



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

Mestrado

Economia e Gestão de Ciência, Tecnologia e
Inovação

Trabalho Final de Mestrado

Dissertação

Marcas e Padrões de Qualidade das empresas da
Madeira e Açores

João Paulo Carreira Cardoso

Outubro – 2018



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

Mestrado em
Economia e Gestão de Ciência, Tecnologia e
Inovação

Trabalho Final de Mestrado
Dissertação

Marcas e Padrões de Qualidade das empresas da
Madeira e Açores

João Paulo Carreira Cardoso

Orientação: Professor Doutor Sandro Mendonça
Co-orientador: Doutor João Abel de Freitas

Outubro – 2018

Agradecimentos

São várias as pessoas que quero agradecer pela ajuda e apoio que me deram enquanto realizava esta tese.

Começo pelos meus tutores, o Professor Doutor Sandro Mendonça e o Doutor João Abel pelos seus conselhos, conhecimentos e sugestões de modo a apresentar um trabalho o mais completo possível e que me permitisse tentar aumentar a barreira do conhecimento relativamente ao meu tema.

Agradeço também ao Doutor Luís Morais e à empresa *Cem Palavras, Comunicação Empresarial* pelos dados disponibilizados e pelo esclarecimento de dúvidas, relativamente a certos aspetos da composição e atribuição de certificados ISO.

Agradecer também o apoio e motivação dado pela minha família de modo a trabalhar de forma mais confiante e assim tentar obter o melhor resultado possível.

Por fim, agradecer aos meus amigos e colegas de turma do ISEG Ochir Soros, Bruno Cerejeira, Carolina Vicente, Inês Ramos, Inês Ribeiro, Alice Pacheco e tantos outros que me acompanharam durante os meus dias de trabalho no ISEG e permitiram que esta tese enriquecesse com a partilha de ideias, opiniões ou simplesmente motivação para atingir um resultado que tivesse orgulho em apresentar.

Resumo

Esta dissertação foca-se na criação de marcas e na obtenção de certificações (nacionais e internacionais ISO) por parte das 100 maiores empresas das regiões autónomas portuguesas Madeira e Açores. É defendido que o estudo destes indicadores possa complementar a análise de investimentos em investigação e desenvolvimento (I&D) realizados pelas empresas, de modo a avaliar a sua capacidade inovativa.

Apesar de ambas as economias serem preponderantemente terciárias, os resultados demonstram que existe um domínio do setor secundário nas 100 maiores empresas da região autónoma dos Açores e do setor terciário nas 100 maiores empresas da região autónoma da Madeira. Isto pode ser considerado uma das razões para o qual os Açores apresentam níveis mais elevados de registo de marcas e de certificações obtidas junto de órgãos certificadores. No entanto, os Açores apresentam *outliers* mais significativos que a Madeira. A nível internacional, quando comparada com a economia insular espanhola das Canárias, ambas as regiões apresentam empresas com volumes de negócios e número de marcas registadas bastante inferiores.

A dissertação sugere que, à medida que são apresentados mais certificações para os serviços, esta diferença possa vir a ser reduzida e que, à medida que os consumidores se tornam mais exigentes no consumo de produtos, o uso de marcas irá aumentar em ambos os casos, pelo que se pode considerar válido o uso de marcas e certificações nacionais e ISO para avaliar a capacidade inovativa de uma empresa. É sugerido, também, que um maior apoio por parte do governo central e local, em ambas as regiões, se possa revelar vantajoso no longo prazo para a criação de empresas mais competitivas e notórias junto dos consumidores

Palavras-chave: Inovação, Ultraperiferia, Marcas, Certificações

Abstract

This dissertation focus on the creation of trademarks and standard certification (both national and international) by the 100 biggest companies in the outermost Portuguese regions, Madeira and Azores. The study of these components, in addition to the main ones, can provide a new light into the innovation capability of a company.

Although both Portuguese outermost regions are service-based economies, results show that the top 100 companies in Azores are dominated by the secondary sector, while Madeira's top 100 is dominated by the tertiary sector. These results can, in turn, be linked to the reason why Azores presents higher levels of standard certification and trademarks. Note, however, that that's the region with most outliers. If compared to other outermost region economy, the Canárias, both Portuguese regions present lower levels of trademark creation and overall revenue.

This dissertation suggests that, as time goes by, the difference between Portuguese regions regarding standard certifications and trademark creation can decrease, as a result of more standard certifications being created and the costumers giving even more relevance to the trademark question. As so, the use of metrics regarding trademark and standard certification can be considered important and valid to evaluate a company's innovation capabilities. In addition, more support by the local and central govern can be proved worthy in creating companies more competitive and more distinct to the general public, in the long run.

Key-words: Innovation, Outermost Regions, Trademarks, Standards

Acrónimos e Abreviaturas

CAE – Classificação Portuguesa de Atividades Económicas

GATT – *General Agreement of Trade and Tariffs* (Acordo Geral de Tarifas e Comércio)

INE – Instituto Nacional de Estatística

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

IPQ – Instituto Português da Qualidade

ISO – *International Organization for Standardization* (Organização internacional de Normalização)

LLC – *Land Locked Countries* (Países sem costa marítima)

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

PNB – Produto Nacional Bruto

RAA – Região Autónoma dos Açores

RAM – Região Autónoma da Madeira

SIDS – *Small Island Developed States* (Ilhas de pequena dimensão com Estados desenvolvidos)

SNI – Sistema Nacional de Inovação

UNCTAD – *United Nations Conference on Trade and Development* (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento)

VAB – Valor Acrescentado Bruto

WIPO – *World Intellectual Property Organization* (Organização Internacional de Propriedade Intelectual)

Índice

Agradecimentos	iv
Resumo.....	v
Abstract	vi
Acrónimos e Abreviaturas.....	vii
Índice.....	viii
Índice de Tabelas	ix
Índice de Figuras.....	x
1. Introdução	1
2. Conceitos Base.....	2
2.1. <i>Ilhas</i>	2
2.2. <i>Sistema Nacional e Regional de Inovação</i>	4
3. Conceitos Adicionais.....	6
3.1. <i>ISO</i>	6
3.2. <i>Marcas</i>	7
4. Questões de Investigação.....	8
5. Metodologia	9
6. Economias Insulares.....	10
6.1. <i>Panorama Geral</i>	10
6.2. <i>Panorama Português</i>	13
7. Resultados.....	15
7.1. <i>Inovação representada pela criação marcas</i>	16
7.2. <i>Inovação representada pelos certificados (nacionais e internacionais ISO)</i>	20
7.3. <i>Comparação Certificações vs Marcas</i>	21
7.4. <i>Comparação com a região das Canárias</i>	22
8. Conclusões.....	25
Bibliografia.....	26
Anexos	28

Índice de Tabelas

Tabela I Pedidos de Certificação internacional e em Portugal (2016)	6
Tabela II Dados populacionais e geográficos das economias insulares mundiais	11
Tabela III Comparação do volume de negócios e média total (valor euros)	16
Tabela IV Maiores requerentes de marcas por região autónoma	19
Tabela V Evolução de Certificações totais por região autónoma	20
Tabela VI Evolução número marcas registadas (total e discriminadas por região)	23
Tabela VII Comparação de Volume Negócios entre regiões Insulares (2016).....	24

Índice de Figuras

Figura 1 Evolução da Posição média países (2010-2018).....	12
Figura 2 Categoria das empresas mais representadas por região autónoma	14
Figura 3 Registo de Marcas por ano – Madeira.....	18
Figura 4 Registo de marcas por ano – Açores	19

1. Introdução

Por norma, os indicadores habitualmente usados pelos decisores políticos, para avaliar o nível de inovação gerado nas empresas, são a avaliação do número de patentes e a percentagem dedicada a programas de I&D. Este tipo de indicador possui os seus méritos, mas não é perfeito, sendo, cada vez mais, alvo de críticas, como, por exemplo, a dificuldade em provar cópia da propriedade intelectual em indústrias que não a farmacêutica (Bessen & Meurer, 2009) . Um parâmetro que podia colmatar essa falha e fornecer uma imagem mais próxima da realidade é avaliar o número de marcas criadas pelas empresas e o seu valor comercial, visto que uma marca representa um esforço empresarial de fornecer um produto de qualidade ao longo do tempo ajunto do cliente, permitindo assim a sua fidelização (Mendonça et al., 2004).

A análise de marcas pode ser considerada uma actividade de *front office*, uma vez que as suas consequências são visíveis para o público em geral. Todavia, existem várias actividades previamente estudadas e implementadas de modo a garantir o máximo de retorno desses produtos. Existe a necessidade de, assim, criar um indicador de *back office* que incorpore este tipo de actividade e permita avaliar corretamente o esforço, de modo a conseguirmos obter um resultado final total mais realista. Um dos aspectos técnicos que se pode usar para este indicador é se a empresa possui, ou não, certificações internacionais, denominadas de ISO, e certificações nacionais, visto que os seus requisitos de obtenção são uma demonstração que a empresa está activamente a procurar as melhores técnicas mundiais.

Depois de definidos estes indicadores, a sua aplicação a uma situação real pode responder uma das questões de investigação, nomeadamente se é funcional ou não. Essa situação será analisar as 100 maiores empresas de cada região autónoma portuguesa e perceber a situação verificada regionalmente, o que responderia a outra das perguntas de investigação. Visto que ambas as regiões são consideradas como economias ultraperiféricas, uma análise comparativa com outra região na mesma categoria, como, por exemplo, as Canárias, permitiria responder à última questão de investigação relativamente ao possível avanço ou atraso da situação portuguesa.

Após a introdução, no capítulo 2 retrata-se o estado da literatura e conceitos básicos de noções usada na tese; no capítulo 3 apresentam-se e são desenvolvidos mais conceitos centrais da tese; capítulo 4 discute-se quais as questões de investigação; no capítulo 5

qual a metodologia de trabalho utilizada; o capítulo 6 apresenta uma pesquisa introdutória de como as economias insulares se comportam nos relatórios do Fórum Económico Mundial e certas características específicas da Madeira e Açores; no capítulo 7 apresenta-se e discute-se os resultados obtidos pelo trabalho de investigação, relativamente às marcas e certificações (ISO, e nacionais) e é feita uma breve comparação com as ilhas Canárias; o capítulo 8 apresenta conclusões gerais e possíveis pontos de estudos para futuras investigações.

