater tourism
Russian Federation /former Soviet Union	SU1801865	Shipboard complex for coastal sea tourism
WIPO	WO2004016068	Illuminous writing board
WIPO	WO8810115	Antinausea drug without somnolence

### *USPTO Patent Full-Text and Image Database*

#### **Lista B.2. – Invenções registradas na Base de Dados USPTO Patent Full-Text and Image Database (excerto)**

Referência	Título
<b>Hospitality</b>	
3 972 045	Aircraft with television system
4 575 093	Travel board game
4 848 091	Refrigerated table-bar
4 867 502	Van camper
5 206 562	Lighting system for use in vehicle cabin
5 293 757	Ice dispenser
5 595 401	Wallet size card book
5 602 730	Restaurant management system
5 634 016	Event management system
5 818 512	Video distribution system
5 916 568	Flash-dry disinfectant solution for use as a hand wash
6 344 970	Reception podium
6 556 663	Guestroom telephone having single action message retrieval
6 714 118	Modular electronic door security system
<b>Tourism</b>	
4 299 390	Election board game with campaign promise markers
4 423 695	Floatable and unsinkable nautical craft
4 431 543	Method of removing phosphorus from organic waste liquids
4 604 817	Snowshoe
4 726 458	Device with a sensor for the recognition of coins
4 784 394	Tourist game apparatus
4 860 124	Combined taximeter and cassette or disk player

4 951 211	Electronic guiding and information system for traffic
5 091 950	Arabic language translating device with pronunciation capability using language pronunciation rules
5 284 340	Golf scorecard
5 497 319	Machine translation and telecommunications system
5 556 282	Method for the geographical processing of graphic language texts
5 839 693	Aircraft refueling system
5 948 040	Travel reservation information and planning system
6 073 102	Speech recognition method
6 102 398	Question and answer board game
6 208 353	Automated cartographic annotation of digital images
6 234 371	Luggage box for motor vehicles
6 276 699	Snow machine ski
6 276 723	Travel brochure having corresponding map and flip-up brochures
6 320 946	Information payphone
6 429 892	Automated self-portrait vending system
6 452 544	Portable map display system for presenting a 3D map image and method thereof
6 456 930	Method of and device for requesting guide information method of and device for supplying guide information and computer product
6 459 388	Electronic tour guide and photo location finder
6 481 232	Apparatus and method for cooling of closed spaces and production of freshwater from hot humid air
6 491 258	Space elevator
6 554 707	Interactive voice wireless game system using predictive command input
6 570 587	System and method and linking information to a video
6 574 979	Production of potable water and freshwater needs for human animal and plants from hot and humid air
6 581 065	Dynamic insertion and updating of hypertext links for internet servers
6 608 892	Automatic routing and information system for telephone services

## **ANEXO C – CLASSIFICAÇÃO PORTUGUESA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

Os sectores de actividade económica abrangidos pelo Programa Operacional da Economia são delimitados pelos códigos de actividade económica (CAE), de acordo com a Classificação Portuguesa de Actividades Económicas, estipulados nos regulamentos de execução dos diferentes sistemas de incentivo.

Para efeitos dos sistemas de incentivos, sector do turismo é constituído pelos seguintes códigos CAE, cuja desagregação é apresentada posteriormente:

### **Quadro C.1. – CAE de Turismo por Sistemas de Incentivos**

<b>Medida</b>	<b>Código de Actividade Económica</b>
	551, 552, 553, 554, 633, 711, e
<b>SIPIE e SIME</b>	Com Declaração de Interesse para o Turismo 9232, 9233, 9234, 9261, 9262, 9272, 93041, 93042
	551 e 552, e
<b>SIVETUR</b>	Com Declaração de Interesse para o Turismo 553, 554, 9232, 9233, 9261, 9262, 9272, 92342, 93041, 93042

Fonte: Elaboração própria, com base na legislação dos sistemas de incentivos.

Quadro C.2. - Resumo dos Códigos de Actividade Económica<sup>3</sup>

<b>Cód. CAE</b>	<b>Designação</b>
<b>55</b>	<b>Alojamento e restauração (restaurantes e similares)</b>
<b>551</b>	<b>Estabelecimentos hoteleiros</b>
5511	<i>Estabelecimentos hoteleiros com restaurante</i>
55111	Hotéis com restaurante
55112	Pensões com restaurante
55113	Estalagens com restaurante
55114	Pousadas com restaurante
55115	Motéis com restaurante
55116	Hotéis-apartamentos com restaurante
55117	Aldeamentos turísticos com restaurante
55118	Apartamentos turísticos com restaurante
55119	Estabelecimentos hoteleiros, com restaurante, n.e.
5512	<i>Estabelecimentos hoteleiros sem restaurante</i>
55121	Hotéis sem restaurante
55122	Pensões sem restaurante
55123	Apartamentos turísticos sem restaurante
55124	Estabelecimentos hoteleiros, sem restaurante, n.e.
<b>552</b>	<b>Parques de campismo e outros locais de alojamento de curta duração</b>
5521	<i>Pousadas de juventude e abrigos de montanha</i>
55210	Pousadas de juventude e abrigos de montanha
5522	<i>Campismo e caravanismo</i>
55220	Campismo e caravanismo
5523	<i>Outros locais de alojamento de curta duração</i>
55231	Colónias de férias
55232	Alojamento mobilado para turistas
55233	Turismo no espaço rural
55234	Outros locais de alojamento de curta duração, n.e.
<b>553</b>	<b>Restaurantes</b>
<b>554</b>	<b>Estabelecimentos de bebidas</b>
<b>555</b>	<b>Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio (catering)</b>
<b>633</b>	<b>Agências de viagens e de turismo</b>
<b>711</b>	<b>Aluguer de veículos automóveis</b>
<b>9232</b>	<b>Gestão de salas de espectáculo e actividades conexas</b>
<b>9233</b>	<b>Parques de diversão</b>
<b>9234</b>	<b>Outras actividades de espectáculo, n.e.</b>
92341	Actividades tauromáquicas
92342	Outras actividades de diversão e espectáculo diversas, n.e.
<b>926</b>	<b>Actividades desportivas</b>
9261	<i>Gestão de instalações desportivas</i>
9262	<i>Outras actividades desportivas</i>
9272	<i>Outras actividades recreativas, n.e.</i>
<b>9304</b>	<b>Manutenção física</b>
93041	Termalismo
93042	Manutenção física, n.e.

<sup>3</sup> Retirado de um programa informático de CAE do INE, Lisboa, 1995. Por não se considerar relevante, os códigos 553, 554 e 555 não foram desagregados.

## **APÊNDICES**

**APÊNDICE 3.1. – QUADRO RESUMO DO «CICLO NORMAL DO PRODUTO»**

**Quadro Ap. 3.1. – Quadro Resumo do «Ciclo Normal do Produto»**

	1. <sup>a</sup> Fase	2. <sup>a</sup> Fase	3. <sup>a</sup> Fase	4. <sup>a</sup> Fase
	<i>Fase de Introdução</i>	<i>Fase de Crescimento</i>	<i>Fase de Maturidade</i>	<i>Fase de Transição</i>
<b>Tipo de inovação</b>	Grandes inovações de produto	Grandes inovações de processo com vista à qualidade	Inovações incrementais de processo para redução de custos	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">                     Tecnologias e indústrias estabelecidas ficam vulneráveis à competição de tecnologias novas e mais avançadas                 </div> <p style="text-align: center;">↓</p> Início de um novo ciclo Declínio das antigas indústrias Início do aparecimento de novas indústrias
<b>Produtos</b>	Avanços técnicos rápidos Diversidade de novos produtos Baixo volume de <i>output</i>	Decréscimo do leque de produtos Crescimento do volume de <i>output</i>	Leque de produtos <i>standart</i> relativamente modesto	
<b>Ênfase competitiva</b>	Performance do produto para conquistar novos mercados	Melhoria da qualidade do produto	Redução dos custos unitários	
<b>Mercado</b>	Novos Mercados	Mercado de adoptantes em crescimento	Mercado perto da saturação e vulnerável à competição de novas tecnologias	
<b>Factores Produtivos</b>	<i>Labour intensive</i>	Intensidade do capital crescente	<i>Labour saving</i>	
<b>Método de Produção</b>	Flexível, com custos elevados	Standardização e automatização	Automatização máxima, concentrada em grandes unidades produtivas	
<b>Força predominante</b>	<i>Technology push</i> → <i>Demand pull</i>			
<b>Outras notas</b>	Predominância de inovações de produto Gera aumento do emprego <i>Capital widening</i>		Predominância de inovações de processo Diminuição do emprego <i>Capital deepening</i>	

Fonte: Baseado em Barras (1986b), elaboração própria.

Notas: O autor confirma a existência de interações entre inovação de produto e de processo em cada fase, como também de forças *demand pull* e *technology push*.

*Wide* – extenso, vasto, amplo, mais que necessário, não especializado, geral. *Deep* – Fundo, intensivo.

APÊNDICE 3.2. – QUADRO RESUMO DO «CICLO INVERTIDO DO PRODUTO»

Quadro Ap.3.2. – Quadro Resumo do «Ciclo Invertido do Produto»

	1.ª Fase	2.ª Fase	3.ª Fase
	<i>Fase de Introdução</i>	<i>Fase de Crescimento</i> (Transição)	<i>Fase de Maturidade</i>
<b>Tipo de inovação</b>	Inovações de processo incrementais	Inovações de processo radicais	Inovações de Produto
<b>Produtos</b>	Aplicação de novas tecnologias em inovações incrementais de processo	Aumento da produtividade do <i>output</i> Emergem produtos em fase embrionária, que ainda não atingiram a viabilidade económica	Leque crescente de novos serviços
<b>Ênfase competitiva</b>	Transformar o modo de distribuição de serviços existentes Redução de custos Aumento da eficiência	Melhoria da qualidade dos serviços Melhoria da eficácia na prestação dos serviços (performance do produto) Diferenciação do produto	Novos tipos de serviços ou serviços totalmente transformados Diferenciação do produto Performance do produto
<b>Mercado</b>	Mercado saturado ou em diminuição	Expansão do mercado Diversificação corporativa ou integração entre fornecedores de serviços	Novos mercados (abertura e captura) Surgem novas indústrias e organizações
<b>Factores Produtivos</b>	<i>Labour saving</i>	Investimento elevado em equipamento com a tecnologia, mas com impacto neutro na utilização do trabalho	Expansão do emprego e do <i>output</i> <i>Capital saving</i>
<b>Método de Produção</b>	Reestruturação da organização da produção	Forma neutra de progresso técnico	
<b>Força predominante</b>	Não definido		
<b>Outras notas</b>	<i>Capital deepening</i>	<i>Capital deepening = Capital widening</i>	<i>Capital widening</i>

Fonte: Baseado em Barras (1986b), elaboração própria.

**Quadro Ap. 3.3. – Produtos Turísticos Emergentes ou de Elevado Potencial de Crescimento em Portugal**

Algarve	Açores	Alentejo	Centro	Madeira	LVT
Sol & Praia (rejuvenescimento)	Golfe	<i>Short-Breaks</i>	Turismo em Espaço Rural T. Natural e Paisagístico Aldeias Históricas T. Natureza e Floresta	Congressos, Incentivos e Negócios	Reuniões, Incentivos e Eventos
Golfe	Passeios a Pé, de Bicicleta e a Cavalo	Turismo Cultural/ Urbano	Desportos de Inverno	Eventos ( <i>Réveillon</i> ; Carnaval; Festa da Flor)	Congressos, Convenções e Seminários
Desporto	Pesca Desportiva de Alto Mar	<i>Touring</i> / Circuitos turísticos	Reuniões de Negócios Congressos Incentivos	Turismo Desportivo (Estágios; Eventos)	Golfe
Congressos e Incentivos	Turismo Cultural	Turismo Cinegético	<i>Touring</i> e Excursionismo Turismo Cultural/ Urbano Short-Breaks	Turismo Natureza/Paisagem (Passeios a pé; Excursões; Parque Natural; Jardins e Parques; Vulcanismo; Montanha)	<i>Touring</i>
Cultura e História	Passeios de Barco	Turismo de Natureza e Paisagem	Turismo de Saúde Termas Turismo Sénior	Mar (Pesca desportiva; Pesca de alto mar; Vela; Iatismo; Mergulho; Surf)	Portos e Marinas
Natureza e Interior	Observação de Cetáceos	Turismo em Espaço Rural	Turismo Rural/Montanha	Golfe	Turismo de Natureza
-	Observação Submarina	-	Enoturismo Turismo Gastronómico	-	Turismo de Alta Competição
-	Turismo de Reuniões e Incentivos	-	Multiactivo/ Jovem; Desporto de Aventura; Cavalos; Todo-o-terreno	-	Turismo no Espaço Rural
-	-	-	Eventos/ Parques Temáticos	-	Turismo Sénior

Fonte: Adaptado de Observatório do Turismo (2003a), elaboração própria.

Nota: T – Turismo.

## APÊNDICE 4.1. – QUADROS DE APOIO À EXPOSIÇÃO SOBRE O QCA II

**Quadro Ap.4.1.1. – Estrutura do QCA II**

Eixo 1	Eixo 2	Eixo 3	Eixo 4
<b>Qualificar os Recursos Humanos e o Emprego</b>	<b>Reforçar os Factores de Competitividade da Economia</b>	<b>Promover a Qualidade de Vida e a Coesão Social</b>	<b>Fortalecer a Base Económica Regional</b>
<b>Programa Bases do Conhecimento e da Inovação</b>	<b>Programa Infra-estruturas de Apoio ao Desenvolvimento</b>	<b>Programa Ambiente e Revitalização Urbana</b>	<b>Programa Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional</b>
I.O. Educação	I.O. Transportes	I.O. Ambiente	<b>Programa Operacional NORTE</b>
I.O. Ciência e Tecnologia	I.O. Telecomunicações	I.O. Renovação Urbana	<b>Programa Operacional CENTRO</b>
	I.O. Energia		<b>Programa Operacional LISBOA e VALE do TEJO</b>
<b>Programa Formação Profissional e Emprego</b>	<b>Programa Modernização do Tecido Económico</b>	<b>Programa Saúde e Integração Social</b>	<b>Programa ALENTEJO</b>
Qualificação Inicial e Inserção no Mercado do Trabalho	I.O. Agricultura	I.O. Saúde	<b>Programa Operacional ALGARVE</b>
Melhoria do Nível e Qualidade do Emprego	I.O. Pesca	I.O. Integrar	<b>Programa Operacional da Região Autónoma dos AÇORES</b>
Apoio à Formação e Gestão dos Recursos Humanos	<b><u>I.O. Turismo e Património Cultural</u></b>		<b>Programa Operacional da Região Autónoma da MADEIRA</b>
I.O. Formação da Administração Pública	I.O. Comércio e Serviços		<b>Programa Específico de Desenvolvimento Integrado da Zona Alentejo</b>
			<b>Subvenção Global de Apoio ao Investimento Autárquico</b>
			<b>Assistência Técnica</b>

Fonte: Adaptado de [www.dgdr.pt](http://www.dgdr.pt).

Nota: I.O. – Intervenção Operacional..

**Quadro Ap.4.1.2. – Objectivos do Subprograma “Turismo e Património”**

	Previsto	Real
<b>Objectivos ultrapassados</b>		
- crescimento médio anual na entrada de turistas estrangeiros	5%	5,37%
- aumento anual do número total de dormidas na hotelaria	4%	4,2%
- aumento anual da despesa média diária por turista	2,5%	4,41%
- número total de pessoas em formação inicial	100%	116%
- número de pessoas em formação contínua	100%	128%
- número de formandos em acções de formação contínua desenvolvidas por sindicatos, associações empresariais e outras entidades	4 000	12 595
- recuperação do património	-	-
<b>Objectivos atingidos</b>		
- aumento do número de dormidas de turistas não residentes (base: 65,1 milhões)	79,2	78,5
- número de dormidas de turistas não residentes em estabelecimentos hoteleiros	100%	102%
- crescimento do peso do turismo ao nível do PIB (base: 7,9% (1992))	8,5%	=
	(1999)	
- aumento das receitas internacionais do turismo (base: 496 milhões de contos (1992))	980	965
	(1999)	(1999)
- Intervenções em museus	-	-
- Pousadas da Juventude	-	-
<b>Objectivos não atingidos</b>		
- Sazonalidade: diminuir a percentagem de dormidas do total de turistas (nacionais e estrangeiros) nos 4 meses mais frequentados (base: 46% em 1992)	40%	45,7%
	(1999)	(1999)
- Sazonalidade: diminuir a percentagem de dormidas de estrangeiros nos 4 meses mais frequentados (base: 60% em 1992)	50%	54,1%
	(1999)	(1999)
- Diversificação de mercados: mercados estrangeiros cuja quota do mercado nacional ultrapassasse 20%.	Espanha	Espanha e Reino Unido
- número de formandos em formação contínua através de Brigadas Móveis	16 000	13 683
- criação de estruturas de animação (n.º)	120	90
- número de intervenções de recuperação do património arquitectónico, histórico e cultural	30	25

Fonte: Universidade de Aveiro (2001), elaboração própria.

Nota: o sinal (-) indica, que embora a execução não tenha sido a prevista, foram realizados outros projectos que a compensaram, considerando-se o objectivo atingido.

## **APÊNDICE 4.2. – DESCRIÇÃO DOS SISTEMAS DE INCENTIVO DO POE**

No quarto capítulo foram analisados os vários sistemas de incentivos que, de forma directa ou indirecta, apoiam a inovação, tendo-se incidido essencialmente no sector do Turismo e nos apoios promovidos pelo Programa Operacional da Economia. Neste apêndice, pretende-se resumir essas medidas de apoio permitindo uma melhor compreensão dos vários dados apresentados. Com este objectivo realça-se o tipo de despesas elegíveis, de incentivo, as formas de selecção de projectos e as condições específicas para apresentação de candidaturas. Na parte final de cada exposição são apresentadas algumas tabelas com informação adicional à mencionada no capítulo 4.

### SIPIE – Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais

O SIPIE foi a primeira medida de apoio do POE a ser regulamentada<sup>4</sup> e tem por objecto a criação, expansão e modernização, bem como o reforço da capacidade técnica e tecnológica de micro e pequenas empresas de Portugal Continental<sup>5</sup>. São beneficiárias as empresas industriais (excluindo as CAE's apoiadas pelo FEOGA), de construção, de comércio, de turismo e de serviços, mais especificamente de serviços às empresas e de tecnologias da informação e comunicação.

Os projectos podem apresentar investimento entre 15 000 € e 150 000 € em despesas

---

<sup>4</sup> A Portaria n.º 317-A/2000 de 31 de Maio que regulamenta o SIPIE foi alterada pela Portaria n.º 879-A/2002 de 25 de Julho. As alterações introduzidas, embora reduzidas, pretendem aumentar a selectividade dos projectos, sendo portanto também mais exigente na sua qualidade. A informação exposta baseia-se na regulamentação alterada. A gestão do SIPIE compete ao IFT e ao IAPMEI.

<sup>5</sup> Conceito de micro e pequena empresa definido pela Recomendação da Comissão 96/280/CE de 3 de Abril de 1996. As Regiões Autónomas dispõem, no âmbito dos Programas Operacionais Regionais, de sistemas de incentivos idênticos, mas adaptados às necessidades específicas de cada região.

elegíveis, nomeadamente: construção e obras nas instalações; aquisição de máquinas e equipamentos; informatização; aquisição de equipamentos de protecção ambiental; sistemas de planeamento e controlo, nas áreas de higiene, saúde, segurança e ambiente; aquisição de marcas patentes e alvarás; estudos, projectos e assistência técnica em gestão e custos com a implementação e certificação de sistemas de gestão da qualidade, ambiente e segurança.

Os projectos são avaliados de acordo com critérios que permitem definir a Valia Económica do projecto<sup>6</sup>. O critério de selecção mais importante é o “investimento prioritário”, procurando-se desta forma “forçar” e incentivar os promotores a investirem em áreas geralmente negligenciadas pelas empresas (organização e gestão; qualidade; ambiente, segurança e higiene e inovação tecnológica, onde se inclui a racionalização energética). A selecção dos projectos é feita por fases, sendo para cada uma delas definida uma dotação orçamental, por despacho ministerial. São homologados (apoiados) os projectos com valia económica superior a 60 pontos que, depois de hierarquizados, se enquadram na referida dotação orçamental. Os restantes projectos elegíveis transitam para a fase seguinte, sujeitando-se a novo processo de selecção.

Os projectos aprovados beneficiam de um incentivo não reembolsável de 30% do investimento elegível, ao qual podem ser acumulados dois tipos de majorações. As majorações dependem da localização dos projectos (5%) e do “perfil do gestor do investimento” (5%), atribuída a “jovens empreendedores” ou “trabalhadores originários de empresa em reestruturação”<sup>7</sup>. O Algarve beneficia da majoração regional.

---

<sup>6</sup> Para a determinação da Valia Económica contribuem os critérios de «mérito para a política económica» («investimento prioritário» e «perfil do gestor do investimento»), «criação de postos de trabalho» e «contributo para a consolidação financeira da empresa».

<sup>7</sup> Na anterior versão do SIPIE, o benefício regional integrava os critérios de selecção (21% da Valia Económica) e à taxa base de incentivo (40%) aplicava-se apenas a majoração «perfil do gestor do investimento». A alteração reduziu a vantagem das regiões desfavorecidas, pois, diminuiu a probabilidade de selecção destes projectos, para só posteriormente beneficiarem do factor discriminatório, a majoração.

Tabela Ap.4.2.1. – Projectos homologados no SIPIE, por Nuts II

Unidade: Euros

Nuts II	Projectos Homologados					
	N.º Projectos	%	Investimento	%	Incentivo	%
Norte	1 914	39%	214 981 534	39%	76 295 752	40%
Centro	1 767	36%	203 525 285	37%	70 017 554	37%
Lisboa	628	13%	67 127 235	12%	22 483 816	12%
Alentejo	433	9%	41 495 425	8%	14 353 731	8%
Algarve	215	4%	18 878 790	3%	6 915 928	4%
<b>Total</b>	<b>4 957</b>	<b>100%</b>	<b>546 008 269</b>	<b>100%</b>	<b>190 066 781</b>	<b>100%</b>
<i>Média</i>	-	-	110 149	-	38 343	-

Fonte: Site do POE, actualizado em 06-01-2003 e Relatório de Execução de 2002 do POE. Elaboração própria.<sup>8</sup>

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

Tabela Ap.4.2.2. – Candidaturas apresentadas ao SIPIE, por tipologia de projectos relacionadas com inovação, racionalização energética e Sistemas de Gestão

Unidade: Euro

Descrição	Total		Turismo	
	N.º Cand.	Investimento	N.º Cand.	Investimento
Construção de nova unidade/estabelecimento	427	55 833 112	75	9 321 716
Tecnologias de informação e comunicação	678	79 997 652	5	342 149
I&D de tecnologias nacionais	1	169 591	0	0
I&D em cooperação internacional	0	0	0	0
Criação/consolidação de núcleos e departamentos de I&D	4	805 802	0	0
Racionalização/Poupança energética	20	2 787 687	0	0
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando o gás natural	1	149 999	0	0
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando rec. Renováveis	2	205 939	0	0
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando resíduos s/ outra aplicação	0	0	0	0
Outros investimentos que visem a redução de custos	12	1 780 404	0	0
Implementação de Sistemas de Gestão pela Qualidade Total	23	2 329 357	0	0
Implementação e certificação de Sistemas de Gestão Segurança e Saúde Ocupacional	696	68 074 840	689	67 183 586
Implementação e certificação de Sistemas de Gestão Ambiental	10	995 887	5	529 387
Certificação, calibração e qualificação no domínio da Qualidade	191	23 518 066	6	910 217
Obtenção de Rótulo Ecológico para Produtos	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>2 065</b>	<b>236 648 336</b>	<b>780</b>	<b>78 287 055</b>

**Total SIPIE** 16 850 1 790 380 843<sup>9</sup>

Fonte: SIPOE em 29-04-2003, elaboração própria.

