



Universidades Lusíada

Carvalho, José Eduardo dos Santos Soares, 1939-

Observatório da produtividade das grandes empresas na economia portuguesa : linha de investigação do ILID - Instituto Lusíada de Investigação e Desenvolvimento : cluster do turismo 2005-2006 : relatório 2007

<http://hdl.handle.net/11067/5270>

<https://doi.org/10.34628/w116-nc91>

Metadata

Issue Date	2008
Keywords	Empresas - Concorrência - Portugal
Type	article
Peer Reviewed	No
Collections	[ULL-FCEE] LEE, n. 08 (2008)

This page was automatically generated in 2022-11-30T16:34:50Z with information provided by the Repository

APÊNDICE

**OBSERVATÓRIO DA PRODUTIVIDADE
DAS GRANDES EMPRESAS
NA ECONOMIA PORTUGUESA**

LINHA DE INVESTIGAÇÃO DO ILID (INSTITUTO LUSÍADA
DE INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO)

CLUSTER DO TURISMO 2005-2006

RELATÓRIO 2007

Investigador Responsável:

José Eduardo Carvalho

Professor Catedrático da Universidade Lusfada

1. Enquadramento económico

A actividade turística em Portugal apresentou um desempenho bastante positivo em 2006. De acordo com a informação da balança de pagamentos, as receitas do turismo registaram um crescimento de 7,3 por cento em termos nominais. Em 2005, último ano com informação desagregada em termos internacionais, Portugal encontrava-se posicionado no 18.º lugar no ranking dos principais destinos turísticos, com 10,6 milhões de turistas, a que corresponde em termos de receitas cerca de 1,1 por cento das receitas mundiais.

A dimensão das receitas geradas, a importância na criação de emprego e os efeitos multiplicadores que induz em vários sectores tornam o turismo um sector importante na economia portuguesa. De acordo com a última Conta Satélite do Turismo, divulgada pelo INE, o peso no PIB do valor acrescentado gerado pelo turismo residente e não residente é, em média, 4,6 por cento e o emprego de 7,8 por cento. Consequentemente, a importância do turismo na economia portuguesa leva a que a identificação e avaliação dos factores que determinam a sua competitividade seja de grande relevância, num contexto em que se verifica uma concorrência acrescida decorrente do surgimento de novos destinos a nível mundial.

A economia estuda as formas e as técnicas com as quais os seres humanos se organizam socialmente para produzir e distribuir riqueza. Mas, a economia do turismo tem um campo delimitado: estuda a lógica do comportamento económico dos viajantes – decisão de viajar, de permanência e de gastos – e o comportamento das empresas e dos agentes públicos que operam nos mercados emissores e receptores. O conjunto de relações de troca e de contactos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços forma o mercado turístico. O resultado da oferta neste mercado gera o *produto bruto do turismo* para a economia.

Porém, a produção turística tem uma particularidade em termos económicos. O turismo não é uma indústria como por vezes é catalogada. O processo de produção em serviços possui características específicas em relação à indústria fabril convencional, designadamente as seguintes:

- a produção em serviços ocorre ao mesmo tempo em que acontece o consumo (fenómeno de instantaneidade), circunstância que requer uma maior flexibilidade das empresas turísticas para a adaptação às preferências dos consumidores;
- não existe a possibilidade de “armazenar” o produto turístico (por exemplo, lugares num voo), porque é impossível fazer ofertas de produtos que não foram vendidos;
- alguns bens turísticos têm características comuns aos bens públicos (e.g. princípio da não-exclusão); o consumo de um bem por um turista não exclui o consumo simultâneo daquele bem por outros turistas (quando

um turista se banha numa praia do Algarve não exclui que os outros de fazê-lo);

- os serviços turísticos são, geralmente, prestados com o contacto imediato entre os produtores e os consumidores, relevando nesta actividade o papel do ser humano;
- como toda a actividade humana, o turismo modifica o meio ambiente, degradando-o e poluindo-o em muitos casos, o que constitui um sério obstáculo ao desenvolvimento regional.