2. Conceitos Base

São vários os conceitos usados nesta tese que dependem do conhecimento prévio de certos aspetos da inovação. Desse modo, é apresentada uma síntese do que se escreveu e debateu até ao momento no mundo académico e empresarial nas categorias de ilhas e outros conceitos relacionados, seguida pelo o sistema nacional de inovação (SNI) e sistema regional de inovação (SRI).

2.1. *Ilhas*

Nos últimos tempos, têm-se verificado um aumento da construção de ilhas artificiais em países como os Emirados Árabes Unidos (mais especificamente no Dubai), Filipinas e China. A sua existência já havia sido discutida e legislada pela convenção de 1958, sendo então definidas como plataformas de apoio à pesquisa e desenvolvimento da economia marítima, pelo que não possuem direitos territoriais próprios. Uma ilha apenas pode ser classificada de tal modo e com direitos territoriais sobre o território marítimo envolvente caso (a) possua território acima da linha de água em maré alta e (b) possua atividade económica, população humana estabelecida, ou com capacidades para tal (José, 2013). Seguindo esses parâmetros, dos 193 países independentes que compõe a ONU, um quarto (aproximadamente 46) são países-ilhas (Baldacchino, 2007) que inclui gigantes económicos, como o Reino Unido ou o Japão, até pequenas ilhas no Pacífico, como Nauru ou Tuvalu.

Com tanta diversidade de realidades económicas e geográficas presente entre os países-ilha, foi necessário desenvolver grupos específicos entre si, de modo a conseguir separar

os países que necessitariam de maior ajuda internacional. Dessa preocupação foi criado o grupo de estados-ilha de pequena dimensão em desenvolvimento (SIDS¹). O conceito a ser usado para definir o que é um SIDS varia de acordo com a instituição internacional e o momento temporal. Segundo um relatório realizado pelo Banco Mundial por Srinivasan (1985) um SIDS é um país com menos de 5 milhões de habitantes (com menos de 1,5 milhões de habitantes é considerado bastante pequeno) e, em caso de dúvida, deve ser analisado o PNB; o relatório conjunto do Banco Mundial e do secretariado da Commonwealth (2000), apesar de declarar que limitar a análise a países com menos de 1,5 milhões de habitantes é um bom ponto de partida, criar uma categoria especial que engloba todos os estados pequenos não é desejável; a ONU não possui nenhum critério oficial de SIDS, pelo que a base estatística da UNCTAD (que conta atualmente com 28 elementos) é a versão usada para a sua categorização.

A tentativa de inclusão de diferentes economias no mesmo grupo não implica, no entanto, que o desenvolvimento de um plano de ajuda económica possa ser usado, indiscriminadamente, em todas as ilhas, de modo a conseguirem acompanhar as economias mais desenvolvidas. Tal como definido por Briguglio (1995), as cinco principais dificuldades sentidas² pelos SIDS são (a) tamanho reduzido; (b) insularidade e *remoteness*; (c) tendência para sofrer desastres naturais; (d) fatores ambientais e, por fim, (e) outras características. Cada uma dessas categorias é sentida de modo diferente por cada SIDS, dependendo da quantidade de ilhas que possui e das suas características geográficas, mas todas sofrem de alguma forma com os problemas apresentados. Visto que estes países possuem poucos recursos económicos e pouco peso no comércio mundial, por norma, são organizações supranacionais que realizam estudos e apoiam o seu desenvolvimento, tais como o Banco Mundial, ONU, *Common Wealth*, FMI, entre outros. Este tipo de apoio possui, como principal vantagem, uma análise sem conceitos pré-definidos, o que permite obter uma visão clara dos problemas e das possíveis soluções; as suas principais desvantagens são que como não são realizadas por um governo as suas hipóteses de financiamento são fracas ou com termos bastante desvantajosos.

¹ *Small Island Developed States* em inglês

² Dificuldades estão descritas com maior detalhe no Anexo 1

Caixa 2.1. Países com problemas semelhantes: SIDS e LLDC

A nível internacional é comum dois grupos de países serem analisados conjuntamente: *Small Island Developing States* (SIDS) e *Landlocked Developed Countries* (LLDC).

Isto deve-se ao facto que os países presentes em cada um dos grupos puderem sofrer de problemas semelhantes.

Os LLDC são um conjunto de países que não possuem ligação territorial ao oceano e que estão geograficamente isolados dos mercados internacionais. Isto leva, então, a que todas as trocas comerciais sejam realizadas através de países vizinhos, o que leva ao aumento dos custos associados (como por exemplo burocracia, custo de transporte, taxas aduaneiras entre outros) o que por sua vez leva à perda de competitividade e isolamento dos mercados internacionais.

Desse modo, são necessários planos de ajuda especializados de modo a conseguir melhorar a sua integração regional e internacional bem como o seu desenvolvimento económico e social.

Segundo a ONU, existem 32 países considerados *Landlocked Countries* (16 países africanos, 12 países asiáticos, 2 países sul americanos e 2 países da Europa de Leste e Central) dos quais 17 podem ser considerados países em vias de desenvolvimento.

2.2. Sistema Nacional e Regional de Inovação

A ciência tornou-se um elemento fulcral para as sociedades modernas, funcionando como recurso essencial para o desempenho económico (Caraça, 2003) mas a forma como a mesma era gerada e incorporada no sistema económico e de que forma os diferentes agentes que compõem o SNI cooperavam entre si, foi-se alterando com o tempo e investigação. Os elementos que compõem estes sistemas nacionais de inovação (SNI) são (a) Universidades/Centros de Investigação, cuja principal função é a investigação e formação de quadros altamente qualificados (b) sistema financeiro, que financia oportunidades de investigação e de inovação (c) empresas, criadoras de valor económico e ponto de transição de invenções para inovações (d) instituições públicas, entidades estatais que apoiam e regulam as atividades de investigação e de proteção intelectual, (e) Apoios e assistência empresarial, compostos por organizações de apoio a empreendedores e empresas, para transmissão de conhecimento empresarial, atividade intelectual e outras. Os modelos teóricos desenvolvidos e aceites pelo mundo académico também evoluíram com o tempo: (i) o modelo linear descrito por Rothwell (1994) defendia que o apoio

estatal nos centros de investigação e faculdades era suficiente para surgirem inovações nas empresas e consequentemente na economia, mas este modelo foi sendo fortemente criticado pelo *delay* que surgia entre o investimento público e a visibilidade dos seus efeitos para o público em geral; (ii) o modelo de interligação elaborado por Kline e Rosenberg (1986) aproveitava o modelo de ligação linear mas acrescentava que existia uma cadeia de interações da passagem de invenção para inovação que leva a um melhoramento contínuo, mas que, no entanto, descurava outras formas de interação; (iii) o modelo multicanal de aprendizagem e interação desenvolvido por Caraça et al. (2009) é o que melhor representa as interações existentes atualmente, visto que demonstra que as inovações dependem não só das interações entre agentes, mas também entre agentes macro e microeconómicos que podem ou não estar geograficamente próximos.

O SNI, no entanto, não é composto por um conjunto de instituições e empresas homogéneas, mas antes composto por um conjunto de sistemas regionais de inovação (SRI) com características distintas entre si. Isto deve-se ao facto que, cada região nacional, de acordo com as suas características geográficas, populacionais e recursos naturais disponíveis, se especializou num sistema produtivo e setorial próprio. Desse modo, cada SRI possui os mesmos elementos referidos para o SNI, mas as suas interações são muito mais específicas às características de cada região (não descurando que, cada SNI, através das regras e apoios prestados, possa influenciar essas interações).

Um exemplo das influências que o SNI pode ter nos SRI, num sentido positivo, é o estabelecimento de organismos de normalização. Ou seja, para além da quantidade das inovações, “a Qualidade e a excelência de processos/produtos é decisiva e garante de competitividade presente e futuro” (Cem Palavras, 2017). Desse modo, um organismo especializado na procura e oferta de padrões de qualidade comuns a todos os agentes económicos era necessário de modo a atingir esse objetivo e foi, assim, criado o Instituto Português da Qualidade (IPQ). Criado, originalmente, em 1977 com a denominação de Direção Geral da Qualidade, foi transformado, em 2012, através do Decreto-Lei nº183/86 de 12 Julho para a denominação atual e possui como objetivo a “procura da qualidade de produtos e serviços para o aumento da qualidade de vida dos cidadãos, aumento da competitividade das atividades económicas num contexto de progressiva liberdade de circulação de bens”. Desta forma, a colaboração contínua dos atores que compõem o Sistema Nacional de Inovação, bem como a adesão por parte das empresas aos documentos técnicos das agências governamentais de apoio e normalização, permitem

que a ciência altere o sistema produtivo/produtos e, assim, garantir criação de riqueza na economia nacional.

3. Conceitos Adicionais

Definidos os conceitos base, pode-se avançar para a apresentação de outros conceitos importantes e centrais para esta tese, nomeadamente a explicação das características e debates a decorrer no mundo académico e empresarial relativamente as ISO, passando, posteriormente, para as marcas.

3.1. ISO

As certificações internacionais da *International Organization for Standardization* (ISO) (assim denominadas devido à organização internacional que as elabora e fornece parâmetros de certificação) são uma tentativa de disseminação global de práticas empresariais, sociais e ambientais, para que seja possível garantir, aos consumidores e investidores espalhados pelo mundo, que uma empresa está a seguir os métodos mais avançados mundialmente. Isto deve-se ao facto de que, à medida que os diferentes métodos produtivos são elaborados, cada SRI (e, conseqüentemente, cada SNI) estabelecia os seus próprios métodos de trabalho e controlo, impedindo que inovações não possam ser espalhadas rapidamente pelo mundo empresarial. Desse modo, para ajudar o esforço de reconstrução generalizada pós-2ª Guerra Mundial, um conjunto de especialistas internacionais, através da discussão entre si, garante que cada ISO represente o que de melhor e mais avançado se faz em cada indústria e que a sua normalização permita uma disseminação rápida, evitando assim uma duplicação de esforços a nível mundial.