Data de referência: 31-12-2002.

Nota: Cand. - Candidaturas

<sup>8</sup> Devido à alteração da legislação sobre os concelhos que compõem as regiões por unidades territoriais (NUTS), regista-se uma disparidade na distribuição dos projectos entre as regiões Centro, Alentejo e Lisboa (antes Lisboa e Vale do Tejo) em relação aos dados apresentados pelo relatório de execução de 2002 do POE.

<sup>9</sup> Os valores globais do SIPIE diferem dos apresentados no capítulo 4 visto terem sido retirados do Sistema de Informação do POE (SIPOE) que se encontra em permanente actualização.

SIME – Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial

O Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial foi criado pela Portaria n.º 687/2000 de 31 de Agosto, com o objectivo de promover a modernização empresarial “através do fomento de estratégias empresariais modernas e competitivas, estimulando a intervenção em factores estratégicos da competitividade das empresas, designadamente nas áreas da internacionalização, inovação, qualidade e ambiente, energia e qualificação de recursos humanos”.

Sendo este sistema de incentivos, juntamente com o SIPIE, de carácter geral e de apoio directo às empresas, ele abrange todas as actividades económicas apoiadas no âmbito do POE: Indústria (excluindo FEOGA), Construção, Comércio (apenas PME), Turismo, Serviços e Transportes. Podem candidatar-se empresas de qualquer dimensão estando, no entanto, sujeitas aos limites mínimos de investimento elegível: 150 000 € para PME e 600 000 € para as grandes empresas. As despesas a realizar são agrupadas de acordo com as seguintes componentes<sup>10</sup>:

<b>Investimentos essenciais à actividade</b>	<b>Investimento em áreas específicas</b>
a) investimentos essenciais à actividade (Investimentos corpóreos e incorpóreos)	b) Internacionalização
	c) Inovação e tecnologia
	d) Eficiência energética
	e) Certificação da qualidade
	f) Qualificação dos recursos humanos

Nesta medida é atribuída muita importância à inovação e tecnologia, quer através da criação de uma componente de investimento específica quer pelo seu factor diferenciador nos critérios de selecção.

<sup>10</sup> É possível a apresentação de candidaturas compostas das seguintes formas: apenas com investimentos essenciais à actividade; com duas ou mais componentes de investimento em áreas específicas e apenas com uma componente de investimento em áreas específicas, sendo que não é possível apresentar uma candidatura apenas à componente de “qualificação de recursos humanos” ou de “eficiência energética”. Para uma candidatura com investimento apenas em áreas específicas, os limites de investimento reduzem-se para 50 000€ e 200 000€ no caso de PME e grandes empresas, respectivamente.

As entidades coordenadoras são o ICEP (projectos de internacionalização), IFT (projectos do sector do turismo) e IAPMEI. Intervêm também outros organismos especializados nas diferentes componentes de investimento.

O SIME, à semelhança do que se passou com o SIPIE, também sofreu alterações. Estas foram mais profundas, atribuindo-lhe um formato muito distinto do apresentado inicialmente, pelo que as duas versões são expostas de seguida.

*Portaria n.º 687/2000 de 31 de Agosto*

No período de vigência da primeira versão do regulamento do SIME, os projectos eram seleccionados com base na Valia Económica, calculada segundo: o «mérito sectorial do projecto»; o «impacte do projecto na competitividade da empresa» e a «qualificação do risco». Os projectos eram aprovados se obtivessem uma pontuação positiva no primeiro critério e uma Valia Económica superior a 50 pontos.

Para a determinação do incentivo a conceder, as despesas elegíveis eram agrupadas em três grupos: investimento corpóreo (grupo I); despesas incorpóreas em I&D, com formação profissional e outras despesas incorpóreas (grupo II) e investimento produtivo no estrangeiro (grupo III). Aos grupos I e III era atribuído um incentivo reembolsável sem juros e ao grupo II um incentivo não reembolsável, com uma taxa base de 30% para todos os grupos<sup>11</sup>. No período pós-candidatura o promotor podia beneficiar de um

---

<sup>11</sup> À taxa base de incentivo eram acumuladas diversas majorações por grupo de despesa: regional, por «tipo de empresa», «jovem empreendedor», por «tipo de projecto», por «tipo de promotor», ou ainda por «tipo de formando». Sobre o grupo I recaía ainda uma majoração de «mais-valia ambiental» em incentivo não reembolsável, atribuída a projectos dos quais resultasse uma melhoria do desempenho ambiental de acordo com critérios definidos no regulamento de execução. O incentivo encontrava-se, no entanto, sujeito a limites por grupo de despesa e global - 50% para PME e 45% para os restantes projectos - expresso em equivalente de subvenção bruta (ESB), ou seja, a soma do incentivo não reembolsável com os juros e despesas não suportadas pelo promotor.

prémio de realização, que consistia no perdão do reembolso de parte do incentivo. Este dependia do cumprimento dos objectivos previstos na candidatura.

**Tabela Ap.4.2.3. – Candidaturas apresentadas ao SIME, por tipologia de projectos relacionadas com inovação, racionalização energética e Sistemas de Gestão**

Unidade: Euro

Descrição	Total		Turismo	
	N.º Cand.	Investimento	N.º Cand.	Investimento
Reforço competências e sistemas endógenos técnicos e engenharia de produtos e processos	70	198 576 113	0	0
Redução de custos	18	39 053 337	0	0
Introdução de novas tecnologias da informação e comunicação	69	99 178 139	2	488 567
Incremento do potencial tecnológico	46	169 563 146	0	0
Contrato de licenciamento know-how	0	0	0	0
I&D visando a criação de novos produtos	17	21 622 397	0	0
I&D visando a criação de novos serviços	3	973 247	0	0
I&D visando a criação de novos processos	0	0	0	0
I&D visando a criação de novos sistemas	1	3 372 768	0	0
I&D visando a melhoria significativa de produtos existentes	3	3 165 039	0	0
I&D visando a melhoria significativa de serviços existentes	1	495 237	0	0
I&D visando a melhoria significativa de processos existentes	1	1 094 003	0	0
I&D visando a melhoria significativa de sistemas existentes	0	0	0	0
Racionalização/Poupança energética	5	7 479 684	1	2 373 401
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando o gás natural	0	0	0	0
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando rec. renováveis/resíduos	0	0	0	0
Produção de energia (p/autoconsumo) utilizando recursos endógenos	0	0	0	0
Implementação de Sistemas de Gestão pela Qualidade Total	0	0	0	0
Implementação e certificação de Sistemas de Gestão pela Qualidade	51	12 380 003	0	0
Implementação e certificação de Sistemas de Gestão Segurança e Saúde Ocupacional	4	361 649	0	0
Implementação e certificação de Sistemas de Gestão Ambiental	1	51 386	0	0
Implementação e certificação de Sistemas de Ecogestão e Auditoria	0	0	0	0
Implementação e certificação de outros Sistemas reconhecidos pelo IPQ	2	2 168 264	0	0
Implementação e certificação de Sistemas Qualificação	6	2 555 901	0	0
Desenvolvimento de Sistemas de Gestão da Qualidade	4	2 200 057	0	0
Desenvolvimento de Sistemas de Gestão da Segurança e Saúde Ocupacional	0	0	0	0
Desenvolvimento de Sistemas de Gestão Ambiental	1	2 083 638	0	0
Desenvolvimento de Sistemas de Gestão de Ecogestão e Auditoria	0	0	0	0
Desenvolvimento de outros Sistemas reconhecidos pelo IPQ	0	0	0	0
Desenvolvimento de Sistemas de Qualificação	0	0	0	0
Certificação de Produtos	0	0	0	0
Certificação de Serviços	1	2 175 894	0	0
Homologação de Produtos	0	0	0	0
Obtenção de marcação CE	0	0	0	0
Obtenção de Rótulo Ecológico para Produtos	0	0	0	0
Calibração dos dispositivos de Medição e Monotorização	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>304</b>	<b>568 549 902</b>	<b>3</b>	<b>2 861 968</b>

<b>Total SIME</b>	<b>3 676</b>	<b>11 236 010 477</b> <sup>12</sup>
-------------------	--------------	-------------------------------------

Fonte: SIPOE em 29-04-2003, elaboração própria.

Data de referência: 31-12-2002.

Nota: Cand. – Candidaturas; rec. – recursos.

<sup>12</sup> Os valores globais do SIME diferem visto terem sido retirados do Sistema de Informação do POE (SIPOE), que se encontra em permanente actualização, em diferentes datas.

**Tabela Ap.4.2.4. – Projectos Homologados no SIME, por Nuts II**

Unidade: Euros

Nuts II	Projectos Homologados					
	N.º Projectos	%	Investimento	%	Incentivo	%
Norte	500	42%	1 651 928 419	39%	490 853 247	42%
Centro	370	31%	1 117 402 031	27%	314 112 155	27%
Lisboa	131	11%	689 939 926	16%	142 138 608	12%
Alentejo	72	6%	348 631 495	8%	99 301 796	9%
Algarve	31	3%	92 763 365	2%	30 240 180	3%
RA Açores	27	2%	139 183 188	3%	45 304 441	4%
RA Madeira	38	3%	83 778 444	2%	32 063 213	3%
Estrangeiro	11	1%	76 550 122	2%	10 846 918	1%
<b>Total</b>	<b>1 180</b>	<b>100%</b>	<b>4 200 176 990</b>	<b>100%</b>	<b>1 164 860 558</b>	<b>100%</b>
<i>Média</i>	-	-	3 559 472	-	987 170	-

Fonte: Site do POE, actualizado em 06-01-2003 e Relatório de Execução de 2002 do POE<sup>13</sup>. Elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.4.2.5. – Investimento Homologado no SIME, com a componente Inovação e Tecnologia, por Nuts II e por sector**

Unidade: Euro

Nuts II	Comércio	Construção	Indústria	Serviços	Transportes	Turismo	Outros sectores
Norte	850 744	0	321 002 135	6 921 051	0	7 284 669	0
Centro	0	0	211 227 437	2 244 980	0	3 969 912	0
Lisboa e Vale do Tejo	1 122 480	1 560 961	79 613 276	28 832 459	1 840 434	521 033	0
Alentejo	0	0	15 492 428	0	0	3 036 228	0
Algarve	0	0	1 094 003	0	0	6 041 244	0
RA Açores	0	0	1 344 460	0	0	0	0
RA Madeira	1 072 795	0	1 341 253	0	0	0	0
Multi-regiões	417 564	0	199 507 399	1 510 430	1 822 059	812 381	6 058 853
<b>Total</b>	<b>3 463 583</b>	<b>1 560 961</b>	<b>830 622 391</b>	<b>39 508 920</b>	<b>3 662 493</b>	<b>21 665 467</b>	<b>6 058 853</b>

Fonte: Gabinete de Gestão do POE, elaboração própria.

*Portaria n.º 865-A/2002 de 22 de Julho*

Com as alterações de fundo introduzidas pela Portaria n.º 865-A/2002 de 22 de Junho, os projectos, que anteriormente eram apresentados apenas nas entidades competentes do Ministério da Economia ou directamente pela Internet, passam a ser também entregues, em simultâneo, em instituições de crédito protocoladas com o Ministério<sup>14</sup>. Pretende-se

<sup>13</sup> Devido à alteração da legislação sobre os concelhos que compõem as regiões por unidades territoriais (NUTS), regista-se uma disparidade na distribuição dos projectos entre as regiões Centro, Alentejo e Lisboa (antes Lisboa e Vale do Tejo) em relação aos dados apresentados pelo relatório de execução de 2002 do POE.

<sup>14</sup> A selecção dos projectos é feita através de um Índice de Rendimento (IR), baseado nos valores actualizados do contributo do projecto para o rendimento interno da economia (RG) e no valor previsto para o resultado tributável da empresa (RF) sobre o valor actualizado da despesa elegível (DE).

reduzir os prazos e a subjectividade do processo de decisão, bem como privilegiar o mérito dos projectos e das empresas que os candidatam. Neste novo formato, o financiamento e o risco do projecto são repartidos entre o promotor, através dos capitais próprios; a instituição de crédito, com o financiamento bancário ou a concessão de uma garantia bancária e o POE. O incentivo reembolsável recai sobre a totalidade da despesa elegível, excepto para as despesas com formação profissional que continuam a beneficiar do incentivo não reembolsável.

O benefício da apresentação de uma candidatura ao SIME reside agora na possibilidade de obtenção do prémio de realização, bem como na atribuição de incentivo não reembolsável para despesas de formação profissional e na majoração de «mais-valia ambiental». O prémio permite, após avaliações intercalares por parte da estrutura do POE, a dispensa de reembolso de parte do capital em dívida ao POE. Com a conclusão do projecto é reavaliada a situação e recalculado o prémio. A atribuição ou não do prémio de realização é determinada pelo Indicador de Desempenho, que é calculado comparando os valores previstos e reais para os indicadores RG e RF. Mantém-se inalterada a estrutura das despesas dos grupos, a taxa base, as respectivas majorações e os limites de incentivo.

#### SIVETUR – Sistema de Incentivos a produtos Turísticos de Vocação Estratégica

No âmbito desta medida, publicada na Portaria n.º 1214-B/2000 de 27 de Dezembro, foram consideradas quatro tipologias de produtos turísticos de vocação estratégica, sintetizadas a seguir:

<b>Património Classificado</b>		
Projectos de recuperação ou adaptação de património classificado, pelo IPPAR, como «monumento nacional» ou «imóvel de interesse público».		
Actividades abrangidas	Estabelecimentos hoteleiros; hotéis rurais; turismo de habitação, agro-turismo, e turismo rural; instalações termais; estabelecimentos de restauração e bebidas ou outros declarados de interesse para o turismo.	
Investimento elegível mínimo	PME: 150 000€ Não PME: 600 000€	
Incentivo sobre as despesas elegíveis	Grupo I	40 % de taxa base (50% em IR e 50% em INR) Limite do incentivo: 3 750 000 € ou 30% das despesas elegíveis
	Grupo II	30% de taxa base em incentivo não reembolsável

<b>Turismo de Natureza</b>		
Projectos de turismo de natureza desenvolvidos dentro dos limites de áreas protegidas <sup>15</sup> e promovidos por PME cujos estabelecimentos, actividades e serviços de alojamento e animação turística tenham instalações fixas e duradouras nessas áreas.		
Actividades abrangidas	Empreendimentos de turismo no espaço rural (TER); casas de natureza e actividades de animação ambiental.	
Investimento Elegível Mínimo	PME: 10 000€	
Incentivo sobre as despesas elegíveis	Grupo I	70% de taxa base em incentivo não reembolsável. Com um limite global de incentivo (50% em equivalente de subvenção pública). Limite do incentivo: 400 000€
	Grupo II	30% de taxa base em incentivo não reembolsável

<b>Turismo Sustentável</b>		
Projectos não enquadráveis na tipologia de Turismo de Natureza, localizados em áreas protegidas ou contíguas <sup>16</sup> .		
Actividades abrangidas	Estabelecimentos hoteleiros; meios complementares de alojamento; TER; instalações termais; estabelecimentos de restauração e bebidas; estabelecimentos declarados de interesse para o turismo; parques de campismo públicos e estabelecimentos, actividade e serviços de alojamento e de animação turística e ambiental incluídos no turismo de natureza.	
Investimento Elegível Mínimo	PME: 150 000€ Não PME: 600 000€	
Incentivo sobre as despesas elegíveis	Grupo I	40% de taxa base em incentivo reembolsável Limite do incentivo: 2 500 000€ ou 25% das despesas elegíveis
	Grupo II	30% de taxa base em incentivo não reembolsável

<b>Animação Turística</b>		
Projectos de construção ou instalação, ampliação e remodelação de campos de golfe, marinas ou portos de recreio, centros de congresso e parques temáticos.		
Actividades abrangidas	Campos de golfe; marinas ou portos de recreio; centros de congressos e parques temáticos.	
Investimento Elegível Mínimo	PME e não PME: 2 500 000€	
Incentivo sobre as despesas elegíveis	Grupo I	40 % de taxa base (75% em IR e 25% em INR) Limite do incentivo: 3 750 000€ ou 30% das despesas elegíveis
	Grupo II	30% de taxa base em incentivo não reembolsável

<sup>15</sup> No Algarve considera-se o Parque Natural da Ria Formosa, o Parque Natural do Sudoeste e da Costa Vicentina e a Reserva Natural do Sapal de Castro Marim e Vila Real de Santo António.

<sup>16</sup> Podem candidatar-se projectos localizados nos seguintes concelhos do Algarve: Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Faro, Lagos, Loulé, Olhão, Tavira, Vila do Bispo e Vila Real de Santo António.

Em relação às despesas elegíveis, destaca-se a possibilidade de aquisição de terrenos para campos de golfe e, no caso de projectos de turismo de natureza, de aquisição de veículos automóveis, até metade do seu custo. As despesas elegíveis são agrupadas, para o cálculo do incentivo, por investimentos corpóreos e de transferência de tecnologia (Grupo I) e por despesas com formação profissional e outros investimentos incorpóreos (Grupo II)<sup>17</sup>. No âmbito do Grupo I, poderá ser concedido um prémio de realização sobre o incentivo reembolsável (sem juros) que, à semelhança do SIME, consiste no não reembolso de parte do capital em dívida.

A selecção dos projectos é realizada com base nos critérios de mérito sectorial do projecto – melhoria e diversificação da oferta turística, diminuição da sazonalidade e aumento da permanência média, inovação nos processos, na organização e na gestão, mercado e criação e qualificação do emprego - e de qualificação do risco.

**Tabela Ap.4.2.6. – Projectos Homologados no SIVETUR, por Nuts II e por Tipologia**

Unidade: Mil euros

Tipologia		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	RA Açores	RA Madeira	Total
Animação Turística	N.º Proj.	0	2	2	2	6	0	1	13
	Invest.	0	11 897	87 232	16 884	65 671	0	10 462	192 146
Património Classificado	N.º Proj.	14	14	8	8	0	1	0	45
	Invest.	22 510	28 203	19 393	14 978	0	22 774	0	107 858
Turismo Natureza	N.º Proj.	7	1	0	4	3	0	0	15
	Invest.	2 029	246	0	1 796	1 158	0	0	5 229
Turismo Sustentável	N.º Proj.	2	0	0	1	1	0	0	4
	Invest.	5 589	0	0	5 937	522	0	0	12 048
Total	N.º Proj.	23	17	10	15	10	1	1	77
	Invest.	30 128	40 346	106 625	39 595	67 351	22 774	10 462	317 281
	Média	1 310	2 373	10 663	2 640	6 735	22 774	10 462	4 121

Fonte: www.poe.min-economia.pt, actualizado em 06-01-2003, elaboração própria.

Nota: Proj. – Projectos; Invest. – Investimento.

<sup>17</sup> No Grupo I, para além da taxa base e limites definidos para cada uma das tipologias, o incentivo poderá ser acrescido de duas majorações, uma quando o projecto se localize na zona II (10%), a outra para projectos promovidos por PME (10%), com as restrições estipuladas na portaria. A taxa de incentivo a conceder para o segundo grupo de despesas também pode ser acrescida de majorações, dependendo da localização e da tipologia de formação profissional e seus destinatários. Independentemente da soma do incentivo decorrente dos dois grupos, o incentivo global por projecto, expresso em ESB, não pode exceder 50% ou 45% das despesas elegíveis para PME e grandes empresas, respectivamente.

**Tabela Ap.4.2.7. – Projectos Homologados no SIVETUR, por Nuts II e por CAE**

Unidade: Mil euros

CAE		Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	RA Açores	RA Madeira	Total
Total CAE 55	N.º Proj.	20	13	8	13	3	1	0	58
	Invest.	24 974	19 790	19 393	22 711	1 158	22 774	0	110 800
9232	N.º Proj.	1	0	1	0	0	0	0	2
	Invest.	585	0	77 904	0	0	0	0	78 489
92330	N.º Proj.	0	0	0	0	1	0	0	1
	Invest.	0	0	0	0	522	0	0	522
926 (9261+9262)	N.º Proj.	0	2	1	2	6	0	1	12
	Invest.	0	11 897	9 327	16 884	65 671	0	10 462	114 241
92720	N.º Proj.	1	1	0	0	0	0	0	2
	Invest.	4 322	1 169	0	0	0	0	0	5 491
92342	N.º Proj.	1	0	0	0	0	0	0	1
	Invest.	247	0	0	0	0	0	0	247
93041	N.º Proj.	0	1	0	0	0	0	0	1
	Invest.	0	7 490	0	0	0	0	0	7 490
Total Restantes CAE de Turismo	N.º Proj.	3	4	2	2	7	0	1	19
	Invest.	5 154	20 556	87 231	16 884	66 193	0	10 462	206 480

Fonte: www.poe.min-economia.pt, actualizado em 06-01-2003, elaboração própria.

Nota: Proj. – Projectos; Invest. – Investimento.

**Tabela Ap.4.2.8. – Projectos de Hotéis Homologados no SIVETUR, por Nuts II**

Unidade: Euro

Nuts II	Projectos Homologados - Hotéis			
	Nº Projectos	%	Investimento	%
Norte	5	31%	15 699 608	22%
Centro	4	25%	14 318 873	20%
Lisboa	5	31%	16 175 128	23%
Alentejo	1	6%	2 746 456	4%
Algarve	0	0%	0	0%
RA Açores	1	6%	22 774 084	32%
RA Madeira	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>71 714 149</b>	<b>100%</b>
<i>Média</i>	-	-	4 482 134	-

Fonte: Site do POE, actualizado em 06-01-2003, elaboração própria.

Data de Homologação: 07-01-2000 a 19-12-2002

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

### SIUPI – Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial<sup>18</sup>

Esta medida de apoio do Programa Operacional da Economia pretende estimular a capacidade inventiva, a criatividade e a inovação, não apenas por parte dos agentes que normalmente o fazem (empreendedores, inventores e designers), mas também nas empresas dos diferentes sectores de actividade económica – indústria, energia,

<sup>18</sup> Portaria n.º 1214-A/2000 de 27 de Dezembro, alterada pela Portaria n.º 1073/2002 de 22 de Agosto.

construção, comércio, turismo e serviços.

São suportadas por este sistema de incentivos as despesas decorrentes da formulação de pedidos nacionais, europeus e internacionais de patentes, modelos de utilidade e de modelos e desenhos industriais, bem como o pedido de registo de marcas. A manutenção das referidas formas de protecção da propriedade industrial, concedidas à menos de dois anos, é também um tipo de projectos elegível. Outra tipologia de projectos apoiada é a concepção, estudo e execução de protótipos ou de instalações experimentais suportadas por uma patente de que o promotor seja detentor.