É nesta lógica que a abordagem teórica para identificar e avaliar os determinantes da competitividade procura atender ao carácter transversal das actividades que constituem o mercado turístico, composto por diversos segmentos de mercado e não só pelas actividades de lazer, o que aumenta o espectro do seu conceito e a potencialidade da sua economia. A cadeia produtiva do turismo configura-se, assim, de forma agregada, ou seja, conjuga diversos bens e serviços da oferta do sector. A oferta agregada dos vários bens e serviços forma o *cluster do turismo*, constituído por três semi-agregados:

- *Super-estrutura turística*, constituída pelos meios de hotelaria, restauração e agências de viagens;
- *Infra-estrutura de base*, formada pelos sistemas de transportes, comunicações, energias, água e serviços de saúde;
- *Bens de consumo*, incluindo, designadamente, a alimentação, bebidas e outros de maior procura turística, e.g. têxteis, calçado, cerâmica e vidros.

Esta abordagem sistémica, que considera um conjunto de actividades em inter-relações recíprocas, mostra o inegável interesse e o carácter compósito do “produto turístico” na economia. Em contrapartida, a intervenção de vários agentes e diversas entidades na funcionalidade do sistema concorrem para a dificuldade latente na avaliação da performance competitiva das unidades económicas. A relevância desta dificuldade não implica que se abandone a ambição de operacionalizar instrumentos de apoio à decisão.

Com este propósito, o *Observatório da Produtividade Empresarial* – linha de investigação do ILID (Instituto Lusíada de Investigação e Desenvolvimento) – recolheu e estudou a performance da competitividade de um painel de empresas representativo das actividades incluídas no *cluster do turismo*, com referência ao período económico de 2005-2006, os últimos anos de que se dispõe de informação contabilística.

2. Universo do Observatório

O universo empresarial do Observatório utiliza como base de dados a informação técnica da responsabilidade de *IF4 – Processamento de Informações, Lda.*, cobrindo as maiores unidades da economia portuguesa. Com volume de negócios acima dos 15 mil euros, são estas as empresas *âncora* do tecido económico, à volta das quais gravita uma imensidão de pequenas e médias empresas, por subcontratação, participação de capital, etc. Na observação, com incidência no período 2005/2006, foram incluídas no *cluster do turismo* 180 empresas (v. Quadro 1). Este painel empresarial representa 73 por cento do volume de negócios do universo “âncora” da economia.

Quadro 1. Dimensão Económica do Cluster do Turismo

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas do cluster	V. Negócios Universo das maiores empresas	V. Negócios Universo das Empresas do cluster	Peso relativo do cluster no universo
Super-estrutura Turística	Hotelaria	13	659	329	50%
	Restauração	7	672	505	75%
	Agências de Viagens	7	496	317	64%
Infra-estruturas de base	Transportes	23	3.698	2.682	73%
	Comunicações	18	8.633	6.474	75%
	Electricidade, gás, água	16	11.221	8.094	72%
	Serviços de Saúde	21	1.779	869	49%
Bens de Consumo	Distribuição Alimentar	16	8.794	8.142	93%
	Indústria de Bebidas	13	1.113	719	65%
	Têxteis e Calçado	24	963	235	24%
	Cerâmica e Vidros	22	1.341	517	39%
	Total	180	39.369	28.883	73%

Valores em milhões de euros.

4. Hipóteses de Estudo

De um modo geral, o problema das empresas é estarem normalmente sujeitas a uma tendência de crescimento dos custos dos factores de exploração, enquanto que os preços de venda dos produtos/serviços são, com frequência, travados ou mesmo reduzidos devido à concorrência internacional. Consequentemente, para a empresa ser competitiva no seu mercado, os custos operacionais deverão ser vistos não apenas como simples acumulação de despesas (directas ou indirectas) mas, principalmente como indicador da capacidade da empresa para gerir os recursos, no sentido de com eles obter maior produtividade, de modo a assegurar ganhos de competitividade.