Tabela I Pedidos de Certificação internacional e em Portugal (2016)

ISO	Pedidos Concedidos	
	Internacional	Portugal
9001	1.106.356	7.160
14001	346.189	1.476
27001	33.290	96

Fonte: ISO Survey 2016

Atualmente, tal como a Tabela I mostra, verifica-se que, em 2016, os ISO mais populares são: 9001 (*Quality Management*); 14001 (*Environmental management*) e 27001 (*Information security management*) de acordo com o *survey* do mesmo ano. Este tipo de pedidos permite deduzir que (a) as empresas portuguesas valorizam cada vez mais a sua relação com os seus clientes e *stakeholders*; (b) existe uma maior sensibilização para a vertente ecológica e protecionista do ambiente, (c) é conferida maior proteção dos dados fornecidos pelos utilizadores. Este tipo de sistema, no entanto, não está isento de críticas. Uma das principais preocupações é que, apesar de estes padrões representarem o melhor que se faz num determinado setor da economia, por outro lado, incentiva as empresas a desenvolver e aproveitar as suas capacidades internas (*exploit*) em vez de arriscar em novas formas de organização, através de investigação e aquisição de competências externamente (*explore*) (Benner & Tushman., 2002).

Outra ameaça deste sistema é a perda de poder relativamente a grandes blocos económicos, como a Europa (UE) ou os Estados Unidos da América (EUA). Graças ao seu mercado interno e uma maior ligação entre empresas e estados, a UE requer padrões mais rigorosos que os da ISO, pelo que, para que empresas externas vendam no mercado único, estas têm de seguir essas normas europeias em vez de os de organizações internacionais (Mattli & Buthe, 2003). Esta ameaça, apesar de receber ocasionalmente força em rondas de negociação internacional entre EUA e UE, encontra-se controlada, visto que o ISO viu o seu poder reforçado graças ao GATT e graças a cláusulas estabelecidas com as grandes potencias mundiais, que conferem força às suas diretivas excetuando casos de extrema necessidade (Heires, 2008).

3.2. Marcas

Uma marca é um sinal usado para distinguir produtos ou serviços de uma empresa dos produtos ou serviços de outras empresas e, segundo o INPI, pode ser (a) nominativa; (b) figurativa; (c) mista; (d) sonora; (e) tridimensional; (f) slogan. Este tipo de proteção é diferente da patente em certos aspetos cruciais, nomeadamente, no que toca à sua durabilidade e área de proteção. Isto é, uma marca registada é válida perpetuamente, desde que seja renovada a cada 10 anos junto dos serviços de proteção industrial e não esteja sem uso por um período superior a 5 anos (INPI, 2017b, 2017a). A nível de área de proteção, a marca apenas se encontra protegida após ser registada e aceite nos serviços de propriedade intelectual do país em questão, isto é, uma marca registada em Portugal não

está protegida em Espanha e está passível de registo por qualquer entidade coletiva ou individual.

Esta aposta na diferenciação permite obter vantagens para os consumidores e para as empresas, bem como perceber o estado tecnológico da economia em geral. Para a empresa, o registo de uma marca encoraja a mesma a manter consistência de qualidade e variedade dos produtos que oferecem (Economides, 1988), e permite cobrar um preço *premium* aos consumidores (WIPO, 2013). Para os consumidores, a marca permite reduzir os custos de procura de um produto, pois a existência de uma marca pressupõe uma reputação de qualidade e capacidade de satisfazer as necessidades de procura do mesmo (Mendonça et al., 2004).

Desse modo, percebe-se que empresas apostem neste tipo de proteção para aumentar a sua presença no mercado e, conseqüentemente, melhorar as suas margens de lucros. No entanto, uma empresa só vai apostar mais na diferenciação junto do cliente quanto mais perto está da fronteira do conhecimento (Hözl & Janger, 2014) Em Portugal, verifica-se que o setor de baixa-tecnologia (nomeadamente, setores têxtil, produtos alimentares, madeira e papel) é o que verifica um maior peso na criação de marcas no contexto geral, demonstrando a tradição industrial portuguesa; no entanto, os bens de Alta-Tecnologia (nomeadamente, o setor farmacêutico, equipamento informático, equipamento escritório e comunicações e aeroespacial) apresentaram um elevado dinamismo na década de 2000 mas, que apesar do crescimento vigoroso, possuem um comportamento bastante volátil. (Mendonça & Fontana, 2011)

4. Questões de Investigação

Tal como referido previamente, as questões de investigação que guiam esta tese são (i) qual a situação a nível de criação de marcas e requisição de certificações, ISO e nacionais, nas 100 maiores empresas das regiões autónomas portuguesas? (ii) qual a situação das empresas insulares portuguesas comparativamente a outra região internacional? (iii) o uso de marcas e certificações é viável enquanto método de análise da inovação empresarial? Estas questões permitem não apenas retratar o sistema empresarial de ambas as regiões, graças ao poder relativo que o grupo selecionado pode ter na sua região e sector, como,

também, mostrar possíveis pontos fracos quando comparados com outras economias. Adicionalmente, permitirá também perceber se o uso deste tipo de métrica pode, ou não, ser eficaz para avaliar a capacidade inovativa por outros prismas.

5. Metodologia

Para as secções mais teóricas, como as definições e discussões de cada conceito, e para a contextualização geral, serão usados artigos académicos relevantes (provenientes, por exemplo, da *Elsevier*) e revistas e relatórios da especialidade (como por exemplo os relatórios da OCDE ou da União Europeia). Para as secções de dados quantitativos, como o volume de negócios, estatísticas do setor e outros dados relevantes, são usadas bases de dados nacionais e internacionais e jornais nacionais (como por exemplo INE, *Açoriano Oriental*, entre outros).

A base de empresas trabalhadas e sobre o qual a análise desta tese recai foram elaboradas previamente pelos jornais regionais *Diário de Notícias - Madeira* e *Açoriano Oriental*, sendo que cada jornal realizou sobre a sua região insular. Este *ranking* foi elaborado tendo, como base, (i) o volume de negócios verificado por cada empresa no ano fiscal de 2016, (ii) a não inclusão de grupos económicos e (iii) que a sede de cada empresa fosse na região em questão. Este trabalho prévio confere força às análises regionais apresentadas nesta tese, visto que (a) ao garantir que é analisada cada empresa a nível individual e não a nível de grupo é possível obter resultados mais fidedignos da realidade empresarial; (b) garante que os dados usados são os mais recentes, na medida do possível, e assim reflete acontecimentos recentes e (c) garante que cada empresa possui uma ligação forte com a região envolvente.

Seguidamente, prosseguiu-se com a pesquisa de marcas pedidas e registadas, por cada empresa, recorrendo à ferramenta online do *TM View*. Esta ferramenta, pertencente à *European Trade Mark and Design Network*, com apoio a nível de recursos e infraestrutura por parte do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), é uma ferramenta de consulta online, acessível por qualquer pessoa. Com um total de 49.634.775 marcas disponíveis para consulta no site, e englobado vários institutos de propriedade intelectual nacionais e internacionais, o seu uso para esta tese confere um elevado grau de confiança que os dados, relativos a marcas, se encontram corretos e atuais. Essa

procura começou por uma pesquisa do nome da empresa, de modo a obter uma ideia inicial de possíveis marcas existentes, passando depois para uma pesquisa de registos, com base no nome da empresa como requerente. Simultaneamente, foi-se também verificando, através da base *Amadeus*, se cada empresa possuía outros nomes previamente registados. Esta pesquisa adicional permitiu garantir que a totalidade de marcas de cada empresa era registada. Concluída a parte relativa às marcas, usaram-se dados fornecidos pela empresa *Cem Palavras, Comunicação Empresarial*, para realizar uma pesquisa pelo nome de cada empresa representada no ranking nos anos de 2015, 2016 e 2017 para que se pudesse perceber qual era a sua condição a nível de certificações pedidas e/ou retiradas ao longo do tempo.

Pode-se, então, concluir que o método de análise usado neste trabalho é, maioritariamente, de natureza qualitativa.

6. Economias Insulares

Este capítulo retrata as economias insulares, começando por fornecer uma imagem da situação a nível global, seguindo-se, depois, um retrato de características próprias das regiões autónomas da Madeira e Açores.

6.1. Panorama Geral

Como é possível verificar pela Tabela II, a Indonésia ocupa o lugar cimeiro entre as economias insulares com a maior população e área terrestre disponível. No entanto, os últimos lugares da tabela são ocupados por Tuvalu, com apenas 12.373 habitantes, e por Nauru, com apenas 21 km² de área geográfica. É, assim, demonstrada a afirmação prévia que, devido à extrema variação de indicadores humanos e geográficos, um único plano de desenvolvimento seria impossível de implementar.

Tabela II Dados populacionais e geográficos das economias insulares mundiais

Indonésia	255.461.700	População
Tuvalu	12.373	
Média	14.221.120	
Indonésia	1.904.569	Área Terrestre (km²)
Nauru	21	
Média	102,400	

Fonte: Nations Online

Segundo o Fórum Económico Mundial³ (WEF), competitividade económica é “um conjunto de instituições, políticas e fatores que determina o nível de produtividade de um país” (Oliver Cann, n.d.) sendo que a palavra chave é “produtividade”. Isto deve-se ao facto da reação em cadeia que ocorre quando um país consegue aumentar, com sucesso, a sua produtividade ao longo do tempo: maior competitividade origina uma maior prosperidade, representado pelo maior crescimento económico, o que origina níveis de rendimento mais elevados. Sendo assim, uma análise económica deve passar obrigatoriamente pela análise da produtividade.

Dos 192 países reconhecidos pela ONU, 137 países forneceram dados para que fosse realizada uma avaliação e comparação global. Desses, 21 são países insulares, isto é, cujo território é composto por uma ou mais ilhas. A posição geral das economias insulares é bastante variada, desde estarem presentes entre as 10 melhores do mundo como no fim da tabela classificativa. Adicionalmente, existe ainda o problema de que um conjunto de países não possuem dados estatísticos fiáveis para poderem ser alvos desta análise internacional, o que pode originar análises enviesadas. Posto essa salvaguarda, atualmente, o conjunto das economias insulares analisadas classificavam-se no 58º lugar e com um nível de desenvolvimento médio de 4,49 (em 7 possível) (Schwab, 2017), como é possível ver pela Figura 1. Esta posição, no entanto, tem sofrido bastantes alterações desde o relatório de 2010/2011, onde a melhor classificação foi 55º (2016/2017) e a pior classificação foi 63º (2012/2013 e 2014/2015).