O investimento mínimo elegível é de 2500€, e o incentivo a conceder é não reembolsável em 50%, 70% e 75% das despesas elegíveis consoante os promotores dos projecto sejam empresas; inventores, designers independentes e empreendedores em fase pré-empresarial ou infra-estruturas tecnológicas ou outras instituições, respectivamente. A entidade gestora é o INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

**Tabela Ap.4.2.9. – Projectos Homologados no SIUPI, por tipologia de projectos**

Tipologia	Projectos Homologados		
	N.º Projectos	Investimento	Incentivo
Pedido nacional de patente	2	5 836	4 378
Pedido internacional de patente	7	259 687	121 682
Pedido de patente no estrangeiro	1	9 180	6 426
Pedido de patente Euro-PCT	17	849 281	460 221
Pedido de patente Europeia	8	251 291	170 143
Pedido nacional de modelos de utilidade	0	0	0
Pedido internacional de modelos de utilidade	0	0	0
Pedido de modelos de utilidade no estrangeiro	0	0	0
Pedido nacional de desenhos industriais	0	0	0
Pedido internacional de desenhos industriais	1	28 072	14 036
Pedido de desenhos industriais no estrangeiro	1	16 266	12 199
Pedido de desenhos industriais comunitários	0	0	0
Pedido de registo de marca nacional	0	0	0
Pedido de registo de marca comunitária	1	4 959	3 471
Pedido de registo de marca internacional	1	12 716	6 358
Concepção, estudo e execução de protótipos	0	0	0
Concepção, estudo e execução de instalações experimentais	0	0	0
Pedidos de manutenção de direitos de propriedade industrial	4	193 064	101 196
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>1 630 352</b>	<b>900 110</b>

Fontes: Relatório de Execução de 2002 do POE e site de POE, actualizado em 17-01-2003. Elaboração própria.

### MAPE – Medida de Apoio ao Aproveitamento do Potencial Energético e Racionalização de Consumos

As tipologias de projectos que podem ser apresentados ao MAPE<sup>19</sup> são quatro: a produção de energia, a utilização racional da energia, a renovação de frotas e a conversão de consumos para gás natural. Apenas a tipologia de utilização racional da energia será aprofundada, pois, como se mencionou no quarto capítulo, é a única a que se podem candidatar empresas de turismo.

Os projectos empresariais candidatos<sup>20</sup> podem apresentar despesa com vista à: reabilitação de edifícios não residenciais; instalação de sistemas e equipamentos de elevada eficiência energética; instalação de sistemas para aquecimento/arrefecimento, utilizando fontes renováveis de energia ou sistemas híbridos complementados com gás natural ou electricidade; instalação de sistemas de gestão de energia ou de redução da factura energética e instalação ou melhoria de sistemas de produção autónoma de energia eléctrica a partir de fontes de energia renovável e de sistemas de produção combinada.

O investimento mínimo é de 25 000 €, excepto para equipamentos baseados em energia solar, em que o limite desce para 10 000 €. Dependendo do tipo de projecto atrás indicado, o incentivo a conceder pode assumir a forma de subvenção mista ou de incentivo não reembolsável (reabilitação de edifícios). A selecção dos projectos baseia-se na análise das valias técnica, económica e ambiental. A entidade gestora da medida é a DGE – Direcção Geral de Energia.

---

<sup>19</sup> O regulamento do MAPE foi criado pela Portaria n.º 198/2001 de 13 de Março e alterado pela Portaria n.º 383/2002 de 10 de Abril.

<sup>20</sup> Projectos que possam recorrer ao SIME não se podem candidatar a esta tipologia.

**Tabela Ap.4.2.10. – Projectos Homologados na Tipologia B – Utilização Racional de Energia, do MAPE**

Unidade: Euros

NUTS II	Projectos Homologados					
	N.º Projectos	%	Investimento	%	Incentivo	%
Norte	26	26%	14 850 165	13%	3 604 904	18%
Centro	26	26%	27 778 798	24%	4 287 016	21%
Lisboa	26	26%	57 708 306	51%	6 838 375	34%
Alentejo	17	17%	8 738 483	8%	3 197 071	16%
Algarve	4	4%	3 290 369	3%	1 645 186	8%
RA Açores	1	1%	1 521 336	1%	684 601	3%
RA Madeira	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>113 887 457</b>	<b>100%</b>	<b>20 257 153</b>	<b>100%</b>
<i>Média</i>	-		<i>1 138 875</i>		<i>202 572</i>	

Fonte: Relatórios de Execução de 2001 e 2002 e site do POE, actualizado em 17-01-2003. Elaboração própria.

### Programa Quadros

O Programa Quadros pretende que as empresas reforcem os seus quadros de pessoal técnico, nas áreas das ciências económicas e empresariais e das tecnologias, procurando assim que sejam desenvolvidas actividades de conteúdo inovador, e estimulado o crescimento económico (Portaria n.º 1502/2002 de 14 de Dezembro). A esta medida apenas podem concorrer as pequenas e médias empresas industriais, de comércio, de turismo, de informática ou de actividades de I&D, localizadas em Portugal Continental.

O apoio concedido, não reembolsável, permite suportar as retribuições dos técnicos a contratar e custos com a sua formação profissional durante dois anos, para além do diagnóstico estratégico inicial, que identifica as carências das empresas, no que concerne aos recursos humanos, e a sua estratégia empresarial. O limite máximo apoiável é de três técnicos, em áreas de especialização distintas<sup>21</sup>, podendo as suas habilitações assumir os graus de Doutoramento, Mestrado, Licenciatura, Bacharelato, ou técnicos com especialização tecnológica.

<sup>21</sup> Engenharia, Física, Química, Sistemas de Informação, Gestão de Empresas, Informática, Electrónica, Economia, Marketing e Design.

Apoios a Actividades Inovadoras

O POE, e posteriormente o PRIME, criaram medidas de apoio específicas para actividades de investigação e desenvolvimento e actividades inovadoras, visando cada uma delas colmatar lacunas na relação entre o mundo empresarial e o Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN). No quadro em baixo, pretende-se relacionar cada medida, apresentada a seguir, com o seu objectivo.

**Quadro Ap.4.2.1. – Resumo dos apoios às actividades inovadoras no PRIME**

Objectivo	Medida de Apoio
Criação de infra-estruturas vocacionadas para o apoio à inovação	Dinamização dos Sistemas Tecnológico, da Formação e da Qualidade
Atribuição de estatuto de Empresa de Suporte Tecnológico	Programa NEST
Criação de Núcleos de I&DT nas empresas	NITEC
Cooperação entre empresas e o SCTN para a criação de novos produtos, processos ou sistemas de produção com impacte multisectorial e que possam ser desagregados em projectos parciais de cariz empresarial	PMDT
Validação de trabalhos de I&DT, através de projectos demonstradores ou de projectos piloto	DEMTEC
Cooperação entre empresas e o SCTN em actividades de I&DT para a criação de novos produtos processos ou serviços e sua transferência para o sector produtivo	Programa IDEIA

Fonte: Elaboração própria.

Como se pode observar, estas seis medidas são complementares e não se sobrepõem, excepto no programa IDEIA e no sistema de incentivos a projectos mobilizadores do desenvolvimento tecnológico (PMDT), em que a fronteira é um pouco dúbia.

Assim, pode-se dizer que um primeiro passo passa pela criação de infra-estruturas do sistema tecnológico, como os centros de incubação e de inovação ou os pólos tecnológicos. Depois, a criação de empresas baseadas na tecnologia, às quais é atribuído um estatuto que lhes dá acesso privilegiado a outros apoios. Estas e outras empresas precisam de técnicos especializados para o desenvolvimento dos seus projectos, o que é incentivado pelo apoio à criação de núcleos de I&DT (NITEC).

Os projectos são então levados a cabo, preferencialmente, com o auxílio de entidades do

SCTN que apoiam e corroboram os resultados, e do Programa IDEIA ou PMDT para despesas como equipamentos e biografia. Acções de demonstração e “construção” de projectos piloto que mostrem o potencial económico dos resultados obtidos pela I&DT são auxiliados pelo DEMTEC. O programa IDEIA é também importante numa fase posterior em que as inovações e tecnologias encontradas são aplicadas à actividade económica em novas acções de demonstração, projectos piloto e protótipos. Paralelamente, o SIUPI apoia os pedidos de registo de patente e a sua manutenção, bem como a criação de projectos piloto por inventores independentes.

#### Medida de Apoio à Dinamização dos Sistemas Tecnológico, da Formação e da Qualidade

Em relação ao sistema tecnológico<sup>22</sup>, o objectivo desta medida é dotar com novas infra-estruturas e competências áreas com carências e reforçar ou reorientar infra-estruturas já existentes. Outro objectivo é apoiar outras infra-estruturas vocacionadas especificamente para o apoio à inovação. Podem beneficiar do apoio entidades públicas ou privadas de interface e assistência tecnológica empresarial cujos projectos demonstrem o interesse público da actividade que desenvolvem, nomeadamente centros tecnológicos, centros de transferência de tecnologia, institutos de novas tecnologias, centros de incubação de base tecnológica e parques tecnológicos.

Os projectos de criação de novas infra-estruturas integram as intervenções regionalmente desconcentradas da economia e, portanto, os Programas Operacionais Regionais. Por outro lado, os projectos de dinamização de infra-estruturas existentes são coordenados pelo Gabinete de Coordenação da Inovação Tecnológica do PRIME.

---

<sup>22</sup> A parte correspondente aos Sistemas de Formação e da Qualidade não será desenvolvida, visto não se relacionar directamente com a inovação. A medida é regulada pela Portaria n.º 919/2003 de 03-09-2003.

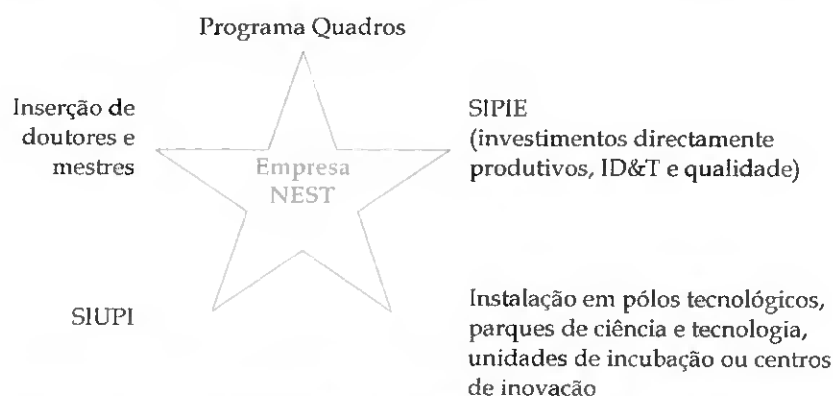
Programa NEST – Novas Empresas de Suporte Tecnológico

O Programa NEST foi criado pela Portaria n.º 1518/2002 de 19 de Dezembro “com o objectivo de traduzir a investigação aplicada desenvolvida em entidades do sistema científico e tecnológico nacional”, e é gerido pela Agência de Inovação. Entende-se por empresas de suporte tecnológico aquelas que dependem fortemente de tecnologias avançadas e de desenvolvimento recente.

O Estado pretende participar no capital de empresas de base tecnológica a criar, ou recentemente constituídas, sendo-lhes atribuído o estatuto de “Empresa NEST”<sup>23</sup>. Os projectos concorrentes devem visar “a concepção, desenvolvimento e produção de novos produtos, serviços, processos ou sistemas produtivos” e/ou a criação ou desenvolvimento de inter-relações com entidades do SCTN ou outras entidades de nível tecnológico avançado, nacionais ou internacionais.

Uma empresa NEST, de acordo com a referida Portaria, tem acesso a outros apoios financeiros, como demonstra o seguinte esquema:

**Figura Ap.4.2.1.**  
**Apoios decorrentes da obtenção do estatuto de Empresa NEST**



Fonte: adaptado de Portaria n.º 1518/2002 de 19 de Dezembro, elaboração própria.

<sup>23</sup> Embora a participação no capital social e na gestão e administração da empresa por uma entidade especializada de capital de risco seja o objectivo deste programa, considera-se que este é um factor limitador à apresentação de candidaturas ao estatuto de “empresa NEST”. Assim sendo, julga-se que o referido estatuto, e os benefícios dele decorrentes deveriam ser atribuídos igualmente a empresas recentes de base tecnológica sem participação no capital social, sendo aceitável a participação na gestão, por uma entidade de capital de risco.

### Sistema de Incentivos à Criação de Núcleos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico no Sector Empresarial (NITEC)

Este sistema apoia a constituição de uma equipa permanente, composta no máximo por três técnicos, dedicada exclusivamente ao desenvolvimento de actividades de I&DT, em empresas que não possuam departamentos nesta área, mas que tenham um sistema de controlo para os projectos levados a cabo pela equipa. A gestão deste sistema de incentivo compete à Agência de Inovação. O Regulamento de Execução foi publicado na Portaria n.º 441/2003 de 28 de Maio.

Para além das despesas de pessoal durante, no máximo, cinco anos são também elegíveis contratos de transferência ou aquisição de tecnologia, bibliografia e acesso a bases de dados técnicas, *software* e equipamento informático. O apoio consiste numa subvenção não reembolsável de 30%, majorável até ao máximo de 50% e com o limite de 200 mil euros de incentivo.

### Programa IDEIA – Apoio à Investigação e Desenvolvimento Empresarial Aplicado

O Programa IDEIA assume duas tipologias de projectos<sup>24</sup>, as acções de “investigação industrial” e as acções de “investigação pré-concorrencial”. As primeiras têm em vista o desenvolvimento de novas tecnologias e obtenção de novas competências, as segundas pretendem demonstrar o valor económico dos resultados tecnológicos através da concretização de protótipos, pré-séries e acções piloto em ambiente empresarial.

As despesas apoiadas abrangem, entre outras, despesas com pessoal, bolsheiros e consultores; com a defesa da propriedade intelectual e industrial dos resultados; com

---

<sup>24</sup> A possibilidade de candidatura ao IDEIA depende da existência de um consórcio entre uma empresa (a líder) e uma entidade do SCTN, no mínimo. Outra condição é que, à excepção das empresas NEST, as empresas participantes deverão estar constituídas à mais de dois anos.

materiais, instrumentos e equipamentos científicos necessários à investigação; e com a construção de instalações piloto e de demonstração, e de protótipos. O incentivo pode ser não reembolsável ou subvenção mista consoante o seu valor seja inferior ou superior a 100 mil euros, respectivamente.

Esta medida, cuja entidade responsável é a Agência de Inovação, permite ainda um acesso preferencial ao SIUPI. O programa foi criado pela Portaria n.º 16/2003 de 9 de Janeiro.

Sistema de Incentivos a Projectos Mobilizadores para o Desenvolvimento Tecnológico (PMDT)<sup>25</sup>

Pelos menos três empresas, dos sectores industrial, energético, da construção, turístico, comercial e de serviços, unidas sob a forma de consórcio a entidades do SCTN (num mínimo de duas) podem candidatar-se a este sistema para o desenvolvimento de iniciativas de cariz inovador que revitalizem o tecido económico e reforcem a iniciativa empresarial.

O investimento mínimo dos projectos é de 2 500 mil euros, e devem ser desenvolvidos em três anos. O incentivo atribuído constitui uma subvenção não reembolsável que atinge um máximo de 70% das despesas para as entidades do SCTN e 50% para as empresas. A entidade responsável por esta medida é o Gabinete de Coordenação da Inovação Tecnológica do PRIME.

---

<sup>25</sup> Este sistema de incentivos foi criado pela Portaria n.º 1183/2001 de 15 de Outubro.

Sistema de Incentivos à Realização de Projectos Piloto relativos a Produtos, Processos e Sistemas Tecnologicamente Inovadores - DEMTEC

O DEMTEC apoia a realização de projectos de demonstração inicial ou projectos piloto de trabalhos de I&DT já concluídos e com resultados positivos, avaliados em função da sua potencial aplicação económica e comercial, mas não ainda convertidos para tal fim (esta situação pode depois ser apoiada pelo programa IDEIA). A gestão desta medida compete à Agência de Inovação e encontra-se regulamentada pela Portaria n.º 436/2003 de 27 de Maio.

Entre as despesas elegíveis encontram-se a construção, redimensionamento e adaptação de edifícios e instalações; pessoal técnico; assistência técnica e científica; transferência ou aquisição de tecnologia; componentes e matérias-primas; divulgação e promoção; e a realização de acções de demonstração, em situação real e perante um público especializado, dos novos produtos, processos ou sistemas. Estas últimas despesas são apoiadas a 100%. Às restantes é aplicada uma taxa base de 30% (majorável), em incentivo não reembolsável.

Podem candidatar-se empresas e também entidades públicas ou entidades privadas sem fins lucrativos pertencentes ao Sistema Científico Tecnológico, quando os projectos incidem sobre actividades de produção e distribuição de electricidade, gás, vapor e água quente (CAE 40). Os projectos de entidades públicas ou de entidades privadas sem fins lucrativos são subvencionados de forma não reembolsável a 75%.

## **APÊNDICE 5.1.**

### **INQUÉRITO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA HOTELARIA DO ALGARVE (versão inicial)**

## INQUÉRITO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA HOTELARIA DO ALGARVE

*Empresas inquiridas:* Estabelecimentos hoteleiros, no Algarve, nas categorias de Hotéis de 3\*, 4\* e 5\*  
*Período de referência:* 1998, 1999, 2000

*Indicações de preenchimento:*

O inquérito é constituído essencialmente por questões fechadas que deverão ser respondidas com uma cruz (☒). Algumas das questões são abertas, sendo solicitada informação numérica, monetária ou percentual. Noutras situações pede-se uma avaliação qualitativa, pelo que foi definida uma escala ordinal (0 – não relevante ou se não houver resposta; 1 – pouco importante; 2 – moderadamente importante e 3 – muito importante).

No decorrer e na parte final do questionário encontra-se um conjunto de definições para auxílio ao preenchimento.

É garantida a confidencialidade em relação à informação de carácter individual. No seu interesse, poderá reter uma cópia da informação.

*Data limite de devolução:*

Agradece-se que preencha este inquérito e que o devolva, no envelope de porte pago, para:  
Ana Teresa Martins; Rua João de Deus n.º 22-1.º; 8000-368 Faro

*Para esclarecimentos contactar:* Ana Teresa Martins; telemóvel: 96 2563648; e-mail: [anamelomar@clix.pt](mailto:anamelomar@clix.pt)

### I - Identificação da empresa

Designação \_\_\_\_\_

Categoria \_\_\_\_\_ Concelho da sede \_\_\_\_\_

Capital Social \_\_\_\_\_ € Ano da constituição \_\_\_\_\_

Constituição do Capital Social: Privado \_\_\_\_ % Público \_\_\_\_ % Estrangeiro \_\_\_\_ %

Pertence a grupo económico? Sim , qual \_\_\_\_\_ Não

A sua empresa encontra-se integrada em alguma associação sectorial?

Sim : Regional  Nacional  Internacional  Não

A sua empresa é certificada? Sim : Qualidade  Segurança  Ambiente  Não

A sua empresa desenvolve outras actividades económicas não directamente relacionadas com o hotel?

Sim , quais \_\_\_\_\_ % no Volume de Negócios \_\_\_\_\_  
Não

### II - Enquadramento da actividade (Ano 2001)

Por favor, indique: N.º total de quartos \_\_\_\_\_ N.º de quartos adaptados a deficientes \_\_\_\_\_

Indique, por favor, qual(is) dos seguintes tipos de procura turística mais se adequam ao seu hotel:

Congressos e incentivos .....	<input type="checkbox"/>	Turismo Aventura .....	<input type="checkbox"/>
Cultura e Tradição .....	<input type="checkbox"/>	Turismo Desportivo/ Golfe.....	<input type="checkbox"/>
Eventos e Programas Especiais .....	<input type="checkbox"/>	Turismo Rural e Natureza.....	<input type="checkbox"/>
Sol e Praia.....	<input type="checkbox"/>	Turismo de Saúde/Termal.....	<input type="checkbox"/>
Touring (Excursão) .....	<input type="checkbox"/>	Turismo de Negócios .....	<input type="checkbox"/>

Outros , Especifique: \_\_\_\_\_

O hotel está ligado a um:

- Sistema Central de Reservas (CRS)? Sim , qual? \_\_\_\_\_ Não   
- Sistema de Distribuição Global (GDS)? Sim , qual? \_\_\_\_\_ Não

Indique qual a importância relativa (aproximada) dos seguintes países no número de dormidas:

	Portugal	Espanha	R. Unido	Alemanha	França	Holanda	EUA	Outros
% N.º Dormidas								

Vende a maioria do seu *output* de serviços ou produtos para (indique o peso relativo de cada um deles):

	Agências de viagens	Empresas do grupo	Internet	Operadores turísticos	Outras empresas	Particulares (ao balcão)	Outros
% N.º Dormidas							

### III - Estratégia da empresa

No período 1998-2000 a empresa:

- Evoluiu no sentido da diversificação de actividades? Sim  Não
- Especializou-se em serviços ou numa gama de serviços? Sim  Não

Indique, por favor, um número aproximado de concorrentes directos:

Algarve \_\_\_\_\_ Portugal \_\_\_\_\_

Atitude dos gestores:

- Estilo de liderança Aberto  Fechado
- É privilegiado o trabalho em equipa? Sim  Não
- O processo de decisão é centralizado? Sim  Não

Como definiria a estratégia competitiva da empresa:

- Diferenciação  Liderança pelo custo  Segmentação
- Outra , especifique \_\_\_\_\_

A empresa dispõe de um plano de estratégia escrito? Sim  Não

A tecnologia é elemento integrante do plano estratégico da empresa? Sim  Não

A inovação é elemento integrante do plano estratégico da empresa? Sim  Não

A empresa tem objectivos tecnológicos, definidos, para a inovação? <sup>1</sup> Sim  Não

Se respondeu sim, refira quais:

- Elaborar serviços radicalmente novos, que suscitem novos mercados
- Imitar os líderes na área da inovação
- Adaptar, às necessidades da empresa, tecnologias desenvolvidas por outras organizações
- Desenvolver progressivamente as técnicas existentes
- Alterar os processos de prestação dos serviços existentes
- Outros

A empresa elabora regularmente cenários para a evolução do mercado, ou procura observar as mega-tendências da sociedade com vista a um melhor enquadramento futuro da sua actividade?

Sim  Não

<sup>1</sup> *Estratégia tecnológica* - Conjunto de objectivos que a empresa se propõe atingir através da sua actividade. A estratégia pode basear-se no desenvolvimento de produtos/serviços novos, conducentes à abertura de novos mercados; no seguimento dos líderes do sector em inovação; na melhoria das técnicas existentes com vista à satisfação das necessidades da empresa ou na alteração do processo de produção.

#### IV - Fontes de competitividade

Por favor, da seguinte lista de fontes de competitividade, seleccione as 5 mais importantes para a sua empresa (1= mais importante):

	Ordenar
Dimensão da empresa .....	[ ___ ]
Eficiência/qualidade na prestação do serviço .....	[ ___ ]
Baixos custos.....	[ ___ ]
Marketing especializado .....	[ ___ ]
Canais de distribuição utilizados.....	[ ___ ]
Baixas taxas remuneração.....	[ ___ ]
Tecnologia desenvolvida por universidades .....	[ ___ ]
Inovações introduzidas/ desenvolvidas na empresa ....	[ ___ ]
Proximidade dos fornecedores .....	[ ___ ]
Proximidade de equipamentos de animação turística...	[ ___ ]
Infra-estruturas da região .....	[ ___ ]
Recursos naturais e culturais da região .....	[ ___ ]
Outras.....	[ ___ ]

#### V - Recursos Humanos

Pessoal ao serviço no ano 2001: 0 - 9  10 - 49  50 - 249  ≥ 250

Indique, por favor, a evolução entre 1998 e 2000 dos colaboradores ao serviço da sua empresa, de acordo com os seguintes critérios<sup>2</sup>:

	Aumentou	Manteve	Diminuiu
Pessoal efectivo .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal em <i>full-time</i> .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estagiários .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal total a trabalhar na empresa .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Recursos Humanos por tipo de habilitações (n.º)</u>			
Pessoal com doutoramento.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com mestrado/MBA.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com licenciatura .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com bacharelato .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com o 12.º ano de escolaridade .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com o 9.º, 10.º ou 11.º ano de escolaridade .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pessoal com escolaridade inferior ao 9.º ano.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A empresa sente dificuldades na contratação de técnicos qualificados<sup>3</sup>? Sim  Não

Se respondeu sim, indique quais:

- Capacidade financeira .....
- Elevado custo.....
- Pouca oferta.....
- Desfasamento educação/ indústria.....
- Outra dificuldade.....

