



Áreas Empresariais do Algarve

ÁREAS EMPRESARIAIS DO ALGARVE

PLANO ESTRATÉGICO, MARKETING E
COMUNICAÇÃO
ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA

Setembro 2019



Cofinanciado por:



INDICE

1.	INTRODUÇÃO	6
2.	PROJETO ALGARVE REVIT+	8
2.1	OBJETIVOS.....	8
2.2	TAREFAS	10
2.3	PROMOTORES.....	11
3.	ENQUADRAMENTO	14
3.1	ESTRATÉGIA REGIONAL DE INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO PARA A ESPECIALIZAÇÃO INTELIGENTE DO ALGARVE (RIS3)	14
3.2	ESTUDO DE IDENTIFICAÇÃO DOS FATORES CRÍTICOS DE COMPETITIVIDADE DAS ÁREAS DE ACOLHIMENTO EMPRESARIAL DO ALGARVE.....	17
3.3	PLATAFORMA ALGARVE ACOLHE	19
3.4	ÁREA EMPRESARIAL DE LOULÉ (AEL) – UM CASO DE SUCESSO NA REVITALIZAÇÃO DE UMA ÁREA EMPRESARIAL.....	20
3.5	EXPECTATIVAS DOS STAKEHOLDERS	23
3.5.1	Município de Tavira	23
3.5.2	Empresas/Empresários(as).....	23
4.	CARACTERIZAÇÃO DA ENVOLVENTE EXTERNA	25
4.1	ECONOMIA INTERNACIONAL.....	25
4.2	NACIONAL	28
4.3	REGIÃO DO ALGARVE E DO CONCELHO DE TAVIRA.....	30
4.3.1	Território e Ambiente	30
4.3.2	Pessoas.....	31
4.3.3	Atividade Económica	31
	34
5.	CARATERIZAÇÃO DA ÁREA EMPRESARIAL	41
5.1	BREVE HISTÓRIA DA ÁREA EMPRESARIAL.....	41
5.2	CENTRALIDADE	46
5.3	SERVIÇOS DE APOIO/COMPLEMENTARES	46
5.4	CARACTERIZAÇÃO EMPRESARIAL.....	48
5.4.1	Taxa de Ocupação da Área Empresarial.....	48
5.4.2	Retrato Empresarial	49

5.4.3 Indicadores Económicos e Emprego	51
5.4.4 Origem do Capital Social.....	52
5.4.5 Destino da Produção versus Origem das Compras	53
5.4.6 Caracterização do Emprego	54
5.4.7 Potencial Económico da Área Empresarial	58
5.5 DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL	59
5.5.1 Estratégia e Gestão Global	60
5.5.2 Gestão dos Recursos Humanos.....	60
5.5.3 Gestão Comercial e Marketing	61
5.5.4 Gestão da Produção e Operações	61
5.5.5 Gestão da Inovação.....	62
5.5.6 Internacionalização	63
5.5.7 Tecnologias de Informação	64
5.5.8 Gestão Económica e Financeira	65
5.5.9 Potencial dos Mercados	65
5.5.10 Avaliação do Potencial Competitivo da Empresa	66
5.6 MODELO DE GOVERNANÇA.....	67
5.6.1 Atores.....	67
5.6.2 Regulamento	67
5.7 RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	67
6. Análise SWOT	69
6.1 OPORTUNIDADES	69
6.2 AMEAÇAS	69
6.3 FORÇAS.....	69
6.4 FRAQUEZAS.....	70
7. VISÃO, MISSÃO, VALORES.....	71
7.1 VISÃO	71
7.2 MISSÃO.....	73
7.3 VALORES.....	74
8. ESTRATÉGIA.....	75
8.1 POSICIONAMENTO	76
8.2 FUNDAMENTOS DA ESTRATÉGIA	77

8.2.1	Direção	77
8.2.2	Mercados e Abrangência	77
8.2.3	Vantagem.....	78
8.2.4	Adequação	78
8.2.5	Recursos.....	78
8.2.6	Competências.....	78
8.2.7	Envolvente	78
8.2.8	Stakeholders	78
8.3	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	79
9.	COMUNICAÇÃO	79
9.1	ESTRATÉGIA	81
9.2	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO	81
9.3	MARCA E IDENTIDADE	82
9.4.	PÚBLICOS-ALVO	83
9.4	GEOGRAFIAS-ALVO.....	84
9.6	MENSAGEM	85
10.	ATIVIDADES DO PROJETO E SUA COMUNICAÇÃO	86
10.1	SUPORTES DE COMUNICAÇÃO	86
10.2	MEIOS DE COMUNICAÇÃO	87
10.2.1	Relações Públicas	87
10.2.2	Imprensa.....	88
10.2.3	Rádio	91
10.2.4	Nota de Imprensa	93
10.2.5	Marketing Digital.....	93
10.2.6	LEVEL UP – Centro de Negócios.....	94
10.3	PUBLICIDADE	94
10.3.1	Imprensa Regional	95
10.3.2	Imprensa Nacional	95
10.3.3	Rádio Regional.....	95
10.3.4	Rádio Nacional	95
10.3.5	Direta	95
10.3.6	Exterior	96

10.3.7 Estática.....	96
10.3.8 Merchandising.....	96
11. MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO.....	97
12. SUGESTÕES.....	98
12.1 NOTA DE IMPRENSA.....	98
12.2 ANÚNCIO DE IMPRENSA.....	98
12.3 Spot Rádio.....	99
13. PLANO DE AÇÃO.....	100
13.1 Atividades realizadas.....	101
14. SUGESTÕES DE CONSOLIDAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA NO PÓS-PROJETO ALGARVE REVIT +.....	106
14.1 Chave de Sucesso.....	106
14.2 Sugestões de Trabalho.....	107

1. INTRODUÇÃO

Uma Área Empresarial corresponde a um espaço definido nos instrumentos de gestão territorial, sobretudo nos Planos Diretores Municipais expressamente para a instalação de unidades industriais, grandes estabelecimentos comerciais, operadores logísticos e serviços relacionados com as atividades produtivas.

O Algarve possui um vasto número de áreas de acolhimento empresarial, geograficamente distribuídas, com características muito distintas, em termos de enquadramento nos instrumentos de gestão territorial, da sua localização, das suas acessibilidades, da sua dimensão, da sua titularidade, da sua natureza jurídica, do seu modelo de gestão, da sua capacidade de acolhimento e atração empresarial, da tipologia de serviços prestados, do seu perfil de especialização, entre outras.

Segundo o indicado no estudo “Áreas para o acolhimento das atividades empresariais no Algarve” de Domingues, A. e Cabral, J. “... A pouca clareza e assertividade dos documentos orientadores para aquelas atividades, que contribuiu em grande medida para uma atuação dos municípios pautada pela inconsistência, incoerência e ausência de articulação num plano regional (que as atividades empresariais exigem) teve, e tem, como resultado no território e no sector empresarial, uma eficácia muito aquém da visada pelos postulados enunciados pelas estratégias. Todavia, há casos (poucos) de sucesso, com reconhecimento fora da Região, fruto de iniciativas isoladas (públicas e privadas), que se configuram como “modelos” adotáveis a outros contextos territoriais, mais ou menos dinâmicos ou periféricos ...”

Também se constata que:

- São ainda insuficientes os desempenhos das funções dos gestores das áreas empresariais, sobretudo na mobilização de atores regionais em torno de programas de ação comuns com vista a revitalização e dinamização das áreas empresariais;
- Se verifica uma falta de entendimento dos diversos agentes envolvidos e, sobretudo, uma aproximação e atuação concertada para as áreas empresariais da região do Algarve;
- Os documentos estratégicos de referência produzidos nos últimos 20 anos referem a necessidade de criação de áreas daquela natureza, que permitiriam criar e atrair empresas para a Região, e dotá-la de um tecido produtivo forte e gerador de emprego;
- Se verifica uma manutenção e a perpetuação dos mecanismos de ocupação e apropriação do território que subsistem sem correspondência com os princípios do material estratégico, legislativo e normativo que foi sendo produzido para as áreas empresariais;
- É reconhecido o reduzido conhecimento e notoriedade das áreas empresarias existentes na região do Algarve, bem como a sua fraca estruturação e capacidade de organização;

- Se verifica a reduzida competências das Áreas Empresariais do Algarve para a competitividade e capacidade de atração de empresas inovadoras de base tecnológica;
- Existe uma grande dispersão, atomismo e desorganização das Áreas Empresariais, sem qualquer visão de complementaridade e trabalho de cooperação a nível regional;
- Apesar dos esforços desenvolvidos e dos diferentes planos de ordenamento elaborados, não se realizaram as transformações desejadas e perspetivadas nos respetivos planos;
- Ocorre um significativo número de discordâncias entre os documentos estratégicos e enquadreadores e o planeado, bem como entre o executado e o ocupado.

Porém, uma Área Empresarial pode e deve ter a ambição de ser mais e ser melhor.

Até porque, a sua existência comporta um vasto conjunto de vantagens, nomeadamente, entre outras, a diminuição dos custos com a infraestruturação, o ambiente empresarial, as economias de escala e de aglomeração e as sinergias. Contudo, importa que estas áreas assumam o seu papel dinamizador e impulsionador na economia regional e não se limitem a ser meros espaços de empresas, sem qualquer relação entre si, reduzindo desta forma as vantagens competitivas que advêm da sua aglomeração num único espaço.

É o caso da Área Empresarial de Tavira, também designada e conhecida por Parque Empresarial de Tavira e o que se pretende com a implementação do projeto ALGARVE REVIT +.

2. PROJETO ALGARVE REVIT+

O projeto ALGARVE REVIT + resulta de uma candidatura ao concurso para apresentação de candidaturas, Aviso nº ALG-M1-2016-14, Eixo Prioritário 2, Sistema de Apoio a Ações Coletivas, Qualificação, Programa Operacional Regional do Algarve, CRESC ALGARVE 2020, que no seu ponto 2 refere:

“ ...

Este concurso enquadra-se no âmbito da Prioridade de Investimento (PI) 3.3 e destina-se exclusivamente a apoiar projetos que desenvolvam estratégias de reforço da capacitação e promoção das empresas sediadas nas áreas de acolhimento empresarial, através de:

- Identificação dos fatores críticos de competitividade das áreas de acolhimento empresarial da região e em particular das empresas instaladas;
- Definição de modelo de governança para gestão e promoção de áreas de interesse comuns;
- Implementação de ações que promovam a afirmação das áreas empresariais e reforcem a sua capacidade de atração de investimento nos domínios da RIS 3 Regional;
- Desenvolvimento de ações de promoção de espírito de cooperação empresarial;
- Desenvolvimento de ações com vista à valorização e promoção conjunta, e que promovam a presença das empresas na Internet para alavancar vendas e captar clientes;
- Criação de plataformas de comunicação, interação e partilha de oportunidade de negócio de boas práticas.

Desta forma pretende-se atingir os seguintes objetivos específicos:

- Incrementar, ainda que indiretamente, as competências empresariais;
- Facilitar o acesso a informação relevante nos domínios da competitividade;
- Aumentar a visibilidade e a informação relativa a bens e serviços;
- Reduzir assimetrias de informação ao nível empresarial, facilitar escolhas estratégicas e

...”

Fonte: print screen pagª 4 do Aviso nº ALG-M1-2016-14

2.1 OBJETIVOS

O objetivo central do projeto resulta do reconhecimento por parte dos *stakeholders* da deficitária promoção e do fraco dinamismo de um significativo número de áreas empresariais na região,

bem como da consequente necessidade de organizar a atividade e a oferta das Áreas Empresariais do Algarve, de forma conjunta e estruturada, através da criação de uma rede de colaboração, de forma a promover o desenvolvimento económico das PME. A partir deste objetivo central desenhou-se o presente projeto que será desenvolvido em estreita ligação com o projeto ALGARVE ACOLHE, da CCDR - Algarve.

Este objetivo estratégico central é complementado pelos seguintes objetivos específicos:

- Dinamizar a rede das áreas empresarias da região do Algarve;
- Dotar a rede Áreas Empresariais do Algarve de uma identidade corporativa única;
- Desenvolver a identidade corporativa a pelo menos 3 áreas empresariais do Algarve;
- Promover a comunicação entre as PME e a sua promoção no mercado através da criação de uma plataforma *online* e respetivo *website* para a promoção da rede Áreas Empresariais do Algarve;
- Promover o desenvolvimento de processos colaborativos entre as Áreas Empresariais do Algarve e entre as PME localizadas nestes centros de acolhimento;
- Promover e divulgar a rede de áreas empresarias da região do Algarve a nível regional e nacional;
- Munir as áreas empresarias com competências para a promoção e posicionamento no mercado;
- Motivar e angariar a participação de um vasto número de empresários das áreas empresarias a participar no projeto;
- Dotar três áreas empresarias da região, com uma identidade corporativa adequada e competitiva, com vista à sua revitalização;
- Promover as áreas empresarias junto de potenciais PME para o seu acolhimento;
- Divulgar e disseminar os serviços oferecidos pelas áreas empresarias, de forma a atrair maior dinamismo e revitalizar as suas atividades;
- Promover as atividades das empresas existentes nas áreas empresarias;
- Identificar os fatores críticos para melhorar a competitividade das áreas empresarias da região do Algarve e desta forma, contribuir para a sua revitalização;
- Capacitar a rede para dinamizar e revitalizar as áreas empresarias com sucesso, através da disseminação e apropriação dos fatores chave para a competitividade;
- Promover a apropriação e implementação dos fatores críticos de sucesso das áreas empresarias, tendo em vista a revitalização das suas atividades e funcionamento;
- Incentivar o intercâmbio e a cooperação entre as empresas das áreas empresarias, para o desenvolvimento de negócios conjuntos e em cooperação;
- Aumentar o dinamismo empresarial das áreas de acolhimento empresarial da região do Algarve;
- Munir os empresários das áreas empresarias de competências para a competitividade e para o mercado global, de forma a gerar maior dinamismo empresarial e consequentemente revitalizar as áreas empresarias do Algarve;
- Munir de competências os agentes responsáveis pelas áreas empresarias do Algarve, para a promoção e dinamização das áreas de acolhimento empresarial e da rede áreas empresarias do Algarve;

- Beneficiar pelo menos 200 empresas localizadas nas áreas de acolhimento empresarial, através das ações do projeto;
- Aumentar as competências e capacidades de pelo menos 90 PME das áreas empresariais do Algarve, através das ações e resultados do projeto;
- Incentivar a implementação de atividades de inovação em pelo menos 18 empresas das áreas empresariais do Algarve;
- Promover a realização de parcerias entre 18 empresas sediadas nas áreas empresariais do Algarve.

Objetivo central e objetivos específicos totalmente alinhados com os objetivos que constam do Aviso nº ALG-M1-2016-14.

2.2 TAREFAS

São dezassete as atividades do projeto:

1. Estudo, criação da marca e imagem corporativa da Rede áreas empresariais do Algarve,
2. *Website* da Rede - plataforma eletrónica inteligente,
3. Criação, gestão e manutenção de uma base de dados de informação económica das empresas instaladas nas áreas de acolhimento empresarial do Algarve,
4. Materiais de promoção do *website* da Rede,
5. Plano estratégico, marketing e comunicação das áreas empresariais,
6. Seminário de Lançamento do Projeto das Áreas Empresariais,
7. Estudo, criação da marca e imagem das áreas empresariais,
8. Materiais de promoção das áreas empresariais,
9. Campanha de Comunicação para a promoção das áreas empresariais,
10. Realização de Mostras Empresariais das Áreas Empresariais do Algarve,
11. Estudo de identificação dos fatores críticos de competitividade das áreas de acolhimento empresarial do Algarve,
12. Sessão pública de apresentação do estudo de identificação dos fatores críticos de competitividade das áreas de acolhimento empresarial do Algarve,
13. Criação de iniciativas para incentivo do intercâmbio empresarial nas áreas empresariais,

14. Laboratório de aceleração de iniciativas de cooperação empresarial nas áreas empresariais | Plano de Ação Conjunto para as áreas empresariais do Algarve,
15. Fórum para a Competitividade das áreas empresariais do Algarve - Workshops Temáticos,
16. Conferência Internacional sobre Competitividade das Áreas Empresariais,
17. Criação de um Gabinete de Gestão para as Áreas Empresariais,

O presente relatório, no âmbito da atividade 5 – Plano estratégico, marketing e comunicação das Áreas Empresariais, consubstancia a elaboração dos planos estratégicos, de marketing e de comunicação de três áreas empresariais do Algarve, previamente selecionadas com base em critérios determinados pela parceria. Estas áreas empresariais servirão de ações de exemplificação para as restantes áreas empresariais da rede. No âmbito deste plano será desenhada a estratégia de promoção, mercado e comunicação que garanta uma ampla publicitação dos objetivos, atividades e resultados e produtos das respetivas áreas empresariais e das suas empresas.

Este plano identificará a estratégia, o posicionamento, os potenciais grupos-alvo e os melhores canais de divulgação para as respetivas áreas empresariais. A elaboração deste plano estratégico, marketing e de comunicação é de extrema importância, dado que servirá de base para outras áreas empresariais da rede e exemplificará a forma como se devem delinear as estratégias de abordagem, angariação e captação de empresários para as áreas empresariais, principalmente nos domínios de especialização da RIS 3.

Os resultados esperados desta tarefa são os seguintes:

- Elaboração de três Planos estratégico, marketing e comunicação das áreas empresariais,
 - Lagos, Tavira e Vilamoura;
- Determinação do posicionamento e da estratégia comunicacional das áreas empresariais no mercado;
- Demonstração e exemplificação de estratégias de posicionamento e comunicação junto de outras áreas empresariais do Algarve.

2.3 PROMOTORES

São Promotores do projeto ALGARVE REVIT +:

- NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve



- AMAL – Comunidade Intermunicipal do Algarve



- CCDR – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve



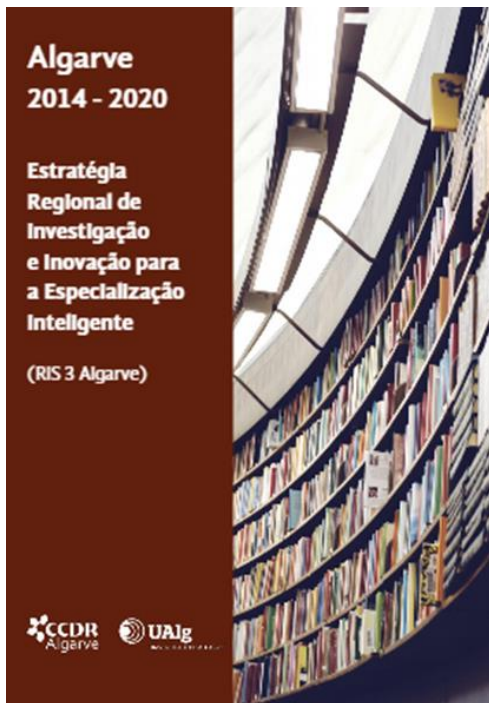
Os fatores que induziram ao estabelecimento de uma parceria de cooperação para a realização do projeto ALGARVE REVIT + foram os seguintes:

- A complementaridade entre os diferentes beneficiários do projeto, dado que o NERA possui as competências base para a organização, gestão e implementação do projeto, bem como das ações de promoção e capacitação, enquanto que a AMAL contribui com o seu saber fazer ao nível do estudo dos fatores críticos de competitividade das áreas empresariais, que estão localizadas nos municípios que representa e por último a CCDR Algarve para além das reconhecidas competências ao nível da implementação e gestão de projetos de caráter regional e do vasto conhecimento sobre a economia regional, desenvolveu o projeto Algarve Acolhe no âmbito das áreas empresariais.
- Por outro lado, cada uma das entidades beneficiárias do presente projeto representam diferentes atores com experiência e saber fazer importantíssimo para a execução das atividades previstas, na medida em que o NERA detém elevadas competências ao nível das áreas empresariais e do sector empresarial, tendo já

liderado um projeto de revitalização da Área Empresarial de Loulé, com sucesso reconhecido. Por outro lado, a CCDR Algarve que representa as autoridades de gestão regional, com capacidade e competências para gerir e implementar um projeto desta envergadura, para além de ter desenvolvido e dinamizado, conforme anteriormente referido, a plataforma Algarve Acolhe, que mantém atualizada, por força das regulares diligências de um técnico da CCDR Algarve que no contacto direto no terreno recolhe a informação dinâmica, desde o projeto até ao promotor, sobre a evolução de cada parque empresarial no Algarve, o que contribuirá de forma significativa para o sucesso e alcance dos objetivos do projeto. Por último, a AMAL que representa todos os municípios onde estão localizadas as áreas empresariais que importam dinamizar. Convém referir que muitas das áreas empresariais da região são de gestão autárquica, o que atribui maior significado e importância à participação da AMAL no projeto.