³ World Economic Forum em Inglês

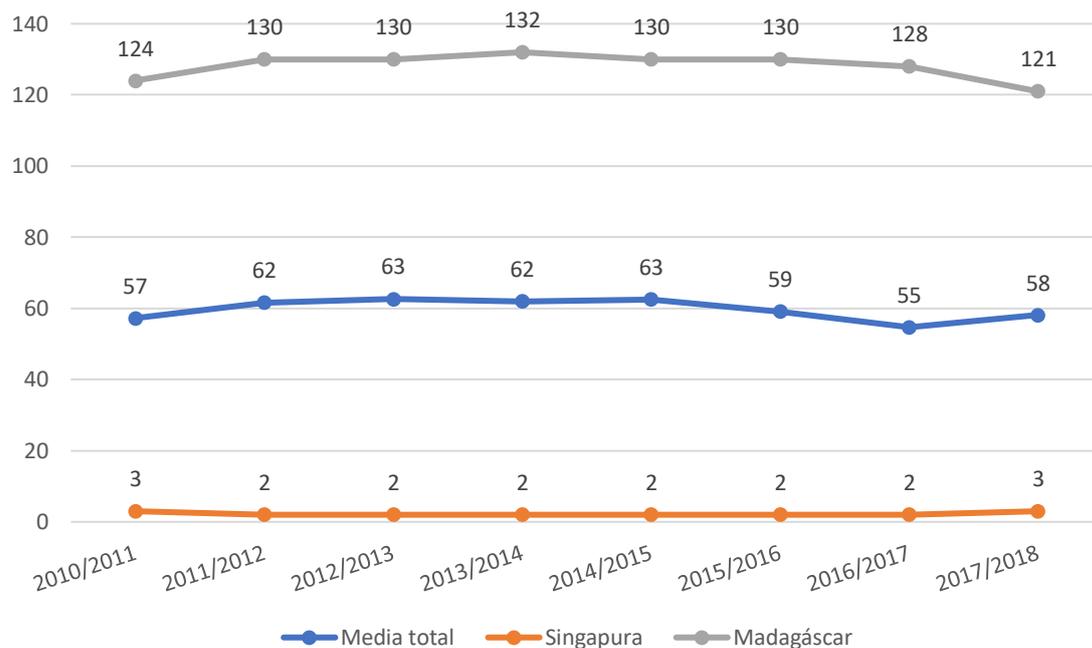


Figura 1 Evolução da Posição média países (2010-2018)

Fonte: Global Competitiveness Report

Analisando, especificamente, o melhor e pior país-ilha entre 2010 e 2018, verifica-se que Singapura (representada pela linha laranja do gráfico) se encontra entre as três melhores economias mundiais, ao passo que Madagáscar (representado pela linha cinzenta) se encontra na 121ª posição do *ranking*, verificando algumas alterações no *ranking* ao longo do período temporal analisado. A escolha destes países pretende demonstrar que, mesmo que uma economia seja rica em recursos naturais, como é Madagáscar, isso não é factor suficiente para se atingir crescimento económico sustentado. É preciso ser apoiado por políticas governamentais de apoio à educação (em idade escolar e em idade ativa) e por apoio ao desenvolvimento de *clusters* empresarias de modo a aproveitar as sinergias entre si.

Tal é apoiado quando é analisado alguns dos indicadores usados, em pormenor, como o *Business Sophistication* e *Innovation*. Nesses indicadores, verifica-se uma pontuação de 4,34 e 3,73, respetivamente, o que permite, então, perceber que as economias insulares analisadas possuem uma maior capacidade em reconhecer a importância de desenvolver *clusters*, melhorar a sofisticação do processo e marketing, relativamente a uma vertente de desenvolvimento e aplicação de novos conhecimentos no desenvolvimento de novos produtos.

6.2. *Panorama Português*

Relativamente às regiões autónomas portuguesas, pode-se verificar que, quanto à sua geografia, as duas regiões apresentam aspetos bastante diferentes (i) o arquipélago da Madeira é composto pela ilha da Madeira, Porto Santo, Desertas e as Selvagens; (ii) o arquipélago dos Açores é composto por nove ilhas, todas elas habitadas e com dimensões a variar desde 746 km² da ilha de São Miguel até 17,1 km² da ilha do Corvo. Comparando a área terrestre disponível de ambas as regiões com outros países insulares, verificamos que a região autónoma dos Açores (RAA) e a região autónoma da Madeira (RAM) estariam em 25º e 29º lugar, respetivamente, a nível geográfico, o que as coloca acima da média das ilhas a nível mundial (cerca de 102.400 km²). A nível de população, as ilhas portuguesas estariam na 30º posição. Uma análise suplementar que deve ser feita nas economias insulares portuguesas, e aquela que representa uma vantagem significativa relativamente a outras economias insulares é que, para além do território terrestre, existe ainda o território marítimo que é reconhecido como parte integrante do território das ilhas (Davidson & Davidson, 1997). Neste caso, a região autónoma da Madeira possui uma zona económica exclusiva de 446.108 km² e a região autónoma dos Açores possui uma zona económica exclusiva de 953.633 km², com planos junto das Nações Unidas para aumentar o seu território marítimo. Este território leva a que os Açores se situem em 31º lugar e a Madeira se situe em 56º lugar de entre os 151 territórios com zona económica exclusiva reconhecida.

A análise económica da região insular portuguesa, mais especificamente a nível do seu tecido empresarial, permite recolher o seguinte resultado: os setores com maior representação são os mesmos, isto é, os setores A (Agricultura, Produção animal, caça, floresta, pesca), G (Comércio por grosso de retalho) e N (Atividade administrativa), como está representado na Figura 2. Isto permite confirma a teoria académica apresentada que as ilhas tendem a especializar-se nos recursos naturais que abundam junto de si e que o Estado possui um peso elevado devido à sua pequena dimensão. No entanto, o setor do turismo é uma categoria cada vez mais expressiva, como é possível verificar pela categoria I, na Figura 2. Enquanto que, internacionalmente, o turismo regista um crescimento elevado (como, por exemplo, o aumento de 18% de chegadas de turistas internacionais entre 2012 e 2016), a nível nacional, o número de cruzeiros voltou a níveis pré-2012, e registou-se, em 2016, um aumento de 28,5% de dormidas nos Açores e 12,8%

dormidas na Madeira quando comparado com o ano anterior (Instituto Nacional Estatística, 2017a).

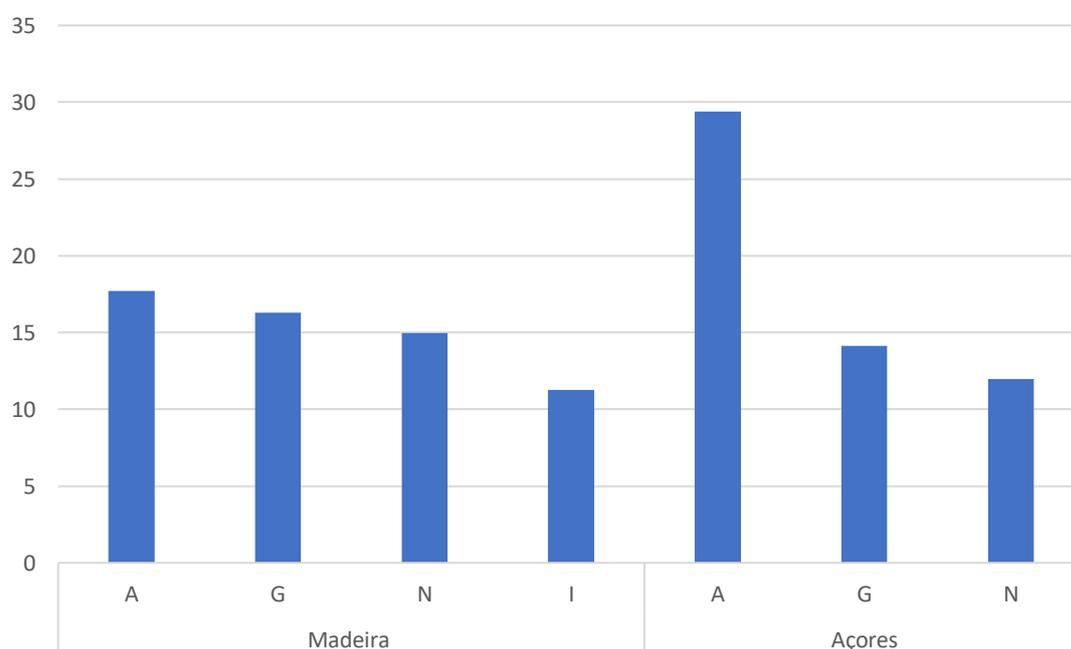


Figura 2 Categoria das empresas mais representadas por região autónoma

Fonte: SREA, DREM

Por fim, uma análise relativamente à sua população ativa permite saber que a RAM possui uma ligeira vantagem relativamente à RAA (51,6% contra 49,3%, respetivamente). Um indicador *proxy* possível de análise e que serve para realizar uma comparação superficial com os indicadores de dados referido anteriormente é analisar a aprendizagem ao longo da vida que ambas as regiões registam. Tal deve-se ao facto que é cada vez mais importante para as empresas (que garantem uma forma de acompanhamento do que se produz academicamente e que os trabalhadores mantém a predisposição de aprendizagem contínua) e trabalhadores (visto que assim aumentam o número de empregos possíveis a que se podem candidatar e de não ficarem demasiado presos a uma área que pode estagnar ou sofrer alterações profundas).

O INE define “Aprendizagem ao longo da vida” como a participação em atividades de educação formal⁴, não formal⁵ ou outra⁶. Neste campo, é possível verificar diferentes trajetórias entre regiões. De modo geral, a população ativa da RAM apresenta uma taxa de aprendizagem ao longo da vida superior à da RAA (44,9% e 37,6%, respetivamente) o que pode indiciar uma maior possibilidade da economia madeirense se apresentar com maior aptidão para responder a desafios internacionais que surjam. Relativamente ao indicador da educação informal, é possível verificar que os trabalhadores da Madeira possuem valores na ordem de 86,1%, e que os Açores foram os que mais aumentaram desde 2007 (um aumento de 74,2 pontos percentuais). Esta aposta cada vez maior neste tipo de educação permite deduzir que os trabalhadores e empregadores apercebem-se que se pretendem aumentar a sua produtividade, nível de educação e/ou transição entre empregos, têm de haver uma aposta contínua na educação. Isto é comprovado pelo inquérito realizado pelo INE, pois enquanto que a educação formal é usada maioritariamente como forma de estar mais satisfeito consigo mesmo e como uma hipótese de arranjar um (novo) emprego, a educação não formal é realizada para estar mais satisfeito consigo mesmo, melhorar o seu desempenho e obter novas responsabilidades no trabalho (Instituto Nacional de Estatística, 2017b)

7. Resultados

Caracterizando, primeiro, as 100 maiores empresas das regiões autónomas, a Tabela III descreve as diferenças de volume de negócio registados em 2016. Em qualquer dos casos, a RAA apresenta um volume de negócios superior ao da RAM. Verifica-se, no entanto, que a diversidade de empresas (a nível de CAE) é maior e mais sofisticada na RAM que na RAA (isto é, mais assente numa base agrícola e de transformação de produtos primários) tal como está elaborado no Anexo 4.