<sup>2</sup> *Pessoal ao serviço* - Número de pessoas que participam efectivamente na actividade da empresa na última semana do respectivo ano (1998, 1999, 2000 e 2001).

<sup>3</sup> *Pessoal qualificado* - pessoas com funções de execução de exigente valor técnico, complexas ou delicadas, normalmente não rotineiras e enquadradas em directivas gerais fixadas superiormente.

## VI - Informação geral sobre inovação<sup>4</sup>

Entre 1998-2000, a empresa desenvolveu ou introduziu quaisquer serviços ou processos inovadores?

Sim  Não

Entre 1998-2000, a empresa abandonou projectos destinados a introduzir ou desenvolver quaisquer serviços ou processos inovadores? Sim  Não

A empresa pretende desenvolver ou introduzir quaisquer serviços ou processos inovadores no período 2001-2003? Sim  Não

Se respondeu não às três questões anteriores passe para a parte final do questionário (XVI – Inovação e ambiente na página 10). Se respondeu sim à terceira questão, por favor responda aos grupos VII, XVI e seguintes. Nos restantes casos continue o preenchimento do inquérito.

## VII - Fontes de inovação na empresa

Indique quais as fontes que originaram ou favoreceram a inovação na sua empresa:

### Fontes internas à empresa

Actividades de I&D interna .....	<input type="checkbox"/>
Direcção / Administração .....	<input type="checkbox"/>
Formação interna .....	<input type="checkbox"/>
Pessoal.....	<input type="checkbox"/>
Outras fontes internas à empresa .....	<input type="checkbox"/>

4

*Mudança tecnológica* – Resulta da alteração das características de concepção de um dado bem (serviço ou produto), por forma a proporcionar ao consumidor, desse bem, serviços novos ou melhorados.

- Inovação
  - Inovação de serviços
    - Inovação radical
    - Inovação incremental
  - Inovação de processos
    - Inovação radical
    - Inovação incremental
- Diferenciação do produto

*Inovação tecnológica nos serviços* – Compreende a criação de novos serviços ou a melhoria dos existentes, bem como processos novos ou melhorados de modo significativo, para produzir ou fornecer um serviço. Uma inovação considera-se concluída quando é introduzida no mercado ou utilizada na produção ou na prestação de um serviço.

*Inovação de serviços* – Compreende novos serviços ou modificações nos existentes pela melhoria ou introdução de novas características e utilizações, tanto no que se refere a aspectos qualitativos, como de desempenho ou da tecnologia aplicada.

*Inovação de processos* – Caracteriza-se pela adopção de novos métodos de produção ou prestação de serviços ou pelo melhoramento dos existentes. As alterações podem incidir sobre os equipamentos, sobre a organização ou sobre ambos, visando novos serviços ou o aumento do rendimento decorrente da prestação de serviços.

*Diferenciação de produto* – Não é considerada inovação, pois trata-se de melhoramentos estéticos ou técnicos de importância reduzida, e que não alteram substancialmente as performances, custo ou uso das componentes do produto/serviço.

*Investigação e Desenvolvimento (I&D)* – Actividades que, com base na observação científica, conceitos e teorias, permitem a produção de novos conhecimentos. Distinguindo-se entre I&D aplicada ou fundamental consoante tenha objectivos económicos ou não.

<u>Fontes externas à empresa</u>	
Clientes .....	<input type="checkbox"/>
Fornecedores .....	<input type="checkbox"/>
Situação Concorrencial / Concorrentes.....	<input type="checkbox"/>
Outras empresas do grupo.....	<input type="checkbox"/>
Feiras, mostras de produtos e exposições .....	<input type="checkbox"/>
Redes computacionais (internet) e bases de dados.....	<input type="checkbox"/>
Conferências, reuniões e publicações científicas e técnicas .....	<input type="checkbox"/>
Empresas de consultoria.....	<input type="checkbox"/>
Estabelecimentos de ensino superior.....	<input type="checkbox"/>
Centros de investigação e organismos públicos.....	<input type="checkbox"/>
Associação sectorial/regional.....	<input type="checkbox"/>
Aquisição ou adaptação de equipamentos <sup>5</sup> .....	<input type="checkbox"/>
Política activa de <i>marketing</i> e vendas .....	<input type="checkbox"/>
Aquisição de tecnologia <sup>6</sup> .....	<input type="checkbox"/>
Aquisição de Patentes .....	<input type="checkbox"/>
Programas públicos de apoio à inovação.....	<input type="checkbox"/>
Restrições ambientais.....	<input type="checkbox"/>
Legislação, normas e regulamentos .....	<input type="checkbox"/>
Adaptação ao Euro.....	<input type="checkbox"/>
Outras fontes externas .....	<input type="checkbox"/>

#### VIII - Inovação nos Serviços (veja-se nota 4)

A empresa nos últimos três anos (1998-2000) introduziu quaisquer serviços inovadores? Sim  Não

Se respondeu sim:

Introduziu serviços com melhorias incrementais relativamente aos já prestados (inovações incrementais<sup>7</sup>)?

Sim  Não

Introduziu serviços radicalmente distintos dos já prestados (inovações radicais<sup>8</sup>)? Sim  Não

Quem desenvolveu esses serviços (assinale a situação mais frequente):

- Principalmente a sua empresa
- Principalmente outras empresas ou instituições de investigação
- A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação

Indique a natureza da inovação (assinale a situação mais frequente):

- Aplicação de uma descoberta científica
- Melhoria ou modificação de uma técnica
- Aplicação de um serviço existente a um novo mercado
- Inovação técnica notável
- Adopção de uma técnica de outro sector

<sup>5</sup> *Aquisição de maquinaria e equipamento* - É considerada inovação de processo se proporcionar melhorias no processo de produção. Deve ainda ser incluída nos custos de inovação se os equipamentos ou máquinas forem necessários para a prestação de um novo serviço, contudo se ocorrer para a simples substituição de equipamentos existentes deverá ser excluída.

<sup>6</sup> *Tecnologia* - Conhecimento humano (científico e empírico) aplicado na produção e que consiste na informação de como converter inputs em outputs. A tecnologia pode apresentar a forma escrita (manuais, literatura técnica) ou verbal (know how).

<sup>7</sup> *Inovação incremental* - Serviços existentes cujas performances são melhoradas ou aumentadas, seja nas suas características e utilizações ou num dos subsistemas que os constituem, ou ainda na redução de custos.

<sup>8</sup> *Inovação radical* - Serviço onde a utilização prevista, as características de performance, os atributos e as propriedades de concepção ou de utilização de materiais apresentam diferenças significativas em relação aos serviços existentes. O seu desenvolvimento pode resultar da aplicação de novas tecnologias ou a associação de tecnologias existentes.

Indique o seu âmbito de influência dos serviços introduzidos:

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais
Empresa .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sector.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado nacional.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado europeu .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado internacional.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

As inovações de serviço, incrementais ou radicais, proporcionaram:

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais	Eram objectivos iniciais
Aumento da quota de mercado (interno/externo).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação / acesso a novos mercados .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prolongamento da vida do serviço .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituição de serviços.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alargamento da gama de serviços.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maior funcionalidade / flexibilidade .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade do serviço.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos de mão de obra .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução de danos ambientais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do consumo de energia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do consumo de materiais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumprimento de normas e regulamentos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificação da empresa .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Considera que as inovações radicais desenvolvidas conduziram à introdução de um novo Produto Turístico?

Sim : Na empresa  No país  Na região  No mercado internacional

Não

Faça, por favor, uma descrição sucinta dos serviços inovadores introduzidos:

#### IX - Inovação de Processos (veja-se nota 4)

A empresa nos últimos três anos (1998-2000) introduziu quaisquer processos inovadores? Sim  Não

Se sim:

Introduziu processos com melhorias incrementais relativamente aos já prestados (inovações incrementais)?

Sim  Não

Introduziu processos radicalmente distintos dos já prestados (inovações radicais)? Sim  Não

Quem desenvolveu esses processos (assinale a situação mais frequente):

- Principalmente a sua empresa
- Principalmente outras empresas ou instituições de investigação
- A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação

Indique a natureza da inovação (assinale a situação mais frequente):

- Aplicação de uma descoberta científica
- Melhoria ou modificação de uma técnica
- Aplicação de um serviço existente a um novo mercado
- Inovação técnica notável
- Transferência de uma técnica de outro sector

Indique o seu âmbito de influência dos processos introduzidos:

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais
Empresa .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sector .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado nacional .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado europeu .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado internacional .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indique em que departamentos se reflectiram as inovações de processo introduzidas:

Cozinha .....	<input type="checkbox"/>	Reservas .....	<input type="checkbox"/>	Gestão/contabilidade .....	<input type="checkbox"/>
Restaurante/Bar .....	<input type="checkbox"/>	Lavandaria .....	<input type="checkbox"/>	Serviço de quartos .....	<input type="checkbox"/>
Manutenção .....	<input type="checkbox"/>	Portaria .....	<input type="checkbox"/>	Telefones/mensagens .....	<input type="checkbox"/>
Recepção .....	<input type="checkbox"/>	Outros Serviços:	_____		

A inovação de processos permitiu à sua empresa (assinale com cruces consoante o tipo de inovação ocorrida):

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais	Eram objectivos iniciais
Redução de quebras e/ou tempos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da produtividade .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da quota de mercado .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade da prestação do serviço .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação de postos de trabalho .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supressão de postos de trabalho .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reciclagem/reclassificação de trabalhadores .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibilidade no processo .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar as condições de trabalho e de segurança .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos salariais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos energéticos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos com matérias-primas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos impactes ambientais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumprir normas e regulamentos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificação da empresa .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Faça, por favor, uma descrição sucinta dos processos inovadores introduzidos:

**X - Inovação na gestão** (veja-se definições na pág. 13)

Entre 1998 e 2000 foram adoptadas ou aperfeiçoadas algumas das seguintes práticas de gestão:

Sim  Não

Se respondeu sim, indique quais:

- Planeamento estratégico e gestão por objectivos .....
- Concentração da decisão na administração/gerência .....
- Análise de mercado e da concorrência .....
- Criação ou desenvolvimento de redes de comercialização .....
- Novos métodos de gestão de stocks .....
- Informatização da gestão .....
- Gestão da informação .....
- Formação profissional e estímulos à participação/iniciativa dos trabalhadores ..
- Ligações informáticas com fornecedores/clientes .....
- Benchmarking .....
- Outsourcing .....
- Downsizing .....
- Empowerment .....
- Total quality management .....
- Integração vertical .....
- Integração horizontal .....
- Integração diagonal .....
- Outras práticas de gestão .....

**XI - Custos da Inovação**

Indique qual o peso aproximado das despesas de inovação na despesa total da sua empresa para o ano 2000:

% da despesa total em inovação ..... [ 0% - 5% [  [ 15% - 25% [  [ 50% - 75% [   
 [ 5% - 15% [  [ 25% - 50% [  [ 75% - 100% [

No ano 2001 a percentagem que referiu atrás aumentou? Sim  Não

Indique qual o peso aproximado das seguintes rubricas de despesas em relação à despesa total em inovação (100%) no ano 2000, e se esse valor aumentou no ano 2001:

	% na Despesa em Inovação	Aumentou em 2001?	
I&D interna .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Aquisição de I&D (externa) .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Aquisição de tecnologia .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Aquisição de equipamento e maquinaria .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Adaptação de serviços.....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Aquisição de patentes e licenças .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Desenho, projecto e ensaios de serviço .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Formação directamente ligada à inovação .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Preparação para a introdução do serviço no mercado.....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
Outros .....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
<b>Total</b>	<b>100%</b>		
% da Despesa em Inovação com a inovação de serviço.....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
% da Despesa em Inovação com a inovação de processo.....	[ ____ ] %	Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>
<b>Total</b>	<b>100%</b>		

## XII - Financiamento da inovação

Indique, por favor, qual a importância das seguintes fontes de financiamento para a realização de inovação na sua empresa (0 - não relevante ou se não responder; 1 - pouco importante a 3 - muito importante):

	Grau de importância			
	0	1	2	3
Fundos próprios da empresa.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fundos de outras empresas do grupo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sociedade de capital de risco.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subvenções ou incentivos públicos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentos de capital.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suprimentos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crédito comercial (curto prazo).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crédito bancário ao investimento (médio/longo prazo).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empréstimos obrigacionistas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Locação financeira.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento estrangeiro.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras fontes de financiamento.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A empresa candidatou-se ou pensa candidatar-se a subvenções (incentivos) de apoio à inovação? Por favor, indique os mais relevantes, para as inovações dos últimos três anos, e se obteve aprovação.

	Ano	Aprovado		Aguarda decisão
		Sim	Não	
<b>II Quadro Comunitário de Apoio 1994 - 1999</b>				
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>III Quadro Comunitário de Apoio 2000 - 2006</b>				
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Programas Comunitários</b>				
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	[ ____ ]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## XIII - Actividades de investigação e desenvolvimento (I&D)

A empresa possui um departamento de I&D (excluir controlo de qualidade)? Sim  Não

A empresa tem promovido ou participado em actividades de I&D com outras organizações?

Sim , em associação com:

Fornecedores.....	<input type="checkbox"/>	Universidades.....	<input type="checkbox"/>
Concorrentes.....	<input type="checkbox"/>	Laboratórios públicos.....	<input type="checkbox"/>
Clientes.....	<input type="checkbox"/>	Centros tecnológicos.....	<input type="checkbox"/>
Empresas do grupo nacionais.....	<input type="checkbox"/>	Empresas do grupo internacionais.....	<input type="checkbox"/>

Não

Nos últimos três anos (1998-2000) a empresa candidatou-se a quaisquer programas públicos de I&D?

Sim , quais? \_\_\_\_\_ Não

- A empresa possui gabinete de projectos? Sim  Não
- A empresa possui gabinete de controlo de qualidade? Sim  Não
- A empresa possui centro de documentação técnica? Sim  Não

#### XIV - Cooperação na área da inovação entre 1998-2000

Nos últimos três anos a empresa cooperou, de modo formal ou informal, na área da inovação com outras organizações? Sim  Não

Se respondeu sim, indique com quais dos seguintes tipos de organizações:

- Outras empresas do grupo.....
- Concorrentes .....
- Clientes .....
- Fornecedores .....
- Empresas de consultoria.....
- Universidades ou outras instituições de ensino .....
- Institutos de investigação governamentais.....
- Outras .....

Por favor, indique a natureza desses contactos:

- Sugestão de novos produtos/serviços.....
- Aconselhamento em problemas de I&D .....
- Aconselhamento na resolução de problemas .....
- Aconselhamento em *marketing* .....
- Auxílio no recrutamento de pessoal qualificado .....
- Forneceram outro tipo de aconselhamento ou assistência ....

#### XV - Formas de protecção da inovação

Qual(is) dos seguintes métodos de protecção foram utilizados para a manutenção e aumento da competitividade das inovações introduzidas em 1998-2000?

- |   | Inovação de serviço          | Inovação de processo         |
|---|------------------------------|------------------------------|
| Registo de patentes (quantifique) .....                   | [ <input type="checkbox"/> ] | [ <input type="checkbox"/> ] |
| Registo dos desenhos/modelos de utilidade (quantifique).. | [ <input type="checkbox"/> ] | [ <input type="checkbox"/> ] |
| Segredo .....   | <input type="checkbox"/>     | <input type="checkbox"/>     |
| Complexidade do produto .....                             | <input type="checkbox"/>     | <input type="checkbox"/>     |
| Manutenção constante do avanço sobre a concorrência ..... | <input type="checkbox"/>     | <input type="checkbox"/>     |
| Nenhum método de protecção .....                          | <input type="checkbox"/>     | <input type="checkbox"/>     |

A empresa obteve receitas decorrentes do registo de patentes, desenhos ou modelos de utilidade? Sim   
Não

#### XVI - Inovação e ambiente (veja-se definições na pág. 13)

Entre 1998 e 2000 ocorreram alterações ou adaptações na estrutura do hotel ou nos procedimentos, com vista à melhoria ambiental e à racionalização energética? Sim  Não

A sua empresa realizou ou actualizou, no período 1998-2000, estudos de impacte ambiental? Sim  Não

O hotel dispõe de sistemas de monitorização ambiental, nomeadamente de consumo energético, dos *standarts* de aquecimento das componentes operacionais? Sim  Não

A empresa realizou uma avaliação ou cálculo da poupança decorrente da introdução de modificações que visem objectivos ambientais? Sim  Não

Indique por favor, em quais das seguintes áreas foram analisadas ou aplicadas novas medidas de protecção ambiental e de racionalização da energia, entre 1998 e 2000:

	Não considerado	Em estudo	Aplicado
Refrigeração.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de energia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão da água.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produto.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Construção.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de compras.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de resíduos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A empresa procede à recolha selectiva de lixo? Sim  Não

A empresa procede à reciclagem de materiais? Sim  Não

Se respondeu sim, indique de que modo:

- Sistema de reciclagem próprio
- Sistema de reciclagem do grupo a que pertence
- Sistema de reciclagem público
- Outro sistema de reciclagem

Foram consideradas, pela empresa, medidas para a protecção da doença de legionários decorrente, nomeadamente, dos sistemas de ar condicionado? Sim  Não

### XVII - Nível tecnológico da empresa

Por favor, assinale quais dos seguintes serviços são disponibilizados pelo seu hotel:

Vídeo Conferência.....	<input type="checkbox"/>	Teleconferência.....	<input type="checkbox"/>
Chaves automáticas ( <i>Key Cards</i> ).....	<input type="checkbox"/>	<i>Business Center</i> .....	<input type="checkbox"/>
<i>Play Station</i> nos quartos.....	<input type="checkbox"/>	Sala com ligação à Internet.....	<input type="checkbox"/>
DVD - <i>Digital Video Disk</i> nos quartos.....	<input type="checkbox"/>	Telefone nos quartos.....	<input type="checkbox"/>
Ligação à Internet nos quartos.....	<input type="checkbox"/>	Ar condicionado nos quartos.....	<input type="checkbox"/>
Televisão nos quartos.....	<input type="checkbox"/>	Protecção de som entre quartos.....	<input type="checkbox"/>
Aquecimento central.....	<input type="checkbox"/>	Quadros de informação electrónicos.....	<input type="checkbox"/>
Computadores disponíveis para os clientes.....	<input type="checkbox"/>	Sistemas de segurança.....	<input type="checkbox"/>
Sistema de gestão de quartos.....	<input type="checkbox"/>	Sistemas de controlo/protecção ambiental.....	<input type="checkbox"/>
<i>Software</i> de gestão.....	<input type="checkbox"/>	Sistemas de racionalização da energia.....	<input type="checkbox"/>
Sistemas de suporte à decisão.....	<input type="checkbox"/>	Bases dados de clientes.....	<input type="checkbox"/>
Sistema de gestão automática de chamadas.....	<input type="checkbox"/>	Ligação em rede a outras empresas do grupo....	<input type="checkbox"/>
Programa de gestão de alimentos e bebidas.....	<input type="checkbox"/>	Página na Internet.....	<input type="checkbox"/>
Pontos de informação sobre a região para os hóspedes.....	<input type="checkbox"/>	Possibilidade de reserva de quartos e serviços na página da Internet.....	<input type="checkbox"/>

**XVIII - Barreiras à inovação**

Considera que existem barreiras à inovação para a sua empresa? Sim  Não

Indique, quando aplicável, quais dos seguintes factores foram relevantes para o atraso, cancelamento ou para o não início de projectos de inovação, durante o período 1998-2001:

	Não início de projectos	Atraso sério de projectos	Cancelamento de projectos
Ausência de actividades de I&D.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilidades de cooperação insuficientes .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidade empresarial .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes pouco receptivos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despesas de inovação demasiado elevadas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Demora/atraso na conclusão dos projectos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desnecessário inovar devido a inovações anteriores.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimensão do mercado.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escassez de serviços técnicos e profissionais externos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estrutura organizacional pouco flexível.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilidade de imitação da inovação .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de apoio estatal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausência de fontes de financiamento apropriadas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre mercados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre tecnologia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de pessoal qualificado.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Longo período de retorno do investimento em inovação .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legislação, regulamentações e normas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resistência do pessoal à mudança.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riscos económicos excessivos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras barreiras à inovação.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**XIX - Constrangimentos ao crescimento da empresa**

A sua empresa sofreu alguma crise que tenha exigido a reestruturação desde 1990? Sim  Não

Se sim, refira qual foi o principal factor \_\_\_\_\_

Por favor, ordene os seguintes constrangimentos ao crescimento da empresa por importância (0 – não relevante ou se não responder; 1 – pouco importante a 3 – muito importante):

	Grau de importância			
	0	1	2	3
Procura de produtos/serviços existentes .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificuldade de recrutamento de pessoal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Área útil do hotel .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restrições no fornecimento de produtos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidade de alojamento .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento para expansão.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulamentação específica para o sector .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regulamentação fiscal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Necessidade de serviços/produtos inovadores .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Considera que a empresa está em desvantagem comparada com outras empresas do sector? Sim  Não

Existe alguma operação ou serviço que não seja fornecida e que coloque a empresa em desvantagem?

Sim , especifique \_\_\_\_\_ Não

## Responsável pelo preenchimento do questionário

Nome: \_\_\_\_\_

Função na Empresa: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

Data: \_\_ / \_\_ / \_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

O inquérito terminou. Muito obrigado pela sua colaboração!

## Definições de auxílio ao preenchimento do inquérito

*Benchmarking* – Processo de melhoria do desempenho das empresas através da identificação, análise e adaptação de boas práticas na sua organização.

*Outsourcing* – Baseia-se no recurso a empresas independentes para a realização de serviços nos quais são especializadas. Esta técnica permite a redução de custos, por via da redução de pessoal e de departamentos da empresa.

*Downsizing* – Consiste na redução de níveis hierárquicos bem como de departamentos (*rightsizing*). Deste modo a empresa pode tornar-se mais competitiva na economia global.

*Empowerment* – Este modelo de gestão defende equipas de autogestão e o aumento da responsabilização dos colaboradores da empresa.

*Total Quality Management* – A empresa propõe-se satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes, e se possível excedê-las. O conceito pressupõe três fases: controlo de qualidade do produto e serviço; qualidade do processo de decisão e qualidade total da empresa.

*Integração vertical* – O objectivo deste tipo de integração é o controlo das diferentes fases de produção, por forma a diminuir o risco de falta de matérias-primas ou do incumprimento de prazos de entrega.

*Integração horizontal* – Ocorre quando empresas do mesmo ramo se fundem, pretendendo afectar a concentração dentro da indústria, aumentar o poder de compra ou controlar a distribuição da sua produção no mercado.

*Integração diagonal* – Processo pelo qual a empresa desenvolve um conjunto de serviços diversificados que fornece a um grupo alvo de consumidores (exemplo: viagem + seguro + férias + serviços bancários). Permite a redução de custos de produção através de sinergias e economias de escala. Pode ser conseguida pela aquisição, mas também por alianças estratégicas ou parcerias de informação.