3. ENQUADRAMENTO

3.1 ESTRATÉGIA REGIONAL DE INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO PARA A ESPECIALIZAÇÃO INTELIGENTE DO ALGARVE (RIS3)



De regresso ao ponto 2 do Aviso nº ALG-M1-2016-14, para referir a relevância para o projeto ALGARVE REVIT + do documento em título.

Assim faz-notar:

“ ...

- Implementação de ações que promovam a afirmação das áreas empresariais e reforcem a sua capacidade de atração de investimento nos domínios da RIS 3 Regional;

...

Os projetos devem incidir em áreas empresariais localizadas em zonamentos compatíveis com as funções acolhidas, enquadrados por instrumentos de gestão territorial, nomeadamente por planos municipais de ordenamento do território, e devem focar-se nos domínios identificados na RIS3 Algarve - Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente ¹, dando especial destaque aos domínios Agroalimentar e Mar, e privilegiando a promulgada variedade relacionada, ou seja, a relação entre domínios da RIS 3 Algarve.

...”

Os domínios identificados na RIS3 Algarve – Estratégia de Especialização Inteligente são:

- Turismo,
- Agroalimentar,
- Mar,
- TIC e Indústrias Criativas e Culturais,
- Energias Renováveis,
- Saúde, Bem-Estar e Ciências da Vida.

Também, especial destaque deverá ser dado aos domínios Agroalimentar e Mar, cujas análises SWOT, porque importantes no presente contexto, são, respetivamente:

“ ...

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Condições climáticas favoráveis e solos com elevados níveis de fertilidade; • Tradição regional na indústria agroalimentar; • Capacidade produtiva de espécies de elevado desempenho que transcendem o mercado local (por exemplo, citrinos, alfarroba e frutos vermelhos); • Composição diversificada de pomares de citrinos que permitem longos períodos de produção; • Experiência com projetos de investigação sobre vários temas específicos para as qualificações tecnológicas do setor; • Disponibilidade de know-how tecnológico; • Existência de alguma capacidade agroindustrial instalada; • Produtos regionais específicos com valor de mercado, mas que necessitam de certificação, de organização e marketing; • Alguma cooperação nos domínios da investigação, redes comerciais e processamento industrial da produção primária; • Instalações e capacidade de conservação da produção agroalimentar no Mercado Abastecedor de Faro (MARF). 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente organização dos produtores e da capacidade de concentrar a oferta; • Ação insuficiente a jusante da cadeia de valor (promoção e marketing); • Trabalho de baixa qualificação; • Modernização insuficiente de empresas existentes, limitada pela baixa adoção tecnológica; • Dificuldades no fornecimento de mão-de-obra sazonal, com baixas qualificações; • A procura está concentrada na grande distribuição, enfraquecendo a posição negocial dos produtores; • Dificuldade em atender os requisitos para aceder aos apoios do FEOGA; • A associação e organização deficitária da produção primária, enfraquecem a estruturação de redes de comercialização; • Os elevados custos do licenciamento da agro-indústria.



Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> O uso do "Algarve" como indicação geográfica para a diferenciação do produto; O turismo pode ser um veículo para promover a produção regional (por exemplo na gastronomia); Reforçar a cooperação nos domínios da investigação, redes comerciais e de transformação; O mercado regional pode absorver produções frescas e tradicionais; Criação de quintas, revitalizando o setor; Reforço do posicionamento internacional da alfarroba, dos morangos e das bagas; Integração do agroalimentar com outras atividades (por exemplo, artesanato, turismo); Fortalecer a capacidade de investigação da Universidade do Algarve; Valorização de ervas e aromáticos e produtos de origem biológica; Novas culturas (por exemplo, hidroponia, subculturas tropicais); Maior abertura dos consumidores às produções regionais. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldades na diferenciação dos produtos regionais contra produtos de baixa qualidade com menor preço; Declínio da agricultura tradicional mediterrânica (posicionamento de mercado, envelhecimento da população, falta de inovação); Exposição à concorrência de regiões mais competitivas (por exemplo, Andaluzia); Produções do Mediterrâneo condicionadas pela PAC; Degradação ambiental; Elevada sazonalidade das produções pode limitar o crescimento do setor; Falta de investimento público e privado em áreas do interior; Alto custo da energia (eletricidade e combustíveis); Utilização de processos de baixa intensidade tecnológica.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> Região com a maior extensão de costa no continente; Excelência da costa do Algarve (tanto em quantidade como qualidade); Mercado consolidado para a pesca e aquicultura; A pesca tradicional é uma componente importante da identidade regional; Competência e dinâmica de várias unidades de investigação em Ciências do Mar; Áreas Protegidas e Biodiversidade; Existência de empresas exportadoras em várias áreas relacionadas com o mar (por exemplo, pesca, sal marinho, aquicultura, conservas, biotecnologia), com reconhecimento internacional; Excelentes condições de solo e clima para culturas marinhas e bivalves; Produtos de alta qualidade de empresas de aquicultura em resultado da modernização das unidades de produção. 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema de leilão de venda de peixe que beneficia os intermediários e induz a venda fora do mercado; Frota de pesca desatualizada; Conflitos entre várias atividades marítimas (por exemplo, turismo contra a pesca) para as zonas costeiras; Pesca ilegal; Complexidade do licenciamento de unidades de aquicultura; Preponderância de micro empresas produtoras de moluscos; Utilização ineficiente dos fundos nacionais e comunitários por sectores relacionados com o mar e a necessidade de se adaptarem os programas; Fraca disseminação e absorção de conhecimento codificado resultante de investigação aplicada por empresas; Cadeia de valor do mar não estruturada, tanto interna como externamente, com cadeias de valor complementares (por exemplo, Agroalimentar, turismo)

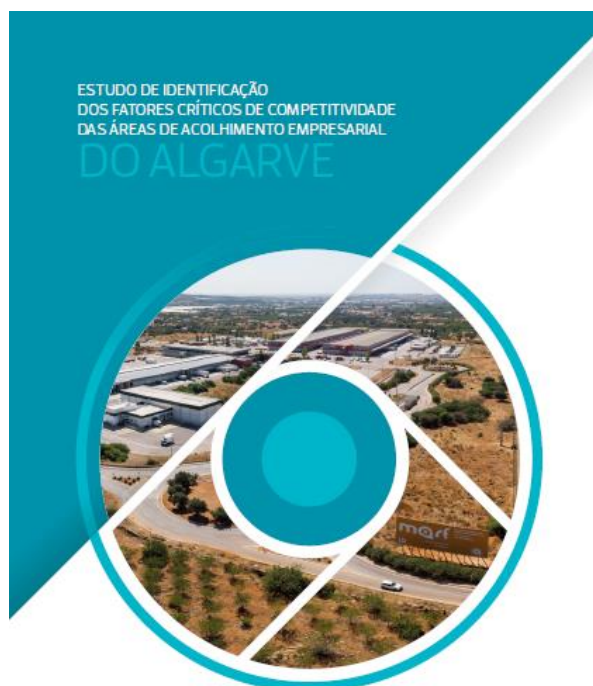
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> Promoção concertada dos produtos do mar do Algarve (por exemplo, peixe, sal); Localização geográfica estratégica entre o Oceano Atlântico e o Mar Mediterrâneo; Contexto nacional e internacional favorável para o desenvolvimento integrado de atividades marítimas; Reforçar as ligações com as atividades industriais (construção e reparação naval, conservas); A crescente procura por produtos do mar em Portugal (com apenas metade a ser produzida internamente); Mar Algarve, um instrumento na implementação da Estratégia Regional para o Mar; Fortalecimento dos equipamentos dos portos de pesca; Aumento da procura por atividades de ecoturismo; Nichos de mercado para frutos do mar de alta qualidade (por exemplo, ostras e mexilhões), e conhecimento local especializado; Instalações de aquicultura offshore; Novas tecnologias (genética, nutrição, técnicas de gestão) permitem o desenvolvimento de serviços de nicho, a diversificação da produção e o aumento da produtividade; Disponibilidade de conhecimento acumulado local e mão-de-obra qualificada; Modernização da frota de pesca. 	<ul style="list-style-type: none"> Poliuição e esgotamento dos recursos marinhos; Restrições à pesca reduzem a atratividade do setor; Linha de costa sensível (por exemplo, erosão); Baixa proporção do valor criado é apropriada pelos pescadores; Envelhecimento da população do sector das pescas dificulta a renovação da atividade; Descontinuidade de programas comunitários para apoiar as atividades relacionadas com o mar (em particular a pesca); Pressão urbana / construção em áreas costeiras; A concorrência dos países com condições climáticas mais favoráveis para a aquicultura (Grécia); Múltiplos interesses e conflitos ambientais nos Parques Naturais localizados em zonas Natura e REN; A aquicultura ainda é considerada como "perigosa para o ambiente"; Dificuldade para atrair e fixar investimento estrangeiro.

...”

Fonte: CCDR Algarve; EREI Algarve

3.2 ESTUDO DE IDENTIFICAÇÃO DOS FATORES CRÍTICOS DE COMPETITIVIDADE DAS ÁREAS DE ACOLHIMENTO EMPRESARIAL DO ALGARVE

A componente do projeto ALGARVE REVIT + relativa à capacitação das áreas empresariais compreende três vertentes, sendo a primeira a correspondente ao estudo de identificação dos fatores críticos de competitividade das Áreas de Acolhimento Empresarial do Algarve e da responsabilidade da AMAL – Comunidade Intermunicipal do Algarve e que, de forma resumida se enunciam:



Quadro 24. Fatores de competitividade das AAE do Algarve

Fatores externos	Fatores Internos
<ul style="list-style-type: none"> ○ Distância ao Aeroporto (média de 3,18) ○ Distância a nó da A22 (média de 4,24) [Estes indicadores de acessibilidades são fortemente valorizados pelas empresas inquiridas, sobretudo a vertente rodoviária] ○ Existência de Gabinete Municipal de apoio à atividade económica (média de 3,18) [Influência média e elevada para 40,5% das empresas] ○ Densidade/ dinamismo empresarial envolvente (média de 3,06) [Relação com atividades RIS3] ○ Turismo e Lazer (média de 3,56) ○ Agroalimentar, Agro-Transformação e Biotecnologia Verde (média de 3,18) ○ Mar, Pescas e Aquicultura (média de 2,50). 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Existência de Operação de loteamento (média de 3,65) ○ Arruamentos (média de 3,29) ○ Saneamento básico (média de 3,24) ○ Redes de Energia (média de 3,12) [No conjunto estas infraestruturas internas apresentam vantagens médias e elevadas para três em cada quatro empresas instaladas nas AAE] ○ Redes de comunicação (redes de fibra ótica, outro acesso net, ...) - média de 1,94 [Estas infraestruturas são bastante valorizadas pelas empresas: fibra ótica e redes virtuais (65,8%) e acesso a internet (67,5%). Na identificação de necessidades de investimento, a rede de fibra ótica, as redes virtuais e o acesso internet atingem percentagens mais elevadas - cerca de 73%] ○ Dinâmicas de clusterização, sobretudo, potenciais (média de 2,47).

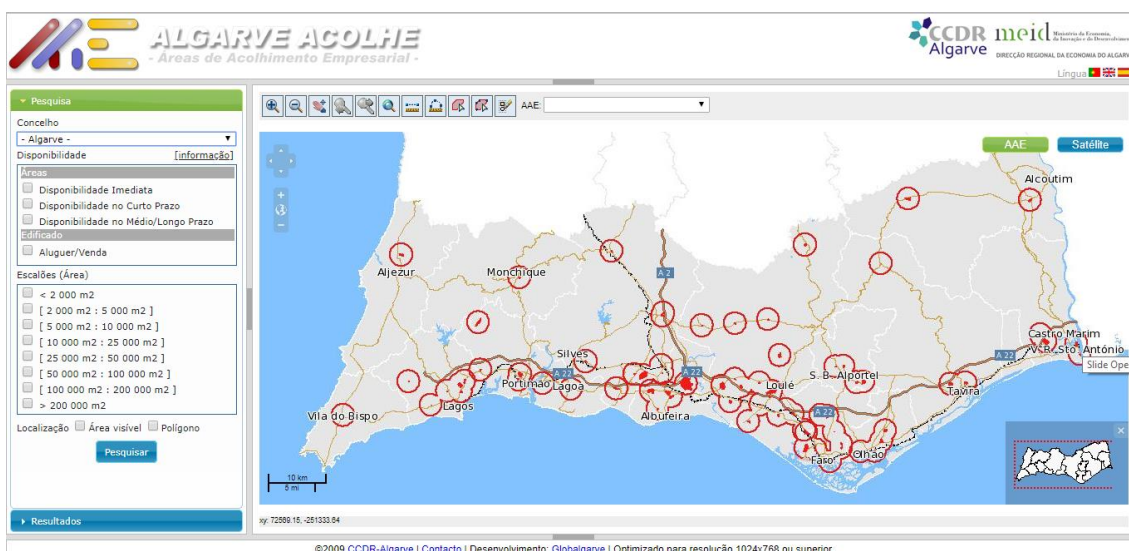
Fonte: AMAL; print screen; Estudo de Identificação dos Fatores Críticos de Competitividade das Áreas de Acolhimento Empresarial do Algarve

3.3 PLATAFORMA ALGARVE ACOLHE

O Projeto «Algarve Acolhe» assume-se como uma ferramenta de base *web* para apoiar os investidores no processo de localização das suas atividades empresariais.

Desenvolvido em parceria pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional e pela Direção Regional de Economia do Algarve, no âmbito do programa operacional Algarve 21, o projeto disponibiliza de forma prática informação georreferenciada, recolhida junto dos

Municípios da região e das áreas empresariais existentes, relativa à caracterização das áreas e/ou lotes, identificando valências, disponibilidades, acessibilidades e contactos.



Fonte: www.algarveacolhe.com

O Parque Empresarial de Tavira está referenciado na plataforma Algarve Acolhe com o seguinte código:

- 1402 – Área Empresarial de Tavira

e disponibiliza as seguintes informações:

- Áreas
 - Ocupadas
 - Edificadas para venda/aluguer
 - Comprometidas
 - Livres/disponíveis
 - Infraestruturadas
 - Em processo de infraestruturização
 - Propostas
 - Revistas
 - Forma de gestão

- Contactos
- Acessibilidades
 - Rodoviário
 - A22
 - A2
 - A49(Espanha)
 - Ferroviário
 - Tunes
 - Loulé
 - Marítimo
 - Faro
 - Portimão
 - Aéreo
 - Aeroporto Internacional de Faro
- Indicadores de Contexto do Concelho de Tavira
 - Geografia e Território
 - População
 - Mercado de Trabalho
 - Rendimento e Condições de Vida
 - Comércio Internacional
 - Empresas
 - Contas Regionais
 - Sociedade da Informação e Comunicações
- Relatório
 - Incluiu referência explícita das empresas instaladas com indicação de:
 - Nome
 - Contactos
 - Classificação das Atividades Económicas

3.4 ÁREA EMPRESARIAL DE LOULÉ (AEL) – UM CASO DE SUCESSO NA REVITALIZAÇÃO DE UMA ÁREA EMPRESARIAL

No âmbito do QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional, Programa Operacional ALGARVE 21, foi desenvolvido o projeto AEL – Área Empresarial de Loulé, cujos objetivos e atividades foram:

- Promover:
 - Plano de comunicação,
 - Marca e imagem,
 - Site,
 - Vídeo,

- Materiais promocionais,
- Stand para feiras e eventos,
- Guia empresarial,
- Participação em eventos,
- Realização de eventos,
- Campanha publicitária;
- Qualificar:
 - Obras e equipamentos,
 - Criação de modelo de gestão,
 - Núcleo de Gestão Operacional; Comissão Permanente da AEL; *Benchmarking* nacional e internacional.
 - Iniciativas de promoção do intercâmbio empresarial,
 - Programa AEL Internacionalização (*Focus Group* de Internacionalização),
 - Programa AEL Inovação (*Focus Group* de Inovação),
 - *Fórum* para a Competitividade
- Acolher:
- Programa AEL Empreende,
- Parcerias institucionais,
- *Workshops* dirigidos a Empreendedores.

Foram igualmente definidos e validados: Visão, Missão, Valores, Estratégia e Objetivos Estratégicos, criados marca e imagem e produzidos *site*, vídeo, materiais promocionais, *stand* para feiras e eventos e guia empresarial.

Participação em 5 eventos (4 nacionais e 1 internacional) e realização de 4 eventos, que incluíram sessões de lançamento e encerramento e uma mostra empresarial.

Realização de 3 ações de *benchmarking* (2 nacionais e 1 internacional), de 5 iniciativas de promoção do intercâmbio empresarial e de 1 fórum para a competitividade

Também, identificação de empresas com potencial de internacionalização e/ou potencial de inovação, com determinação do seu potencial e com criação e dinamização de Redes de Cooperação.

Quanto ao Programa AEL Empreende, para além de 3 *workshops* temáticos, foram elaborados 14 planos de negócios com *coaching* empresarial e apoio na captação de financiamento, de que resultaram 12 novas Incubações na AEL, 11 potenciais novas empresas, com um potencial de criação de 28 novos postos de trabalho e uma previsão de volume de negócios para 2016 de cerca de 350.000 €.

No que respeita a obras e equipamentos, de salientar:

- Requalificação do Troço da EN 396 entre a Av. Andrade de Sousa e a Franqueada,
- Instalação de Equipamentos para a Recolha de Resíduos Recicláveis,
- Sinalética Direcional e Informativa Geral – Conceção, Produção e Colocação de Outdoors nos Acessos à AEL e para a A22, Placas Direcionais, Totens Informativos, e de Arruamento.

Disponível em www.aeloule.pt e como segue:



“ ...

Localizada no centro do Algarve, com boas acessibilidades rodoviárias e proximidade ao aeroporto e estação ferroviária, junto à cidade de Loulé a 10 km de aldeamentos e praias de excelência, oferecemos-lhe a melhor conjugação para viver e desenvolver a sua atividade económica.

Com áreas já construídas para comércio, serviços e armazenagens, a AEL dispõe de lotes para construção com áreas que respondem a necessidades muito diversas.

Esta área empresarial está dotada arruamentos e infraestruturas de abastecimento de água, de rede de energia elétrica, recolha de resíduos sólidos e ligações para telecomunicações.

Nos seus 218 000 m², estão já instaladas mais de 130 empresas, uma associação empresarial, um ninho de empresas, entidades formadoras e outros serviços complementares que proporcionam uma envolvente favorável ao acolhimento de novas empresas.

...”

Fonte: www.aeloule.pt

3.5 EXPECTATIVAS DOS STAKEHOLDERS

3.5.1 Município de Tavira

No seu documento de candidatura ao presente projeto, a Câmara Municipal de Tavira refere o cômputo das suas expectativas e objetivos com a implementação do projeto ALGARVE REVIT +:

“...