⁴ Educação formal é ministrada em instituições de educação ou formação. Este tipo de educação é organizada, avaliada e certificada para efeitos de grau académico e avanço na carreira;

⁵ Educação não formal é ministrada por estruturas institucionais. Confere certificados de conclusão, mas não permite avanço em graus académicos;

⁶ Atividades de aprendizagem da vida quotidiana relacionada com o trabalho, família, vida social ou lazer. É ministrada fora das estruturas institucionais e não confere certificado de conclusão (apesar de ser possível submeter-se a um processo de certificação).

Tabela III Comparação do volume de negócios e média total (valor euros)

Região	Maior Volume Negócio Registrado €	Menor Volume Negócio Registrado €	Volume de Negócios médio €
Açores	164.127.000	5.044.000	25.006.000
Madeira	147.013.903,83	4.278.402,94	14.287.202,06

Fonte: Diário Notícias – Madeira e Açoriano Oriental

7.1. Inovação representada pela criação marcas

A nível de empresas com marcas registadas em número absoluto ambas as regiões apresentam valores semelhantes, mas com vantagem para a Madeira. Isto é, das 100 maiores empresas da RAM, 52 empresas possuem marcas registadas enquanto que de entre as 100 maiores empresas da RAA, 47 empresas possuem marcas registadas. No entanto, analisando em detalhe o total de marcas registadas no mesmo conjunto de empresas, a RAM possui 253 marcas registadas e 8 em processo de análise enquanto que a RAA possui 434 marcas registadas e 10 em processo de análise. A nível do tipo de proteção requerido aos organismos de propriedade intelectual: na RAM existem 135 pedidos proteção de nomes, 17 pedidos para figuras e 109 pedidos para uma proteção combinada (isto é, propriedade intelectual composta por palavras e figuras); já na RAA existem 170 pedidos de proteção de nomes, 83 de figuras e 187 de pedidos combinados. Apresenta também 1 marca em formato 3D, 1 marca de tipo de letra e 2 outros pedidos de marcas. Por fim, o território para o qual foi realizado estes registos: na RAM é a proteção exclusivamente nacional que apresenta maior número de registos com 228, seguindo-se os 23 registos a nível europeu e 2 registos a nível internacional. Existem depois alguns registos a países individuais como Brasil com 4 registos, Estados Unidos com 3 registos e China com 1 registo; relativamente à RAA, o pedido de proteção em território nacional também domina com 313 marcas registadas, seguindo-se 53 marcas registadas em território europeu e 21 marcas registadas a nível mundial. Tal como na RAM, existem registos dispersos por um conjunto de diferentes países, com 16 marcas registadas no Canadá, 8 marcas registadas no Brasil, 6 marcas registadas no Estados Unidos, 3 marcas registadas na Espanha, França, Alemanha e Marrocos; 2 marcas

registadas no Benelux⁷, Reino Unido, Itália e Peru; e 1 marca registada em Israel, China, Filipina, Roménia, Tunísia, Colômbia e Bulgária.

Uma razão que pode ser apresentada para que as 100 maiores empresas da RAA possuam uma maior quantidade de registos de marcas em diversos países, pode-se dever ao facto de o tecido empresarial ser maioritariamente ligado a produtos físicos passíveis de exportação enquanto que as empresas da RAM possuem uma menor necessidade de proteção diferenciada internacionalmente.

Quando analisada a classificação de Nice das marcas registadas, verifica-se diferenças significativas. Na região da Madeira, o top 3 é dominado por: classe 43 (alojamento temporário) que é a mais representada com 80 registos; seguida pela classe 33 (bebidas alcoólicas exceto cerveja) com 58 registos; e por fim a classe 41 (educação, entretenimento, entre outros) com 31 registos (se alargarmos a análise às 10 classes com maiores registos é possível verificar que 7 são consideradas classes de serviços). Na região dos Açores, no entanto, o top 3 é dominado pelas: classe 29 (comida para consumo) com 249 registos; seguida pela classe 34 (Tabaco) com 71 registos; e por fim classe 35 (Publicidade, funções escritório) com 63 registos (Numa análise às 10 classes mais registadas, existem 5 relacionadas com serviços). Esta observação permite, então, perceber que a composição do top 100 entre regiões autónomas será diferente, havendo uma maior preponderância dos serviços na Madeira que nos Açores.

⁷ Região de países composto pela Bélgica, Holanda e Luxemburgo

Passando para uma análise temporal, isto é, verificar quando é que cada empresa realizou um pedido de registo de marca juntos dos serviços de propriedade intelectual e foi posteriormente aceite, é possível verificar, pelas figuras 3 e 4, que a RAA é a que apresenta uma história mais antiga e consistente de pedidos de proteção, apesar de ser possível verificar que, desde o ano 2000, existiu um aumento da procura de proteção em ambas as regiões. A RAA verificou o seu pico de registos em 2016, com 57 marcas registadas, enquanto que a RAM verificou o seu pico em 2017, com 41 marcas registadas.

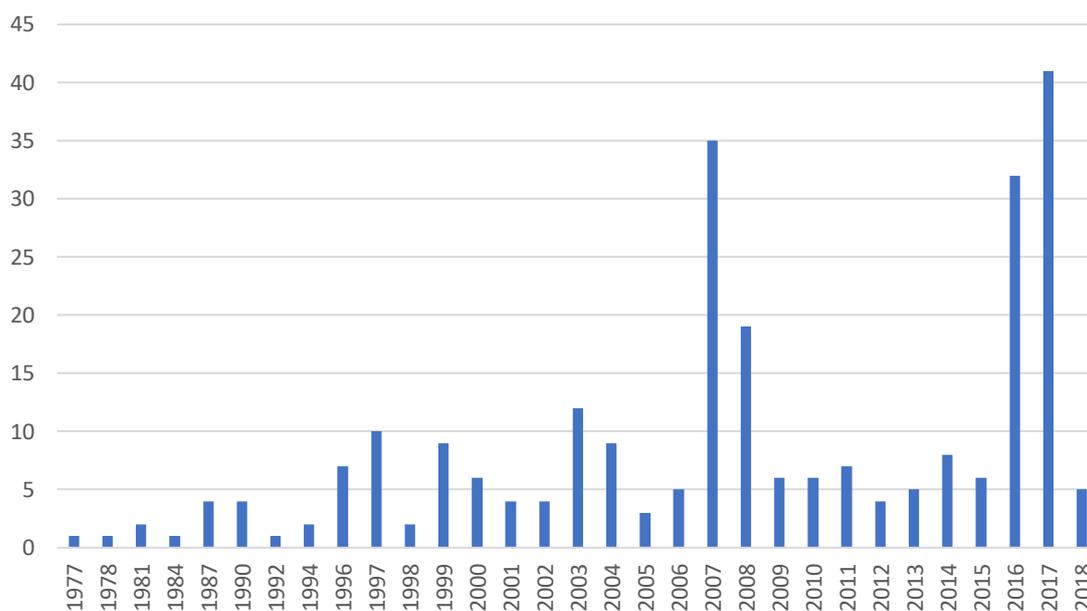


Figura 3 Registo de Marcas por ano – Madeira

Fonte: Dados TM View com elaboração autor

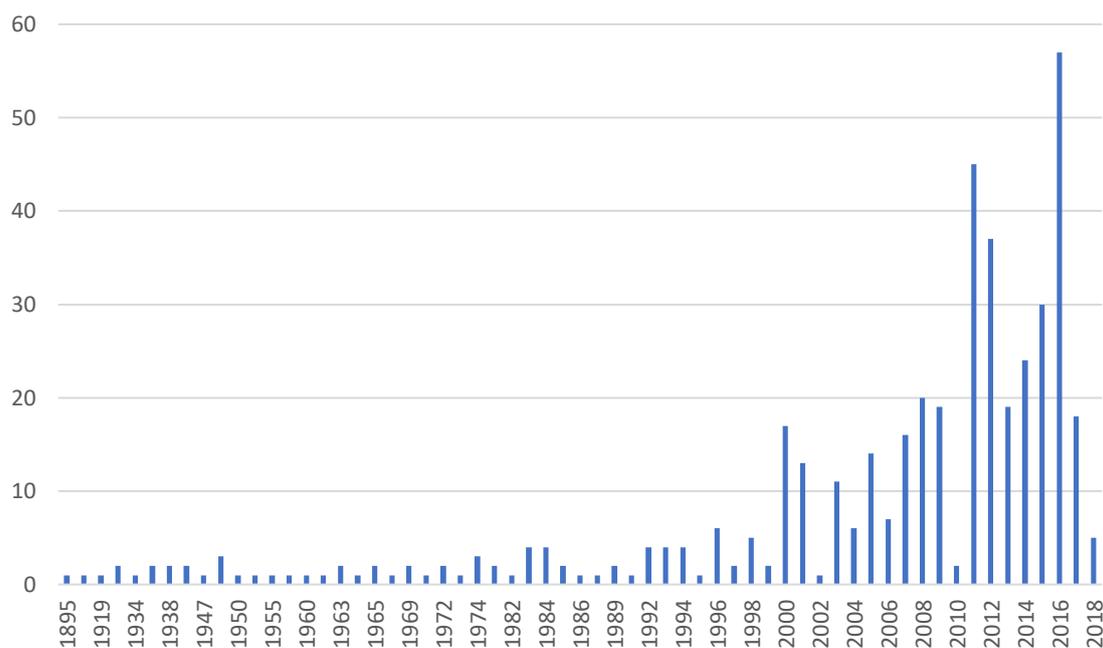


Figura 4 Registo de marcas por ano – Açores

Fonte: Dados TM View com elaboração autor

Por fim, pode-se analisar quais os maiores requerentes de ambas as regiões a nível de marcas. Pela Tabela IV, apesar de haver mais empresas que recorrem à marca enquanto forma da sua propriedade intelectual e valorização dos seus produtos na Madeira, são as empresas dos Açores que apresentam uma maior quantidade de registos; no entanto, se analisarmos a diferença entre extremos da tabela (empresa com maior registo contra empresa com menor registo) verificamos que existe uma diferença de 31 marcas na Madeira e uma diferença de 131 marcas nos Açores.