*Refrigeração* – Exemplos de medidas a aplicar: aquisição de equipamentos de refrigeração à base de HCFC's ou HCF's; redução do número de mini-bares. HCFC (*hydrochlorofluorocarbon*), HFC (*hydrofluorocarbon*) e CFC (*Chlorofluorocarbon*) são substâncias presentes no processo de refrigeração, que afectam a camada de ozono e contribuem para o aquecimento global do planeta. Contudo os HCFC's e HFC's são menos prejudiciais, já que o hidrogénio que contém permite a sua destruição na baixa atmosfera, reduzindo os efeitos na camada de ozono.

*Gestão de Energia* – Exemplos de medidas a aplicar: sensores de controlo de temperatura e iluminação; substituição da iluminação *standart* por outra de baixa-energia; controlo individual de lâmpadas e não uma central de controlo; iluminação exterior com funcionamento por *photocells* (acendem quando a luz natural desaparece); sistema de aquecimento a gás, ou combinação electricidade e óleo; Sistema Combinado de Calor e Energia (CHP); instalação de vidros duplos.

*Gestão da Água* – Exemplos de medidas a aplicar: controladores de fluxo nas torneiras e cabeças de chuveiros; central de tratamento de esgotos/resíduos local; sistema sanitário de ultravioletas (devolve a água aos *standarts* potáveis); reutilização de toalhas e lençóis durante a estada dos hóspedes no hotel; utilização de *grey water* para a rega dos espaços verdes. Designa-se *grey water* à água reciclada dos banhos, duchas e da chuva que pode ser utilizada no sistema sanitário, permitindo uma redução até 60% no consumo de água potável.

*Produto* – Exemplos de medidas a aplicar: utilização de alimentos de agricultura biológica na preparação de pratos; introdução de pratos vegetarianos no menu.

*Construção* – Exemplos de medidas a aplicar: utilização da madeira como material de construção; utilização de formas alternativas de isolamento.

*Gestão de compras e de resíduos* – Exemplos de medidas a aplicar: controlo de desperdício de embalagens; máquinas para compactar lixo; máquinas de destruição de vidro.

*Doença de legionários* – Pneumonia provocada por bactérias do género *legionello*, que se encontram em ambientes aquáticos naturais (lagos e rios), mas também em sistemas artificiais de abastecimento de águas, nomeadamente nas redes de grandes edifícios como os empreendimentos turísticos. O agente de infecção encontra-se principalmente na água sanitária, nos sistemas de ar condicionado, nos aparelhos de aerossóis ou nas fontes decorativas.

## **APÊNDICE 5.2.**

### **INQUÉRITO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA HOTELARIA DO ALGARVE (versão reduzida)**

## INQUÉRITO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA HOTELARIA DO ALGARVE

*Indicações de preenchimento:* O inquérito é constituído essencialmente por questões fechadas que deverão ser respondidas com uma cruz (☒). Algumas das questões são abertas, sendo solicitada informação numérica. No fim do questionário pode encontrar algumas definições.

É garantida a confidencialidade em relação à informação de carácter individual. No seu interesse, poderá reter uma cópia da informação.

*Para esclarecimentos contactar:* Ana Teresa Martins; R. João de Deus n.º 22-1.º 8000-368 Faro; TM: 96 2563648; e-mail: Fax: 289 896 691

### I - Identificação da empresa e enquadramento da actividade (Ano 2001)

Designação \_\_\_\_\_

Categoria \_\_\_\_\_ Ano de Constituição \_\_\_\_\_

Concelho da sede \_\_\_\_\_

Pertence a grupo económico? Sim  Não

Pessoal ao serviço no ano 2001:

0 – 9  10 – 49  50 – 249  ≥ 250

Por favor, indique: N.º total de quartos \_\_\_\_\_

N.º de quartos adaptados a deficientes \_\_\_\_\_

Indique, por favor, qual(is) dos seguintes tipos de procura turística mais se adequa(m) ao seu hotel:

- |                               |                          |                                |                          |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Congressos e incentivos ..... | <input type="checkbox"/> | Turismo Desportivo/ Golfe..... | <input type="checkbox"/> |
| Cultura e Tradição.....       | <input type="checkbox"/> | Turismo Rural e Natureza ..... | <input type="checkbox"/> |
| Eventos e Programas Especiais | <input type="checkbox"/> | Turismo de Saúde/Termal....    | <input type="checkbox"/> |
| Sol e Praia .....             | <input type="checkbox"/> | Turismo de Negócios .....      | <input type="checkbox"/> |
| Touring (Excursão) .....      | <input type="checkbox"/> | Outros .....                   | <input type="checkbox"/> |
| Turismo Aventura.....         | <input type="checkbox"/> | Especifique: _____             |                          |

O hotel está ligado a um:

- Sistema Central de Reservas (CRS)? Sim  Não
- Sistema de Distribuição Global (GDS)? Sim  Não

### II - Estratégia da empresa (Ano 2001)

Como definiria a estratégia competitiva da empresa:

- Diferenciação  Liderança pelo custo
- Segmentação  Outra , especifique \_\_\_\_\_

- |   |                          |                          |
|---|--------------------------|--------------------------|
|   | Sim                      | Não                      |
| A empresa dispõe de um plano de estratégia escrito?                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| A tecnologia é elemento integrante do plano estratégico da empresa? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| A inovação é elemento integrante do plano estratégico da empresa?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| A empresa tem objectivos tecnológicos, definidos, para a inovação?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Se respondeu sim, refira quais:

- Elaborar serviços radicalmente novos, que suscitem novos mercados
- Imitar os líderes na área da inovação
- Adaptar, às necessidades da empresa, tecnologias desenvolvidas por outras organizações
- Desenvolver progressivamente as técnicas existentes
- Alterar os processos de prestação dos serviços existentes
- Outros

A empresa elabora regularmente cenários para a evolução do mercado, ou procura observar as mega-tendências da sociedade com vista a um melhor enquadramento futuro da sua actividade?

Sim  Não

Considera que a empresa está em desvantagem comparada com outras empresas do sector? Sim  Não

### III - Fontes de competitividade (Ano 2001)

Por favor, da seguinte lista de fontes de competitividade, seleccione as 5 mais importantes para a sua empresa: (1= mais importante)

- |   |         |          |
|---|---------|----------|
| Dimensão da empresa.....                          | Ordenar | [ ____ ] |
| Eficiência/qualidade na prestação do serviço..... |         | [ ____ ] |
| Baixos custos.....                                |         | [ ____ ] |

- |  |          |
|--|----------|
| Marketing especializado .....                        | [ ____ ] |
| Canais de distribuição utilizados.....               | [ ____ ] |
| Baixas taxas remuneração .....                       | [ ____ ] |
| Tecnologia desenvolvida por universidades.....       | [ ____ ] |
| Inovações introduzidas/ desenvolvidas na empresa ... | [ ____ ] |
| Proximidade dos fornecedores .....                   | [ ____ ] |
| Proximidade de equipamentos de animação turística .. | [ ____ ] |
| Infra-estruturas da região.....                      | [ ____ ] |
| Recursos naturais e culturais da região .....        | [ ____ ] |
| Outras.....  | [ ____ ] |

### IV - Informação geral sobre inovação

Entre 1998-2000, a empresa desenvolveu ou introduziu quaisquer serviços ou processos inovadores? Sim  Não

Entre 1998-2000, a empresa abandonou projectos destinados a introduzir ou desenvolver quaisquer serviços ou processos inovadores? Sim  Não

A empresa pretende desenvolver ou introduzir quaisquer serviços ou processos inovadores no período 2001-2003? Sim  Não

Se respondeu não às três questões anteriores passe para a parte para o grupo IX – Nível tecnológico da empresa. Se respondeu sim à terceira questão, por favor responda aos grupos V, VIII e seguintes. Nos restantes casos continue o preenchimento do inquérito.

### V - Fontes de inovação na empresa

Indique quais as fontes que originaram ou favoreceram a inovação na sua empresa:

#### Fontes internas à empresa

- Actividades de I&D interna
- Direcção / Administração
- Formação interna
- Pessoal
- Outras fontes internas à empresa

#### Fontes externas à empresa

- Clientes
- Fornecedores
- Situação Concorrencial / Concorrentes
- Outras empresas do grupo
- Feiras, mostras de produtos e exposições
- Redes computacionais (internet) e bases de dados
- Conferências, reuniões e publicações científicas e técnicas
- Empresas de consultoria
- Estabelecimentos de ensino superior
- Centros de investigação e organismos públicos
- Associação sectorial/regional
- Aquisição ou adaptação de equipamentos
- Política activa de *marketing* e vendas
- Aquisição de tecnologia
- Aquisição de Patentes
- Programas públicos de apoio à inovação
- Restrições ambientais
- Legislação, normas e regulamentos
- Adaptação ao Euro
- Outras fontes externas

## VI - Inovação nos Serviços

A empresa entre 1998-2000 introduziu quaisquer serviços inovadores? Sim  Não

Se respondeu sim, diga se introduziu serviços:

Com melhorias incrementais relativamente aos já prestados (inovações incrementais)? Sim  Não

Radicalmente distintos dos já prestados (inovações radicais)? Sim  Não

Quem desenvolveu esses serviços: (assinale a situação mais frequente)

- Principalmente a sua empresa  
 Principalmente outras empresas ou instituições de investigação  
 A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação

Indique a natureza da inovação: (assinale a situação mais frequente)

- Aplicação de uma descoberta científica  
 Melhoria ou modificação de uma técnica  
 Aplicação de um serviço existente a um novo mercado  
 Inovação técnica notável  
 Adopção de uma técnica de outro sector

Indique o âmbito de influência dos serviços introduzidos:

	Empresa	Sector	Mercado nacional	Mercado europeu	Mercado internacional
Inovações Incrementais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inovações Radicais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

As inovações de serviço, incrementais ou radicais, proporcionaram: (assinale com cruzes consoante o tipo de inovação ocorrida)

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais	Eram objectivos iniciais
Aumento da quota de mercado (interno/externo) ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação / acesso a novos mercados .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prolongamento da vida do serviço.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Substituição de serviços.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alargamento da gama de serviços .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maior funcionalidade / flexibilidade.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade do serviço.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos de mão de obra .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução de danos ambientais.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do consumo de energia .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução do consumo de materiais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumprimento de normas e regulamentos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificação da empresa.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Considera que as inovações radicais desenvolvidas conduziram à introdução de um novo Produto Turístico?

Sim : Na empresa  No país  Na região   
 No mercado internacional

Não

Faça, por favor, uma descrição sucinta dos serviços inovadores introduzidos:

## VII - Inovação de Processos

A empresa entre 1998-2000 introduziu quaisquer processos inovadores? Sim  Não

Se respondeu sim, diga se introduziu processos:

Com melhorias incrementais relativamente aos já prestados (inovações incrementais)? Sim  Não

Introduziu processos radicalmente distintos dos já prestados (inovações radicais)? Sim  Não

Quem desenvolveu esses processos: (assinale a situação mais frequente)

- Principalmente a sua empresa  
 Principalmente outras empresas ou instituições de investigação  
 A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação

Indique a natureza da inovação: (assinale a situação mais frequente)

- Aplicação de uma descoberta científica  
 Melhoria ou modificação de uma técnica  
 Aplicação de um serviço existente a um novo mercado  
 Inovação técnica notável  
 Transferência de uma técnica de outro sector

Indique o âmbito de influência dos processos introduzidos:

	Empresa	Sector	Mercado nacional	Mercado europeu	Mercado internacional
Inovações Incrementais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inovações Radicais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A inovação de processos permitiu à sua empresa: (assinale com cruzes consoante o tipo de inovação ocorrida)

	Inovações Incrementais	Inovações Radicais	Eram objectivos iniciais
Redução de quebras e/ou tempos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da produtividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da quota de mercado .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade da prestação do serviço.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação de postos de trabalho .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supressão de postos de trabalho .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reciclagem/reclassificação de trabalhadores.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibilidade no processo .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar as condições de trabalho e de segurança ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos salariais .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos energéticos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos custos com matérias-primas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução dos impactes ambientais.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumprir normas e regulamentos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Certificação da empresa...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Faça, por favor, uma descrição sucinta dos processos inovadores introduzidos:

### VIII – Outras Questões sobre Inovação

A empresa tem promovido ou participado em actividades de I&D com outras organizações? Sim  Não

No período 1998-2000 a empresa cooperou, de modo formal ou informal, na área da inovação com outras organizações?  
Sim  Não

Indique qual o peso aproximado das despesas de inovação na despesa total da sua empresa para o ano 2000:

- [ 0% - 5%[       [ 15% - 25%[       [ 50% - 75%[  
 [ 5% - 15%[       [ 25% - 50%[       [ 75% - 100%[

Qual(is) dos seguintes métodos de protecção foram utilizados para a manutenção e aumento da competitividade das inovações introduzidas em 1998-2000?

	Inovação de serviço [ ___ ]	Inovação de processo [ ___ ]
Registo de patentes (quantifique)	[ ___ ]	[ ___ ]
Registo dos desenhos/modelos de utilidade (quantifique) .....	[ ___ ]	[ ___ ]
Segredo .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Complexidade do produto .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manutenção constante do avanço sobre a concorrência .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nenhum método de protecção.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A empresa candidatou-se a sistemas de incentivos de apoio à inovação?

QCA II 1994 - 1999      Sim  Qual? \_\_\_\_\_ Não   
 QCA III 2000 - 2006      Sim  Qual? \_\_\_\_\_ Não   
 Programas Comunitários      Sim  Qual? \_\_\_\_\_ Não

Os projectos foram aprovados?      Sim  Não

Incluíam investimentos em inovação?      Sim  Não

### IX - Nível tecnológico da empresa

Por favor, assinale quais dos seguintes serviços eram disponibilizados pelo seu hotel em 2001:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vídeo Conferência                                    | <input type="checkbox"/> Teleconferência  |
| <input type="checkbox"/> Chaves automáticas (Key Cards)                       | <input type="checkbox"/> Business Center  |
| <input type="checkbox"/> Play Station nos quartos                             | <input type="checkbox"/> Sala com ligação à Internet  |
| <input type="checkbox"/> DVD – Digital Video Disk nos quartos                 | <input type="checkbox"/> Telefone nos quartos   |
| <input type="checkbox"/> Ligação à Internet nos quartos                       | <input type="checkbox"/> Ar condicionado nos quartos  |
| <input type="checkbox"/> Televisão nos quartos                                | <input type="checkbox"/> Protecção de som entre quartos                                       |
| <input type="checkbox"/> Aquecimento central                                  | <input type="checkbox"/> Quadros de informação electrónicos                                   |
| <input type="checkbox"/> Computadores disponíveis para os clientes            | <input type="checkbox"/> Sistemas de segurança  |
| <input type="checkbox"/> Sistema de gestão de quartos                         | <input type="checkbox"/> Sistemas de controlo/protecção ambiental                             |
| <input type="checkbox"/> Software de gestão                                   | <input type="checkbox"/> Sistemas de racionalização da energia                                |
| <input type="checkbox"/> Sistemas de suporte à decisão                        | <input type="checkbox"/> Bases dados de clientes  |
| <input type="checkbox"/> Sistema de gestão automática de chamadas             | <input type="checkbox"/> Ligação em rede a outras empresas do grupo                           |
| <input type="checkbox"/> Programa de gestão de alimentos e bebidas            | <input type="checkbox"/> Página na Internet   |
| <input type="checkbox"/> Pontos de informação sobre a região para os hóspedes | <input type="checkbox"/> Possibilidade de reserva de quartos e serviços na página da Internet |

### X - Barreiras à inovação

Considera que existem barreiras à inovação para a sua empresa?  
Sim  Não

Indique, quando aplicável, quais dos seguintes factores foram relevantes para o atraso, cancelamento ou para o não início de projectos de inovação, durante o período 1998-2001:

	Não início de projectos	Atraso sério de projectos	Cancel. de projectos
Ausência de actividades de I&D...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Possibilidades de cooperação insuficientes .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidade empresarial .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes pouco receptivos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despesas de inovação demasiado elevadas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Demora/atraso na conclusão dos projectos .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desnecessário inovar devido a inovações anteriores .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dimensão do mercado .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escassez de serviços técnicos e profissionais externos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estrutura organizacional pouco flexível.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilidade de imitação da inovação.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de apoio estatal.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausência de fontes de financiamento apropriadas .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre mercados .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de informação sobre tecnologia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falta de pessoal qualificado .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Longo período de retorno do investimento em inovação.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legislação, regulamentações e normas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resistência do pessoal à mudança .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riscos económicos excessivos....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras barreiras à inovação .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Responsável pelo preenchimento do questionário

Nome: \_\_\_\_\_  
 Função na Empresa: \_\_\_\_\_  
 Telefone: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_  
 Data: \_\_ / \_\_ / \_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

O inquérito terminou. Muito obrigado pela sua colaboração!

## Definições

*Diferenciação (estratégia competitiva)* – A empresa procura ser a única em sua indústria, ao longo de algumas dimensões amplamente valorizadas pelos compradores. Ela selecciona um ou mais atributos, que muitos compradores de uma indústria consideram importantes, posicionando-se singularmente para satisfazer essas necessidades.

*Liderança pelo custo (estratégia competitiva)* – A empresa pretende tornar-se o produtor de mais baixo custo na sua indústria. A empresa tem um “escopo” amplo e atende a muitos segmentos industriais. As fontes de vantagem de custo variam e dependem da estrutura da indústria. Podem incluir a procura de economias de escala, tecnologia patenteada, acesso preferencial a matérias primas e outros factores.

*Segmentação (estratégia competitiva)* – Baseada na escolha de um ambiente competitivo estreito dentro de uma indústria. A empresa escolhe um segmento ou um grupo de segmentos na indústria e adapta a sua estratégia para atendê-los, excluindo outros. Optimizando a sua estratégia para os segmentos-alvo, procura obter uma vantagem competitiva nos seus segmentos alvo, muito embora não possua uma vantagem competitiva geral.

*Estratégia tecnológica* – Conjunto de objectivos que a empresa se propõe atingir através da sua actividade. A estratégia pode basear-se no desenvolvimento de produtos/serviços novos, conducentes à abertura de novos mercados; no seguimento dos líderes do sector em inovação; na melhoria das técnicas existentes com vista à satisfação das necessidades da empresa ou na alteração do processo de produção.

*Mudança tecnológica* – Resulta da alteração das características de concepção de um dado bem (serviço ou produto), por forma a proporcionar ao consumidor, desse bem, serviços novos ou melhorados.

Inovação	Inovação de serviços	Inovação radical
		Inovação incremental
	Inovação de processos	Inovação radical
		Inovação incremental
Diferenciação do produto		

*Inovação tecnológica nos serviços* – Compreende a criação de novos serviços ou a melhoria dos existentes, bem como processos novos ou melhorados de modo significativo, para produzir ou fornecer um serviço. Uma inovação considera-

se concluída quando é introduzida no mercado ou utilizada na produção ou na prestação de um serviço.

*Inovação de serviços* – Compreende novos serviços ou modificações nos existentes pela melhoria ou introdução de novas características e utilizações, tanto no que se refere a aspectos qualitativos, como de desempenho ou da tecnologia aplicada.

*Inovação de processos* – Caracteriza-se pela adopção de novos métodos de produção ou prestação de serviços ou pelo melhoramento dos existentes. As alterações podem incidir sobre os equipamentos, sobre a organização ou sobre ambos, visando novos serviços ou o aumento do rendimento decorrente da prestação de serviços.

*Diferenciação de produto* – Não é considerada inovação, pois tratam-se de melhoramentos estéticos ou técnicos de importância reduzida, e que não alteram substancialmente as performances, custo ou uso das componentes do produto/serviço.

*Investigação e Desenvolvimento (I&D)* – Actividades que, com base na observação científica, conceitos e teorias, permitem a produção de novos conhecimentos. Distinguindo-se entre I&D aplicada ou fundamental consoante tenha objectivos económicos ou não.

*Aquisição de maquinaria e equipamento* – É considerada inovação de processo se proporcionar melhorias no processo de produção. Deve ainda ser incluída nos custos de inovação se os equipamentos ou máquinas forem necessários para a prestação de um novo serviço, contudo se ocorrer para a simples substituição de equipamentos existentes deverá ser excluída.

*Tecnologia* – Conhecimento humano (científico e empírico) aplicado na produção e que consiste na informação de como converter inputs em outputs. A tecnologia pode apresentar a forma escrita (manuais, literatura técnica) ou verbal (know how).

*Inovação incremental* – Serviços existentes cujas performances são melhoradas ou aumentadas, seja nas suas características e utilizações ou num dos subsistemas que os constituem, ou ainda na redução de custos.

*Inovação radical* – Serviço onde a utilização prevista, as características de performance, os atributos e as propriedades de concepção ou de utilização de materiais apresentam diferenças significativas em relação aos serviços existentes. O seu desenvolvimento pode resultar da aplicação de novas tecnologias ou a associação de tecnologias existentes.

## **APÊNDICE 5.3.**

### **TABELA DE VARIÁVEIS**

Tabela Ap.5.3.

Tabela de Variáveis

Grupo	Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
I	1	1	i1	Nominal	-	-	Nome do Hotel
	2	1	i2	Ordinal	3*; 4*; 5*	-1	Categoria
	3	1	i3	Escala	-	-1	Ano de Constituição
	4	1	i4	Nominal	-	-1	Concelho
	5	1	i5	Nominal	Sim; Não	-1	Grupo Económico
	6	1	i6	Ordinal	0-9; 10-49; 50-249; >= 250	-1	Pessoal ao serviço em 2001
	7	1	i7	Escala	-	-1	N.º de Quartos
	8	1	i8	Escala	-	-1	N.º de Quartos para deficientes
	9	11	i91-i911	Nominal	Sim; Não	-1	Procura - Congressos e Incentivos; Cultura e Tradição; Eventos e Programas Especiais; Sol e Praia; <i>Touring</i> (Excursão); Turismo Aventura; Turismo Desportivo/ Golfe; Turismo Rural e Natureza; Turismo de Saúde/ Termal; Turismo de Negócios; Outros
	10	1	i10	Nominal	Sim; Não	-1	Sistema CRS
	11	1	i11	Nominal	Sim; Não	-1	Sistema GDS
II	1	4	ii11-ii14	Nominal	Sim; Não	-1	Estratégia Competitiva – Diferenciação; Liderança pelo Custo; Segmentação; Outra
	2	1	ii2	Nominal	Sim; Não	-1	Plano Estratégico escrito
	3	1	ii3	Nominal	Sim; Não	-1	Tecnologia - parte do Plano Estratégico
	4	1	ii4	Nominal	Sim; Não	-1	Inovação - parte do Plano Estratégico
	5	1	ii50	Nominal	Sim; Não	-1	Objectivos Tecnológicos
	5a	6	ii51-ii56	Nominal	Sim; Não	-1; -2	Objectivos Tecnológicos - Elaborar serviços radicalmente novos, que suscitem novos mercados; Imitar os líderes na área da inovação; Adaptar, às necessidades da empresa, tecnologias desenvolvidas por outras organizações; Desenvolver progressivamente as técnicas existentes; Alterar os processos de prestação dos serviços existentes; Outros
	6	1	ii6	Nominal	Sim; Não	-1	Cenários de evolução do mercado
7	1	ii7	Nominal	Sim; Não	-1	A empresa está em desvantagem comparada com outras empresas do sector?	

Nota: Códigos para não resposta: -1 Não sabe/ não responde; -2 Não aplicável; -3 Não inova.