O Algarve tem como ambição a sua afirmação como “uma dinâmica, competitiva e solidária no contexto da sociedade da informação”. Entende-se pois a “Competitividade” de forma a garantir a afirmação económica da região assegurando a criação de riqueza e de empregos mais qualificados e melhor remunerados preservando a coesão social. Esse reforço da competitividade passa por diversos processos produtivos e organizativos regionais, de onde se destacam os seguintes ligados à presente candidatura:

- *Um maior dinamismo e inovação empresarial;*
- *Uma aposta em recursos humanos mais qualificados e com capacidade de adaptação a um Mundo em permanente mutação;*
- *Um reforço da capacidade de produção de conhecimento comercializável nas entidades do sistema científico e nas próprias empresas, bem como o estabelecimento de redes e interfaces para facilitar a endogeneização, pelo tecido empresarial, dos resultados da investigação regional;*
- *Um espaço territorialmente mais ordenado, com uma rede urbana devidamente estruturada e dotada de bons equipamentos e infraestruturas capazes de viabilizar um processo de desenvolvimento muito dependente das comunicações e da qualidade de vida.*

A existência de especialização territorial, fortalece a competitividade através do aumento da produtividade, estimulando as empresas inovadoras, gerando novas oportunidades e induzindo o aumento do empreendedorismo.

Neste sentido, esta candidatura vocacionada para uma especialização no agroalimentar, face ao seu contexto, ao criar condições para o desenvolvimento económico, para reforçar a estrutura empresarial já existente, para a criação e instalação de novas empresas e potenciando as parcerias com entidades âmbito privado e âmbito público, contribui decisivamente para o aumento da competitividade.

...”

3.5.2 Empresas/Empresários(as)

De um modo geral, as expectativas dos empresários estão mais alinhadas com linhas de ação e atuação não contempladas diretamente nos objetivos do projeto ALGARVE REVIT +.

Assim, foram explicitamente referidas as preocupações com necessidades ao nível de:

- A segurança de pessoas e bens é a preocupação maior,
- Intensificação do patrulhamento por parte da GNR,
- Desburocratização com aceleração dos processos, através de um pivot,
- Inexistência de fibra ótica,
- Insuficiência de contentores de lixo,
- Inexistência de parque de estacionamento para semirreboques,
- Apenas 2 entradas e saídas

De forma expressa e enfática, uma maioria de empresários refere as sérias dificuldades que enfrentam no recrutamento de recurso humano qualificado e altamente qualificado, indicando mesmo que este facto prejudica o desenvolvimento futuro das suas empresas.

Não havendo na região Algarve recurso humano que possa responder a esta necessidade, admitem recrutar fora da região.

Porém, o elevado valor do aluguer mensal de uma casa em Tavira, impede este recrutamento, já que, para obstar a este custo, obrigaria ao pagamento de salários cujo montante está claramente fora das possibilidades das empresas.

Assim, solicitam que a Câmara Municipal possa vir a dar atenção à criação de alojamento a custos controlados que permitam o recrutamento e a deslocação para Tavira de recurso humano que responda à necessidade das empresas.

Indicam que a promoção pública das suas atividades, nomeadamente através da realização de mostra/feira seria muito bem-vinda.

4. CARACTERIZAÇÃO DA ENVOLVENTE EXTERNA

4.1 ECONOMIA INTERNACIONAL

A economia global abranda e a dimensão do impacto sentido em Portugal depende da dimensão do abrandamento económico e da relação do país com os países onde se verifica uma viragem de ciclo mais marcada.

Assim:

Espanha

A projeção do crescimento da economia espanhola foi revista em baixa para 2,2%, valor que compara com os 3% registados em 2017 e os 2,5% em 2018, havendo que contar ainda com a pressão de Bruxelas para uma mais rápida descida do défice e, também com eventuais efeitos do *Brexit* no turismo espanhol.

A Espanha é o principal destino das exportações de produtos e serviços de Portugal; assim, qualquer variação negativa que se regista no consumo e no investimento, mesmo que reduzida, tem efeito imediato no desempenho das exportações.

Espanha é, também, o principal destino das exportações de bens do Algarve, registando-se mesmo, de 2016 para 2017, um acréscimo de 26%.

Já no que ao turismo diz respeito, Espanha é o terceiro mercado emissor para o Algarve em número de hóspedes e o quarto mercado emissor em número de dormidas; também para o turismo, de 2016 para 2017, se registam acréscimos de hóspedes (+ 5,7%) e de dormidas (+ 6,5%).

Por outro lado, o ciclo eleitoral que se avizinha, num cenário de inexistência de claras maiorias, pode vir a acrescentar eventuais constrangimentos de diferentes naturezas.

Alemanha

Em 2018, a Alemanha escapou por umas décimas à recessão técnica.

Será que estaremos perante o fim da impressionante sequência de bons resultados da economia alemã?

Será que o seu modelo de crescimento por via das exportações está esgotado?

Analistas mais otimistas fazem notar que o que se passou no final de 2018 é passageiro e resultou da adaptação da indústria automóvel alemã às novas exigências ambientais impostas pelos mercados.

Porque se trata de um importante destino das exportações portuguesas, qualquer travagem na economia da Alemanha que abrande a procura, não deixará de produzir efeitos negativos na

economia nacional; porém, mais significativo ainda, serão os efeitos que tal travagem provocará na União Europeia que deixa de contar com a sua maior economia a crescer.

São ainda modestas as exportações de bens do Algarve para a Alemanha; porém, de 2016 para 2017, registam um crescimento de 7,1%.

Diferente é a posição da Alemanha no turismo do Algarve, já que se trata do segundo mercado emissor em termos de número de hóspedes e de dormidas e que, de 2016 para 2017, se observa o incremento do número de hóspedes (+ 12,6%) e do número de dormidas (+ 12%).

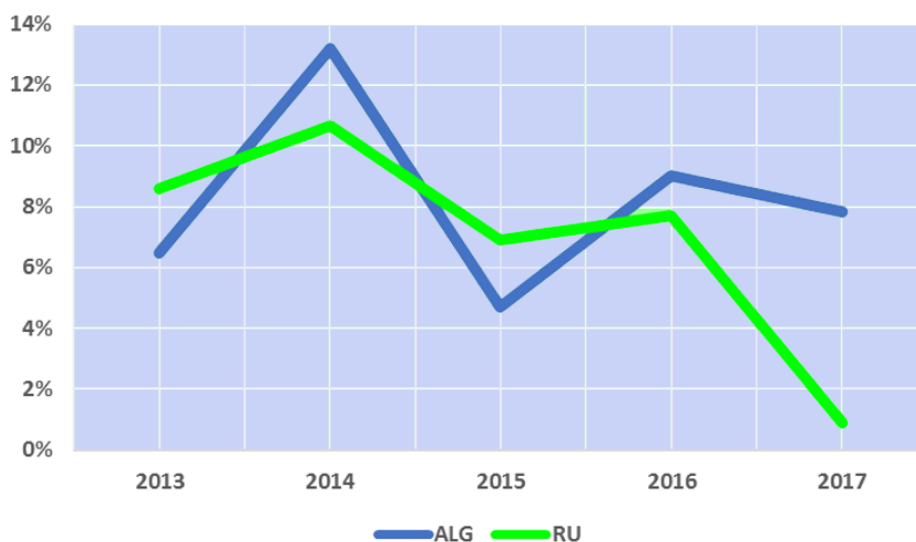
Reino Unido

Para além do abrandamento cíclico da economia, é preocupante o que pode vir a acontecer no caso de um *Brexit* sem acordo, cujos efeitos, quer para o Reino Unido quer para a União Europeia, onde nos incluímos, estão longe de estarem completamente determinados.

Como é óbvio, seja pelas exportações, seja pelo turismo, aqui com particular relevo e destaque para o Algarve (em 2017, 26% dos hóspedes da região do Algarve chegaram do Reino Unido), Portugal tem a perder em caso de saída desordenada do Reino Unido da União Europeia.

São baixas as exportações de bens do Algarve para o Reino Unido; no entanto, no que respeita ao turismo, este mercado é de enorme relevância para o Algarve, dado o seu estatuto de principal mercado emissor, com 26% do número total de hóspedes e 31% do total das dormidas em 2017.

Se analisarmos a taxa de crescimento do número de hóspedes no Algarve no período 2013 a 2017 e se, para o mesmo período, a compararmos com a taxa de crescimento do número de hóspedes oriundos do Reino Unido constatamos que, para no ano de 2017, tudo o indica, se fez sentir o efeito negativo da decisão do referendo sobre o *Brexit* que os cidadãos do Reino Unido tomaram em 2016 e que se resume no gráfico seguinte:



Itália

Depois de um crescimento de 1% em 2018, o Banco de Itália sinaliza um crescimento de 0,6% em 2019 o que indicia que a economia italiana não dá sinais de reanimação.

A Itália preocupa principalmente pelo nível de instabilidade que uma crise grave, económica, orçamental ou financeira pode trazer aos mercados internacionais, nomeadamente ao mercado da dívida pública.

Portugal vê sempre as suas taxas de juro subirem, mesmo que de forma ligeira, quando as taxas italianas disparam.

Em 2017, a Itália foi o quarto mais importante destino das exportações de bens do Algarve, superando os onze milhões de euros.

Estados Unidos da América

A economia dos EUA é a potência que parece resistir melhor aos sinais de abrandamento, pese embora o facto de a generalidade das previsões apontarem para um abrandamento em 2019 – 2,5%, que comparam com os 3% de crescimento em 2018, existindo o receio de que a volatilidade a que se tem assistido nos mercados possa reduzir a confiança dos consumidores e, por isso, forçar uma travagem mais acentuada.

Ora um forte abrandamento da economia norte-americana, principal destino fora da União Europeia dos bens produzidos em Portugal, afetar-nos-á de forma direta.

Porém, em 2017, foram residuais as exportações de bens do Algarve para os Estados Unidos da América.

China

Ainda que o seu crescimento económico em 2018 tenha chegado a 6,6%, esta variação do PIB é a mais baixa dos últimos 28 anos.

A economia chinesa, limitada pelo seu crescente endividamento e pressionada pela tensão comercial com os Estados Unidos da América, está a abrandar de forma clara; o governo de Pequim anuncia já medidas de estímulo económico como seja a descida de impostos.

Embora as exportações de Portugal para a China tenham ainda um peso reduzido no total de exportações, o efeito do abrandamento da economia chinesa faz-se sentir por aquilo que a China representa na economia mundial e que, segundo o FMI, o seu contributo na primeira metade da última década para o crescimento mundial foi de 31%, isto é, a China já não é só uma potência exportadora, mas também uma das maiores potências consumidoras do mundo.

No que respeita às exportações de bens do Algarve para a China, os últimos 5 anos (2013 a 2017) apresentam uma configuração que, de forma irregular (em dente de serra), vai de cerca de 150 mil euros ao milhão e quatrocentos mil euros.

O Banco de Portugal estima para a Área do Euro:

	2018	2019	2020	2021
	%			
PIB	1,9	1,1	1,6	1,5
Índice harmonizado de preços no consumidor	1,7	1,2	1,5	1,6
Consumo privado	1,3	1,3	1,6	1,4
Consumo público	1,1	1,7	1,6	1,4
Exportações	2,8	2,8	3,6	3,2
Importações	2,7	3,7	4,1	3,5
Taxa Desemprego	8,2	7,9	7,7	7,5

Fonte: Banco de Portugal; Março de 2019

4.2 NACIONAL

Com a economia mundial a abrandar, o contributo positivo das exportações vai diminuir.

Com efeito, com o peso das exportações no PIB que se regista (superior a 40%), o país pode estar prestes a enfrentar pela primeira vez, desde que a *troika* saiu do país, um desafio configurado por:

- como continuar a crescer com base nas exportações, quando o resto do mundo deixa de querer aumentar as suas compras?

Alguns países europeus, importantes destinos das exportações portuguesas, podem mesmo vir a entrar em recessão técnica.

A economia nacional ainda não recuperou por inteiro da sua última crise, uma das maiores do século e não se livrou totalmente de importantes fragilidades, nomeadamente, um elevado endividamento e uma dependência do financiamento exterior; por outro lado, a nossa economia é agora, mais do que nunca, aberta ao exterior e, por isso, mais dependente da conjuntura internacional e da procura externa com reflexo e impacto direto no crescimento económico do país.

Em Março último, o Banco de Portugal reviu em baixa as suas projeções de crescimento, dando como explicação o abrandamento da procura externa dirigida à economia portuguesa.

São as seguintes as previsões do Banco de Portugal:

- Portugal

	2018	2019	2020	2021
	%			
PIB	2,1	1,7	1,7	1,6
Índice harmonizado de preços no consumidor	1,2	0,8	1,2	1,3
Consumo privado	2,5	2,7	1,9	1,6
Consumo público	0,8	0,3	0,2	0,2
Exportações	3,7	3,8	3,7	3,6
Importações	4,9	6,3	4,7	4,1
Taxa Desemprego	7,0	6,1	5,5	5,2

Fonte: Banco de Portugal; Março de 2019

4.3 REGIÃO DO ALGARVE E DO CONCELHO DE TAVIRA

4.3.1 Território e Ambiente



2017	Área Km ²	Despesas dos Municípios por 1 000 habitantes		Resíduos urbanos
		Gestão de resíduos	Proteção da Biodiversidade e da paisagem	recolhidos por habitante (2016)
		€		kg
Tavira	607	401	42 644	778
Algarve	4 997	61 736	31 044	835
Portugal	92 226	43 807	15 928	474

Fonte: INE

- Quando comparado com o país o Algarve representa 5,4% da área e o concelho de Tavira 12,1% da área do Algarve; tem mais 7% de dias sem precipitação (335 dias) e a temperatura média do ar (17,6°C), é superior em 8%,
- Em 2017, o concelho de Tavira por cada 1.000 habitantes gastou menos de 1% do que foi gasto no país na gestão de resíduos, 2,7 vezes mais do que foi gasto no país na proteção da biodiversidade e da paisagem e, em quantidade, recolheu 1,6 vezes mais resíduos urbanos por habitante do que foi observado no país.

4.3.2 Pessoas

População Residente 2017	Densida. Populaci.	Total	Homens	Mulheres	≤14 Anos	≥65 Anos	Estrangeira com estatuto de residente
	Nº/km ²	Número					
Tavira	41,2	25 014	11 821	13 193	3 300	6 561	4 497
Algarve	88,0	439 617	209 898	229 719	66 146	94 094	68 820
Portugal	111,6	10 291 027	4 867 692	5 423 335	1 423 896	2 213 274	416 682

Fonte: INE

Foi a seguinte a evolução da população residente:

	Ano 2013	Ano 2014	Ano 2015	Ano 2016	Ano 2017	Var. 13/17
	Número					%
Tavira	25 624	25 511	25 415	25 263	25 014	- 2,38%
Algarve	442 358	441 468	441 929	441 469	439 617	- 0,62%
Portugal	10 427 301	10 374 822	10 341 330	10 309 573	10 291 027	- 1,3%

Fonte: INE

Em média, quando comparado com o país o Algarve representa:

- 4,3% da população, com uma densidade populacional 21% inferior; a densidade populacional do concelho de Tavira é menos do que metade da do Algarve e representa apenas 37% daquela que se regista no país;
- 48% Homens e 52% Mulheres (percentagens equivalentes às que ocorrem no país);
- 15% da sua população tem idade menor ou igual a 14 anos (14% no país) e 21% idade igual ou superior a 65 anos (percentagem idêntica à que se verifica no país);
- 16,5% da população estrangeira com estatuto de residente, reside no Algarve, sendo que, desta, 6,5% reside no concelho de Tavira;
- Entre 2013 e 2017, em percentagem, o decréscimo de população no Algarve foi inferior em 54% ao que se verificou no país e o concelho de Tavira regista uma muito maior perda de população do que a região do Algarve (+ 284%) e do que o país (+ 83%);
- O rendimento bruto declarado por habitante equivale a 94% daquele que se verifica no país.

4.3.3 Atividade Económica

Segundo o Instituto Nacional de Estatística, a taxa de crescimento do Produto Interno Bruto do Algarve, nos anos de 2016 e 2017 foi, respetivamente: 4,8% e 3,5%.

Ora, a mesma taxa para o país e nos mesmos anos foi: 1,9% e 2,8%.

O Algarve apresenta, assim, uma trajetória de divergência positiva face à média nacional.

Quanto ao PIB acumulado nos últimos 4 anos, o Algarve apresenta um valor de 14,5%, enquanto que o valor registado a nível nacional é de 7,4%.

Segundo a CCDR Algarve, a região aumentou o seu contributo para a formação do produto nacional, evoluindo de 4,56% para 4,63%, aproximando-se do objetivo de 4,9% de contributo em 2020.

Ano 2016	Densidade de Empresas	Proporção de empresas individuais	Proporção de empresas com menos de 10 pessoas ao serviço	Pessoal ao serviço por empresa	Volume de negócios por empresa
	Nº/km ²	%		Número	Milhares €
Tavira	6,5	76,21	98,0	1,9	72,8
Algarve	13,2	72,33	96,9	2,4	120,5
Portugal	13,0	68,15	96,3	3,1	284,7

Fonte: INE

- A região do Algarve regista uma densidade de empresas ligeiramente superior à que ocorre no país (+ 1,5%) e o concelho de Tavira uma densidade de empresas inferior aquelas (entre 50 e 51%);
- A proporção das empresas individuais é maior do que a que se observa no país (+ 6%), tal como a do concelho de Tavira (+ 12%);
- A proporção de microempresas na região está alinhada com a que se observa no país; no concelho de Tavira é superior à do país (+ 1,7%) e à da região (+ 1,1%);
- Já a média do pessoal ao serviço por empresa é mais baixa no Algarve (- 23%) e em Tavira (- 39%) do que no país;
- O mesmo se passa com o volume de negócios médio por empresa que é 2,4 vezes menor no Algarve e 3,9 vezes menor para o concelho de Tavira.