Assim, a competitividade da empresa, do ponto de vista económico, está directamente associada à performance da produtividade, como factor redutor do crescimento dos custos operacionais. O objectivo da empresa será de elevar a taxa de produtividade (VAB/T) acima do nível da taxa de crescimento dos custos operacionais “per capita” (CO/T), situação em que a competitividade económica se revela positiva: $[(VAB/T) / (CO/T)]$.

Não tem sido esta a estratégia de competitividade no sector turístico. O determinante que continua a suportar a competitividade da oferta turística portuguesa tem no preço, induzido por baixos salários, o factor mais relevante, o que contrasta com as estratégias dos principais concorrentes europeus.

O estudo do *Observatório* sobre o *cluster do turismo* procura identificar e avaliar os determinantes que induzem a sua competitividade, numa lógica de inovação e racionalidade económica, ao invés da lógica da competitividade-preço.

Com este pressuposto, a abordagem metodológica procura observar a produtividade numa perspectiva multidimensional, elegendo quatro determinantes para a competitividade:

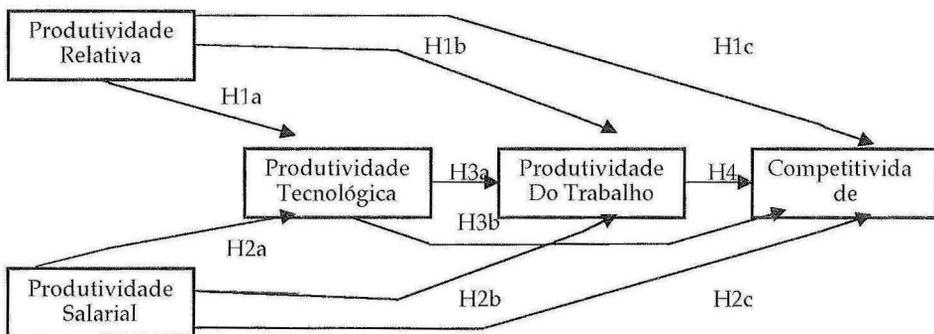
- *Produtividade do trabalho*: esta perspectiva avalia o efeito da performance da produtividade relacionada com a capacidade de o factor humano acrescentar valor com a quantidade de trabalho incorporado e a utilização do capital técnico afecto à actividade desenvolvida (VAB/Emprego).
- *Produtividade tecnológica*: esta perspectiva avalia a contribuição do progresso técnico para a actividade desenvolvida através do incremento do valor acrescentado induzido especificamente pela qualificação dos factores *capital* e *trabalho* incorporados, utilizando o cálculo do *Resíduo de Solow* (VAB-Capital-Trabalho);
- *Produtividade relativa*: esta perspectiva avalia o efeito da performance da produtividade, na relação *output/input* (Volume de Negócios/Consumos Intermédios) da actividade desenvolvida, equacionando os parâmetros da eficácia, da economia e da eficiência com ela relacionados;
- *Produtividade salarial*: esta perspectiva avalia o efeito da performance da produtividade com base no indicador *Workonomic Index* (VAB/Salários), evidenciando o *valor* libertado para a remuneração dos factores de capital (dividendos, juros, impostos, amortizações), após assegurada a remuneração do factor trabalho;

Partindo dos determinantes de produtividade, indutores da competitividade económica, foram formuladas as seguintes hipóteses de trabalho (Fig. 1):

- *Hipótese 1*: A *produtividade relativa*, medida pelo indicador de *output/input* está associada de forma positiva com a produtividade tecnológica (H1a), com a produtividade do trabalho (H1b) e com a competitividade económica (H1c);

- *Hipótese 2*: A *produtividade salarial*, medida pelo indicador “workonomic index”, está associada de forma positiva com a produtividade tecnológica (H2a), com a produtividade do trabalho (H2b) e com a competitividade económica (H2c);
- *Hipótese 3*: A *produtividade tecnológica*, medida pela taxa de inovação (progresso técnico), está associada de forma positiva com a produtividade do trabalho (H3a) e com a competitividade económica (H3b);
- *Hipótese 4*: A *produtividade do trabalho*, medida pelo indicador do produto (VAB) “per capita”, está associada de forma positiva com a competitividade económica (H4).