Grupo	Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
III	1	5	iii1-iii5	Nominal	Dimensão da empresa; Eficiência/qualidade na prestação do serviço; Baixos Custos; Marketing especializado; Canais de distribuição utilizados; Baixas taxas de remuneração; Tecnologia desenvolvida por universidades; Inovações introduzidas/desenvolvidas na empresa; Proximidade dos fornecedores; Proximidade de equipamentos de animação turística; Infra-estruturas da região; Recursos naturais e culturais da região; Outras	-1	1.ª Fonte de Competitividade; 2.ª Fonte de Competitividade; 3.ª Fonte de Competitividade; 4.ª Fonte de Competitividade; 5.ª Fonte de Competitividade
IV	1	1	iv1	Nominal	Sim; Não	-1	Desenvolveu serviços/processos inovadores
	2	1	iv2	Nominal	Sim; Não	-1	Abandonou projectos
	3	1	iv3	Nominal	Sim; Não	-1	Pretende desenvolver serviços/processos inovadores
V	1	5	v11-v15	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Actividades de I&D interna; Direcção/Administração; Formação interna; Pessoal; Outras fontes internas à empresa
	2	20	v21-v220	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Clientes; Fornecedores; Situação Concorrencial/Concorrentes; Outras empresas do grupo; Feiras, mostras de produtos e exposições; Redes computacionais (internet) e bases de dados; Conferências, reuniões e publicações científicas e técnicas; Empresas de consultoria; Estabelecimentos de ensino superior; Centros de investigação e organismos públicos; Associação sectorial/regional; Aquisição ou adaptação de equipamentos; Política activa de marketing e vendas; Aquisição de tecnologia; Aquisição de Patentes; Programas públicos de apoio à inovação; Restrições ambientais; Legislação, normas e regulamentos; Adaptação ao Euro; Outras fontes externas

Grupo Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
1	1	vi10	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Introdução de serviços inovadores
1a	1	vi11	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovações Incrementais
1b	1	vi12	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovações Radicais
2	1	vi2	Nominal	Principalmente a sua empresa; Principalmente outras empresas ou instituições de investigação; A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação	-1; -3	Quem desenvolveu os serviços
3	1	vi3	Nominal	Aplicação de uma descoberta científica; Melhoria ou modificação de uma técnica; Aplicação de um serviço existente a um novo mercado; Inovação técnica notável; Adopção de uma técnica de outro sector	-1; -3	Natureza da Inovação
4	5	vi41-vi45	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Âmbito da Inovação Incremental - Empresa; Sector; Mercado Nacional; Mercado Europeu; Mercado Internacional
5	5	vi51-vi55	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Âmbito da Inovação Radical - Empresa; Sector; Mercado Nacional; Mercado Europeu; Mercado Internacional
6	13	vi61-vi613	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação Incremental - Aumento da quota de mercado (interno/externo); Criação/acesso a novos mercados; Prolongamento da vida do serviço; Substituição de serviços; Alargamento da gama de serviços; Maior funcionalidade/flexibilidade; Melhorar a qualidade do serviço; Redução dos custos de mão de obra; Redução de danos ambientais; Redução do consumo de energia; Redução do consumo de materiais; Cumprimento de normas e regulamentos; Certificação da empresa
7	13	vi71-vi713	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação Radical - Aumento da quota de mercado (Interno/externo); Criação/acesso a novos mercados; Prolongamento da vida do serviço; Substituição de serviços; Alargamento da gama de serviços; Maior funcionalidade/flexibilidade; Melhorar a qualidade do serviço; Redução dos custos de mão de obra; Redução de danos ambientais; Redução do consumo de energia; Redução do consumo de materiais; Cumprimento de normas e regulamentos; Certificação da empresa
8	13	vi81-vi813	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Objectivo Inicial - Aumento da quota de mercado (interno/externo); Criação/acesso a novos mercados; Prolongamento da vida do serviço; Substituição de serviços; Alargamento da gama de serviços; Maior funcionalidade/flexibilidade; Melhorar a qualidade do serviço; Redução dos custos de mão de obra; Redução de danos ambientais; Redução do consumo de energia; Redução do consumo de materiais; Cumprimento de normas e regulamentos; Certificação da empresa
9	1	vi90	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Novo Produto Turístico
9a	4	vi91-vi94	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Aplicação do Novo Produto – Empresa; País; Região; Mercado Internacional

VI

Grupo	Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
VII	1	1	vii10	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Introdução de processos inovadores
	1a	1	vii11	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovações Incrementais
	1b	1	vii12	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovações Radicais
	2	1	vii2	Nominal	Principalmente a sua empresa; Principalmente outras empresas ou instituições de investigação; A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições de investigação	-1; -3	Quem desenvolveu os serviços
	3	1	vii3	Nominal	Aplicação de uma descoberta científica; Melhoria ou modificação de uma técnica; Aplicação de um serviço existente a um novo mercado; Inovação técnica notável; Transferência de uma técnica de outro sector	-1; -3	Natureza da Inovação
	4	5	vii41-vii45	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Âmbito da Inovação Incremental - Empresa; Sector; Mercado Nacional; Mercado Europeu; Mercado Internacional
	5	5	vii51-vii55	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Âmbito da Inovação Radical - Empresa; Sector; Mercado Nacional; Mercado Europeu; Mercado Internacional
	6	15	vii61-vii615	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação Incremental - Redução de quebras e/ou tempos; Aumento da produtividade; Aumento da quota de mercado; Melhorar a qualidade da prestação do serviço; Criação de postos de trabalho; Supressão de postos de trabalho; Reciclagem/reclassificação de trabalhadores; Flexibilidade no processo; Melhorar as condições de trabalho e de segurança; Redução dos custos salariais; Redução do consumo energéticos; Redução do consumo com matérias-primas; Redução dos impactes ambientais; Cumprir normas e regulamentos; Certificação da empresa
	7	15	vii71-vii715	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação Radical - Redução de quebras e/ou tempos; Aumento da produtividade; Aumento da quota de mercado; Melhorar a qualidade da prestação do serviço; Criação de postos de trabalho; Supressão de postos de trabalho; Reciclagem/reclassificação de trabalhadores; Flexibilidade no processo; Melhorar as condições de trabalho e de segurança; Redução dos custos salariais; Redução do consumo energéticos; Redução do consumo com matérias-primas; Redução dos impactes ambientais; Cumprir normas e regulamentos; Certificação da empresa
	8	15	vii81-vii815	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Objectivo Inicial - Redução de quebras e/ou tempos; Aumento da produtividade; Aumento da quota de mercado; Melhorar a qualidade da prestação do serviço; Criação de postos de trabalho; Supressão de postos de trabalho; Reciclagem/reclassificação de trabalhadores; Flexibilidade no processo; Melhorar as condições de trabalho e de segurança; Redução dos custos salariais; Redução do consumo energéticos; Redução do consumo com matérias-primas; Redução dos impactes ambientais; Cumprir normas e regulamentos; Certificação da empresa

Grupo	Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
VIII	1	1	viii1	Nominal	Sim; Não	-1; -3	Actividades de I&D com outras organizações
	2	1	viii2	Nominal	Sim; Não	-1; -3	A empresa cooperou com outras organizações
	3	1	viii3	Ordinal	[0%-5%]; [5%-15%]; [15%-25%]; [25%-50%]; [50%-75%]; [75%-100%];	-1; -3	% Despesa de Inovação na Despesa Total
	4	6	viii41-viii46	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação de Serviço - Registo de patentes; Registo dos desenhos/modelos de utilidade; Segredo; Complexidade do produto; Manutenção constante do avanço sobre a concorrência; Nenhum método de protecção
	5	6	viii51-viii56	Nominal	Sim; Não	-1; -2; -3	Inovação de Processo - Registo de patentes; Registo dos desenhos/modelos de utilidade; Segredo; Complexidade do produto; Manutenção constante do avanço sobre a concorrência; Nenhum método de protecção
	6	1	viii6	Ordinal	Sim; Não	-1; -3	Apoio à inovação
IX	1	28	ix1-ix28	Nominal	Sim; Não	-1	Video Conferência; Chaves automáticas ( <i>Key Cards</i> ); <i>Play Station</i> nos quartos; DVD - <i>Digital Video Disk</i> nos quartos; Ligação à Internet nos quartos; Televisão nos quartos; Aquecimento central; Computadores disponíveis para os clientes; Sistema de gestão de quartos; <i>Software</i> de gestão; Sistemas de suporte à decisão; Sistema de gestão automática de chamadas; Programa de gestão de alimentos e bebidas; Pontos de informação sobre a região para os hóspedes; Teleconferência; <i>Business Center</i> ; Sala com ligação à Internet; Telefone nos quartos; Ar condicionado nos quartos; Protecção de som entre quartos; Quadros de informação electrónicos; Sistemas de segurança; Sistemas de controlo/protecção ambiental; Sistemas de racionalização da energia; Bases dados de clientes; Ligação em rede a outras empresas do grupo; Página na Internet; Possibilidade de reserva de quartos e serviços na página da Internet

Grupo	Pergunta	N.º de Variáveis	Nome da Variável no Ficheiro	Escala de medida	Gama de Valores	Código para não resposta	Descrição
	1	1	x1	Nominal	Sim; Não		-1 Existência de barreiras à inovação
	1a	22	x21-x222	Nominal	Sim; Não		Não Início de Projectos - Ausência de actividades de I&D; Possibilidades de cooperação insuficientes; Capacidade empresarial; Clientes pouco receptivos; Despesas de inovação demasiado elevadas; Demora/atraso na conclusão dos projectos; Desnecessário inovar devido a inovações anteriores; Dimensão do mercado; Escassez de serviços técnicos e profissionais externos; Estrutura organizacional pouco flexível; Facilidade de imitação da inovação; Falta de apoio estatal; Ausência de fontes de financiamento apropriadas; Falta de informação sobre mercados; Falta de informação sobre tecnologia; Falta de pessoal qualificado; Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação; Longo período de retorno do investimento em inovação; Legislação, regulamentações e normas; Resistência do pessoal à mudança; Riscos económicos excessivos; Outras barreiras à inovação
X	1b	22	x31-x322	Nominal	Sim; Não		Atraso Sério de Projectos - Ausência de actividades de I&D; Possibilidades de cooperação insuficientes; Capacidade empresarial; Clientes pouco receptivos; Despesas de inovação demasiado elevadas; Demora/atraso na conclusão dos projectos; Desnecessário inovar devido a inovações anteriores; Dimensão do mercado; Escassez de serviços técnicos e profissionais externos; Estrutura organizacional pouco flexível; Facilidade de imitação da inovação; Falta de apoio estatal; Ausência de fontes de financiamento apropriadas; Falta de informação sobre mercados; Falta de informação sobre tecnologia; Falta de pessoal qualificado; Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação; Longo período de retorno do investimento em inovação; Legislação, regulamentações e normas; Resistência do pessoal à mudança; Riscos económicos excessivos; Outras barreiras à inovação
	1c	22	x41-x422	Nominal	Sim; Não		Cancelamento de Projectos - Ausência de actividades de I&D; Possibilidades de cooperação insuficientes; Capacidade empresarial; Clientes pouco receptivos; Despesas de inovação demasiado elevadas; Demora/atraso na conclusão dos projectos; Desnecessário inovar devido a inovações anteriores; Dimensão do mercado; Escassez de serviços técnicos e profissionais externos; Estrutura organizacional pouco flexível; Facilidade de imitação da inovação; Falta de apoio estatal; Ausência de fontes de financiamento apropriadas; Falta de informação sobre mercados; Falta de informação sobre tecnologia; Falta de pessoal qualificado; Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação; Longo período de retorno do investimento em inovação; Legislação, regulamentações e normas; Resistência do pessoal à mudança; Riscos económicos excessivos; Outras barreiras à inovação

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

## APÊNDICE 5.4. – ANÁLISE DE RESPOSTAS E NÃO RESPOSTAS

Tabela Ap.5.4. – Análise de Respostas e Não Respostas por Variável

N.º Total de Casos: 45

Grupo	Código	Variável Designação	Respostas		Não Respostas						Total			
					-1 Não sabe/ não responde		-2 Não aplicável		-3 Não Inova				Total	
			N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
I	i1	Nome do Hotel	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
	i2	Categoria	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
	i3	Ano de Constituição	39	87%	6	13%	0	0%	0	0%	6	13%	45	100%
	i4	Concelho da Sede	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
	i5	Grupo Económico	41	91%	4	9%	0	0%	0	0%	4	9%	45	100%
	i6	Pessoal ao serviço em 2001	44	98%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	45	100%
	i7	N.º de Quartos	43	96%	2	4%	0	0%	0	0%	2	4%	45	100%
	i8	N.º de Quartos para deficientes	34	76%	11	24%	0	0%	0	0%	11	24%	45	100%
	i91-i911	Procura	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
	i10	Sistema CRS	43	96%	2	4%	0	0%	0	0%	2	4%	45	100%
	i11	Sistema GDS	40	89%	5	11%	0	0%	0	0%	5	11%	45	100%
localiz	Localização	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%	
II	ii11-ii14	Estratégia Competitiva	41	91%	4	9%	0	0%	0	0%	4	9%	45	100%
	ii2	Plano Estratégico escrito	44	98%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	45	100%
	ii3	Tecnologia - parte do Plano Estratégico	41	91%	4	9%	0	0%	0	0%	4	9%	45	100%
	ii4	Inovação - parte do Plano Estratégico	42	93%	3	7%	0	0%	0	0%	3	7%	45	100%
	ii50	Objectivos Tecnológicos	43	96%	2	4%	0	0%	0	0%	2	4%	45	100%
	ii51-ii56	Tipos de Objectivos Tecnológicos	29	64%	2	4%	14	31%	0	0%	16	36%	45	100%
	ii6	Cenários de evolução do mercado A empresa está em desvantagem comparada com outras empresas do sector?	43	96%	2	4%	0	0%	0	0%	2	4%	45	100%
ii7		39	87%	6	13%	0	0%	0	0%	6	13%	45	100%	
III	iii1-iii5	Fontes de Competitividade	40	89%	5	11%	0	0%	0	0%	5	11%	45	100%
IV	iv1	Desenvolveu serviços ou processos inovadores	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
	iv2	Abandonou projectos	42	93%	3	7%	0	0%	0	0%	3	7%	45	100%
	iv3	Pretende desenvolver serviços ou processos inovadores	45	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	45	100%
V	v11-v15	Fontes Internas de Inovação	37	82%	0	0%	0	0%	8	18%	8	18%	45	100%
	v21-v220	Fontes Externas de Inovação	37	82%	0	0%	0	0%	8	18%	8	18%	45	100%

		Variável	Respostas		Não Respostas								Total	
					-1 Não sabe/ não responde		-2 Não aplicável		-3 Não Inova		Total			
Grupo	Código	Designação	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
VI	vi10	Introdução de Serviços Inovadores	25	56%	3	7%	0	0%	17	38%	20	44%	45	100%
	vi11	Inovações de Serviço Incrementais	24	53%	3	7%	1	2%	17	38%	21	47%	45	100%
	vi12	Inovações de Serviço Radicais	24	53%	3	7%	1	2%	17	38%	21	47%	45	100%
	vi2	Quem desenvolveu os serviços	23	51%	4	9%	1	2%	17	38%	22	49%	45	100%
	vi3	Natureza da Inovação	21	47%	6	13%	1	2%	17	38%	24	53%	45	100%
	vi41-vi45	Âmbito da Inovação Incremental	21	47%	5	11%	2	4%	17	38%	24	53%	45	100%
	vi51-vi55	Âmbito da Inovação Radical	7	16%	5	11%	16	36%	17	38%	38	84%	45	100%
	vi61-vi613	Resultado das Inovações Incrementais	21	47%	5	11%	2	4%	17	38%	24	53%	45	100%
	vi71-vi713	Resultado das Inovações Radicais	7	16%	5	11%	16	36%	17	38%	38	84%	45	100%
	vi81-vi813	Objectivos Iniciais das Inovações	20	44%	7	16%	1	2%	17	38%	25	56%	45	100%
	vi90	Novo Produto Turístico	10	22%	3	7%	15	33%	17	38%	35	78%	45	100%
vi91-vi94	Aplicação do Novo Produto	4	9%	3	7%	21	47%	17	38%	41	91%	45	100%	
VII	vii10	Introdução de Processos Inovadores	24	53%	4	9%	0	0%	17	38%	21	47%	45	100%
	vii11	Inovações de Processo Incrementais	22	49%	4	9%	2	4%	17	38%	23	51%	45	100%
	vii12	Inovações de Processo Radicais	22	49%	4	9%	2	4%	17	38%	23	51%	45	100%
	vii2	Quem desenvolveu os processos	19	42%	7	16%	2	4%	17	38%	26	58%	45	100%
	vii3	Natureza da Inovação	21	47%	5	11%	2	4%	17	38%	24	53%	45	100%
	vii41-vii45	Âmbito da Inovação Incremental	21	47%	4	9%	3	7%	17	38%	24	53%	45	100%
	vii51-vii55	Âmbito da Inovação Radical	3	7%	4	9%	21	47%	17	38%	42	93%	45	100%
	vii61-vii615	Resultado das Inovações Incrementais	20	44%	5	11%	3	7%	17	38%	25	56%	45	100%
	vii71-vii715	Resultado das Inovações Radicais	3	7%	5	11%	20	44%	17	38%	42	93%	45	100%
	vii81-vii815	Objectivos Iniciais das Inovações	19	42%	7	16%	2	4%	17	38%	26	58%	45	100%
VIII	viii1	Actividades de I&D com outras organizações	23	51%	5	11%	0	0%	17	38%	22	49%	45	100%
	viii2	A empresa cooperou com outras organizações	23	51%	5	11%	0	0%	17	38%	22	49%	45	100%
	viii3	% Despesa de Inovação na Despesa Total	20	44%	8	18%	0	0%	17	38%	25	56%	45	100%
	viii41-viii46	Protecção da Inovação de Serviço	21	47%	6	13%	1	2%	17	38%	24	53%	45	100%
	viii51-viii56	Protecção da Inovação de Processo	20	44%	6	13%	2	4%	17	38%	25	56%	45	100%
	viii6	Apoio à Inovação	17	38%	11	24%	0	0%	17	38%	28	62%	45	100%
IX	ix1-ix28	Nível Tecnológico	44	98%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	45	100%
X	x1	Existência de barreiras à inovação	38	84%	7	16%	0	0%	0	0%	7	16%	45	100%
	x21-x222	Não Início de Projectos	23	51%	8	18%	14	31%	0	0%	22	49%	45	100%
	x31-x322	Atraso Sêrio de Projectos	23	51%	8	18%	14	31%	0	0%	22	49%	45	100%
	x41-x422	Cancelamento de Projectos	23	51%	8	18%	14	31%	0	0%	22	49%	45	100%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

## APÊNDICE 6.1. - TABELAS DE APOIO À ANÁLISE DE RESULTADOS

Neste apêndice, apresentam-se algumas tabelas auxiliares às considerações efectuadas no sexto capítulo. A organização está baseada na estrutura do referido capítulo.

### 6.1. Extensão da inovação

#### 6.1.1. Aspectos diferenciadores entre empresas inovadoras e não inovadoras

Tabela Ap.6.1.1. – N.º de Hotéis, por pessoal ao serviço

Categoria	Global				Desenvolveu serviços/processos inovadores			
	Pessoal ao serviço em 2001			Total	Pessoal ao serviço em 2001			Total
	10-49	50-249	>=250		10-49	50-249	>=250	
3*	14	5	0	19	8	5	0	13
4*	8	10	0	18	4	4	0	8
5*	0	4	3	7	0	3	2	5
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>3</b>	<b>44</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>26</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Tabela Ap.6.1.2. – Relação entre grupo económico e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores

Desenvolveu serviços/processos inovadores			Categoria			Total
			3*	4*	5*	
Sim	Grupo Económico	Sim	1	6	5	12
		Não	12	2	0	14
	Total			13	8	5
Não	Grupo Económico	Sim	1	2	2	5
		Não	4	6	0	10
	Total			5	8	2

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.3. – Relação entre o tipo de procura e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores (incluído o teste do qui-quadrado)**

Tipo de Procura		Desenvolveu serviços ou processos inovadores			Qui-Quadrado	
		Sim	Não	Total	Pearson	Likelihood Ratio
Congressos e Incentivos	Sim	9	7	16	0,145	0,145
	Não	18	11	29		
Cultura e Tradição	Sim	4	2	6	0,128	0,131
	Não	23	16	39		
Eventos e Programas Especiais	Sim	9	3	12	1,534	1,6
	Não	18	15	33		
Sol e Praia	Sim	24	17	41	0,412	0,435
	Não	3	1	4		
Touring (Excursão)	Sim	10	6	16	0,065	0,065
	Não	17	12	29		
Turismo Aventura	Sim	3	1	4	0,412	0,435
	Não	24	17	41		
Turismo Desportivo/ Golfe	Sim	16	12	28	0,252	0,254
	Não	11	6	17		
Turismo Rural e Natureza	Sim	4	3	7	0,028	0,028
	Não	23	15	38		
Turismo de Saúde/ Termal	Sim	0	0	0	-	-
	Não	27	18	45		
Turismo de Negócios	Sim	11	3	14	2,921	3,08
	Não	16	15	31		
Outros	Sim	0	1	1	1,534	1,867
	Não	27	17	44		
<b>Total</b>		27	18	45	-	-

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.4. – Tipo de Procura consoante o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores e a categoria do hotel**

Tipo de Procura	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Total		
	Sim	Não	3*	4*	5*	Total	%	% de Casos
Congressos e Incentivos	9	7	4	7	5	16	11,0%	35,6%
Cultura e Tradição	4	2	6	0	0	6	4,1%	13,3%
Eventos e Programas Especiais	9	3	6	2	4	12	8,3%	26,7%
Sol e Praia	24	17	15	19	7	41	28,3%	91,1%
Touring (Excursão)	10	6	11	4	1	16	11,0%	35,6%
Turismo Aventura	3	1	4	0	0	4	2,8%	8,9%
Turismo Desportivo/ Golfe	16	12	7	14	7	28	19,3%	62,2%
Turismo Rural e Natureza	4	3	4	3	0	7	4,8%	15,6%
Turismo de Saúde/ Termal	11	3	8	4	2	14	9,7%	31,1%
Turismo de Negócios	0	1	1	0	0	1	0,7%	2,2%
<b>Total</b>	90	55	66	53	26	145	100%	-

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: 45 casos válidos

**Tabela Ap.6.1.5. – Relação entre o sistema de CRS e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores, por categoria**

Sistema CRS	Desenvolveu serviços ou processos inovadores	Categoria			Total
		3*	4*	5*	
Sim	Sim	1	3	4	8
	Não	2	1	1	4
	Total	3	4	5	12
Não	Sim	12	5	1	18
	Não	4	9	0	13
	Total	16	14	1	31

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.6. – Relação entre o sistema de GDS e o desenvolvimento de serviços ou processos inovadores, por categoria**

Sistema GDS	Desenvolveu serviços ou processos inovadores	Categoria			Total
		3*	4*	5*	
Sim	Sim	0	2	4	6
	Não	0	0	2	2
	Total	0	2	6	8
Não	Sim	13	6	1	20
	Não	5	7	0	12
	Total	18	13	1	32

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.7. – Os sistemas de CRS e GDS, por categoria e pessoal ao serviço**

Tipo de Sistema		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001			Total
		3*	4*	5*	10-49	50-249	≥ 250	
Sistema CRS	Sim	3	4	5	4	7	1	12
	Não	16	14	1	18	12	1	31
	Total	19	18	6	22	19	2	43
Sistema GDS	Sim	0	2	6	0	6	2	8
	Não	18	13	1	19	12	1	32
	Total	18	15	7	19	18	3	40