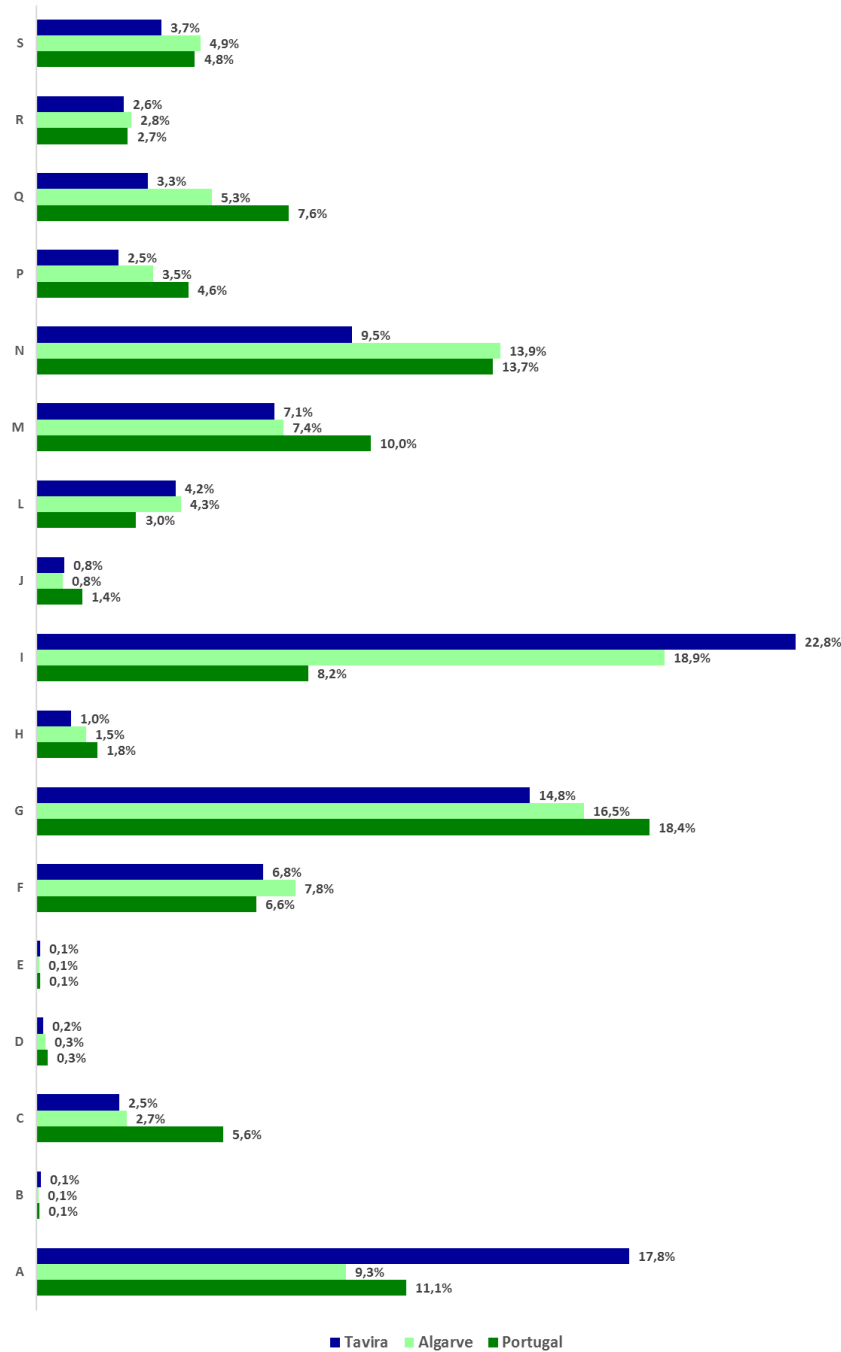
Ano 2016	Empresas	Sociedades	Pessoal ao serviço	Volume de negócios	Valor acrescentado bruto
		Número	Milhares €		
Tavira	3 947	939	7 465	287 526	91 790
Algarve	66 106	18 292	157 492	7 966 141	2 556 430
Portugal	1 196 102	380 935	3 704 740	340 479 969	85 410 310

Fonte: INE

Ano 2016	Total	Total	0 - 249			
			< 10	10 - 49	50 - 249	> 250
Número						
Tavira	3 947	3 947	3 867	72	8	0
Algarve	66 106	66 090	64 073	1 803	214	16
Portugal	1 196 102	1 195 240	1 152 044	37 534	5 662	862

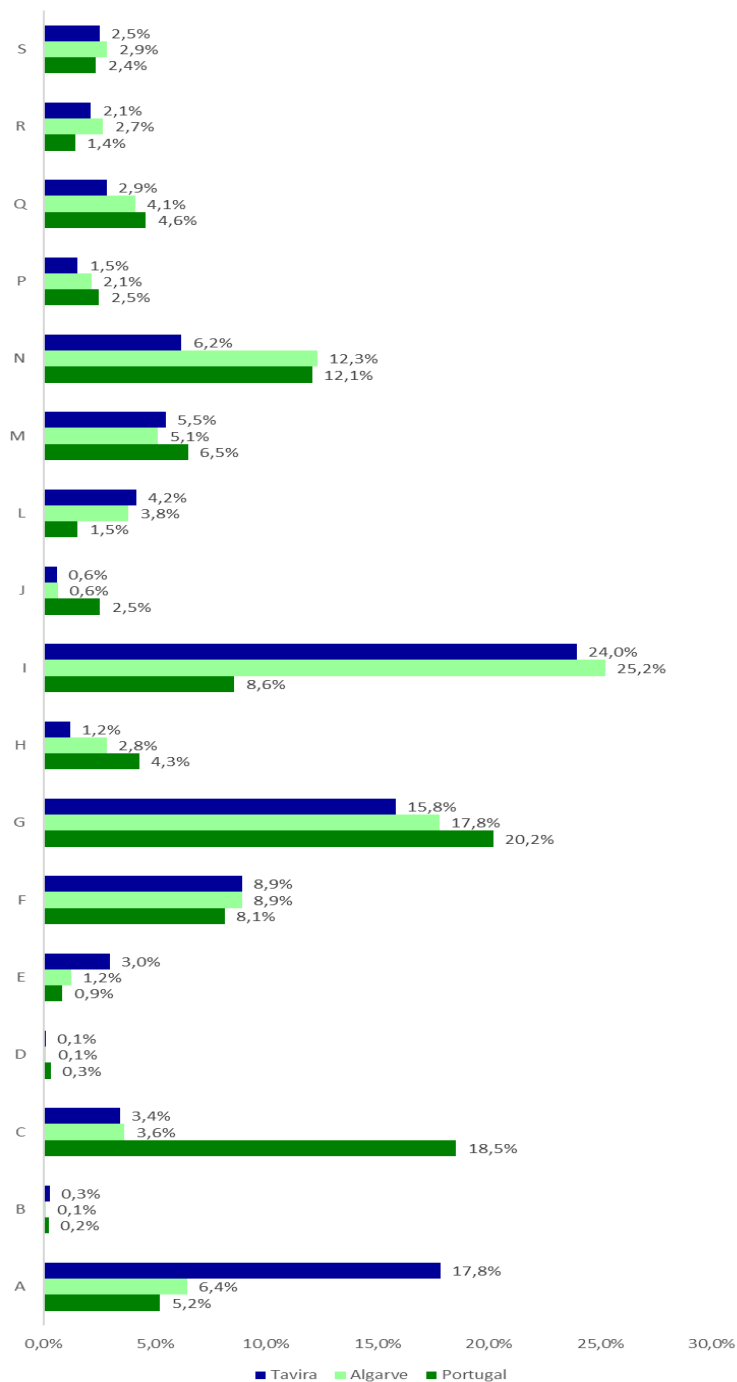
Fonte: INE

Número de empresas segundo CAE



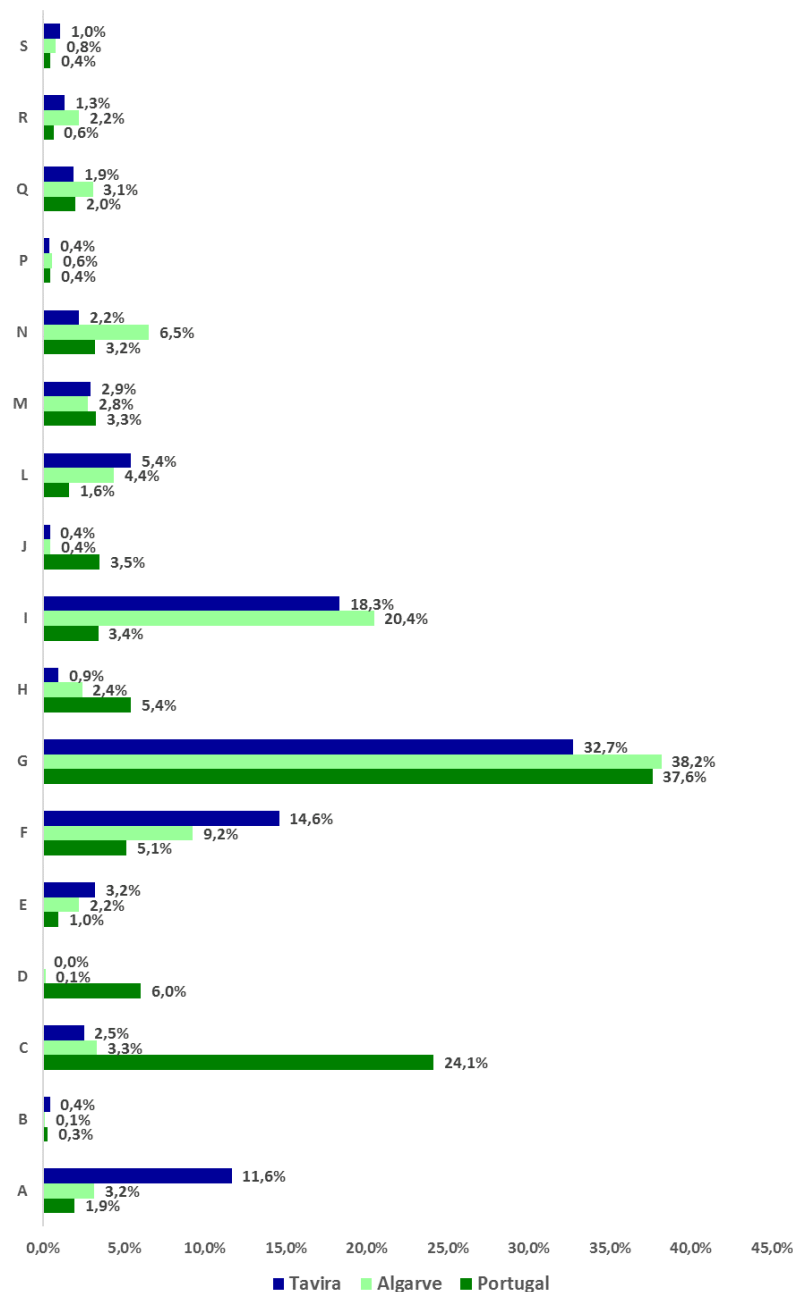
Fonte: INE

Pessoal ao serviço das empresas segundo CAE



Fonte: INE

Volume de negócios das empresas segundo CAE



Fonte: INE

No Algarve (18,9%) e em Tavira (22,8%), são preponderantes em número as empresas da secção I do CAE – Alojamento, restauração e similares, enquanto que no país são apenas 8,2%,

Igualmente importante em Tavira, o número de empresas da secção A do CAE – Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (17,8%), número que compara com o do Algarve (9,3%) e com o do país (11,1%),

Em razão de que, é também na mesma secção I do CAE que se regista o maior número de pessoas ao serviço das empresas, no Algarve 25,2%, em Tavira 24%, percentagens que comparam com os 8,6% que ocorrem no país,

Porém, é na secção G do CAE – Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos, que o Algarve (38,2%) e Tavira (32,7%) registam o maior volume de negócios.

Comércio Internacional de Bens

Ano 2017	Tavira		Algarve		Portugal	
	Exportações	Importações	Exportações	Importações	Exportações	Importações
Milhares €						
Intra-UE	8 810	8 018	162 198	297 187	40 756 903	53 110 227
Extra-UE	350	185	26 162	28 330	14 272 414	16 378 939
Total	9 160	8 203	188 360	325 517	55 029 317	69 490 166

Fonte: INE

O quadro seguinte espelha a evolução do valor das exportações de mercadorias no período 2013 a 2017:

	Ano 2013	Ano 2014	Ano 2015	Ano 2016	Ano 2017	Var. 13/17
Milhares €						%
Tavira	6 128	4 039	5 180	5 637	9 160	49,5
Algarve	134 204	143 153	144 840	160 185	188 361	40,4
Portugal	47 266 500	48 104 633	49 825 518	50 022 263	55 029 317	16,4

Fonte: INE

Por grandes categorias económicas, os produtos alimentares e bebidas representam uma significativa parcela das exportações do Algarve.

Assim:

Algarve	Uni	Ano 2013	Ano 2014	Ano 2015	Ano 2016	Ano 2017
Total Exportações	Milhar €	134 204	143 153	144 840	160 185	188 361
Produtos alimentares e bebidas	Milhar €	62 901	77 728	77 535	80 802	104 233
Pro. Ali. Beb. / Tot. Exportações	%	46,9	54,3	53,5	50,4	55,3

Fonte: INE

- No contexto das exportações de bens do Algarve, as exportações de bens do concelho de Tavira em 2017 representaram 4,9% e as importações representaram 2,5% das importações do Algarve;
- As exportações de bens da Região do Algarve em 2017 representaram apenas 0,3% do total de exportações do país; já as importações, fixaram-se em 0,5% daquelas que ocorreram no país;
- 86% das exportações de bens da região do Algarve tiveram como destino os países da União Europeia (96% para o concelho de Tavira), enquanto que no país essa percentagem se fixou nos 74%;
- No período 2013 a 2017, em percentagem, as exportações de bens do concelho de Tavira (49,5%) cresceram mais do que as exportações de bens do Algarve (40,4%) e significativamente mais do que no país (16,4%);
- A balança comercial do Algarve e do país, é negativa; já a do concelho de Tavira é positiva; a taxa de cobertura das importações pelas exportações em 2017 foi de 112% no concelho de Tavira, 58% no Algarve e de 79% no país.

Principais destinos das exportações de bens do Algarve no ano 2017

Ranking	Destino	Valor (Milhares €)	Percentagem
1º	Espanha	81 424	43,2%
2º	França	21 768	11,6%
3º	Holanda	18 520	9,8%
4º	Itália	11 134	5,9%
5º	Angola	8 065	4,3%
6º	Alemanha	6 739	3,6%
7º	Reino Unido	6 417	3,4%
8º	Bélgica	5 791	3,1%
9º	Dinamarca	5 328	2,8%
10º	Suécia	2 501	1,3%

Fonte: INE

- Apenas dois destinos, Espanha e França, representam quase 55% das exportações de bens do Algarve.

Turismo

Ano 2017	Hóspedes	Dormidas	Proveitos de aposento
	Número		Milhares €
Tavira	181 528	732 342	23 650
Algarve	4 517 862	20 207 151	806 308
Portugal	23 953 765	65 385 210	2 737 998

Fonte: INE

- Em 2017, por si só, o Algarve representou 19% dos hóspedes, 31% das dormidas e 29% dos proveitos do país,
- Tavira recebeu 4% dos hóspedes do Algarve, que geraram 3,6% das dormidas e 2,9% dos proveitos,
- Quando comparados com os que se registam no Algarve e no país, a média dos proveitos de aposento por hóspede em Tavira, são superiores aos do país (+ 13,9%) e inferiores aos do Algarve (- 27%).

Origem dos hóspedes no Algarve em 2017:

Origem	Valor (Número)	Percentagem
Portugal	1 243 874	27,5%
Alemanha	391 297	8,7%
Espanha	327 072	7,2%
França	242 086	5,4%
Reino Unido	1 165 647	25,8%
Outros Europa	904 522	20,0%
África	15 214	0,3%
América	174 011	3,9%
Ásia	33 764	0,7%
Oceânia	20 375	0,5%

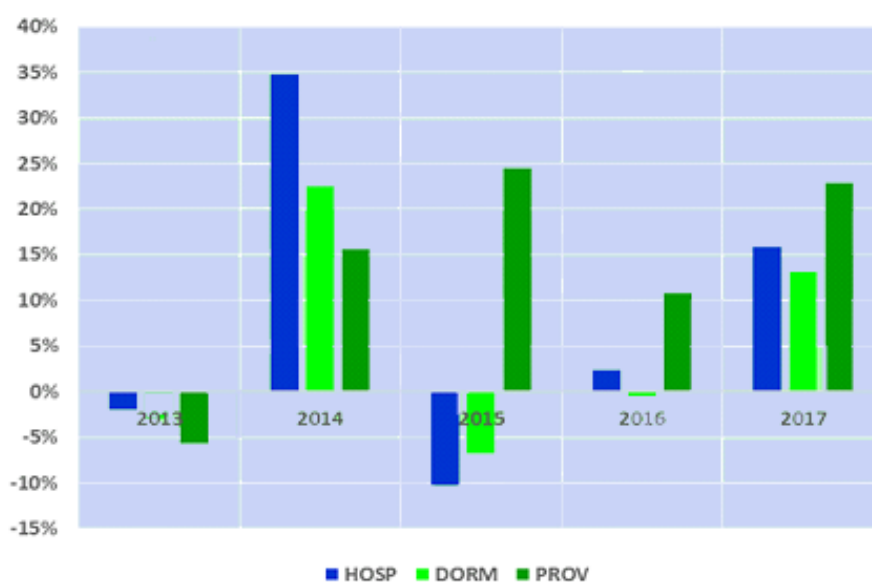
Fonte: INE

É de primordial importância para o Concelho de Tavira a atividade turismo.

Ao observarem-se as taxas de crescimento do número de hóspedes, número de dormidas e proveitos de aposento, para o Concelho de Tavira e no período de 2013 a 2017, verifica-se que nem sempre são positivas e que, para a totalidade do período, se fixam em:

- Número de hóspedes: + 41%
- Número de dormidas: + 25%,
- Proveitos de aposento: + 85%,

e que se documentam no gráfico seguinte:



5. CARATERIZAÇÃO DA ÁREA EMPRESARIAL

5.1 BREVE HISTÓRIA DA ÁREA EMPRESARIAL

Denominado como Parque Empresarial de Távira, foi uma realização da empresa municipal EMPET, Parques Empresarias de Távira, EM, empresa criada em Dezembro de 2002 e que definia estatutariamente como primeiro objetivo o de promover a execução das obras de infraestruturas em dois loteamentos urbanos de natureza empresarial, cuja iniciativa de criação se deveu à Câmara Municipal de Távira. Nesses Parques Empresariais deverão ser instalados as Feiras e Mostras temáticas num, e noutro, as Pequenas e Médias Indústrias que, em qualquer dos casos, se encontram localizadas no tecido urbano, essencialmente habitacional. Como segundo objetivo, a EMPET pretendia gerir esses loteamentos o que, desde logo, configurou dois cenários diferenciados. Assim:

- no Parque Empresarial destinado à Indústria (Santa Margarida) organizar e gerir os espaços comuns;
- no Parque de Feiras e Exposições destinado a Feiras e Mostras temáticas (Vale Formoso), para além da infraestruturização, haverá que dotá-lo de equipamento complementar, necessário ao correto desempenho funcional das atividades projetadas - Feiras - Exposições - Anfiteatro ao ar-livre. O Parque para Feiras, Exposições e Eventos culturais ficará a cargo do Município de Távira, cabendo a esta entidade assegurar o seu normal funcionamento.



- 1 - Comércio & Serviços - 7 lotes
- 2 - Reservatório Gás Natural
- 3 - Indústria / Armazenagem

- 4 - Estação de Serviços
- 5 - Restaurante Panorâmico
- 6 - Ecocentro

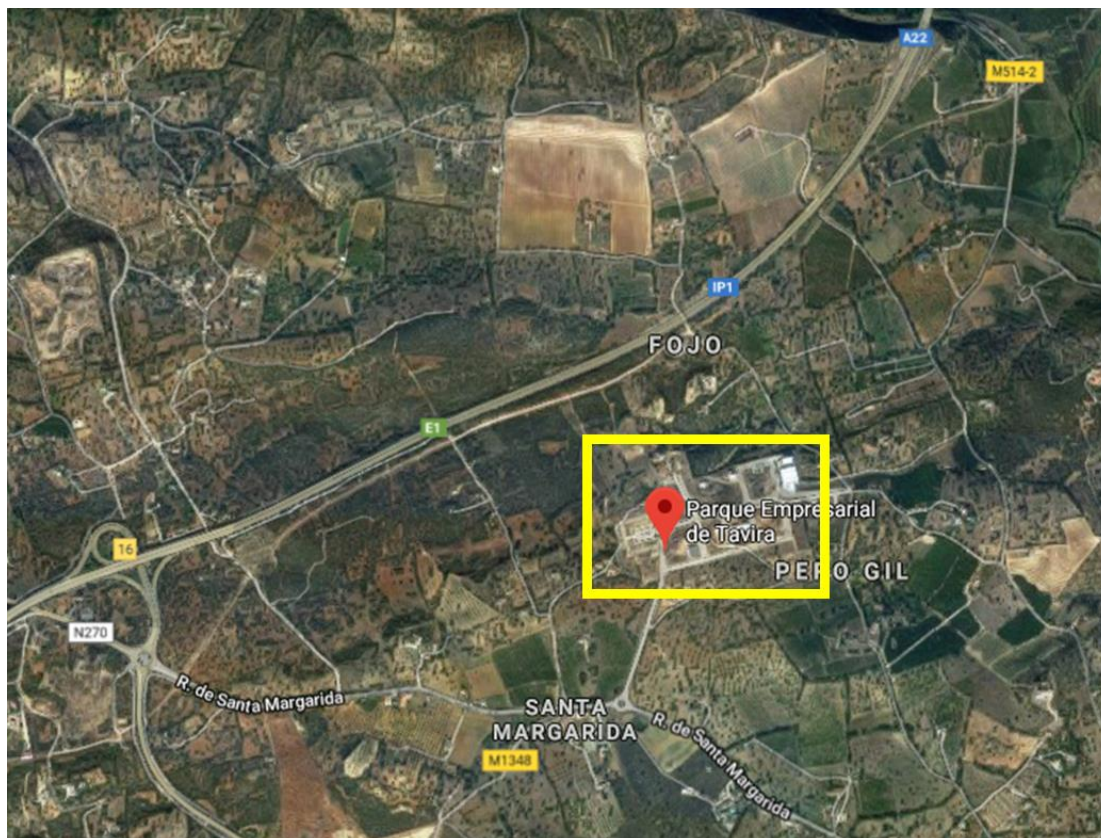
- 7 - ETAR

AREA = 97.000m²

Fonte: <https://www.ativartavira.pt/pt/parque-empresarial/planta>

com a seguinte localização:

GPS - LAT: 37.135286 LON: -7.675838



Fonte: Google e própria

Menos do que 5 km ligam Tavira à área empresarial que apresenta as seguintes áreas, número de empresas instaladas e seu enquadramento na RIS3:

Área Total	Área Ocupada	Taxa de Ocupação	Área Edificada para Venda	Área Comprometida	Área Livre Infraestruturada	Empresas Instaladas	
						Número	Enq. RIS3
	m ²	%		m ²		Número	
94 948	41 968	94,2	500	6 544	40 925	30	8

Fonte: Câmara Municipal de Tavira



Fonte: Câmara Municipal de Tavira

Uma consulta ao site Ativar Tavira pode ler-se sobre o denominado Parque Empresarial de Tavira:

“ ...