Tabela IV Maiores requerentes de marcas por região autónoma

	RAM	Registos	RAA	Registos
1º	J. Faria & Filhos, Lda	33	COFACO Açores – Indústria de Conserva	132
2º	Justino's, Madeira Wines, S.A.	23	Fromageries Bel Portugal	92
3º	Dom Pedro – Investimentos Turísticos, S.A.	23	Fábrica do Tabaco Micaelense, S.A.	79

Fonte: TMView com elaboração autor

Este tipo de diferença pode ser explicado, mais uma vez, pela diferença presente entre as 100 maiores empresas de ambas as regiões. Portanto, a RAA verifica que as suas maiores empresas estão ligadas mais à exportação de produtos físicos (mais ligada ao setor secundário), e a RAM verifica as suas maiores empresas ligadas ao setor turístico (mais ligada ao setor terciário).

7.2. Inovação representada pelos certificados (nacionais e internacionais ISO)

De entre as 100 maiores empresas em cada região, é possível verificar que existe uma maior quantidade de empresas certificadas nos Açores do que na Madeira (38% e 24% respetivamente), no entanto, ambas as regiões verificam tendências diferentes. Isto é, entre 2015 e 2017, a região da Madeira verificou uma evolução positiva de 1 empresa certificada, enquanto que a região dos Açores verificou uma diminuição de 1 empresa certificada, tal como é possível ver pela Tabela V. Em 2016, houve uma quebra acentuada das empresas certificadas em ambas as regiões (mas que, no entanto, não é possível apontar uma causa específica, apenas especular se por falta de pedido ou entrega de documentos às entidades reguladores atrasados, que originou um registo tardio).

Tabela V Evolução de Certificações totais por região autónoma

	Açores	Madeira
2015	39	23
2016	16	11
2017	38	24

Fonte: Cem palavras, Comunicação Empresarial

As normas mais requisitadas são iguais em ambas as regiões, diferenciando, apenas, o número total em cada região. A ISO 9001 manteve-se como a mais requerida pelas empresas (com 27 certificações nos Açores e 18 na Madeira), seguindo-se a ISO 14001 (com 16 certificações nos Açores e 8 na Madeira) e OHSAS 18001/NP4397 (com 9 certificações nos Açores e 6 na Madeira). Relativamente às suas evoluções desde 2015, é possível verificar que cada vez mais empresas procuram obter a certificação ISO 14001 e OHSAS 18001/NP4397 em ambas as regiões, o que demonstra uma preocupação em garantir a sustentabilidade ambiental e condições de trabalho seguras. Relativamente à ISO 9001, esta verificou um aumento de apenas 1 certificado nos Açores e uma diminuição de 2 certificados na Madeira.

Quanto à quantidade de certificações pedidas por cada empresa, é possível verificar que as empresas que apostam apenas numa única certificação está a diminuir em ambas as regiões, descendo, entre 2015 e 2017, na região dos Açores de 24 para 17 empresas, enquanto que, na região da Madeira, reduziu-se de 16 para 14 empresas. Já nas empresas que procuram obter três certificações em simultâneo de ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001/NP4397, registou-se um aumento em ambas as regiões no mesmo período temporal, passando de 3 para 6 empresas nos Açores e de 4 para 5 empresas na Madeira. Isto permite deduzir que as 100 maiores empresas de ambas as regiões encontram cada vez maior valor acrescentado em seguir as normas e padrões internacionais. O porquê de a certificação ser mais prevalente nos Açores do que na Madeira pode dever-se às características das empresas na lista, ou seja, visto que existe maior número de certificações para melhorar a produtividade fabril do que nos serviços, os Açores apresentam uma vantagem comparativamente à Madeira (algo que se pode vir a alterar no futuro caso sejam realizadas novas certificações para este setor).

7.3. Comparação Certificações vs Marcas

Uma análise conjunta, de ambos os dados e resultados, permite verificar que, apesar das diferenças, ambas as regiões encontram-se no mesmo ponto base. De entre a base de 100 empresas, a região dos Açores verifica 65 empresas que possuem algum tipo de marca registada ou certificação enquanto que a região da Madeira verifica 60 empresas na mesma situação. No entanto, as características que os compõe são distintas.

A situação madeirense, seguindo a figura do Anexo 6, pode ser dividida em 4 grupos principais: (1) o grupo 1, composto pela indústria, demonstra uma grande aposta em marcas, mas com nenhuma ou apenas uma certificação; (2) o grupo 2, composto por empresas hoteleiras, demonstra o mesmo comportamento do grupo 1, ou seja, uma grande aposta em marcas mas pouca aposta a nível de certificações; (3) o grupo 3, onde se situam algumas das empresas de comércio, regista uma aposta moderada na aquisição de marcas e de certificações; (4) o grupo 4 apresenta, por fim, uma situação oposta do grupo 1, portanto, uma aposta forte nas certificações mas fraca ou nula nas certificações. A título de exemplo, podem-se destacar as empresas: Tecnovia-Madeira - Sociedade De Empreitadas, S.A. (6.a) que verifica uma forte aposta em marcas mas nula em certificações; António N.Nóbrega II - Indústria E Comércio Alimentar, S.A. (6.b) que se apresenta com certificações e marcas registadas, a nível moderado, e J.Faria & Filhos,

Lda (6.c) que apresenta uma forte aposta em certificações mas com uma aposta reduzida em marcas.

A realidade açoriana apresenta, segundo o Anexo 7, pode também ser dividida em 4 grupos principais: (A) o grupo A, que engloba as empresas ligadas ao setor comércio, apresentam uma aposta moderada em marcas mas nula em certificações; (B) o grupo B, composto por empresas ligadas ao turismo e serviços, apresenta uma situação paradoxal, ou seja, tanto apresenta empresas com aposta moderada nas marcas, mas nula a nível de certificações, como o oposto; (C) o grupo C, que junta as empresas agrícolas e de pesca/agro indústria, apresenta uma aposta forte em marcas, e uma aposta moderada em certificações; (D) por fim, o grupo D, composto por empresas ligadas aos transportes, comunicações e energia, apresenta uma aposta forte em marcas e forte em certificações. Note-se, no entanto, a retirada de três observações do quadro de análise açoriano devido a problemas de enviesamento⁸. A título ilustrativo, destacam-se as empresas Marques Britas, S.A. (7.a) com uma aposta forte em certificações mas nula a nível de marcas; SATA internacional - Azores Airlines, S.A. (7.b) que regista uma aposta forte em marcas e moderada em certificações; AFAVIAS - Engenharia e construções - Açores, S.A. (7.c) que apresenta valores moderados nas certificações mas nulo nas marcas e SANTA CATARINA - Indústria Conserveira, S.A. (7.d) que apresenta uma aposta forte nas marcas e reduzida nas certificações.

Em ambos os gráficos, apesar dos exemplos apresentados, é possível verificar a forte concentração de empresas no canto inferior esquerdo, junto à origem. Isto revela que, apesar de algumas empresas estarem a realizar uma maior aposta em marcas e/ou certificações, a grande maioria das empresas no ranking possui uma aposta fraca ou nula em ambos os campos.

7.4. Comparação com a região das Canárias

Os dados regionais e do conjunto de empresas selecionadas permitem obter uma visão do que se passa nas regiões autónomas portuguesas. Atualmente, as empresas não competem apenas a nível regional. Estando inseridas num ambiente competitivo a nível

⁸ Empresas não enquadradas no gráfico: Cofaco Açores - Indústria de conservas, S.A.; Fábrica do Tabaco Micaelense, S.A.; Fromageries Bel Portugal, S.A.

internacional, esta análise pode ser enriquecida com uma comparação internacional com uma região características semelhantes, como por exemplo as Canárias.

As canárias são uma região autónoma espanhola ao largo de Marrocos, com duas zonas distintas incorporadas, nomeadamente Tenerife e Las palmas. É uma economia de base maioritariamente terciária e cuja indústria de refinação de petróleo é a maior de Espanha.

Tabela VI Evolução número marcas registadas (total e discriminadas por região)

Número marcas registadas (total e discriminada por região)					
	Canárias	Madeira + Açores		Madeira	Açores
2012	1891	341		155	186
2013	1861	424		259	165
2014	1859	537		335	202
2015	1943	586		328	258
2016	2055	534		286	248
2017	2084	664		415	249

Fonte: INPI, OEPM

Começando por analisar, e comparar, as marcas registadas, de modo geral, a tabela VI demonstra que as Canárias apresentam um volume de registos três vezes superior ao da Madeira e Açores conjuntamente. Sendo que, a economia insular espanhola assenta numa base económica semelhante à da Madeira, então, é possível deduzir que as regiões portuguesas se encontram em clara desvantagem neste ponto apesar da evolução positiva registada desde 2012 (INPI, 2015; Marcas, n.d)

Uma análise ao nível do volume de negócios leva a que seja realizada uma comparação com as sub-regiões de Las Palmas e Tenerife. Pela Tabela VII, verifica-se que a empresa com maior volume de negócios, em ambas as regiões, ultrapassou os mil milhões de euros, e que a centésima maior empresa registou um volume de negócios na ordem dos 20 milhões de euros (Economista). Isto significa, então, que as empresas na mesma posição do *ranking* insular português verificam uma diferença de volume de negócios entre 3 a 10 vezes inferior. Apesar de não ser possível apontar com exatidão nesta tese a

razão para esta diferença, pode-se deduzir que, pelo menos, a região autónoma da madeira e, em menor grau, a região dos Açores podem obter um volume de negócios bastante superior ao atual com uma aposta mais generalizada de marcas e sensibilizar o público para a sua presença e vantagens.