Fig. 1. Hipótese de estudo da competitividade empresarial



5. Modelo estatístico

Para o *cluster do turismo*, foram seleccionadas 66 empresas, com todos os dados contabilísticos disponíveis, correspondendo a uma amostra de aproximadamente 37 por cento das empresas incluídas no painel. A informação das unidades seleccionadas foi tratada a partir de um grelha de indicadores correspondente às hipóteses equacionadas, permitindo a comparação inter-empresas e intra-sectores. Para o conjunto de indicadores apurados – constituídos como métricas das hipóteses formuladas – construiu-se uma matriz de *correlação* (r) para determinar a força de associação entre esses indicadores para validação ou não das hipóteses de trabalho.

A comparação no espaço obedeceu a tratamento estatístico adequado. Por regra, a medida de localização mais correntemente utilizada para o efeito é a média aritmética. No entanto, o facto da média ser um valor complexo, isto é, calculado a partir de todas as observações, tem o inconveniente de a tornar

muito sensível aos valores erráticos, podendo ser empurrada para os extremos do intervalo por valores excessivamente altos ou baixos. Para obviar a este inconveniente – ainda que sem rejeitar a informação dada pela média – o método da distribuição por “quantis” é o que melhor responde ao objectivo visado na análise espacial. Assim, a informação final fornece para todos os indicadores os valores correspondentes às posições estatísticas da média, mediana, quartil inferior e quartil superior.

O tratamento estatístico da distribuição por “quantis” efectua-se do seguinte modo:

- Para um dado indicador, os valores empresariais individualmente observados são ordenados de forma crescente, permitindo relevar as posições mais significativas da distribuição;
- Na distribuição definem-se os vários valores de posição (valores separadores) que se obtém na proporção sucessivamente de 1/4, 2/4 e 3/4;
- A posição principal é a *mediana*: divide a distribuição na proporção de 2/4 (50% para cada lado);
- O valor central da primeira e segunda posição corresponde ao *quartil inferior*, isto é, divide a distribuição na proporção de 1/4 (à sua esquerda) para 3/4 (à sua direita);
- O valor central da terceira e quarta posição é o *quartil superior*, isto é, divide a distribuição na proporção de 3/4 (à sua esquerda) para 1/4 (à sua direita).

6. Resultados

A matriz de correlação, construída para testar as hipóteses formuladas, mostrou como válidas as hipóteses H1c, H3a e H4. Os coeficientes de determinação (r^2) correspondentes permitem afirmar:

- A *competitividade económica* das empresas é explicada, positivamente, em 52 por cento pela performance da *produtividade relativa* (H1c) e em cerca de 40 por cento pela *produtividade do trabalho* (H4);
- A *produtividade do trabalho*, por sua vez, é explicada, positivamente, em cerca de 77 por cento pela *produtividade tecnológica* (H3a);

Mostra-se fraca a associação da *produtividade salarial* com a performance da *competitividade económica* (H2c), o que minimiza a tese da importância do custo do trabalho para a competitividade das empresas. Efectivamente, os salários são

apenas uma parcela do somatório do valor acrescentado (salários, amortizações, custos financeiros, impostos directos e resultados líquidos) cujo peso na estrutura se reduz com o acréscimo do grau de intensidade tecnológica da actividade (capital/salários);

A análise da distribuição por *quantis* possibilita avaliar a posição relativa dos sectores/empresas no universo estudado em cada um dos indicadores de performance:

Quadro 2. Medidas de Dispersão

Medidas de Dispersão	Competitividade Económica	Produtividade Relativa	Produtividade do Trabalho	Produtividade Salarial	Produtividade Tecnológica
Quartil Superior	5,7	1,5	12,8	10,0	9,7
Mediana	-3,8	-1,2	1,8	-2,0	3,6
Quartil Inferior	-11,7	-5,2	-4,2	-17,8	-3,0
Média	-3,3	-1,2	4,5	-10,9	5,2
Desvio Padrão	17,0	12,1	19,5	59	28,4

Observa-se uma maior dispersão nos resultados associados à produtividade salarial, o que se explica pelas diferentes intensidades tecnológicas (capital/salários) entre os sectores incluídos no *cluster* do turismo. Com efeito, o custo médio anual do trabalho varia entre os 60 mil euros nas empresas dos sectores de “Comunicações” e “Electricidade, Gás e Água” e os 12 mil euros nos sectores da “Restauração”, “Distribuição Alimentar” e “Indústria Têxtil e Calçado”.

6.1. *Competitividade económica*

Na *mediana* das empresas estudadas, a performance da competitividade económica $[(VAB/T)/(CO/T)]$ revelou-se negativa em $-3,8\%$, evidenciando que o crescimento da produtividade do trabalho não teve efeito redutor sobre o comportamento da subida dos custos operacionais “per capita”. Apenas as empresas posicionadas no *quartil superior* da distribuição registaram taxas de competitividade económica positivas acima dos 5,7 por cento (v. Quadro 3).

Quadro 3. Competitividade Económica
(Empresas do cluster com taxas > 5,7%)

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas no quartil superior
Super-estrutura Turística	Agências de Viagens	2
Infra-estruturas de base	Transportes	3
	Comunicações	5
	Serviços de Saúde	2
Bens de Consumo	Distribuição Alimentar	1
	Indústria de Bebidas	1
	Têxteis e Calçado	1
	Cerâmica e Vidros	2

6.2. *Produtividade Relativa*

A performance da produtividade relativa (Volume de Negócio/Consumos intermédios) teve uma evolução negativa ordem de $-1,2\%$ na *mediana* da distribuição, evidenciando uma quebra na capacidade das empresas para criarem riqueza, isto é, mais valor acrescentado nas respectivas actividades. Só as empresas posicionadas no *quartil superior* da distribuição registaram crescimento neste indicador acima de 1,5 por cento (v. Quadro 4).

Quadro 4 – Produtividade Relativa
(Empresas do cluster com taxas > 1,5%)

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas no quartil superior
Super-estrutura Turística	Restauração	2
Infra-estruturas de base	Transportes	3
	Comunicações	4
	Serviços de Saúde	3
Bens de Consumo	Distribuição Alimentar	1
	Indústria de Bebidas	1
	Têxteis e Calçado	1
	Cerâmica e Vidros	2

6.3. *Produtividade do Trabalho*

A produtividade do trabalho (VAB/Trabalhadores) evoluiu positivamente na amostra das empresas estudadas a uma taxa *mediana* de 1,8%. Para esta performance contribuiu o aumento de 4,5 por cento na mediana do valor acrescen-

tado bruto, acompanhado de um crescimento menor de apenas 0,3 por cento na criação de postos de trabalho. As empresas posicionadas no *quartil superior* da distribuição registaram taxas de crescimento deste indicador acima dos 12,8 por cento (v. Quadro 5).

Quadro 5. Produtividade do Trabalho
(Empresas do cluster com taxas > 12,8%)

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas no quartil superior
Super-estrutura Turística	Hotelaria	1
	Restauração	1
	Agências de Viagens	3
Infra-estruturas de base	Transportes	2
	Comunicações	4
	Electricidade, Gás, Água	1
Bens de Consumo	Indústria de Bebidas	2
	Têxteis e Calçado	1
	Cerâmica e Vidros	2

6.4. *Produtividade Salarial*

A produtividade salarial (VAB/Salários), medida pelo indicador “Workonomi Index” registou, em *mediana*, uma evolução negativa de -2,0 por cento. Esta performance evidencia uma quebra no valor acrescentado para remunerar os factores de capital, relativamente aos custos com o trabalho. Apenas as empresas posicionadas no *quartil superior* da distribuição registaram taxas de crescimento neste indicador acima dos 10 por cento (v. Quadro 6).