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

### 6.1.2. A competitividade e a inovação

**Tabela Ap.6.1.8. – A Inovação em cada tipo de estratégia competitiva**

Estratégia Competitiva	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Total
	Sim	Não	
Diferenciação	62%	38%	100%
Liderança pelo custo	50%	50%	100%
Segmentação	76%	24%	100%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.9. – Plano Estratégico**

Plano Estratégico	Total	Desenvolveu serviços/processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001			
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250	
Plano Estratégico escrito	Sim	39%	52%	18%	26%	39%	71%	27%	44%	67%
	Não	61%	48%	82%	74%	61%	29%	73%	56%	33%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Tecnologia parte do Plano Estratégico	Sim	80%	92%	63%	78%	81%	86%	84%	78%	67%
	Não	20%	8%	38%	22%	19%	14%	16%	22%	33%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Inovação parte do Plano Estratégico	Sim	74%	88%	50%	78%	65%	86%	75%	72%	67%
	Não	26%	12%	50%	22%	35%	14%	25%	28%	33%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.1.10. – Objectivos tecnológicos definidos**

Objectivos Tecnológicos	Total	Desenvolveu serviços/processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	65%	78%	44%	63%	59%	86%	62%	61%	100%
Não	35%	22%	56%	37%	41%	14%	38%	39%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.11. – Elaboração de cenários de evolução e desvantagem comparativa**

	Total	Desenvolveu serviços/processos inovadores		Categoria			
		Sim	Não	3*	4*	5*	
Cenários de evolução do mercado	Sim	79%	92%	59%	79%	71%	100%
	Não	21%	8%	41%	21%	29%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	
A empresa está em desvantagem comparada com outras empresas do sector?	Sim	28%	13%	50%	33%	29%	14%
	Não	72%	87%	50%	67%	71%	86%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.1.12. – As fontes de competitividade nos hotéis que desenvolveram serviços ou processos inovadores (por grau de importância)**

Fontes de Competitividade	Desenvolveu serviços ou processos inovadores				
	1. <sup>a</sup>	2. <sup>a</sup>	3. <sup>a</sup>	4. <sup>a</sup>	5. <sup>a</sup>
Dimensão da empresa	0%	13%	8%	8%	29%
Eficiência/qualidade na prestação do serviço	71%	17%	4%	0%	4%
Baixos custos	8%	13%	17%	8%	4%
Marketing especializado	4%	0%	13%	8%	4%
Canais de distribuição utilizados	0%	17%	13%	25%	4%
Baixas taxas remuneração	0%	0%	0%	0%	0%
Tecnologia desenvolvida por universidades	0%	0%	0%	0%	0%
Inovações introduzidas/ desenvolvidas na empresa	0%	25%	4%	4%	13%
Proximidade dos fornecedores	0%	4%	0%	0%	4%
Proximidade de equipamentos de animação turística	0%	4%	8%	8%	8%
Infra-estruturas da região	4%	0%	0%	33%	13%
Recursos naturais e culturais da região	13%	4%	29%	4%	17%
Outras	0%	4%	4%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.1.13. – Relação entre as estratégias competitivas e as fontes de competitividade (por grau de importância)**

Estratégia Competitiva	Diferenciação					Liderança pelo custo					Segmentação				
	1. <sup>a</sup>	2. <sup>a</sup>	3. <sup>a</sup>	4. <sup>a</sup>	5. <sup>a</sup>	1. <sup>a</sup>	2. <sup>a</sup>	3. <sup>a</sup>	4. <sup>a</sup>	5. <sup>a</sup>	1. <sup>a</sup>	2. <sup>a</sup>	3. <sup>a</sup>	4. <sup>a</sup>	5. <sup>a</sup>
Dimensão da empresa	0%	15%	10%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	6%	13%	0%	31%
Eficiência/qualidade na prestação do serviço	60%	15%	10%	0%	5%	50%	17%	0%	17%	0%	75%	19%	0%	0%	0%
Baixos custos	20%	0%	15%	10%	5%	33%	17%	17%	0%	0%	6%	13%	0%	13%	0%
Marketing especializado	5%	5%	25%	0%	15%	0%	17%	17%	0%	17%	0%	6%	13%	13%	6%
Canais de distribuição utilizados	0%	15%	20%	15%	10%	17%	0%	0%	17%	0%	0%	13%	19%	31%	13%
Baixas taxas remuneração	0%	0%	0%	10%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tecnologia desenvolvida por universidades	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Inovações introduzidas/ ou desenvolvidas na empresa	0%	15%	0%	5%	5%	0%	0%	0%	17%	17%	0%	44%	6%	6%	13%
Proximidade dos fornecedores	0%	10%	0%	0%	5%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
Proximidade de equipamentos de animação turística	0%	10%	0%	0%	15%	0%	0%	33%	33%	17%	0%	0%	6%	0%	6%
Infra-estruturas da região	5%	0%	5%	45%	5%	0%	0%	0%	17%	0%	6%	0%	0%	25%	13%
Recursos naturais e culturais da região	10%	10%	15%	5%	25%	0%	33%	17%	0%	17%	13%	0%	31%	13%	19%
Outras	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

## 6.2. Caracterização das empresas inovadoras

### 6.2.1. Fontes de inovação

**Tabela Ap.6.1.14. – Fontes de Inovação, por categoria e por tipo de inovação (% de respostas)**

Fontes de inovação	Total	Categoria			Inovação	
		3*	4*	5*	Serviços	Processos
Actividades de I&D interna	3,3%	4,5%	3,5%	0,0%	4,0%	3%
Direcção / Administração	10,3%	8,1%	12,2%	10,6%	8,5%	8%
Formação interna	7,7%	7,2%	8,7%	6,4%	7,0%	8%
Pessoal	7,0%	7,2%	7,8%	4,3%	7,5%	8%
Outras fontes internas à empresa	0,4%	0,9%	0,0%	0,0%	0,5%	1%
Clientes	8,8%	9,9%	9,6%	4,3%	7,5%	8%
Fornecedores	4,0%	4,5%	4,3%	2,1%	3,5%	3%
Situação Concorrencial / Concorrentes	7,0%	6,3%	7,8%	6,4%	6,0%	6%
Outras empresas do grupo	1,5%	0,0%	0,9%	6,4%	2,5%	2%
Feiras, mostras de produtos e exposições	5,9%	6,3%	6,1%	4,3%	5,5%	6%
Redes computacionais (internet) e bases de dados	5,5%	6,3%	5,2%	4,3%	5,5%	6%
Conferências, reuniões e publicações científicas e técnicas	2,9%	4,5%	0,0%	6,4%	3,5%	4%
Empresas de consultoria	2,9%	2,7%	2,6%	4,3%	3,5%	3%
Estabelecimentos de ensino superior	1,5%	1,8%	0,9%	2,1%	1,5%	2%
Centros de investigação e organismos públicos	0,7%	0,9%	0,9%	0,0%	1,0%	1%
Associação sectorial/regional	2,6%	3,6%	2,6%	0,0%	3,0%	3%
Aquisição ou adaptação de equipamentos	5,1%	5,4%	3,5%	8,5%	4,5%	5%
Política activa de marketing e vendas	6,6%	2,7%	9,6%	8,5%	6,5%	6%
Aquisição de tecnologia	3,3%	3,6%	2,6%	4,3%	4,0%	4%
Aquisição de Patentes	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0%
Programas públicos de apoio à inovação	1,5%	1,8%	0,9%	2,1%	1,5%	2%
Restrições ambientais	2,2%	0,9%	2,6%	4,3%	2,5%	2%
Legislação, normas e regulamentos	3,3%	1,8%	3,5%	6,4%	4,0%	3%
Adaptação ao Euro	5,9%	8,1%	4,3%	4,3%	6,0%	6%
Outras fontes externas	0,4%	0,9%	0,0%	0,0%	0,5%	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

### 6.2.3. Os objectivos e resultados da inovação

**Tabela Ap.6.1.15. – Objectivos e resultados das inovações de serviço, por categoria (% de respostas)**

Inovação de Serviços	Objectivos Iniciais				Resultados							
					Inovações Incrementais				Inovações Radicais			
	3*	4*	5*	Total	3*	4*	5*	Total	3*	4*	5*	Total
Aumento da quota de mercado (interno/externo)	16%	17%	11%	15%	8%	14%	9%	10%	11%	0%	0%	8%
Criação / acesso a novos mercados	16%	14%	11%	14%	12%	11%	9%	11%	11%	33%	0%	12%
Prolongamento da vida do serviço	2%	3%	4%	3%	2%	3%	6%	3%	0%	0%	0%	0%
Substituição de serviços	0%	0%	0%	0%	2%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%
Alargamento da gama de serviços	7%	11%	11%	9%	10%	11%	9%	10%	11%	0%	40%	15%
Maior funcionalidade / flexibilidade	9%	11%	7%	9%	10%	8%	6%	8%	11%	33%	40%	19%
Melhorar a qualidade do serviço	16%	14%	14%	15%	14%	16%	15%	15%	6%	33%	0%	8%
Redução dos custos de mão de obra	7%	3%	11%	6%	10%	5%	9%	8%	11%	0%	0%	8%
Redução de danos ambientais	2%	3%	7%	4%	2%	5%	9%	5%	6%	0%	0%	4%
Redução do consumo de energia	7%	8%	11%	8%	10%	8%	12%	10%	11%	0%	0%	8%
Redução do consumo de materiais	2%	3%	7%	4%	4%	3%	6%	4%	6%	0%	0%	4%
Cumprimento de normas e regulamentos	9%	8%	4%	7%	12%	8%	3%	8%	11%	0%	20%	12%
Certificação da empresa	7%	6%	4%	6%	4%	8%	3%	5%	6%	0%	0%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.1.16. – Objectivos e resultados das inovações de processo, por categoria (% de respostas)**

Inovação Processos	Objectivos Iniciais				Resultados					
					Inovação Incremental				Inovação Radical	
	3*	4*	5*	Total	3*	4*	5*	Total	3*	Total
Redução de quebras e/ou tempos	8%	4%	3%	6%	10%	3%	5%	7%	11%	11%
Aumento da produtividade	13%	11%	10%	11%	15%	10%	11%	13%	11%	11%
Aumento da quota de mercado	10%	7%	10%	9%	6%	7%	8%	7%	11%	11%
Melhorar a qualidade da prestação do serviço	13%	21%	16%	16%	13%	21%	14%	15%	11%	11%
Criação de postos de trabalho	2%	7%	3%	4%	3%	7%	5%	5%	11%	11%
Supressão de postos de trabalho	2%	0%	6%	3%	3%	0%	5%	3%	0%	0%
Reciclagem/reclassificação de trabalhadores	8%	14%	3%	8%	6%	14%	5%	8%	11%	11%
Flexibilidade no processo	0%	4%	3%	2%	3%	3%	5%	4%	0%	0%
Melhorar as condições de trabalho e de segurança	6%	7%	13%	8%	6%	7%	11%	8%	0%	0%
Redução dos custos salariais	2%	0%	6%	3%	5%	0%	3%	3%	0%	0%
Redução dos custos energéticos	13%	11%	6%	10%	8%	10%	8%	9%	11%	11%
Redução dos custos com matérias-primas	8%	4%	3%	6%	6%	3%	3%	5%	11%	11%
Redução dos impactes ambientais	2%	4%	6%	4%	3%	7%	5%	5%	0%	0%
Cumprir normas e regulamentos	6%	4%	6%	6%	8%	3%	8%	7%	11%	11%
Certificação da empresa	6%	4%	3%	5%	3%	3%	3%	3%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

### 6.5. Barreiras à inovação

**Tabela Ap.6.1.17. – Consequências das Barreiras à Inovação**

Tipo de consequência	Desenvolveu serviços ou processos inovadores	
	Sim	Não
Não Início de Projectos	41%	50%
Atraso Sério de Projectos	36%	31%
Cancelamento de Projectos	23%	19%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Tabela Ap.6.1.18. – Barreiras à inovação consoante o tipo de dificuldade, por categoria e desenvolvimento de projectos de inovação (% de respostas)

Barreiras à Inovação	Não Início de Projectos						Atraso Sêrio de Projectos						Cancelamento de Projectos					
	Categoria			Desenvolveu Serviços ou Processos Inovadores		Total	Categoria			Desenvolveu Serviços ou Processos Inovadores		Total	Categoria			Desenvolveu Serviços ou Processos Inovadores		Total
	3*	4*	5*	Sim	Não		3*	4*	5*	Sim	Não		3*	4*	5*	Sim	Não	
Ausência de actividades de I&D	5%	8%	0%	3%	8%	6%	5%	0%	0%	3%	0%	1%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Possibilidades de cooperação insuficientes	3%	11%	0%	0%	9%	6%	9%	0%	0%	7%	0%	3%	8%	0%	0%	6%	0%	3%
Capacidade empresarial	5%	5%	0%	0%	8%	5%	9%	5%	0%	7%	5%	6%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Clientes pouco receptivos	3%	3%	0%	0%	4%	2%	5%	2%	0%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Despesas de inovação demasiado elevadas	5%	5%	0%	3%	6%	5%	5%	10%	25%	7%	10%	9%	15%	0%	50%	17%	0%	10%
Demora/atraso na conclusão dos projectos	3%	3%	0%	0%	4%	2%	9%	7%	0%	7%	8%	7%	15%	0%	0%	11%	0%	7%
Desnecessário inovar devido a inovações anteriores	3%	3%	13%	3%	4%	4%	5%	2%	0%	3%	3%	3%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Dimensão do mercado	5%	11%	13%	13%	6%	8%	5%	5%	0%	3%	5%	4%	0%	7%	0%	6%	0%	3%
Escassez de serviços técnicos e profissionais externos	5%	3%	0%	3%	4%	4%	0%	10%	0%	3%	8%	6%	8%	7%	0%	11%	0%	7%
Estrutura organizacional pouco flexível	5%	3%	0%	3%	4%	4%	5%	7%	0%	3%	8%	6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Facilidade de imitação da inovação	5%	3%	0%	3%	4%	4%	0%	5%	0%	0%	5%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Falta de apoio estatal	3%	8%	25%	16%	2%	7%	9%	5%	0%	10%	3%	6%	8%	27%	0%	11%	25%	17%
Ausência de fontes de financiamento apropriadas	3%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	5%	50%	3%	8%	6%	8%	0%	0%	6%	0%	3%
Falta de informação sobre mercados	5%	5%	13%	10%	4%	6%	5%	2%	0%	3%	3%	3%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Falta de informação sobre tecnologia	3%	3%	0%	0%	4%	2%	5%	2%	0%	3%	3%	3%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Falta de pessoal qualificado	5%	8%	0%	10%	4%	6%	5%	10%	0%	7%	8%	7%	8%	0%	0%	6%	0%	3%
Incerteza quanto aos resultados da introdução da inovação	8%	0%	13%	6%	4%	5%	5%	7%	0%	7%	5%	6%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
Longo período de retorno do investimento em inovação	8%	11%	13%	13%	8%	10%	5%	2%	0%	3%	3%	3%	0%	7%	50%	6%	8%	7%
Legislação, regulamentações e normas	5%	5%	13%	6%	6%	6%	9%	2%	0%	7%	3%	4%	8%	0%	0%	6%	0%	3%
Resistência do pessoal à mudança	5%	3%	0%	3%	4%	4%	5%	7%	25%	7%	8%	7%	8%	0%	0%	6%	0%	3%
Riscos económicos excessivos	5%	3%	0%	3%	4%	4%	0%	2%	0%	0%	3%	1%	15%	7%	0%	11%	8%	10%
Outras barreiras à inovação	3%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	2%	0%	0%	3%	1%	0%	7%	0%	0%	8%	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

## APÊNDICE 6.2. – RESULTADOS COMPLEMENTARES

Neste apêndice, apresentam-se alguns resultados de questões que constavam no primeiro envio do inquérito, e que foram retiradas quando este foi reduzido. Cruza-se ainda estas informações com a categoria e a capacidade de inovação dos hotéis. Responderam a esta versão alargada do inquérito 26 estabelecimentos, sendo que 54% afirmaram ser inovadores, proporção ligeiramente inferior à encontrada para o total de casos.

**Tabela Ap.6.2.1. – Caracterização dos hotéis (versão inicial)**

Tipo de Hotel	Total de Casos	Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		3**	4**	5**	10-49	50-249	>=250
Desenvolveu serviços ou processos inovadores	14	10	2	2	9	4	1
Abandonou projectos	1	1	0	0	0	1	0
Pretende desenvolver serviços ou processos inovadores	21	11	8	2	11	9	1
<b>Total de Casos</b>	<b>26</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>1</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

As empresas cujo capital social se encontra no intervalo entre um e dez milhões de euros apresentam um maior indício de inovação (83%)<sup>26</sup>. As empresas que pertencem a alguma associação sectorial são as mais inovadoras (60%). Em geral, as empresas integram associações regionais. A proporção de empresas associadas é crescente com a categoria do hotel.

A certificação é mais frequente nas empresas que não desenvolveram processos nem serviços com inovação (67%). São os hotéis de 4\* que têm mais hotéis certificados, mas globalmente apenas 27% estão certificados.

<sup>26</sup> Os outros intervalos são [0;1 000 000[ e [30 000 000;+∞[.

Não é notório que a origem dos hóspedes ou o tipo de cliente possa influenciar ou motivar a capacidade inovadora dos hotéis. Os hóspedes são principalmente do Reino Unido (28%), Portugal (25%) e Alemanha (19%)<sup>27</sup>. Esta estrutura é idêntica nos hotéis inovadores e não inovadores, embora se observe, no primeiro caso, um diferencial negativo na Alemanha e positivo na Holanda em relação ao total. No tipo de cliente as diferenças são mais claras. A maioria das dormidas é requisitada por operadores turísticos (54%), seguindo-se as agências de viagens (21%) e a venda ao balcão (11%)<sup>28</sup>. No entanto, nos hotéis com projectos de inovação, a venda ao balcão (15%) e as agências (27%) têm uma importância significativamente superior. Os operadores turísticos estão mais presentes nos hotéis que não inovam (61%) do que nos que o fazem (49%), o que representam uma diferença de 12%.

A mobilidade do pessoal parece ser maior nos hotéis que não desenvolveram serviços ou processos inovadores, com maior relevância na diminuição do pessoal. Nos hotéis inovadores o maior impacto na alteração da estrutura de pessoal foi no sentido positivo. Nos dois tipos de hotel existe evidência de um aumento do pessoal com habilitações do ensino superior, e diminuição para os que não possuem a escolaridade obrigatória. A maioria dos hotéis sente dificuldades de contratação de pessoal qualificado (73%), principalmente as empresas inovadoras (93%) e os hotéis de maior categoria (100%). Os motivos mais referidos são a “pouca oferta” (44%) e o “desfasamento educação/indústria” (31%).

---

<sup>27</sup> A análise por categoria evidência que os hóspedes originários do Reino Unido são muito importantes para os hotéis de 4\* (40%) e de 5\* (37%) e que a origem Portugal diminui com o aumento da categoria, continuando a ser o segundo país mais importante, excepto nos hotéis de 4\*.

<sup>28</sup> Os operadores turísticos são os principais clientes dos hotéis independentemente da categoria, contudo o seu peso é superior nos hotéis de 4\* (72%). Nos hotéis de 3\* as agências de viagem (22%) e os particulares (11%) e outras empresas (10%) também têm alguma importância. O equilíbrio é encontrado nos hotéis de 5\* em que operadores turísticos (37%) e agências (34%) têm pesos semelhantes e a venda ao balcão (21%) é também relevante.

É reduzido o número de hotéis que realizaram estudos de impacto ambiental ou que possuem sistemas de monitorização ambiental, mas é ligeiramente mais frequente nos hotéis inovadores. Contudo, 59% dos estabelecimentos afirmam ter alterado ou adaptado estruturas ou procedimentos com objectivos ambientais ou de racionalização energética, mas poucos calcularam as poupanças das medidas realizadas. Mais uma vez estas proporções são superiores nos estabelecimentos inovadores.<sup>29</sup>

**Tabela Ap.6.2.2. – Dimensão da empresa de acordo com o capital social**

Capital Social	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
< 1 000 000 €	55%	50%	63%	67%	50%	0%	75%	29%	0%
1 000 000 € - 10 000 000 €	30%	42%	13%	33%	17%	50%	17%	57%	0%
> 30 000 000 €	15%	8%	25%	0%	33%	50%	8%	14%	100%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.3. – Integração em associações sectoriais**

Associação Sectorial	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	80%	86%	73%	71%	89%	100%	73%	89%	100%
Não	20%	14%	27%	29%	11%	0%	27%	11%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.2.4. – Integração por tipo de associação sectorial (% de respostas)**

Tipo de Associação Sectorial	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Associação Regional	82%	83%	80%	89%	80%	67%	100%	64%	100%
Associação Nacional	14%	8%	20%	11%	20%	0%	0%	27%	0%
Associação Internacional	5%	8%	0%	0%	0%	33%	0%	9%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

<sup>29</sup> As medidas de protecção aplicadas recaem sobre a gestão de energia (55%), de água (36%) e de compras (32%). A gestão de resíduos (36%) e de compras (27%) são as mais referidas como sendo áreas de intervenção objecto de estudo nos hotéis. A recolha selectiva de lixo é realizada pela maioria dos estabelecimentos, mas principalmente por aqueles que desenvolverem serviços ou processos inovadores. Na reciclagem de materiais, realizada por metade dos hotéis, o sistema mais frequente é o público, mas alguns hotéis utilizam o sistema do grupo a que pertencem.

**Tabela Ap.6.2.5. – Empresas Certificadas**

Certificação	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	27%	17%	40%	23%	43%	0%	31%	25%	0%
Não	73%	83%	60%	77%	57%	100%	69%	75%	100%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.2.6. – % Média de Dormidas por país de origem dos hóspedes**

Origem	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria		
		Sim	Não	3*	4*	5*
Portugal	25%	27%	22%	26%	22%	23%
Espanha	7%	8%	5%	7%	7%	5%
Reino Unido	28%	27%	29%	23%	40%	37%
Alemanha	19%	16%	24%	18%	24%	17%
França	2%	2%	3%	3%	0%	2%
Holanda	9%	11%	6%	12%	2%	3%
EUA	2%	1%	3%	2%	2%	4%
Outros Países	8%	8%	8%	9%	3%	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>N.º Casos</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.2.7. – % Média de Dormidas por tipo de cliente**

Clientes	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria		
		Sim	Não	3*	4*	5*
Agências de Viagens	21%	27%	12%	22%	14%	34%
Empresas do Grupo	2%	1%	3%	2%	1%	4%
Internet	3%	3%	3%	4%	1%	3%
Operadores Turísticos	54%	49%	61%	49%	72%	37%
Outras Empresas	7%	5%	11%	10%	2%	2%
Particulares (ao Balcão)	11%	15%	6%	11%	8%	21%
Outros	3%	1%	5%	3%	3%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>N.º Casos</b>	<b>22</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>2</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

Tabela Ap.6.2.8. – Evolução do pessoal ao serviço no período 1998-2000, por tipo de vínculo e habilitação literária

Evolução do pessoal	Total			Desenvolveu serviços/processos inovadores					
				sim			não		
	<	=	>	<	=	>	<	=	>
efectivo	20%	40%	40%	14%	43%	43%	27%	36%	36%
full time	16%	53%	32%	11%	56%	33%	20%	50%	30%
estagiários	24%	59%	18%	20%	70%	10%	29%	43%	29%
pessoal total	16%	48%	36%	21%	36%	43%	9%	64%	27%
doutoramento	11%	56%	33%	0%	75%	25%	20%	40%	40%
mestrado/MBA	0%	86%	14%	0%	67%	33%	0%	100%	0%
licenciatura	0%	64%	36%	0%	71%	29%	0%	50%	50%
bacharelato	8%	75%	17%	0%	71%	29%	20%	80%	0%
12.º ano	0%	91%	9%	0%	85%	15%	0%	100%	0%
9.º, 10.º ou 11.º ano	0%	85%	15%	0%	75%	25%	0%	100%	0%
menos que o 9.º ano	32%	58%	11%	33%	50%	17%	29%	71%	0%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Notas: < - diminuiu; = - manteve; > - aumentou.