Tabela VII Comparação de Volume Negócios entre regiões Insulares (2016)

Tenerife			Las Palmas	
Posição	Volume Negócios €	Nome	Nome	Volume Negócios €
1º	1.422.781.000	Disa Suministros Y Trading SI	Union electrica de canarias generacion sa	1.032.574.000
(...)				
100º	21.344.495	Juan B Fierro Hernandez SI	Jugueteria Nikki Sociedad Limitada	27.891.268

Madeira			Açores	
Posição	Nome	Volume Negócios €	Nome	Volume Negócios €
1º	LIDO SOL II - distribuição de produtos alimentares, s.a.	147 013 903,83	EDA - Electricidade dos Açores	164 127 000
(...)				
100º	S.C.H. sociedade de clínica hospitalar, lda	- 4 278 402,94	Amaral, Filhos & CA., LDA	5 044 000

Fonte: Economista

8. Conclusões

Começando pela resposta às questões, é possível verificar que na questão (i) sobre a situação das 100 maiores empresas regionais da Madeira e Açores, relativamente a certificações e marcas, se encontra polarizada, isto é, verificamos que existem empresas altamente investidas nessa situação, enquanto que outras não devotam qualquer tipo de recursos. Como estas empresas representam, aproximadamente, 40% do volume negócios empresariais totais madeirenses e, aproximadamente, 57% do volume negócios empresariais total açoriano, estes resultados comprovam que a resposta à questão (ii) seria pessimista. Tal como o verificado, o número de marcas registadas na região espanhola das Canárias é bastante superior ao total madeirense e açoriano em conjunto, que se reflete, também, na diferença do volume de negócios entre ambas as regiões. Isto leva, então, à conclusão que a resposta à questão (iii) sobre se é viável usar indicadores de marcas e certificações para avaliar a capacidade inovativa das empresas é positiva. Tal não pressupõe uma substituição dos métodos usados atualmente, mas antes complementá-los, pelo que o seu uso mais extensivo por parte dos decisores políticos e investigadores permitirá obter resultados mais próximos da realidade.

Alguns das implicações para a política pública, que resultam dos resultados apresentados ao longo desta tese, são que (i) a formação contínua deve continuar a ser uma aposta por parte dos trabalhadores e empresas de modo a melhorar as suas qualificações e produtividade (ii) deve haver maior sensibilização junto das empresas da importância das marcas e certificações e (iii) as ilhas apresentam desafios únicos, pelo que um trabalho diferenciado deve ser realizado, de modo a perceber qual o melhor modo de aproveitar as sinergias locais, e o tecido produtivo atualmente presente e as suas oportunidades futuras.

A nível de investigações futuras, estas podem focar-se numa análise temporal maior para a criação de marcas e obtenção de certificações, de modo a perceber se existem quebras periódicas ou qual a tendência futura; realizar esta análise para outro panorama regional ou mesmo nacional, de modo a perceber possíveis relações entre criação de marcas, certificações e criação de VAB; e se a criação de novos negócios relacionados com a economia marítima verificam uma maior predisposição em apostar na criação de marcas e obtenção de certificações relativamente aos negócios já existentes.

Bibliografia

- Baldacchino, G. (2007). *A World of Islands: An Island Studies Reader*.
- Bessen, J., & Meurer, M. J. (2009). *Patent Failure*. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.03.003>
- Benner, M. J., & Tushman, M. (2002). Process Management and Technological Innovation: A Longitudinal Study of the Photography and Paint Industries. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), 676. <https://doi.org/10.2307/3094913>
- Briguglio, L. (1995). Small Island Developing States and Their Economic Vulnerabilities. *Pergamon World Development*, 23(9), 1615–1632. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00065-K](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00065-K)
- Caraça, J. (2003). *Do Saber ao Fazer: Porquê Organizar a Ciência. Trajectos Portugueses* (2nd editio). gradiva.
- Caraça, J., Lundvall, B. & Mendonça, S. (2009) The changing role of science in the innovation process: From Queen to Cinderella?, *Technological Forecasting and Societal Change*, 76(6) 861-867, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.08.003>
- Commonwealth Secretariat/World Bank. (2000). *Small States: Meeting Challenges in the global economy*, 7.
- Costa, C.M. (2015) O turismo como arena da globalização, *Janus*, pp. 48-49
- Davidson, J. S., & Davidson, J. S. (1997). United Nations Convention on the Law of the Sea Act 1996. *The International Journal of Marine and Coastal Law*, 12(3), 404–412. <https://doi.org/10.1163/15718089720491594>
- Fulvio Castellaci, Stine Grodal, Sandro Mendonca & Mona Wibe (2005) Advances and Challenges in Innovation Studies, *Journal of Economic Issues*, 39:1, 91-121, DOI: 10.1080/00213624.2005.11506782
- Heires, M. (2008). The international organization for standardization (ISO). *New Political Economy*, 13(3), 357–367. <https://doi.org/10.1080/13563460802302693>
- Instituto Nacional de Estatística (2017a) Estatísticas do Turismo 2016 Retrieved from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpu_b_boui=277048338&PUBLICACOESstema=00&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística. (2017b). Inquérito à Educação e Formação de Adultos Educação e formação de adultos em Portugal : retrato estatístico de uma década, 1–7. Retrieved from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=281447960&DESTAQUESstema=55445&DESTAQUESmodo=2
- José, P. Q. G. S. (2013). *A importância das ilhas no quadro das políticas e do direito do mar – o caso das Selvagens*. ISCTE - IUL.
- Martinho, H. (2015) *Ecossistema de Inovação na insularidade ultraperiférica: Em busca de um modelo de desenvolvimento para o arquipélago dos Açores* ISCTE-IUL
- Mattli, W., & Büthe, T. (2003). Setting International Standards: Technological Rationality or Primacy of Power? *World Politics*, 56(01), 1–42. <https://doi.org/10.1353/wp.2004.0006>
- Mazzucato, M (2011) *The entrepreneurial State* Club Penguin
- Mendonça, S. (2013) A vida bibliométrica da qualidade *Guia de empresas certificadas*

- Mendonça, S., Pereira, T. S., & Godinho, M. M. (2004). Trademarks as an Indicator of innovation and industrial change. *Research Policy*, 1385–1404. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2004.09.005>
- Mendonça, S., & Fontana, R. (2011). *Estudo sobre o Contributo das Marcas para o Crescimento Económico e para a Competitividade Internacional*.
- Nicholas S. Economides. (1988). The Economics of Trademarks, 78. Retrieved from http://www.stern.nyu.edu/networks/Economides_Economics_of_Trademarks.pdf
- Palavras, C. (2017). GEC - Guia de empresas certificadas. Retrieved from http://www.cempalavras.pt/gec_2017/pdf/gec_2017.pdf
- Schwab, K. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. *World Economic Forum* (Vol. 5). <https://doi.org/92-95044-35-5>
- Srinivasan. (1985). The Costs and Benefist of Being a Small, Remote, Island, Landockd or Mini-State Economy. *The World Bank Discussio Paper*, (March). <https://doi.org/10.1177/002216786400400105>

Sites Internet

- Economista, E. (n.d.). Ranking de Empresas Españolas por facturación. Retrieved July 12, 2018, from <http://ranking-empresas.economista.es/#home-provincial>
- Hölzl, W., & Janger, J. (2014). Distance to the frontier and the perception of innovation barriers across European countries. *Research Policy*, 43(4), 707–725. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.10.001>
- INPI. (2015). *Estatísticas sobre invenções, design, marcas e OSDC*.
- INPI. (2017a). Como manter marcas ou outros sinais. Retrieved July 12, 2018, from <https://justica.gov.pt/Registos/Propriedade-Industrial/Marca/Como-manter-marcas-ou-outros-sinais>
- INPI. (2017b). O que é uma marca? Retrieved March 26, 2018, from <https://justica.gov.pt/Registos/Propriedade-Industrial/Marca/O-que-e-uma-marca>
- Marcas, O. E. de P. y. (n.d.). Infographics. Retrieved July 12, 2018, from http://www.oepm.es/en/sobre_oepm/actividades_estadisticas/estadisticas/Infografias/index.html
- Oliver Cann. (n.d.). What exactly is economic competitiveness? Retrieved April 27, 2018, from <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/what-is-economic-competitiveness>
- WIPO. (2013). Chapter 2 - The economics of Trademarks. *Brands - Reputation and Image in the Global Marketplace*, 81–108. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-410423-5.00002-X>

Anexos

Anexo 1 – Países insulares

Nome	Tipo	SIDS
Antigua e Barbados	Duas ilhas principais	SIDS
Bahamas	Arquipélago	SIDS
Bahrain	Uma ilha principal	SIDS
Barbados	Uma ilha	SIDS
Brunei	Parte de uma ilha maior	
Cabo Verde	Arquipélago	SIDS
Comoros	Arquipélago	SIDS
Cuba	Uma ilha principal	
Chipre	Parte de uma ilha maior	SIDS
Dominica	Uma ilha principal	SIDS
República Dominicana	Parte de uma ilha maior	
Timor Leste	Parte de uma ilha maior	
Estados Federados da Micronésia	Arquipélago	SIDS
Fiji	Arquipélago	SIDS
Filipinas	Arquipélago	
Grenada	Uma ilha principal	SIDS
Haiti	Parte de uma ilha maior	
Islândia	Uma ilha principal	
Indonésia	Arquipélago	
Irlanda	Parte de uma ilha maior	
Jamaica	Uma ilha principal	
Japão	Arquipélago	
Kiribati	Arquipélago	SIDS
Madagáscar	Uma ilha principal	
Maldivas	Arquipélago	SIDS
Malta	Duas ilhas principais	SIDS
Ilhas Marshall	Arquipélago	SIDS
Maurícia	Arquipélago	SIDS
Nauru	Uma ilha	SIDS
Nova Zelândia	Duas ilhas principais	
Chipre do Norte	Parte de uma ilha maior	
Palau	Arquipélago	SIDS
Papua nova guiné	Parte de uma ilha maior	
Reino Unido	Uma ilha principal e parte de outra	
Saint Kitts e Nevis	Duas ilhas principais	SIDS
Santa Lucia	Uma ilha principal	SIDS
São Vicente e Grenadines	Arquipélago	SIDS
Samoa	Arquipélago	SIDS
São Tomé e Príncipe	Duas ilhas principais	SIDS
Seicheles	Arquipélago	SIDS
Singapura	Uma ilha principal	
Ilhas Salomão	Arquipélago	SIDS
Sri Lanka	Uma ilha principal	
Taiwan	Uma ilha principal	
Tonga	Arquipélago	SIDS
Tinidade e Tobago	Duas ilhas principais	SIDS

Tuvalu	Arquipélago	SIDS
Vanuatu	Arquipélago	SIDS

Anexo 2 – Descrição das características apresentadas por Briguglio

As principais características, e consequentemente desvantagens, que os SIDS enfrentam são segundo Briguglio (1995):