Pretende ser uma plataforma de apoio à indústria, armazenagem, comércio e serviços, criando adequadas condições de circulação a veículos pesados, fornecendo soluções de proximidade à recolha de resíduos diversos e promovendo o seu encaminhamento para reciclagem.

Para além das infraestruturas convencionais, está dotado também de rede de abastecimento de água para fins industriais, estação de serviço e reserva de área para eventual estação de tratamento de esgotos específicos, antes de remetidos para a rede geral que segue até à cidade.

Os terrenos disponibilizados pretendem satisfazer necessidades de instalações, entre os 240m² e os 2.100m², possibilitando ao regulamento do loteamento uma “elasticidade invulgar” de licenciar, num só processo, um conjunto de lotes contíguos, que não perdem, no entanto, a sua individualidade registral.

Todas as opções foram encaminhadas no sentido de fornecer uma elevada qualidade, funcionalidade e adequada capacidade para todos aqueles que pretenderem investir.

...”

Para os equipamentos e serviços indica:

EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

- » Área total = 97.000m²
- » 117 lotes para Indústria / Armazenagem, com áreas entre 240m² e 2.100 m²
- » 7 lotes para Comércio / Serviços, com áreas entre 300m² e 420m²
- » Estação de Serviço
- » Ecocentro para resíduos diversos
- » Restaurante Panorâmico
- » Água para fins industriais
- » Rede de Gás Propano
- » Disponibilização para Rede de Fibra Ótica
- » Possibilidade de instalação de ETAR

O Plano de Pormenor tem publicação a páginas 1 114 a 1 123 do Diário da República I Série B, nº 42, de 19 de Fevereiro de 2003.



Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2003

Sob proposta da Câmara Municipal, a Assembleia Municipal de Távira aprovou, em 25 de Fevereiro de 2002, o Plano de Pormenor da Área Industrial de Santa Margarida, no município de Távira.

A elaboração do Plano de Pormenor decorreu na vigência do Decreto-Lei n.º 69/90, de 2 de Março, tendo sido cumpridas todas as formalidades legais, designadamente quanto à discussão pública, que decorreu já ao abrigo do artigo 77.º do Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro.

O município de Távira dispõe de Plano Director Municipal, ratificado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 97/97, publicada no *Diário da República*, 1.ª série-B, n.º 139, de 19 de Junho de 1997.

O Plano de Pormenor da Área Industrial de Santa Margarida deverá ser ratificado por motivo de ausência de regras de uso e ocupação de solo previstas no Plano Director Municipal de Távira para a sua área de intervenção.

Verifica-se a conformidade do Plano de Pormenor com as disposições legais e regulamentares em vigor, com excepção do artigo 27.º do Regulamento, que viola o disposto nos artigos 43.º, n.º 2, 44.º e 128.º, n.º 3, do Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 177/2001, de 4 de Junho.

Com efeito, dispõe o n.º 2 do artigo 44.º em referência que as parcelas a ceder ao município para a implantação de espaços verdes e de utilização colectiva, infra-estruturas viárias e equipamentos são definidas em planta a entregar com o pedido de licença ou de autorização do loteamento.

Por sua vez, o n.º 2 do artigo 43.º do Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, determina que os parâmetros para o respectivo dimensionamento poderão ser fixados pelos planos municipais de ordenamento do território, de acordo com as directrizes estabelecidas pelo Programa Nacional de Ordenamento do Território e pelo plano regional de ordenamento do território, prevendo o n.º 3 do artigo 128.º do mesmo diploma legal que na sua ausência, como é o caso, se aplica a Portaria n.º 1136/2001, de 25 de Setembro.

O Plano de Pormenor obteve parecer favorável da Direcção Regional do Ambiente e Ordenamento do Território — Algarve.

Considerando o disposto na alínea c) do n.º 1 e no n.º 8 do artigo 80.º do Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro:

Assim:

Nos termos da alínea g) do artigo 199.º da Constituição, o Conselho de Ministros resolve:

1 — Ratificar o Plano de Pormenor da Área Industrial de Santa Margarida, no município de Távira, publicando-se em anexo o respectivo Regulamento, a planta de implantação e a planta de condicionantes, que fazem parte integrante desta resolução.

2 — Excluir de ratificação o artigo 27.º do Regulamento.

Presidência do Conselho de Ministros, 23 de Janeiro de 2003. — O Primeiro-Ministro, *José Manuel Durão Barroso*.

**REGULAMENTO DO PLANO DE PORMENOR
DA ÁREA INDUSTRIAL DE SANTA MARGARIDA**

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objecto do Plano

O Plano de Pormenor da Área Industrial de Santa Margarida, em Távira, adiante designado por Plano, é um plano municipal de ordenamento do território elaborado nos termos do Decreto-Lei n.º 69/90, de 2 de Março, com a nova redacção dada pelo Decreto-Lei n.º 211/92, de 8 de Outubro, e Decreto-Lei n.º 155/97, de 24 de Junho, e visa disciplinar o uso, ocupação e transformação do solo para a sua área de aplicação, delimitada na planta de implantação, tendo em atenção os objectivos de desenvolvimento definidos em instrumentos de planeamento de hierarquia superior.

Artigo 2.º

Âmbito territorial

O território abrangido pelo Plano é o correspondente à área de 26,24 ha como tal delimitada na planta de implantação.

Artigo 3.º

Objectivos do Plano

O Plano de Pormenor da Área Industrial de Santa Margarida, em Távira, tem como objectivos:

- a) Criar condições de incentivo ao investimento privado, tanto na produção de solo edificável como na própria construção, enquanto factor de desenvolvimento económico e social;
- b) Compatibilizar todas as intervenções sectoriais protagonizadas pelos diversos agentes que, nesta área, venham a operar na ocupação, uso e transformação do solo, com salvaguarda dos direitos e interesses particulares legalmente protegidos;
- c) Racionalizar os investimentos de natureza pública ou privada em matéria de infra-estruturas urbanísticas para a industrialização da área;
- d) Assegurar o crescimento ordenado da área industrial, estabelecendo adequada articulação com o tecido urbano adjacente.

Artigo 4.º

Revisão do Plano

A revisão do Plano obedecerá ao disposto no artigo 98.º do Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro.

Artigo 5.º

Composição do Plano

- 1 — O Plano é composto por elementos fundamentais, elementos complementares e elementos anexos.
- 2 — São elementos fundamentais o Regulamento, a planta de implantação e a planta actualizada de condicionantes.
- 3 — São elementos complementares o relatório, a planta de enquadramento, o programa de execução e o plano de financiamento.
- 4 — São elementos anexos as fichas do edificado e as seguintes peças desenhadas: extracto da planta de ordenamento do PDM, extracto da planta de condicionantes do PDM, planta da situação existente, planta cadastral — existente, planta de inscrição das fichas de levantamento funcional, planta de volumetria — existente, planta de usos — existente, planta de estado de conservação — existente, planta de tipos de edifícios — existente, planta de tipologias — existente, planta de caracterização arquitectónica do edificado, planta de caracterização demográfica da área de intervenção, planta de caracterização biofísica — declives, planta de caracterização biofísica — hipsometria, lençóis e talvegues, planta de caracterização biofísica — utilização actual do solo, planta de caracterização biofísica — humanização, planta de caracterização biofísica — análise

E, com data de 2012, também o Regulamento do Loteamento da Área Industrial de Santa Margarida, disponível em <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/regulamentoloteamento-pet.pdf>

5.2 CENTRALIDADE

Com uma localização privilegiada a Área Empresarial de Tavira está situada no sítio de Santa Margarida, a meia distância entre a cidade de Tavira e o nó da Via do Infante.

- Acesso através da autoestrada A22
 - Sair da A22 na saída 16 em direção à Tavira e na 1ª rotunda tomar a direção de Santa Margarida (3ª saída). Na 2ª rotunda tomar a direção do Parque Empresarial (2ª saída).
- Acesso através da estrada N125
 - Na rotunda da Vela ao Vento tomar a saída em direção a Santa Margarida (3ª saída sentido Faro/VRSA e 1ª saída sentido VRSA/Faro). Na 2ª rotunda tomar a direção do Parque Empresarial (1ª saída).

5.3 SERVIÇOS DE APOIO/COMPLEMENTARES

Level UP – Centro de Negócios



Uma parceria entre;

- Câmara Municipal de Tavira
- Universidade do Algarve
 - CRIA
- IAPMEI
- IAT Espanha

- New Jersey Institute of Technology

Level UP, um espaço com instalações confortáveis, no centro de Tavira, com uma imagem corporativa forte, salas de reunião e de trabalho devidamente equipadas e gerador de um ambiente empreendedor e dinâmico.

Disponibiliza os seguintes serviços:

- Espaço *Coworking*,
- Incubação/Escritório Virtual,
- Incubação de Empresas,
- Centro de Negócios,
- Balcão Empreendedor,
- Sala de Reuniões

Fonte: Level Up; <http://www.levelup.com.pt>

NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve

Através da atividade dos seus gabinetes técnicos, nomeadamente, o Gabinete de Apoio ao Empresário e Projetos (GAEP), o Gabinete de Formação (GFO) e o Gabinete de Feiras e Eventos – Expoalgarve, o NERA propõe-se:

- Dinamizar a atividade associativa da região e incrementar o espírito de solidariedade e de apoio entre os seus associados;
- Promover o estudo de todas as questões que se relacionem com a concretização dos objetivos dos empresários do Algarve;
- Organizar e manter serviços de interesse para os seus associados, prestando adequada informação, apoio técnico e consultoria, designadamente, na área de projetos de investimento e formação;
- Organizar certames, conferências, colóquios e seminários;
- Cooperar ativamente com entidades públicas e privadas, nacionais e estrangeiras, em todas as vertentes do desenvolvimento regional;
- Através da forte cooperação que mantém com as associações empresariais regionais de Portugal, o NERA assegura a defesa dos interesses dos seus associados a nível nacional.

Fonte: NERA

5.4 CARACTERIZAÇÃO EMPRESARIAL

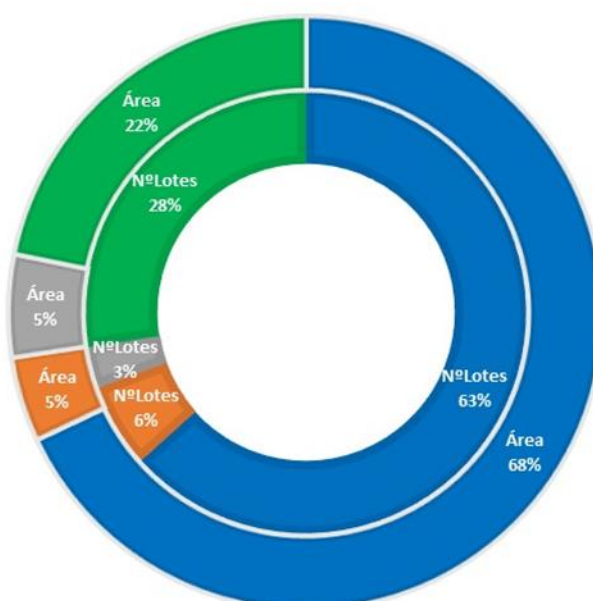
5.4.1 Taxa de Ocupação da Área Empresarial

A situação geral atual da área empresarial, no que respeita à sua ocupação é a seguinte:

valor	indicador
131	Lotes
115,804 m ²	Área Total
56,010 m ²	Área de Implantação
477 m ²	Área média por lote
73%	Taxa de Ocupação (nº lotes comercializados + reservados + equipamentos)
29%	Taxa de Ocupação (nº lotes com empresas instaladas)

LOTES | TAXA DE OCUPAÇÃO

■ Comercializados ■ Reservados ■ Equipamentos ■ Para Venda

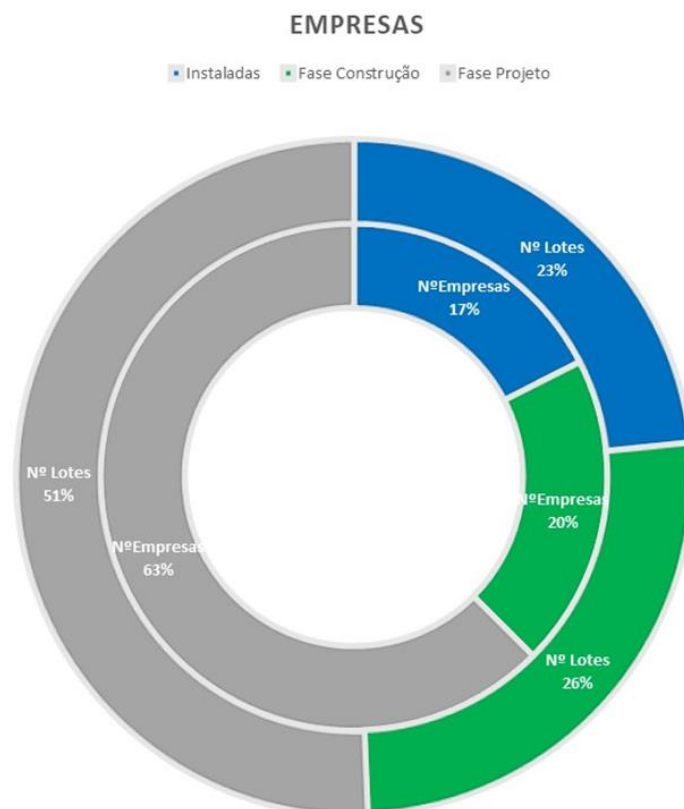


5.4.2 Retrato Empresarial

Número de empresas

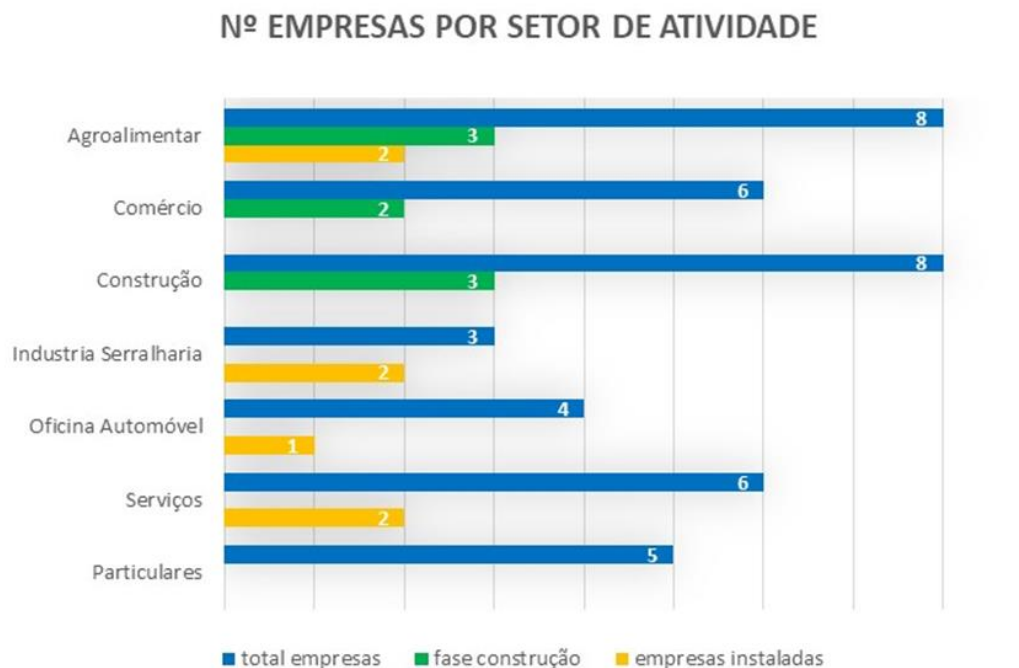
A situação geral atual da área empresarial, no que respeita ao número de empresas, é a seguinte:

valor	indicador
77	Lotes comercializados a
40	Empresas, das quais:
	7 (17%) Empresas Instaladas (18 lotes / 23%)
	8 (20%) Empresas em fase de construção (20 lotes / 26%)
	25 (63%) Empresas em fase de projeto (37 lotes / 51%)
1,9	Nº médio de lotes por empresa



Setores de Atividade

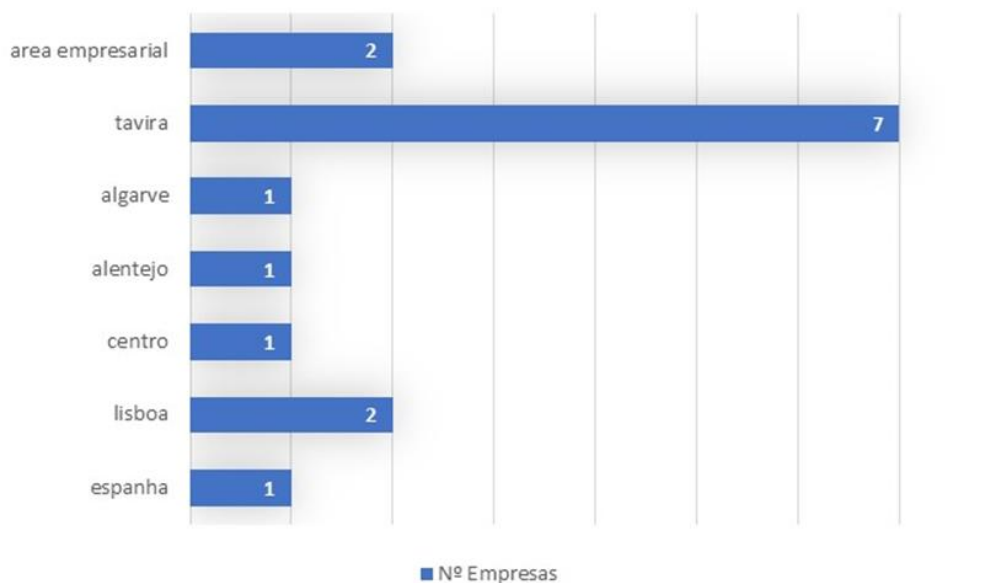
Das 40 empresas com lotes na área empresarial, por setor de atividade, temos:



Sede da Empresa

A localização das sedes das empresas instaladas e em fase de construção é a seguinte:

LOCALIZAÇÃO DA SEDE DAS EMPRESAS instaladas e em fase de construção



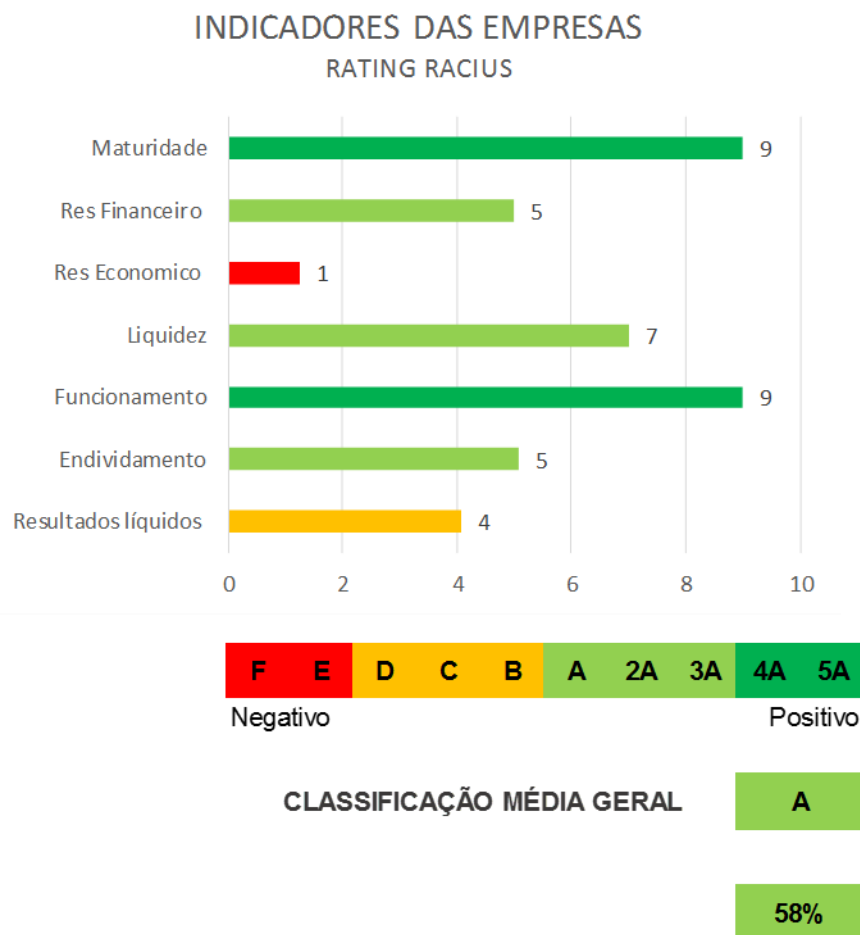
5.4.3 Indicadores Económicos e Emprego

As empresas instaladas geram anualmente o seguinte volume de negócios:

EMPRESAS INSTALADAS		
	<i>valor</i>	<i>indicador</i>
	7	Nº Empresas instaladas
	5	Nº Empresas instaladas com trabalhadores
	50	Nº Trabalhadores
	10	Nº Trabalhadores médio por empresa
<i>%</i>	<i>valor anual*</i>	<i>indicador</i>
	4 430 000 €	Volume de faturação total
66%	2 930 000 €	Volume de faturação total / Mercado nacional
34%	1 500 000 €	Volume de faturação total / Mercado internacional
	586 000 €	Volume de faturação médio por empresa / Mercado nacional
	300 000 €	Volume de faturação médio por empresa / Mercado internacional

* Fonte IES 2017. Ajustamento dos valores das empresas com esta belecimento na AE em função do nº trabalhadores na AE face ao total

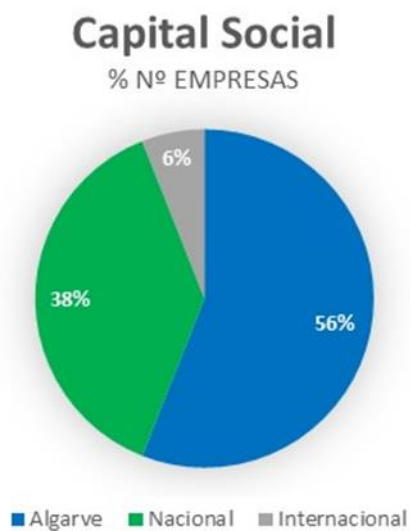
De acordo com a *Rating Raciús*, as empresas instaladas e em fase de construção apresentam os seguintes indicadores:



indicador	cálculo
Resultados Líquidos	Índice calculado com base nos resultados líquidos da empresa no último ano
Endividamento	Grau de intensidade do recurso a capitais alheios para financiamento da empresa
Funcionamento	Calculado com base nos Índices de rotação do ativo e dos stocks
Liquidez	Capacidade da empresa para honrar os seus compromissos financeiros a curto prazo
Rendib. Económica	Calculado com base na rentabilidade do activo e na sua relação com os resultados obtidos pela empresa
Rentab. Financeira	Calculado com base nos valores das vendas e serviços prestados, quando relacionados com o capital próprio e o passivo
Maturidade	Calculado com base na data de constituição da empresa

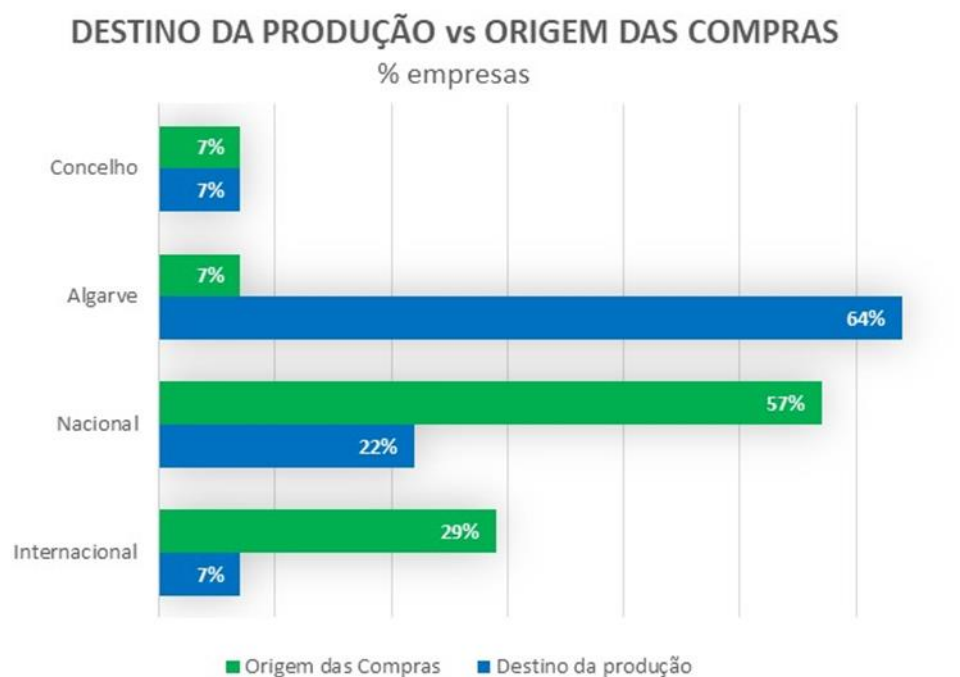
5.4.4 Origem do Capital Social

As empresas instaladas e em fase de construção, assumem a origem maioritária do seu Capital Social da seguinte forma:



5.4.5 Destino da Produção versus Origem das Compras

As empresas instaladas e em fase de construção, assumem da seguinte forma os principais destinos das suas produções versus a origem maioritária das suas compras:

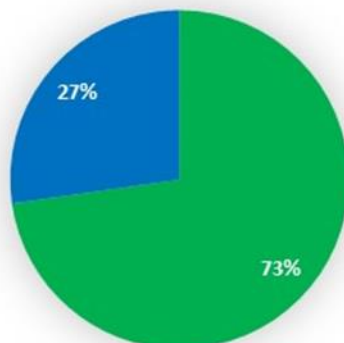


5.4.6 Caracterização do Emprego

Considerando uma amostra de 20% dos recursos humanos que trabalham na área empresarial temos a seguinte caracterização do emprego:

GÉNERO

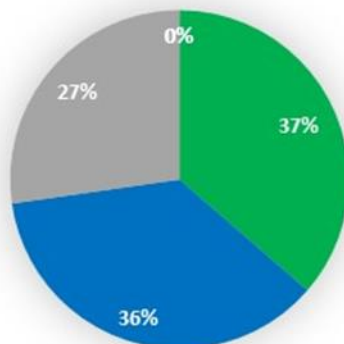
TRABALHADORES



■ Homens ■ Mulheres

ESTRUTURA ETÁRIA

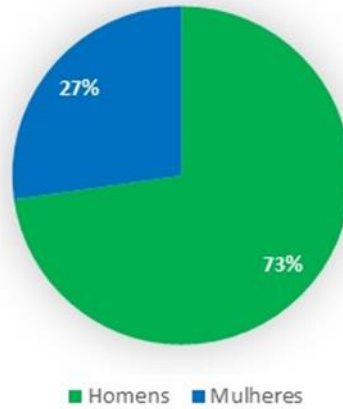
TRABALHADORES



■ <25 anos ■ 26 a 35 anos ■ 36 a 45 anos ■ 46 a 55 anos ■ >56 anos

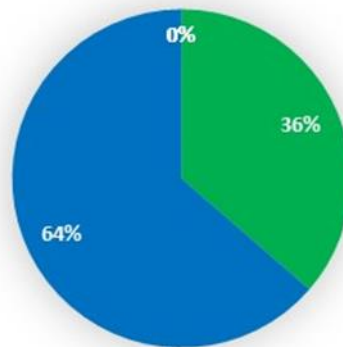
GÉNERO

TRABALHADORES



ANTIGUIDADE

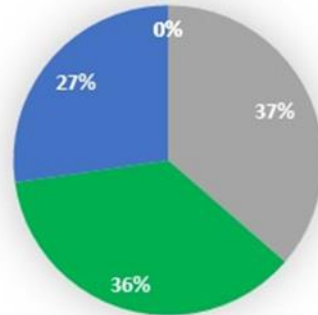
TRABALHADORES



■ < 3 anos
 ■ 4 e 10 anos
 ■ 11 a 15 anos
 ■ 16 e 20 anos
 ■ > 21 anos

ESCOLARIDADE

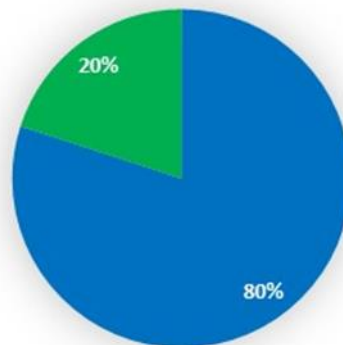
TRABALHADORES



■ 1º ciclo 4ºano
 ■ 2º ciclo 6º ano
 ■ 3º ciclo 9ºano
 ■ secundário 12ºano
 ■ superior

LOCAL DE RESIDÊNCIA

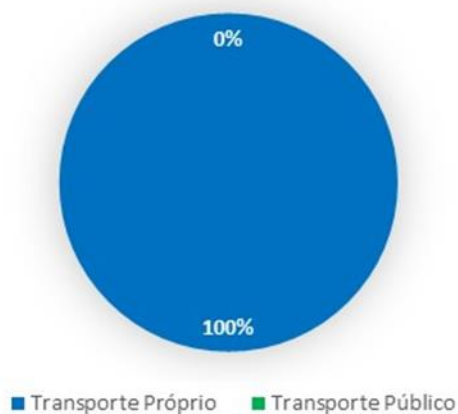
TRABALHADORES



■ no concelho de Tavira
 ■ fora do concelho de Tavira

MEIO DE TRANSPORTE

TRABALHADORES



<i>valor</i>	<i>indicador</i>
8	Nº médio de kms residência - empresa

<i>valor</i>	<i>indicador</i>
1,14	Nº dependentes médio per capita

5.4.7 Potencial Económico da Área Empresarial

Considerando o perfil médio das empresas instaladas, o Parque Empresarial de Tavira tem o seguinte potencial económico:

<i>valor*</i>	<i>indicador</i>
131	Lotes totais
18	Lotes atribuídos a empresas instaladas
113	(a) Lotes por instalar
1,9	(b) N ^o médio de lotes por empresa
7	(c) N ^o Empresas instaladas
65,7	(d) N ^o médio potencial de empresas (a)x(b)+(c)
10	(e) N ^o Trabalhadores médio por empresa
1 500 000 €	(f) Volume de faturação total
586 000 €	(g) Volume de faturação médio por empresa / Mercado nacional
300 000 €	(h) Volume de faturação médio por empresa / Mercado internacional
657	N ^o Trabalhadores potencial (d)x(e)
98 551 948 €	Volume de faturação potencial total (f)x(d)
38 500 961 €	Volume de faturação potencial / Mercado nacional (g)x(d)
19 710 390 €	Volume de faturação potencial / Mercado internacional (h)x(d)

* previsões baseadas no perfil médio das empresas instaladas

5.5 DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

O diagnóstico empresarial que passamos a apresentar baseou-se na aplicação de inquéritos de autoavaliação às empresas instaladas, aos quais responderam 5 empresas, representando 71% das empresas instaladas. Os indicadores apresentados resultam da média da autoavaliação de desempenho efetuada pelas empresas em cada um dos parâmetros.

5.5.1 Estratégia e Gestão Global

1 Estratégia e Gestão Global das Empresas

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Plano Estratégico	4
2	Posicionamento Estratégico Global da Empresa	2,6
3	Sistema de Controlo de Gestão (Tableaux de Bord ou outros)	2,5
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoavel (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 3
Estratégia e Gestão Global da Empresa		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		3,0 76%
Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas		

5.5.2 Gestão dos Recursos Humanos

2 Gestão dos Recursos Humanos

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Definição da Estrutura e Organização dos Recursos Humanos (Organograma) e definição de funções	2,6
2	Capacidades de liderança e gestão de equipas - gestão de topo	2,4
3	Qualificação Geral dos Recursos Humanos / Formação dos Colaboradores	2,6
4	Conhecimento e Cumprimento dos Requisitos Legais em Matéria Laboral e de Formação Profissional	2,4
5	Sistema de Avaliação de Desempenho do pessoal	2
6	Avaliação da Higiene, Saúde, Segurança no Trabalho	2,8
7	Práticas de responsabilidade social, igualdade de género e igualdade de oportunidades	2,8
8	Estabilidade / Rotação do Quadro de Pessoal	2,6
9	Ambiente de Trabalho / Motivação dos Colaboradores	3,3
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoavel (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 9
Gestão de Recursos Humanos		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		2,6 65%
Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas		

5.5.3 Gestão Comercial e Marketing

3 Gestão Comercial e Marketing

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Reputação e Imagem da Empresa no Mercado	4
2	Política de Produto / Serviços	4
3	Política de Preço	4
4	Política de Distribuição	4
5	Política de Comunicação	3,6
6	Avaliação da Satisfação dos Clientes	3,8
7	Avaliação da Força de Vendas	4
8	Participação em Feiras e Eventos (como expositor)	3,5
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoável (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 8
Gestão Comercial e Marketing		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		3,9 97%
Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas		

5.5.4 Gestão da Produção e Operações

4 Gestão da Produção e Operações

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Localização das Instalações (area empresarial)	3
2	Qualidade das instalações da empresa	3,2
3	Capacidade de Produção Instalada / Utilizada	3,4
4	Tecnologia Utilizada na produção	3,4
5	Sistema de Gestão da Qualidade	2,6
6	Gestão geral dos armazens, stocks, produção e operações	3,2
7	Conhecimento e Cumprimento dos Requisitos Legais aplicados à atividade	3
8	Gestão Ambiental	2,75
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoavel (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 8
Gestão da Produção e Operações		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		3,1 77%
Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas		

5.5.5 Gestão da Inovação

5 Gestão da Inovação

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Inovação de Produtos	2,4
2	Inovação de Processos, Formas de Organização e tecnologia	2,2
3	Registo de Marcas, Patentes ou de Propriedade Intelectual	1,6
4	Desenvolvimento de produtos ou serviços em cooperação com a Comunidade Científico Tecnológica	1,5
5	Desenvolvimento de projetos de investimento (PORTUGAL 2020)	1,5
6	Participação em Parcerias Empresariais, projetos inovadores, associativismo empresarial	2
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoavel (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 6
Gestão da Inovação		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		1,9 47%
Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas		

5.5.6 Internacionalização

6 Internacionalização

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)	
1	Enquadramento na Estratégia da Empresa	4	
2	Conhecimento sobre os Mercados Externos Alvo	4	
3	Plano de Internacionalização (estratégia, atividades, recursos, timing, indicadores)	4	
4	Qualificação dos RH afetos à Internacionalização	3	
5	Participação em Missões, Feiras e Eventos Internacionais	4	
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente/ Insuficiente/ Negativo (2) Suficiente/ Razoavel (3) Bom (4) Muito Bom			
Nº questões pontuadas:		5	
Internacionalização		valor (0-4)	%
Grau de Performance Atual Médio		3,8	95%

Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas

5.5.7 Tecnologias de Informação

7 Gestão das Tecnologias de Informação e Comunicação

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Qualidade Geral das TIC - Software	2,6
2	Qualidade Geral das TIC - Hardware	2,6
3	Formação / Conhecimento dos colaboradores relativamente às TIC	2,4
4	Avaliação do Marketing Digital (promoção da empresa via internet)	2,2
5	Qualidade do Acesso à Internet (avaliação do sinal de rede local)	1,8
6	Avaliação do WebSite	2,5
7	Avaliação da presença nas Redes Sociais / Outras Formas de Presença na Internet	2,5
8	Avaliação do E-commerce	1,75
9	Gestão da Segurança da Informação e proteção de dados	2,5
10	Qualidade do Acesso à Internet (avaliação do sinal de rede local)	2
11	Conhecimento e Utilização das Plataformas de Acesso a Concursos Públicos	2
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoável (3) Bom (4) Muito Bom		
Nº questões pontuadas:		11
Gestão das Tecnologias de Informação e Comunicação		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		2,3 56%

Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas

5.5.8 Gestão Económica e Financeira

8 Gestão Económica e Financeira

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Grau de Performance Atual (0-4)
1	Evolução do Volume de Negócios	4
2	Evolução do Volume de Negócios para o Exterior / Exportações	4
3	Evolução da Rentabilidade do Negócio	4
4	Evolução do Investimento	4
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoável (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 4
Gestão Económica e Financeira		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		4,0 100%

Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas

5.5.9 Potencial dos Mercados

9 Potencial dos Mercados e Competitividade no Sector

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA		Efeitos no Grau de Performance da Empresa (0-4)
1	Perspectivas de Evolução do Mercado para a Empresa	3,4
2	Grau de Inovação e Dinamismo do Setor	3,2
3	Intensidade Concorrencial no Setor	2,8
Escala: (0) Não Aplicável (1) Inexistente / Insuficiente / Negativo (2) Suficiente / Razoável (3) Bom (4) Muito Bom		
		Nº questões pontuadas: 3
Atractividade do Sector		valor (0-4) %
Grau de Performance Atual Médio		3,1 78%

Nota: O cálculo da percentagem resulta da divisão entre o total da pontuação e o nº de questões pontuadas

5.5.10 Avaliação do Potencial Competitivo da Empresa

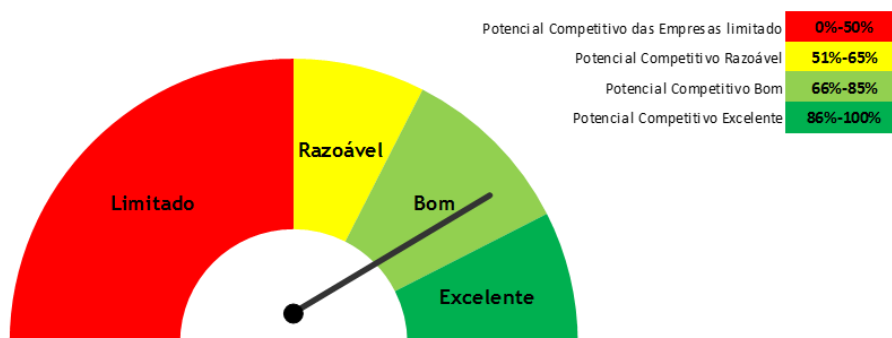
AVALIAÇÃO DO POTENCIAL COMPETITIVO DAS EMPRESAS

ÁREA EMPRESARIAL DE TAVIRA

Domínios de Análise	Área de Gestão	Avaliação	Ponderação	Resultado
RESULTADOS	8 Gestão Económica e Financeira	100%	100%	100%
POSICIONAMENTO COMPETITIVO	3 Gestão Comercial e Marketing	97%	50%	48%
	5 Gestão da Inovação	47%	30%	14%
	6 Internacionalização	95%	20%	19%
ESTRUTURA E MODELO DE GESTÃO	1 Estratégia e Gestão Global	76%	25%	19%
	2 Gestão de Recursos Humanos	65%	25%	16%
	4 Gestão da Produção e Operações	77%	25%	19%
	7 Gestão de Tecnologias de Informação e Comunicação	56%	25%	14%
ATRATIVIDADE DO SETOR	9 Potencial dos Mercados e Competitividade no Setor	78%	100%	78%

Domínios de Análise	Avaliação	Ponderação	Resultado
RESULTADOS	100%	25%	25%
POSICIONAMENTO COMPETITIVO	81%	25%	20%
ESTRUTURA E MODELO DE GESTÃO	69%	25%	17%
ATRATIVIDADE DO SETOR	78%	25%	20%

POTENCIAL COMPETITIVO DAS EMPRESAS	82%
---	------------



5.6 MODELO DE GOVERNANÇA

5.6.1 Atores

Entre os seguintes:

- Câmara Municipal de Tavira
- Associação Empresarial da Região do Algarve (NERA)
- Empresas instaladas

Será constituída a:

- Comissão de Acompanhamento da Área Empresarial de Tavira

5.6.2 Regulamento

Do regulamento, ainda em progresso, validação e aprovação, constarão os artigos:

- Nota introdutória,
- Objeto e âmbito,
- Definições,
- Funcionamento
- Assembleia Geral,
- Comissão Permanente

Tal como referido a ponto 5.1 existe o Regulamento do Loteamento da Área Industrial de Santa Margarida, disponível em <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/regulamentoloteamento-pet.pdf>

5.7 RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desde a definição da Comissão Brundtland, em 1987, através da publicação *Our Common Future*, que a humanidade deve promover o desenvolvimento, de forma a garantir que este vá de encontro às necessidades do presente, sem comprometer essa mesma possibilidade para as gerações futuras, vários são os agentes que têm como preocupação as questões relacionadas com o Desenvolvimento Sustentável.