As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

Tabela Ap.6.2.9. – Existência de dificuldades de contratação

Dificuldades de contratação	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	73%	93%	50%	64%	80%	100%	60%	90%	100%
Não	27%	7%	50%	36%	20%	0%	40%	10%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Tabela Ap.6.2.10. – Motivos das dificuldades de contratação (% de respostas)

Motivos das dificuldades de contratação	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Capacidade financeira	3%	0%	10%	0%	8%	0%	0%	7%	0%
Elevado custo	16%	14%	20%	13%	23%	0%	13%	20%	0%
Pouca oferta	44%	41%	50%	38%	46%	67%	40%	47%	50%
Desfasamento educação/indústria	31%	36%	20%	38%	23%	33%	40%	20%	50%
Outra dificuldade	6%	9%	0%	13%	0%	0%	7%	7%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.11. – Preocupação Ambiental**

		Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
			Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Alterações no hotel com vista à melhoria ambiental	Sim	59%	67%	50%	64%	56%	50%	58%	56%	100%
	Não	41%	33%	50%	36%	44%	50%	42%	44%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Realizou/actualizou estudos de impacto ambiental	Sim	14%	18%	10%	10%	22%	0%	18%	11%	0%
	Não	86%	82%	90%	90%	78%	100%	82%	89%	100%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Existência de sistemas de monitorização ambiental	Sim	23%	33%	10%	9%	22%	100%	25%	11%	100%
	Não	77%	67%	90%	91%	78%	0%	75%	89%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Avaliação/cálculo da poupança	Sim	33%	45%	20%	45%	13%	50%	27%	33%	100%
	Não	67%	55%	80%	55%	88%	50%	73%	67%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.12. – Áreas de intervenção das medidas de protecção ambiental**

Áreas de Intervenção	Total			Desenvolveu serviços ou processos inovadores					
				Sim			Não		
	Não consid.	Em estudo	Aplic.	Não consid.	Em estudo	Aplic.	Não consid.	Em estudo	Aplic.
Refrigeração	68%	9%	23%	75%	8%	17%	60%	10%	30%
Gestão de energia	23%	23%	55%	8%	25%	67%	40%	20%	40%
Gestão da água	41%	23%	36%	42%	25%	33%	40%	20%	40%
Produto	86%	14%	0%	100%	0%	0%	70%	30%	0%
Construção	76%	10%	14%	82%	0%	18%	70%	20%	10%
Gestão de compras	41%	27%	32%	33%	17%	50%	50%	40%	10%
Gestão de resíduos	55%	36%	9%	58%	33%	8%	50%	40%	10%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Notas: Não consid. – Não considerado; Aplic. – Aplicado.

As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.13. – Recolha e reciclagem de resíduos**

		Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
			Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Recolha selectiva de lixo	Sim	57%	77%	30%	67%	33%	100%	62%	44%	100%
	Não	43%	23%	70%	33%	67%	0%	38%	56%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Reciclagem de materiais	Sim	50%	50%	50%	54%	43%	50%	54%	38%	100%
	Não	50%	50%	50%	46%	57%	50%	46%	63%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Sistema de reciclagem	Próprio	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Do grupo a que pertence	20%	17%	25%	14%	50%	0%	14%	50%	0%
	Público	80%	83%	75%	86%	50%	100%	86%	50%	100%
	Outro	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

Os hotéis inovadores, no período 1998-2000, referem em maior número ter evoluído no sentido da diversificação das actividades (38%), do que os não inovadores (9%). Nenhum dos hotéis que afirma não ter inovado se especializou num serviço ou gama de serviços. Este tipo de especialização ocorre em 46% dos hotéis inovadores<sup>30</sup>. O estilo de liderança nos hotéis é no geral aberto (88%) e é privilegiado o trabalho de equipa (92%). Os pesos destes tipos de gestão são ligeiramente superiores para os hotéis que inovam (93% e 100% respectivamente). Quando se analisa o processo de decisão constata-se que habitualmente não é centralizado (61%), mas curiosamente são aqueles que se identificam como inovadores são mais centralizadores. O processo de decisão tende a ser mais centralizado nos estabelecimentos de menor categoria e dimensão.

Os constrangimentos ao crescimento das empresas mais relevantes são a dificuldade de recrutamento de pessoal, a regulamentação específica para o sector e a regulamentação fiscal.

**Tabela Ap.6.2.14. – Diversificação de actividades e especialização de serviços**

		Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
			Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Diversificação de actividades	Sim	25%	38%	9%	23%	11%	100%	21%	22%	100%
	Não	75%	62%	91%	77%	89%	0%	79%	78%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Especificação de serviços	Sim	26%	46%	0%	33%	0%	100%	31%	11%	100%
	Não	74%	54%	100%	67%	100%	0%	69%	89%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

<sup>30</sup> Note-se que, a maioria dos respondentes afirma não ter diversificado a actividade (75%), nem se ter especializado (74%).

**Tabela Ap.6.2.15. – Perfil da Gestão**

		Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
			Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Estilo de Liderança	Aberto	88%	93%	80%	92%	78%	100%	93%	78%	100%
	Fechado	13%	7%	20%	8%	22%	0%	7%	22%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Privilegia Trabalho de Equipa	Sim	92%	100%	82%	100%	78%	100%	93%	89%	100%
	Não	8%	0%	18%	0%	22%	0%	7%	11%	0%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Processo de decisão centralizado	Sim	39%	54%	20%	54%	25%	0%	46%	33%	0%
	Não	61%	46%	80%	46%	75%	100%	54%	67%	100%
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.16. – Importância dos constrangimentos ao crescimento da empresa**

Constrangimentos ao crescimento da empresa	Total				Desenvolveu serviços ou processos inovadores							
					Sim				Não			
	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
Procura de produtos/serviços existentes	62%	0%	23%	15%	71%	0%	14%	14%	50%	0%	33%	17%
Dificuldade de recrutamento de pessoal	15%	8%	23%	54%	14%	0%	43%	43%	17%	17%	0%	67%
Área útil do hotel	31%	23%	23%	23%	43%	14%	43%	0%	17%	33%	0%	50%
Restrições no fornecimento de produtos	54%	31%	0%	15%	71%	14%	0%	14%	33%	50%	0%	17%
Capacidade de alojamento	23%	23%	38%	15%	29%	0%	71%	0%	17%	50%	0%	33%
Financiamento para expansão	38%	15%	8%	38%	71%	14%	0%	14%	0%	17%	17%	67%
Regulamentação específica para o sector	31%	8%	23%	38%	43%	0%	14%	43%	17%	17%	33%	33%
Regulamentação fiscal	31%	0%	23%	46%	57%	0%	29%	14%	0%	0%	17%	83%
Necessidade de serviços/produtos inovadores	38%	8%	15%	38%	57%	0%	14%	29%	17%	17%	17%	50%
Outros constrangimentos	92%	0%	0%	8%	86%	0%	0%	14%	100%	0%	0%	0%

N.º Casos: 13

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Notas: 0 - Não relevante/não responde; 1 - Pouco Importante; 2 - Importante; 3 - Muito Importante.

As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.17. – Existência de operações ou serviços que por não serem fornecidos colocam a empresa em desvantagem**

Desvantagem por ausência de serviços	Total	Desenvolveu serviços ou processos inovadores		Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		Sim	Não	3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	40%	40%	40%	50%	38%	0%	50%	29%	0%
Não	60%	60%	60%	50%	63%	100%	50%	71%	100%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

Os departamentos em que mais se reflectiram as inovações de processos são a cozinha (16%), o restaurante/bar (14%), o serviço de reservas (14%) e a recepção (11%). Igualmente objecto de inovações, mas em menor proporção, foram os serviços de gestão/contabilidade, de quartos (9%), de lavandaria, de telefones/mensagens, de manutenção (8%) e a portaria (3%).

As práticas de gestão mais frequentemente introduzidas pelos hotéis inovadores são a análise de mercado e da concorrência, os novos métodos de gestão de stocks, a informatização da gestão, a formação profissional e estímulos à participação/iniciativa dos trabalhadores. O planeamento estratégico e gestão por objectivos e a gestão de informação são igualmente referidas como práticas recentes nos estabelecimentos inquiridos.

As formas de financiamento mais importantes para o desenvolvimento de projectos de inovação são os fundos próprios da empresa, o crédito bancário ao investimento de médio/longo prazo e as subvenções ou incentivos públicos.

**Tabela Ap.6.2.18. – Departamentos em que se reflectiram as inovações de processo introduzidas (% de respostas)**

Departamento	Total	Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Cozinha	16%	15%	17%	17%	14%	33%	11%
Restaurante/Bar	14%	13%	17%	17%	12%	33%	11%
Manutenção	8%	7%	17%	8%	8%	0%	11%
Recepção	11%	11%	17%	8%	12%	0%	11%
Reservas	14%	15%	17%	8%	16%	0%	11%
Lavandaria	8%	7%	0%	17%	6%	17%	11%
Portaria	3%	4%	0%	0%	4%	0%	0%
Gestão/Contabilidade	9%	9%	17%	8%	8%	17%	11%
Serviço de quartos	9%	11%	0%	8%	10%	0%	11%
Telefones/mensagens	8%	9%	0%	8%	8%	0%	11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.19. – Introdução de novas práticas de gestão**

Práticas de Gestão	Total	Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Sim	90%	86%	100%	100%	100%	50%	100%
Não	10%	14%	0%	0%	0%	50%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.2.20. – Tipo de práticas de gestão introduzidas (% de respostas)**

Práticas de Gestão	Total	Categoria			Pessoal ao serviço em 2001		
		3*	4*	5*	10-49	50-249	>=250
Planeamento estratégico e gestão por objectivos	11%	9%	14%	13%	10%	25%	9%
Concentração da decisão na administração/gerência	7%	9%	14%	0%	10%	0%	0%
Análise de mercado e da concorrência	16%	18%	14%	13%	17%	25%	9%
Criação ou desenvolvimento de redes de comercialização	5%	0%	0%	13%	0%	25%	9%
Novos métodos de gestão de stocks	14%	18%	14%	7%	17%	0%	9%
Informatização da gestão	14%	18%	14%	7%	17%	0%	9%
Gestão da informação	11%	9%	14%	13%	10%	25%	9%
Formação profissional e estímulos à participação/iniciativa dos trabalhadores	14%	18%	14%	7%	17%	0%	9%
Ligações informáticas com fornecedores/clientes	2%	0%	0%	7%	0%	0%	9%
<i>Benchmarking</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>Outsourcing</i>	2%	0%	0%	7%	0%	0%	9%
<i>Downsizing</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>Empowerment</i>	2%	0%	0%	7%	0%	0%	9%
<i>Total quality management</i>	2%	0%	0%	7%	0%	0%	9%
Integração vertical, horizontal ou diagonal	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.21. – Divisão das despesas de inovação por tipo de despesa**

% da Despesa em inovação	Total	Categoria		
		3*	4*	5*
I&D interna	4%	5%	0%	0%
Aquisição de I&D	6%	7%	0%	0%
Aquisição de tecnologia	26%	29%	0%	10%
Aquisição de equipamento e maquinaria	30%	22%	0%	70%
Adaptação de serviços	16%	17%	0%	10%
Aquisição de patentes e licenças	3%	3%	0%	0%
Desenho, projecto e ensaios de serviço	5%	5%	0%	5%
Formação directamente ligada à inovação	6%	7%	0%	0%
Preparação para a introdução do serviço no mercado	5%	4%	0%	5%
Outros	2%	2%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>
N.º de Casos	6	5	0	1

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

Nota: As percentagens podem não totalizar 100% devido ao arredondamento das casas decimais.

**Tabela Ap.6.2.22. – Repartição das despesas de inovação por tipo de inovação**

Tipo de Inovação	% da Despesa em inovação
Inovação de serviço	37
Inovação de processo	63
<i>Total</i>	<i>100</i>
N.º de casos	3

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

**Tabela Ap.6.2.23. – Formas de financiamento das inovações por grau de importância**

Financiamento da Inovação	Desenvolveu serviços/processos inovadores				Total
	Não relevante/não responde	Pouco importante	Importante	Muito importante	
Fundos próprios da empresa	10%	0%	10%	80%	100%
Fundos de outras empresas do grupo	90%	0%	0%	10%	100%
Sociedade de capital de risco	80%	10%	0%	10%	100%
Subvenções ou incentivos públicos	50%	30%	0%	20%	100%
Aumentos de capital	80%	0%	10%	10%	100%
Suprimentos	90%	10%	0%	0%	100%
Crédito comercial (curto prazo)	70%	30%	0%	0%	100%
Crédito bancário ao investimento (médio/longo prazo)	50%	20%	20%	10%	100%
Empréstimos obrigacionistas	100%	0%	0%	0%	100%
Locação financeira	90%	0%	0%	10%	100%
Financiamento estrangeiro	90%	0%	0%	10%	100%
Outras fontes de financiamento	100%	0%	0%	0%	100%

Fonte: Inquérito à Inovação e Tecnologia na Hotelaria do Algarve, elaboração própria.

## GLOSSÁRIO

**Auxílios de minimis:** auxílios concedidos pelos Estados-Membros da União Europeia que não obrigam à notificação à Comissão Europeia, visto não se considerar que afectem o comércio entre os Estados-Membros e/ou falseiem nem ameacem falsear a concorrência. Encontram-se, nesta situação, os auxílios concedidos, a determinada empresa, durante um período de três anos e não superiores a 100 mil euros (Regulamento (CE) n.º 69/2001 da Comissão de 12 de Janeiro de 2001).

**Certificação de uma empresa:** “consiste no reconhecimento por um organismo idóneo (terceira parte) de que essa empresa dispõe de um sistema de qualidade implementado e de acordo com um determinado documento de referência” (IPQ, 2000).

**Cluster:** “Conjunto de empresas interrelacionadas entre si e com entidades produtoras e difusoras de conhecimento, com o objectivo de construir novas competências e novos factores competitivos e aumentar o valor acrescentado” (Presidência do Conselho de Ministros, 2002).

**Curva de aprendizagem:** “eficiência alcançada durante um período de tempo pelos trabalhadores através da repetição”, o conceito mais lato - curva de experiência - reflecte a situação em que “os custos unitários em muitas indústrias manufactureras (...), bem como em algumas indústrias de serviços, declinam com a «experiência», ou o volume de produção acumulado de uma empresa em particular” (Porter, 1979).

**Desenhos Industriais:** “(...) figuras, pinturas, fotografias, gravuras ou qualquer combinação de linhas ou cores ornamentais ou não, aplicadas a um produto, com fim comercial, por qualquer processo manual, mecânico ou químico”. Inclui também “(...) os caracteres, tipos, matrizes tipográficas de qualquer espécie, chapas estereotipas de

cartão, metais ou ligas metálicas e gravuras de madeira ou de qualquer outro material destinados a impressão tipográfica de letras, algarismos, notas musicais ou outros sinais, símbolos, monogramas, emblemas, tarjas, filetes, etc.” (INPI, desc.a). “O desenho industrial não altera a forma ou configuração exterior do objecto em que é aplicado, mas decora-o de maneira a torná-lo esteticamente mais atraente” (www.aeportugal.pt de 07.11.2003).

**Destino Turístico:** “estrutura de oferta de produtos e serviços turísticos, coerente e baseada numa determinada zona geográfica, que tem associada uma determinada imagem de conjunto, normalmente comercializada de uma forma integrada e sob uma marca distintiva” (Universidade do Algarve, 2001).

**Empreendimento Turístico:** Estabelecimento que se destina a prestar serviços de alojamento temporário, restauração ou animação de turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares. Os empreendimentos turísticos podem ser integrados num dos seguintes tipos: estabelecimentos hoteleiros; meios complementares de alojamento turístico; parques de campismo públicos e privados e conjuntos turísticos (INE, 2004).

**Estabelecimento Hoteleiro:** Empreendimento turístico (estabelecimento) destinado a proporcionar, mediante remuneração, serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições. Os estabelecimentos hoteleiros classificam-se em: hotéis, pensões, pousadas, estalagens, môtéis e hotéis-apartamento (aparthotéis). Para efeitos estatísticos ainda inclui aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos (INE, 2004).

**Estado da Técnica:** “Conjunto de todas as informações que, dentro ou fora do país, foram tornadas acessíveis ao público antes da data do pedido de patente, por descrição,

utilização ou qualquer outro meio, de modo a poder ser conhecido e explorado”. Inclui também “o conteúdo dos pedidos de patentes e modelos de utilidade requeridos para serem válidos em Portugal em data anterior à data do depósito (...) e ainda não publicados” (INPI, desc.c).

**Hotel:** Estabelecimento hoteleiro que pode ocupar apenas parte independente de um edifício, constituída por pisos completos e contíguos, com acesso próprio e directo aos pisos ocupados pelo estabelecimento para uso exclusivo dos seus utentes, possuindo, no mínimo, 10 unidades de alojamento, cuja classificação resulta do preenchimento dos requisitos mínimos das instalações, do equipamento, e serviços fixados em regulamento, destinado a proporcionar, mediante remuneração, alojamento temporário e outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimentos de refeições (INE, 2004).

**Hotel-apartamento:** Estabelecimento hoteleiro constituído por um conjunto de pelo menos 10 apartamentos equipados e independentes, locados dia a dia a turistas, que ocupa a totalidade ou parte independente de um edifício, desde que constituído por pisos completos e contíguos, com acessos próprios e directos aos pisos ocupados pelo estabelecimento para uso exclusivo dos seus utentes, com restaurante ou serviço de restauração e com, pelo menos, serviço de arrumação e limpeza (INE, 2004).

**Integração Diagonal:** processo pelo qual a empresa desenvolve um conjunto de serviços diversificados que fornece a um grupo alvo de consumidores (exemplo: transporte + seguro + alojamento + serviços bancários). Permite a redução de custos de produção através de sinergias e economias de escala, e pode ser conseguida pela aquisição, mas também por alianças estratégicas ou parcerias de informação (Poon, 1993).

**Integração Horizontal:** ocorre quando empresas do mesmo ramo se fundem, pretendendo afectar a concentração dentro da indústria, aumentar o poder de compra ou controlar a distribuição da sua produção no mercado (Poon, 1993).

**Integração Vertical:** ocorre quando empresas pretendem controlar as diferentes fases de produção, por forma a diminuir o risco de falta de matérias-primas ou do incumprimento de prazos de entrega (Poon, 1993).

**Megacluster:** “conjunto de actividades distintas, mas cujos bens ou serviços satisfazem a procura de uma mesma grande Área Funcional da Procura Final, recorrendo a competências básicas complementares e podendo exploram vantagens de interligação e articulação em rede, entre si e com outras entidades, nomeadamente as que permitem a acumulação do «capital imaterial» para o conjunto das empresas envolvidas” (Presidência do Conselho de Ministros, 2002).

**Modelo de Utilidade:** “protege (...) as invenções que consistam em dar a um objecto uma configuração, estrutura, mecanismo ou disposição de que resulte o aumento da sua utilidade ou a melhoria do seu aproveitamento, como no caso de utensílios, instrumentos, ferramentas, aparelhos, dispositivos, ou partes dos mesmos, vasilhame ou demais objectos” (www.aeportugal.pt de 07.11.2003).

**Modelo Industrial:** “(...) modelos, formas, padrões, relevos, matrizes e demais objectos que sirvam de tipo na fabricação de um produto industrial, definindo-lhe a forma, as dimensões, a estrutura ou a ornamentação. Numa distinção meramente formal um modelo industrial refere-se à forma tridimensional do objecto, enquanto que o desenho industrial se refere a uma visão bidimensional” (www.aeportugal.pt de 07.11.2003). “Nestes modelos é protegida apenas a forma sob o ponto de vista geométrico ou ornamental” (INPI, desc.b).

**Patente de Invenção:** “Título que atribui ao seu titular o direito exclusivo, de duração limitada, de fabricar, utilizar ou alienar o invento e de, em consequência, impedir que terceiros o façam sem o seu consentimento” (INPI, desc.c). A sua “protecção destina-se às invenções que solucionam problemas técnicos por meio de um novo mecanismo, novo produto ou novo processo de obtenção de um produto, substância ou composição já conhecidos” (www.aeportugal.pt de 07.11.2003).

**Pequena Empresa:** Empresa cujo volume de negócios anual ou balanço total anual não excedem 7 milhões de Euros e 5 milhões de Euros respectivamente, que tem menos de 50 trabalhadores e que cumpre o critério de independência definido pela Recomendação da Comissão. Considera-se microempresa a que tem menos de 10 trabalhadores (Recomendação da Comissão 96/280/CE de 3 de Abril de 1996).

**Pequenas e Médias Empresas (PME):** Empresas, genericamente, com menos de 250 trabalhadores e um volume de negócios menor ou igual a 40 milhões de Euros ou um balanço total anual que não ultrapasse 27 milhões de Euros e que cumpram o critério de independência definido na Recomendação da Comissão (Recomendação da Comissão 96/280/CE de 3 de Abril de 1996).

**Produto turístico:** “Elemento de ligação entre a oferta e a procura” no turismo. “Existem duas tipologias de produtos turísticos que importa distinguir. (...) Por um lado, e ao nível local, as organizações do sector do turismo oferecem um vasto e diversificado conjunto de produtos e serviços, que vão do alojamento, à restauração, *rent-a-car*, animação, entre outros, e que constituem o resultado operacional dos respectivos processos de produção. Este tipo de **produtos específicos** tanto pode ser objecto de comercialização e consumo integrados, normalmente sob a forma de *packages*, como apresentados isoladamente, consubstanciando as bases estruturais da oferta turística de uma determinada região, devendo ser entendidos como elos potenciais da cadeia de

valor que o turista experimenta e avalia aquando de uma estadia. Por outro lado, temos o **produto global ou compósito**, que resulta de uma perspectiva de integração, ao nível regional, de toda a realidade oferecida e experimentada pelos turistas. Trata-se de um produto que se assume como o resultado de uma combinação de componentes tangíveis e intangíveis, que ultrapassa a especificidade e os contornos da oferta do sector e que deve ser equacionado em termos de **concepção macro-económica de produto** (Guibilato, 1983; Silva, 1991). O produto compósito tem uma forte repercussão na imagem que o turista guarda sobre a região e, na medida em que se assume como um conceito abrangente de prestação e consumo integrados de experiências e de serviços, é visto como sinónimo do conceito de **Destino Turístico**” (Universidade do Algarve, 2001).

**Propriedade Industrial:** “Conjunto de direitos entre os quais figuram, nomeadamente, as patentes de invenção, as marcas de fábrica, de comércio ou de serviço, os desenhos e modelos, nome de estabelecimento e insígnias” (INPI, desc.c).

**Sistema Científico e Tecnológico:** “conjunto de recursos e actividades no domínio da Ciência e Tecnologia em articulação com o «saber», a economia e a sociedade, cujas relações internas básicas são: as organizantes (recursos, políticas); as de continuidade (sistema educativo) e, as de impacte (economia nacional e internacional)” (Barata, 1992).

**Turismo:** “actividade de pessoas que se deslocam a lugares diferentes da sua residência habitual, com uma duração não superior a um ano, desde que o motivo principal seja: férias, negócios, ou outra qualquer situação, à excepção de exercer uma actividade remunerada no lugar visitado” (DGT, 2003).