Quadro 6. Produtividade Salarial
(Empresas do cluster com taxas > 10%)

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas no quartil superior
Super-estrutura Turística	Restauração	1
	Agências de Viagens	3
Infra-estruturas de base	Transportes	3
	Comunicações	4
	Electricidade, Gás, Água	1
Bens de Consumo	Indústria de Bebidas	3
	Têxteis e Calçado	1
	Cerâmica e Vidros	1

6.5. *Produtividade Tecnológica*

A performance da produtividade tecnológica (taxa de progresso técnico) registou para a *mediana* das empresas estudadas uma taxa de crescimento positiva de 3,6 por cento, evidenciando que a riqueza gerada cresceu acima da utilização dos factores (capital e trabalho). As empresas posicionadas no *quartil superior* da distribuição registaram taxas de crescimento neste indicador acima dos 9,7 por cento (v. Quadro7).

Quadro 7 – Produtividade Tecnológica
(Empresas do cluster com taxas > 9,7%)

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Nº de Empresas No quartil superior
Super-estrutura Turística	Hotelaria	1
	Restauração	1
	Agências de Viagens	3
Infra-estruturas de base	Transportes	2
	Comunicações	3
	Serviços de Saúde	2
Bens de Consumo	Indústria de Bebidas	2
	Têxteis e Calçado	1
	Cerâmica e Vidros	2

6. Conclusões

Relativamente às hipóteses formuladas, o estudo mostra, inequivocamente, uma forte correlação positiva da taxa de *competitividade económica* com a *produtividade do trabalho* e, esta, induzida pela *produtividade tecnológica* (taxa de inovação ou progresso técnico).

Em termos de análise sectorial, os resultados apurados permitem observar uma grande dispersão nos níveis de performance dos sectores incluídos no *cluster do turismo*, na perspectiva da competitividade versus produtividade das empresas (v. Quadro 8),

**Quadro 8. Performance Geral do Cluster do Turismo
(Posições relativas no quartil superior)**

Cluster do Turismo	Sectores Económicos	Registo de posições (%) no quartil superior
Super-estrutura Turística	Hotelaria	2
	Restauração	6
	Agências de Viagens	13
Infra-estruturas de base	Transportes	15
	Comunicações	24
	Electricidade,Gás,Água	2
	Serviços de Saúde	8
Bens de Consumo	Distribuição Alimentar	2
	Indústria de Bebidas	11
	Têxteis e Calçado	6
	Cerâmica e Vidros	11

Naturalmente, as diferenças de performance explicam-se, em parte, pela grande heterogeneidade entre os diversos sectores, existindo sub-sectores com forte intensidade tecnológica e significativos ganhos de produtividade, em contraste com outros com maior intensidade de mão-de-obra e níveis baixos de produtividade. Portanto, em contraste com o verificado nos sectores da *infra-estrutura de base*, nas “Comunicações” e “Transportes”, o crescimento da produtividade nos sectores da *super-estrutura turística* está, em parte, relacionado com a menor capacidade de incorporar o progresso técnico, designadamente, em resultado da maior dificuldade em mecanizar determinadas tarefas, com excepção do sub-sector “Agências de Viagens”.

Em síntese, ressaltam com melhor desempenho os sectores da *infra-estrutura de base* relacionados com as “Comunicações” e os “Transportes”, os quais registaram mais e melhores posições no quartil superior em todos os indicadores. Na *super-estrutura turística* revela-se o sector das “Agências de Viagens” com a melhor posição cimeira na performance dos indicadores apurados. Os sectores “Indústria das Bebidas” e “Indústria Cerâmica e Vidro” são os que registam as melhores posições no semi-agregado dos *bens de consumo*.