Da gestão dos recursos globais do planeta à condução das atividades das empresas, este conceito marca a atualidade tendo-se tornado uma premissa para as empresas que se pretendem bem-sucedidas. Nos dias de hoje, uma organização que pretenda crescer no mercado, adaptando-se às exigências dos novos consumidores, deverá adotar uma estratégia que contemple o que na expressão anglo-saxónica se designa de “triple bottom line”, ou seja, que gere valor nas dimensões económica, ambiental e social. O conceito de responsabilidade social empresarial deve estar presente em todas as atividades desenvolvidas pela empresa.

A sociedade está cada vez mais exigente e as empresas deverão corresponder ativamente e eficazmente às suas solicitações. A Responsabilidade Social Empresarial não é nem será uma moda.

As empresas têm um contributo importante e cada vez mais insubstituível a dar para a concretização de um desenvolvimento sustentável.

Instrumentos como a certificação ambiental ou os relatórios sobre responsabilidade social são já uma realidade para um número significativo de empresas e exemplos que devem ser seguidos.

Com efeito, um maior sentido da responsabilidade social das empresas, que tenha em conta o impacte da sua atividade no ambiente envolvente e que promova atividades benéficas para a sociedade, é um contributo inestimável para o desenvolvimento sustentável que precisa ser reconhecido e incentivado.

Seguramente, o que ocorrerá no Parque Empresarial de Tavira.

6. ANÁLISE SWOT

6.1 OPORTUNIDADES

- A desaceleração económica que se observa, praticamente em todas as economias à escala global, parece ter um carácter temporário,
- Para os anos de 2019 e 2020, previsão de um crescimento económico em Portugal a ritmo superior aquele que se prevê para a União Europeia,
- Bom momento da economia do Algarve e seu contributo para o crescimento económico do País,
- Crescimento sustentado do turismo no Algarve e, também, em Tavira,
- Aumento das exportações de bens, no Algarve e no concelho de Tavira,
- Forte crescimento das exportações do Algarve, na categoria económica, produtos alimentares e bebidas, com especial relevo e importância para o concelho de Tavira,
- Integração da Área Empresarial de Tavira na rede Áreas Empresariais do Algarve
- Tendência positiva na procura dos serviços disponibilizados pelas Áreas Empresariais, principalmente no sector das novas tecnologias;
- Novas atividades e indústrias de base tecnológica e de conhecimento intensivo, em domínios da RIS3 Algarve, que procuram Áreas Empresariais para se instalarem;
- Existência de um vasto conjunto de serviços de apoio às PME,
- Disponibilidade de apoios financeiros para a revitalização das áreas empresariais.

6.2 AMEAÇAS

- Abrandamento da economia global,
- Previsão de fraco crescimento económico da União Europeia, principal destino das exportações do país e da região do Algarve, nos anos de 2019 e 2020,
- Assumem particular importância para o país e para a região do Algarve, eventuais perturbações nas economias de Espanha e da Alemanha,
- Para o ano em curso e próximo ano, a previsão de crescimento económico para Portugal, coloca-nos numa posição inferior a um vasto conjunto de economias europeias nossas concorrentes,
- *Brexit* no Reino Unido, principal mercado emissor de turismo para o Algarve, e potenciais constrangimentos e inerentes consequências que lhe estão associados,

6.3 FORÇAS

- Elevada qualidade da infraestrutura do Parque Empresarial de Tavira,
- Infraestrutura desenhada, planeada e executada para ser o que é, uma área empresarial,
- Localização e centralidade,

- Através do Level Up, serviços de apoio de proximidade,
- Através do NERA, serviços de apoio à formação, qualificação, gestão, internacionalização
- Maioria das empresas com sede social no concelho de Tavira,
- Estrutura etária, antiguidade e escolaridade do Recurso Humano das empresas,
- Potencial económico da Área Empresarial,
- Potencial competitivo das empresas,
- Nível e qualidade da interlocução Município/Área Empresarial/Empresas
- Parceria do projeto Algarve REVIT +,
- Potencial das relações públicas de alguns dos atores.

6.4 FRAQUEZAS

- Ainda um baixo número de empresas instaladas,
- Acesso através de transportes públicos,
- Elevada burocracia na tramitação e decisão sobre diferentes tipos de processo relacionados com a Área Empresarial,
- Relatos da existência de problemas relacionados com a segurança de pessoas e bens,
- Espaços verdes, de descanso e de lazer,
- Perfil de comunicação com o mercado dos espaços disponíveis
- Serviços de apoio, tais como, Agência Bancária, Estação de Correios, ATM's, cafetaria e restauração.

7. VISÃO, MISSÃO, VALORES

7.1 VISÃO

A Câmara Municipal de Tavira, no seu dossier de candidatura ao projeto ALGARVE REVIT + afirma:

“...

As estratégias dos players das Áreas de Acolhimento Empresarial diferenciam-se, pelo core business de cada uma das empresas, das suas dimensões e dos seus mercados. Importa então, despoletar por via da ação promovida pela Câmara Municipal de Tavira, ou por outra entidade indicada por esta, enquanto entidade gestora do Parque Empresarial, a capitalização do conjunto significativo de investimentos de empresas agrícolas, agroalimentares e complementares, que por seu turno acompanham o aumento das áreas de produção agrícola em todo o território do Município de Tavira e da região do Algarve. Torna-se determinante sistematizar as diferentes escalas, aproveitar o seu conhecimento e alavancar os projectos neste sector de actividade. Um projecto com este perfil, localizado no Parque Empresarial de Tavira, não só garante a sua continuidade, como implica a sua valorização dentro e fora, sobre premissas de sustentabilidade e eficiência. A estratégia passa então, por não criar um biombo, mas por abrir as portas a uma plataforma que agregue os interesses dos que estão localizados no Parque Empresarial de Tavira, mas também daqueles que estão fora, numa base de partilha de conhecimento e criação, no setor do agroalimentar, em condições previamente estabelecidas e acordadas pelas partes.

Importa pois chamar a participação dos diferentes stakeholders – locais regionais nacionais e internacionais - promovendo a partilha de conhecimento e criando de condições para a produção de novos produtos e novos serviços, numa base de sustentabilidade e de respeito pelo território, pela sua cultura, pela sua história e pelos seus produtos endógenos, semeando para o despoletar da produção de soluções inovadoras a fim de dar resposta aos desafios do sector agroalimentar, trazendo, sobre o denominador comum da sustentabilidade e eficiência, novos produtos e novos serviços, em diferentes dimensões que poderão passar por:

- Agro-Tech (maquinaria, drones, robótica, sistemas de automação, etc);
- Irrigação;
- Agricultura Inteligente;
- Agricultura Orgânica;
- Internet das Coisas e comunicação machine2machine;
- Produção de Plantas (Criação de Plantas, Cultivo de Plantas, proteção de plantas, etc...);
- Sistemas de big data para suporte de decisões;
- Alimentação (Proteína Sustentável, e-comercio, marketing e tendências, etc...)
- Silvicultura;
- Tecnologias disruptivas (para agricultura e floresta);
- Comercialização;
- Gestão e cadeia de fornecimento e logística.

...”

O concelho de Tavira, apresenta um perfil de empresas dominado pelas seguintes secções do CAE:

- Secção I do CAE, Alojamento, restauração e similares – 23% do número total das empresas
- Secção A do CAE, Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca – 18% do número total de empresas,
- Secção G do CAE, Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos – 15% do número total das empresas

Já as secções do CAE que representam empresas mais compatíveis com instalação numa área empresarial, nomeadamente, H – Transportes e armazenagem, C – Indústrias transformadoras e F – Construção, representam apenas, respetivamente, 1%, 2,5% e 7% do número total das empresas.

Aberta a todos os setores de atividade, o Parque Empresarial de Tavira deve evidenciar capacidade de conquistar empresas nos domínios do agroalimentar e de empresas que desenvolvam novos produtos e serviços, já que, se adivinha como difícil, pelo menos até esta data, a captação das pequenas e médias indústrias que se encontram localizadas no tecido urbano, essencialmente habitacional.

Uma sugestão para a Visão:

PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA, uma porta aberta para a valorização e competitividade das empresas

7.2 MISSÃO

A designação Área Empresarial de Tavira coincide com a designação Parque Empresarial de Tavira.

Lógico será então que a sua missão esteja alinhada com o pensamento estratégico que lhe deu origem e que aqui relembramos:

“...

Pretende ser uma plataforma de apoio à indústria, armazenagem, comércio e serviços

...”

O propósito central do Parque Empresarial de Tavira e a razão da sua existência, que constitui a sua função básica na sociedade onde está inserida relaciona-se com:

- Acolhimento e instalação de empresas,
- Competitividade das empresas instaladas,
- Criação de riqueza e emprego para o concelho de Tavira.

Contudo, pretende-se e é possível ir mais além.

Tal como expresso e anteriormente já referido, olha-se atentamente e de forma muito focada para uma lógica colaborativa, participada, de parceria e de rede entre as empresas instaladas e os diferentes *stakeholders* locais, regionais, nacionais e internacionais.

O Município de Tavira assegura na sua declaração da missão a dinamização económica do concelho e a satisfação das necessidades e expectativas dos cidadãos/municípios.

Assim, sugere-se para a declaração de Missão:

A Área Empresarial de Tavira, também conhecida por PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA é uma infraestrutura específica, especialmente desenhada para o acolhimento e instalação de empresas, seja qual for o seu setor de atividade, a sua dimensão e o seu estado de maturidade.

Vocacionada para o setor agroalimentar, motor da atividade económica do concelho de Tavira, proporciona práticas interempresariais, promoção, valorização, sustentabilidade e interação com outras áreas empresariais do Algarve e outras organizações nacionais e internacionais, visando a criação de valor, o desenvolvimento do capital humano e o reforço da economia do concelho de Tavira e da região do Algarve.

7.3 VALORES

Sendo os valores princípios intemporais que guiam uma organização e que representam as crenças mais profundas demonstradas através do comportamento diário da sua gestão de topo e respetivos colaboradores, constituindo assim uma proclamação aberta sobre o que se espera do comportamento de todos quantos a integram e que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos seus objetivos quanto atender às necessidades de todos aqueles à sua volta.

Por questões que se relacionam com a identidade e com os comportamentos dos diferentes atores das Áreas Empresariais do Algarve, considera-se como desejável que estas possam adotar os mesmos valores.

É o caso do Parque Empresarial de Tavira.

No processo de desenvolvimento estratégico da Área Empresarial de Loulé, foram adotados os seguintes valores:

Diferenciação e inovação,
Organização e gestão,
Rigor e compromisso,
Ambiente e desenvolvimento sustentável,
Responsabilidade social empresarial e igualdade de oportunidades

Valores estes que estão totalmente alinhados com o pensamento estratégico vigente na Câmara Municipal de Tavira e que, tanto quanto podemos afirmar, por terem sido previamente apresentados e discutidos, não colidem com o pensamento estratégico da generalidade dos empresários instalados no Parque Empresarial de Tavira, antes pelo contrário.

8. ESTRATÉGIA

No formulário da candidatura, no ponto “Memória Descritiva/Diagnóstico da realidade visada com a implementação do projeto”, lê-se:

“ ...

Continua a verificar-se uma ausência de uma estratégia de atração de empresas, bem como a falta de definição de um perfil das empresas a atrair, e ainda a inexistência de entidades gestoras que consigam fazer descolar as áreas existentes de meros loteamentos onde foram instaladas as infraestruturas base convencionais sem uma gestão adequadas para o novo contexto do tecido empresarial, baseado na competitividade e inovação.

Face ao exposto, e tendo em conta as conclusões apresentada pelo estudo “Áreas para o acolhimento das atividades empresariais no Algarve. Estratégias e instrumentos de gestão territorial”, conclui-se que:

- *São ainda insuficientes os desempenhos das funções dos gestores das áreas empresariais, sobretudo na mobilização de atores regionais em torno de programas de ação comuns com vista a revitalização e dinamização das áreas empresariais;*
- *Constata-se uma falta de entendimento dos diversos agentes envolvidos e, sobretudo, uma aproximação e atuação concertada para as áreas empresariais da região do Algarve;*
- *Os documentos estratégicos de referência produzidos nos últimos 20 anos referem a necessidade de criação de áreas daquela natureza, que permitiriam criar e atrair empresas para a Região, e dotá-la de um tecido produtivo forte e gerador de emprego;*
- *Verifica-se uma manutenção e a perpetuação dos mecanismos de ocupação e apropriação do território que subsistem sem correspondência com os princípios do material estratégico, legislativo e normativo que foi sendo produzido para as áreas empresariais;*
- *É reconhecido o reduzido conhecimento e notoriedade das áreas empresarias existentes na região do Algarve, bem como a sua fraca estruturação e capacidade de organização; verifica-se a reduzida competências das AEA para a competitividade e capacidade de atração de empresas inovadoras de base tecnológicas;*
- *Existe uma grande dispersão, atomismo e desorganização das áreas empresarias, sem qualquer visão de complementaridade e trabalho de cooperação a nível regional;*
- *Apesar dos esforços desenvolvidos e dos diferentes planos de ordenamento elaborados, constata-se que não se realizaram as transformações desejadas e perspetivadas nos respetivos planos;*
- *Por último, constata-se um significativo número de discordâncias entre os documentos estratégicos e enquadreadores e o planeado, bem como entre o executado e o ocupado.*

...”

Importa, pois, desenvolver e implementar uma estratégia que permita combater as fragilidades atrás enunciadas.

Assim:

8.1 POSICIONAMENTO

Um posicionamento tem uma finalidade de perceção e é:

- uma política e não um resultado,
- uma decisão estratégica,

isto é, uma escolha estratégica que procura dar uma posição credível, diferente e atrativa à área empresarial de Tavira, seja, quais os seus traços salientes e distintivos que permitam aos seus públicos situá-la num universo de áreas empresariais comparáveis e de a distinguir da sua concorrência.

Importante para o posicionamento do Parque Empresarial de Tavira é o seu alinhamento com os fatores críticos de competitividade das áreas de acolhimento empresarial do Algarve.

Vejamos:

FATORES CRÍTICOS DE COMPETITIVIDADE		ELE	MÉD	BAI
Fatores Externos	Distância ao Aeroporto		•	
	Distância a nó da A22	•		
	Proximidade a Unidades de Investigação		•	
	Existência do Gabinete Municipal de apoio à atividade económica	•		
	Existência de um Regulamento que delimite o tipo de atividades que se podem instalar	•		
	Existência de políticas ativas de captação de investimento seletivo para as Áreas Empresariais			•
	Origem das empresas	•		
	Densidade/dinamismo empresarial envolvente (relação com atividades RIS3)		•	
	Ordenamento e licenciamento		•	
Fatores Internos	Incentivos municipais		•	
	Arruamentos	•		
	Saneamento básico	•		
	Redes de energia	•		
	Segurança das Áreas Empresariais		•	
	Redes de comunicação		•	
	Sinalética			•
	Centro de incubação de novas empresas	•		

Salas de formação		•	
Espaço de mostras e exposições	•		
Auditório		•	
Posto de combustível/oficina			•
Dependência bancária/correio			•
Dinâmicas de clusterização		•	
Estrutura de gestão		•	
Condições de expansão	•		

É bom (3,59 pontos num máximo de 5), o alinhamento do Parque Empresarial de Tavira com os fatores críticos de competitividade das áreas de acolhimento empresarial.

A Câmara Municipal de Tavira pretende um posicionamento orientado para o agroalimentar.

Em termos de geografias, o concelho de Tavira, os concelhos vizinhos, a região do Algarve e a região da Andaluzia são origens de empresas ajustadas ao posicionamento elencado.

A ter sempre em conta a possibilidade de atrair investimento, nacional e estrangeiro, para o concelho e, concomitantemente para a região, com particular atenção às atividades económicas assentes nos recursos endógenos associados ao agroalimentar.

Eventualmente, poder considerar, através de incentivos à incubação e à primeira instalação, atrair e conquistar setor(es) inovador(es) alinhado(s) com os principais vetores e desígnios de desenvolvimento do Município e que demonstrem capacidade de atração de empresas, empreendedores(as) e empresários(as),

8.2 FUNDAMENTOS DA ESTRATÉGIA

8.2.1 Direção

O Parque Empresarial de Tavira deve garantir às empresas instaladas a promoção e divulgação das suas atividades, produtos e serviços e localização, bem como proporcionar-lhes serviços de apoio à sua instalação e qualificação, espaços públicos qualificados, áreas de fruição, mobilidade e acessibilidades, limpeza e recolha de resíduos e contribuir para a promoção da plena ocupação dos espaços disponíveis.

8.2.2 Mercados e Abrangência

Empresas locais, regionais, nacionais e estrangeiras de qualquer dimensão e em qualquer estado de maturidade e de desenvolvimento; Associações Empresariais, Administração Pública, Comunidade Científico Tecnológica, Instituições do Sistema Nacional de Inovação, Organizações Públicas, Privadas e Sindicais.

8.2.3 Vantagem

Na construção da sua proposta de valor para o mercado, o Parque Empresarial de Tavira distingue-se dos seus concorrentes através de:

- Orientação para o setor agroalimentar,
- Espaços para venda e aluguer,
- Infraestruturas e redes
- Serviço de atendimento a empresários(as) e empreendedores(as) – Level UP; aconselhamento a este público específico,
- Parque de Feiras e Exposições

8.2.4 Adequação

No seu exercício, o Parque Empresarial de Tavira compromete-se com um desempenho que se adequa e responde às necessidades de cada uma e de todas as empresas instaladas ou a instalar e que supere as suas legítimas expectativas.

8.2.5 Recursos

Através de uma correta, ajustada e sustentada gestão dos recursos disponíveis, sejam eles institucionais, técnicos, tecnológicos, financeiros, organizacionais ou humanos, o Parque Empresarial de Tavira procurará, de forma continuada, a melhoria das condições de fornecimento dos serviços que disponibiliza às empresas instaladas ou a instalar, da sua estratégia de comunicação com os mercados que pretende servir e com as instituições com quem se relaciona, assim como, com a comunidade em que está inserida.