- Tamanho Reduzido
 - Poucos recursos naturais e elevado teor importação
 - Limitação nas possibilidades de importações substitutas
 - Pequeno mercado interno e dependência do mercado externo
 - Dependência de um número reduzido de produtos
 - Pouca capacidade de influenciar preços domésticos
 - Pouca capacidade de explorar economias de escala
 - Limitações na concorrência interna
 - Problemas de administração pública
- Insularidade e *remoteness*
 - Custo transporte por unidade elevado
 - Incertezas de abastecimento
 - Elevados stocks para prever qualquer aumento procura (afundar custos)
- Tendência de sofrer desastres naturais
- Fatores ambientais
 - Pressão devido ao desenvolvimento económico (pressão da construção habitações/indústria nas terras e recursos naturais)
 - Características específicas
- Outras Características
 - Dependência de recursos financeiros externos
 - Condições demográficas (perigo das emigrações)

Anexo 3 – Certificações ISO por região e características

Total Empresas certificadas		
Ano	Madeira	Açores
2015	23	39
2016	11	16
2017	24	38

	Total de empresas com as certificações mais usadas			
	Com 1 certificação (ISO 9001 ou ISO 14001 ou OHSAS 18001/NP4397)		Com 3 certificações (ISO 9001 + ISO 14001 + OHSAS 18001/NP4397)	
Ano	Madeira	Açores	Madeira	Açores
2015	16	24	4	3
2016	6	6	2	1
2017	14	17	5	6

Anexo 4 – Base de empresas, marcas e certificações

Link de acesso às bases de dados criadas durante a elaboração da tese:

https://drive.google.com/drive/folders/1VjRRY7T72OWgOVRcDvDLWwuZ_j9vbs3r?usp=sharing

Anexo 5 – Distribuição das 100 maiores empresas por região autónoma e cobertura por marcas

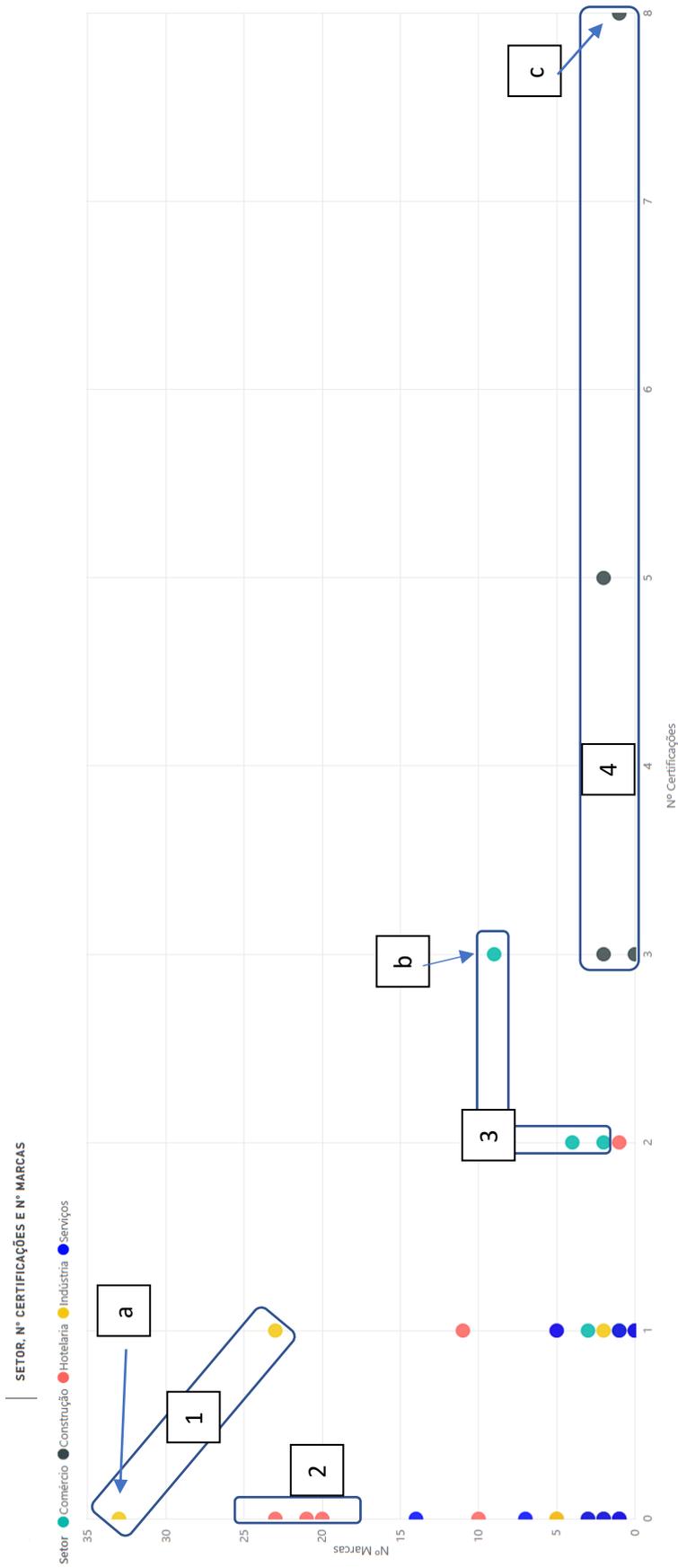
Madeira

	100+ Empresas (A)	Marcas (B)	Taxa Cobertura Marca (A/B)
Construção	8	3	50
Indústria	7	7	100
Hotelaria	23	15	52,17
Comércio	35	14	37,14
Serviços	27	13	51,85
Total	100	52	

Açores

	100+ Empresas (A)	Marcas (B)	Taxa Cobertura Marca (A/B)
Agricultura e Pescas/ Agro-Indústria	18	17	94,44
Transporte, Comunicação e Energia	14	6	42,86
Construção	5	1	20
Indústria	3	1	33,33
Distribuição Combustíveis	6	1	16,67
Comércio Automóvel	8	0	0
Comércio	36	16	44,44
Turismo e Serviços	10	5	50
Total	100	47	

Anexo 6 – Nº Marcas e Certificações por setor Actividade (Madeira)



Descritivo do Anexo 6

Legenda:

1 – Indústria

2 – Hotelaria

3 – Comércio

4 – Construção

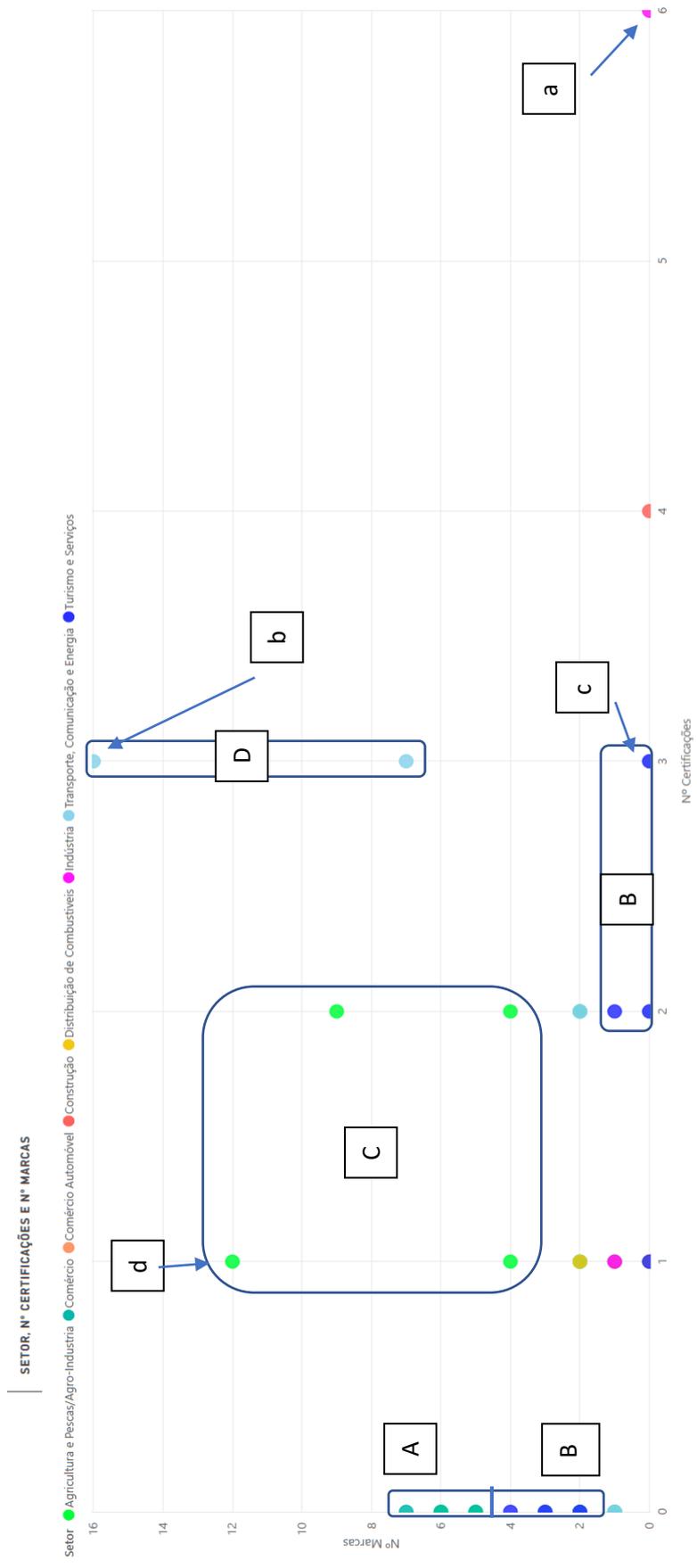
Casos exemplificativos

6.a) TECNOVIA-MADEIRA - SOCIEDADE DE EMPREITADAS, S.A.

6.b) ANTÓNIO N.NÓBREGA II - INDÚSTRIA E COMÉRCIO ALIMENTAR, S.A.

6.c) J.FARIA & FILHOS, LDA

Anexo 7 – Nº Marcas e Certificações por setor Actividade (Açores)



Descritivo do Anexo 8

Legenda:

A – Comércio

B – Turismo e Serviços

C – Agricultura e Pesca/Agro-Indústria

D – Transporte, Comunicação e Energia

Oultiers não representados:

(nº certificações; marcas) – Nome Empresa

(1;132) – Cofaco Açores - Indústria de conservas, S.A.

(0;79) – Fábrica do Tabaco Micaelense, S.A.

(4;92) – Fromageries Bel Portugal, S.A.

Casos exemplificativos

7.a) Marques Britas, S.A.

7.b) SATA internacional - Azores Airlines, S.A.

7.c) AFAVIAS - Engenharia e construções - Açores, S.A.

7.d) SANTA CATARINA - Indústria Conserveira, S.A.