8.2.6 Competências

O Parque Empresarial de Tavira aposta na manutenção e desenvolvimento de uma capacidade organizacional que responda de forma adequada às necessidades das empresas com quem se relaciona e que demonstre elevados níveis de atendimento, cordialidade, criatividade e inovação.

8.2.7 Envolvente

Relativamente aos fatores da envolvente que controla, o Parque Empresarial de Tavira procurará apoiar e desenvolver políticas que promovam a inovação e a competitividade do tecido empresarial presente, a qualidade de vida dos diferentes atores com quem se relaciona, a preservação do meio ambiente, a sustentabilidade, a responsabilidade social empresarial e a igualdade de oportunidades.

8.2.8 Stakeholders

Através do seu sistema de valores o Parque Empresarial de Tavira pretende desenvolver e ampliar uma cultura que assente na satisfação das necessidades e das legítimas expectativas das empresas, instaladas e a instalar, no seu bem-estar e no desenvolvimento do seu capital humano, assim como, na criação de relações de benefício mútuo com todos os seus Parceiros, contribuindo

de forma positiva, para o desenvolvimento económico e social do Algarve em geral e do Concelho de Tavira em particular

8.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

O ponto 3.5 – Expectativas dos Stakeholders, 3.5.1 – Município e 3.5.2 – Empresas/Empresários(as) descreve o que são, de forma assumida, as expectativas dos principais atores da Áreas Empresarial de Tavira.

Naturalmente que, no que respeita ao Município, correspondem integralmente aos objetivos a atingir, sendo que, do lado das Empresas/Empresários(as) se espera que as suas expectativas possam ser transformadas em objetivos cumpridos.

Em sede de candidatura, afirma o Município que, no contexto do concelho de Tavira este projeto irá garantir:

“ ...

- *Um maior dinamismo e inovação empresarial;*
- *Uma aposta em recursos humanos mais qualificados e com capacidade de adaptação a um mundo em permanente mutação;*
- *Um reforço da capacidade de produção de conhecimento comercializável nas entidades do sistema científico regional e nas próprias empresas, bem como o estabelecimento de redes e interfaces para facilitar a endogeneização, pelo tecido empresarial, dos resultados da investigação regional;*
- *Um espaço territorialmente mais ordenado, com uma rede urbana devidamente estruturada e dotada de bons equipamentos e infraestruturas capazes de viabilizar um processo de desenvolvimento muito dependente das comunicações e da qualidade de vida;*
- *A existência de especialização territorial, fortalece a competitividade através do aumento da produtividade, estimulando as empresas inovadoras, gerando novas oportunidades e induzindo o aumento do empreendedorismo;*
- *Neste sentido, esta candidatura vocacionada para uma especialização no agroalimentar, face ao seu contexto, ao criar condições para o desenvolvimento económico, para reforçar a estrutura empresarial já existente, para a criação e instalação de novas empresas e potenciando as parcerias com entidades de âmbito privado e de âmbito público, contribui decisivamente para o aumento da competitividade.*

...”

9. COMUNICAÇÃO

A revolução da informação a que assistimos põe o indivíduo no centro dos acontecimentos e a sociedade em que vivemos adota modelos em rede que, sendo cada vez mais efémeros, são

também mais flexíveis, mais adaptados e mais adaptáveis à enorme diversidade das solicitações que se nos apresentam.

Quem tem mais informação e mais escolha tem, também, mais poder.

E, comunicar, é tornar comum uma informação, uma ideia ou uma atitude.

É o que se pretende com o presente plano de comunicação, elaborado no âmbito do projeto ALGARVE REVIT +.

O objetivo central do projeto ALGARVE REVIT + resulta do reconhecimento por parte dos stakeholders da deficitária promoção e do fraco dinamismo de um significativo número de áreas empresariais na região, bem como da conseqüente necessidade de organizar a atividade e a oferta das Áreas Empresariais do Algarve, de forma conjunta e estruturada, através da criação de uma rede de colaboração, de forma a promover o desenvolvimento económico das PME.

Assim sendo, lógico será que o objetivo de uma comunicação com ele relacionada assente em:

- Informar:
 - Dar conta e divulgar aos diferentes públicos-alvo o que é a área empresarial de Tavira, que objetivos persegue o projeto ALGARVE REVIT +, quais as suas principais atividades e quais os resultados obtidos através da sua implementação;
- Materializar, desenvolver e consolidar a ideia de que a promoção do desenvolvimento económico das PME do Algarve também resulta da criação de uma rede de colaboração entre as Áreas Empresariais do Algarve, que lhes permita atuar de forma conjunta e estruturada;
- Inovar na atitude, entre outros:
 - Dinamizando a rede das áreas empresarias da região do Algarve;
 - Promovendo a comunicação entre as PME e a sua promoção no mercado através da criação de uma plataforma online e respetivo website para a promoção da rede AEA;
 - Promovendo o desenvolvimento de processos colaborativos entre as áreas empresariais do Algarve e entre as PME localizadas nestes centros de acolhimento;
 - Promovendo e divulgando a rede de áreas empresarias da região do Algarve a nível regional e nacional;
 - Munindo as áreas empresariais com competências para a promoção e posicionamento no mercado;
 - Promovendo as áreas empresarias junto de potenciais PME para o seu acolhimento;
 - Promovendo as atividades das empresas existentes nas áreas empresarias;
 - Incentivando o intercâmbio e a cooperação entre as empresas das áreas empresarias, para o desenvolvimento de negócios conjuntos e em cooperação;

9.1 ESTRATÉGIA

Serão os seguintes os valores da estratégia de comunicação:

- Dinâmica e proximidade,
- Transparência e credibilidade,
- Clareza e simplicidade,
- Redes e parcerias.

Estratégia de comunicação que se obriga a ser:

- Credível, garantindo plena informação do projeto ALGARVE REVIT + e do seu subsequente escrutínio e validação de resultados;
- Acessível, porque indutora de uma forte mobilização dos potenciais beneficiários do projeto e do reconhecimento da sua relevância pelo público regional;
- Dinâmica, como valor identificador de modernidade e de inovação, gerador de procura qualificada de conhecimento e interiorização do esforço nacional, regional e comunitário para a plena harmonização de Portugal e da Região Algarve na vitalidade Europeia;
- Clara, como valor indutor da confiança e da relevância do CRESC ALGARVE 2020 – Programa Operacional Regional do Algarve 2014/2020 na consolidação do progresso e da competitividade das empresas desta Região.

A abordagem de comunicação do Plano obriga-se a produzir efeitos práticos mensuráveis, estruturando-se numa rede de instrumentos e ações orientados por:

- Visibilidade afirmativa, pela conceção de imagem de marca própria (ÁREAS EMPRESARIAIS DO ALGARVE/PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA), apelativa e diferenciadora, capaz de facilitar o discurso de afirmação e de relevância do CRESC ALGARVE 2020;
- Proximidade mediática, pela seleção de canais de comunicação sintonizados com os públicos-alvo e facilitadores de uma maior proximidade entre todos os atores do projeto;
- Empatia das ações, pela criação de uma multiplicidade de suportes de comunicação facilmente descodificáveis;
- Eficácia das mensagens, pela monitorização continuada da assertividade das ações.

9.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO

- Criar um contexto favorável ao reforço da disseminação e interiorização pelas empresas do concelho da importância da promoção das suas atividades numa lógica de rede colaborativa, tendo em vista o aumento da sua rentabilidade;
- Promover uma maior competitividade das empresas da área empresarial de Tavira;
- Promover o desenvolvimento de processos colaborativos entre as áreas empresariais do Algarve e entre as PME localizadas nestes centros de acolhimento;
- Atrair empresas e empresários(as);

- Dinamizar as relações de parceria e de associação interempresas com o intuito de fazer crescer a dimensão empresarial e aumentar a sua massa crítica;
- Incentivar o intercâmbio e a cooperação entre as empresas das áreas empresariais, para o desenvolvimento de negócios conjuntos e em cooperação;
- Apoiar o incremento do capital humano.
- Contribuir para um Algarve com um maior volume de negócios e criação de mais riqueza;

9.3 MARCA E IDENTIDADE



Áreas Empresariais do Algarve

O símbolo é representativo da silhueta geográfica da região.

É um símbolo distinto, constituído por formas simples e geométricas, que tornam fácil a identificação visual da marca.



Tavira

Parque Empresarial de Tavira

A solução encontrada passa pela distinção através dos nomes das áreas (concelhos), mantendo a mesma linha gráfica da marca mãe

Estacionário e Manual de Normas em curso de desenvolvimento

9.4. PÚBLICOS-ALVO

Públicos-Alvo	Objetivos Específicos
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas • Empresários(as) • Empreendedores(as) • Gestores(as) 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar adesão para a participação no projeto, • Chamar a atenção para a importância da construção de redes colaborativas, • Contribuir para uma atitude mais inovadora, com mais abertura ao exterior e maior capacidade de associação e mais parceria entre as empresas, • Mobilizar o tecido empresarial do Concelho para a adesão aos processos colaborativos, • Contribuir para o aumento do volume de negócios das empresas instaladas No Parque Empresarial de Tavira, • Promover a disseminação dos resultados obtidos e das ferramentas desenvolvidas com a implementação do projeto ALGARVE REVIT +, • Promover e criar notoriedade para a marca ÁREAS EMPRESARIAIS DO ALGARVE
<ul style="list-style-type: none"> • Município de Tavira • Outros Municípios diretamente envolvidos no projeto • Restantes Municípios do Algarve • Comunidade Intermunicipal 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar as lideranças para os apoios necessários à concretização dos objetivos global e específicos • Divulgar o projeto, objetivos, atividades e resultados • Apoiar a mobilização do tecido empresarial afeto a cada uma das áreas empresariais para a sua plena adesão ao projeto
CRESC ALGARVE 2020 CCDR Algarve	Informar da realização e do conteúdo das ações desenvolvidas ou a desenvolver
Potenciais parceiros *	Conquistar adesão e participação efetiva para o apoio à prossecução e concretização dos objetivos
Universidade do Algarve; CRIA - UAlg	Conquistar adesão, empenho e partilha para o apoio e a divulgação do Projeto
Associações Empresariais	Divulgação e promoção do projeto
Público em geral	Partilhar informação e valores e reforçar <i>goodwill</i>

Eventualmente, poderão ser potenciais parceiros (*):

- IAPMEI
- AICEP
- IEFP
- Turismo do Algarve/Turismo Portugal
- AIP
- Portugal Ventures
- PME Investimentos
- SPGM, Sociedade de Investimentos, S.A./Garantia Mútua
- Agência Nacional de Inovação
- COTEC Portugal
- Associação Portuguesa de *Business Angels*
- Plataformas de *Crowdfunding*
- Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME)
- Enterprise Europe Network.

9.4 GEOGRAFIAS-ALVO

Tendo em consideração:

- O conjunto de oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos da região do Algarve e do Concelho de Tavira e respetivas perspetivas de desenvolvimento,
- As características intrínsecas da área empresarial constituída, dos sectores de atividade presentes, do tipo de empresas instaladas, suas origens, atividades, dimensão, histórico, atitude e mentalidades,
- Espaços para venda ou aluguer existentes,
- Recursos disponíveis,
- Disponibilidade de terrenos.

As geografias de promoção e divulgação da Área Empresarial de Tavira a considerar deverão sair de, por ordem da sua importância:

- Cidade de Tavira
- Concelho de Tavira,
- Concelhos vizinhos,
 - Razões de proximidade fundamentam estas geografias;
- Região Algarve,
- Região adjacente – Baixo Alentejo,
- Região transfronteiriça Ayamonte/Huelva
- Andaluzia
 - Geografias potencialmente interessadas nos pontos fortes do Parque Empresarial de Tavira para os sectores agroalimentar e logística.

Tavira está geminada com:

- Lancut – Polónia
- Kenitra – Marrocos
- Perpignan – França
- Porto Novo – Cabo Verde
- Punta Umbria – Espanha
- San Bartolomé de la Torre – Espanha

Com exceção dos municípios de Porto Novo – Cabo Verde e de San Bartolomé de la Torre – Espanha, os acordos de geminação subscritos especificam, entre outras áreas de cooperação:

- Apoio ao desenvolvimento económico e às trocas comerciais entre empresas de ambos os territórios;
- Comércio e indústria: intercâmbio e dinamização empresarial;
- Desenvolvimento económico e tecnológico;
- Atividades de intercâmbio e dinamização empresarial, visando o seu contributo para a criação de novas empresas, reforço das trocas de bens e serviços e empregos mais qualificados.

Assim, também por aqui, haverá “terreno” para incrementar este tipo de parceria, visando a internacionalização do Parque Empresarial de Tavira.

9.6 MENSAGEM

Coincidente com a Visão:

PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA, uma porta aberta para a valorização e competitividade das empresas

Qualquer mensagem a transmitir deverá incluir: “quem”, “o quê”, “quando”, “porquê”, “como” e “por quem”, obedecendo ao seguinte critério informativo:

- Logótipos do Projeto, Promotores e Cofinanciamento,
- Identificação do projeto e dos Promotores,
- Objetivos do projeto,
- Identificação da Ação com indicação do local, dia e hora da sua realização,
- Objetivos da Ação,
- Explícita referência às entidades cofinanciadoras

10. ATIVIDADES DO PROJETO E SUA COMUNICAÇÃO

À data, das dezassete atividades do projeto, requerem ações de comunicação, sejam de âmbito local, regional ou nacional, as seguintes:

Ati. Nº	Atividade	LOC	REG	NAC
2	Website da Rede - plataforma eletrónica inteligente	•	•	
9	Promoção das AE	•	•	•
10	Mostras Empresariais das AE	•	•	
13	Iniciativas de intercâmbio empresarial nas AE	•		
14	Laboratório de aceleração de iniciativas de cooperação empresarial nas AE	•	•	
15	Workshops temáticos	•		
16	Conferência Internacional sobre Competitividade das Áreas Empresariais	•	•	•

10.1 SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

A considerar:

Suportes de Comunicação	Atividades						
	2	9	10	13	14	15	16
Convite			•				•
Banner	•	•	•			•	•
Plataforma projeto	•	•	•	•	•	•	•
Sites Promotores	•	•	•	•	•	•	•
Redes sociais projeto	•	•	•	•	•	•	•
Redes Sociais Promotores	•	•	•	•	•	•	•
Nota de Imprensa	•	•	•				•
Anúncio Imprensa	•	•	•		•	•	•
Spot Rádio		•	•		•	•	•
E mail			•	•	•	•	•
Contacto telefónico			•	•	•	•	•

Em função da realização das diferentes atividades do Projeto, serão concebidos *banners*, anúncios impressos e digitais, outdoor e notas de imprensa, para os meios de comunicação selecionados. A conceção gráfica dos meios de comunicação será desenhada sempre alinhada com a marca e identidade do Projeto.

10.2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO

10.2.1 Relações Públicas

As relações públicas são, muitas vezes, subutilizadas como táticas resultando apenas na criação de uma notoriedade indiferenciada, quando a sua lógica deverá ser estratégica, de modo a favorecer a criação e sustentação de uma imagem forte que reverterá numa vantagem competitiva a longo prazo.

Qualquer atividade de relações públicas deve ser conduzida de forma consistente ao longo do tempo e não como ações esporádicas.

Competirá aos Promotores identificar e definir públicos-alvo, eixos de comunicação, principais mensagens e meios, com o objetivo de criar uma atitude positiva para com as Áreas empresariais de Lagos, criar a sua imagem e afirmar a sua personalidade com o intuito de desenvolver um clima de confiança e de compreensão

A Área Empresarial de Tavira tem atores com grande visibilidade e notoriedade pública, desde logo o Senhor Presidente (que também assegura a presidência da Comunidade Intermunicipal do Algarve) e o Senhor Vereador do Urbanismo, Inovação e Empreendedorismo, bem como, o Senhor Presidente do NERA e alguns dos empresários instalados.

Relações Públicas Institucionais:

- Municípios
- Comunidade Intermunicipal
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve; CRESC ALGARVE 2020
- Universidade do Algarve
 - Enquanto potencial fonte de empreendedorismo e de empreendedores, particular atenção deverá ser dada à Universidade do Algarve, nomeadamente aos seus seguintes departamentos:
 - CRIA,
 - CCMar,

bem como, aos seus Estudantes e Professores e aos seus *Campi*.

- AICEP
- IAPMEI
- IEFP
- Turismo de Portugal
- Portugal Ventures
- PME Investimentos
- SPGM - Sociedade de Investimentos
- Agência Nacional de Inovação
- COTEC

- Associação Portuguesa de *Business Angels*
- Plataformas de *Crowdfunding*
- Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME)
- Enterprise Europe Network.

Relações Públicas com a Imprensa

- Reuniões presenciais para *Briefing de Media* que, no sentido do pleno entendimento e de uma clara compreensão do projeto ALGARVE REVIT +, dos objetivos a atingir e do propósito das atividades a divulgar e promover, disponibilizarão aos meios de comunicação selecionados e a contratar, informação necessária e suficiente donde constará, nomeadamente:
 - Identificação do projeto,
 - Promotores,
 - Objetivos, geral, específicos e de comunicação,
 - Caracterização da envolvente, externa e interna,
 - Estratégia de comunicação: valores, objetivos, públicos-alvo, arquitetura,
 - Serviços a contratar,
 - Prazo de execução,
 - Informação de retorno a requerer ao meio de comunicação,
 - Âmbito e condições de fornecimento
 - Cronograma previsional,
 - Budget atribuído.

10.2.2 Imprensa

Salvo erro ou omissão, são os seguintes os jornais (edição impressa e/ou online) com sede no Algarve:

- Jornal do Algarve; www.jornaldoalgarve.pt
- Barlavento; www.barlavento.pt
- DiarioOnline Algarve – www.regiao-sul.pt
- Algarve Express; www.algarveexpress.pt
- Algarve Primeiro; www.algarveprimeiro.com
- Sulinformação; www.sulinformacao.pt
- Algarve Press Diário; <http://algarvepressdiario.wordpress.com/>
- A Voz de Loulé; www.avozdeloule.com
- O Louletano; <https://www.facebook.com/O.Louletano/>
- Mais Algarve; <https://www.maisalgarve.pt/>
- Folha do Domingo; <http://folhadedomingo.pt>
- Postal do Algarve; <http://issuu.com/postaldoalgarve>
- Notícias de S. Brás;

http://sambrasense.boletim.org/index.php/Not%C3%ADcias_de_S._Braz

Com uma distribuição por todo o concelho, Tavira – Agenda Municipal, se assim for entendido quer pela sua Direção quer pela sua Coordenação Editorial, pode ser um excelente e nobre meio de comunicação.



O mesmo se poderá afirmar quanto à *Newsletter*:



que, salvo melhor entendimento, poderia vir a considerar, sobre o projeto ALGARVE REVIT + e a área empresarial de Tavira, entre outras possibilidades:

- Entrevista com o Sr. Presidente da Câmara, ou com o Senhor Vereador do Urbanismo, Inovação e Empreendedorismo
- Entrevistas com empresário(s) instalados na área empresarial,
- Reportagem sobre as iniciativas do projeto, por exemplo: mostra empresarial e conferência internacional,
- Nota explicativa sobre a plataforma do projeto.

Quanto à imprensa de âmbito nacional, os últimos dados publicados registam a seguinte tiragem e circulação, segundo a APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação:

Título	Periodicidade	5º Bimestre 2018		6º Bimestre 2018	
		Tiragem	Circulação	Tiragem	Circulação
Correio da Manhã	Diário	128 239	89 838	114 723	20 119
Público	Diário	33 173	32 623	31 596	32 423
Jornal de Notícias	Diário	62 650	48 231	60 748	47 163
Jornal de Negócios	Diário	12 418	11 127	11 887	11 881
Jornal Económico	Semanal	9 440	5 804	9 440	6 175
Diário de Notícias	Semanal	28 000	9 163	22 222	8 669
Expresso	Semanal	82 400	87 769	79 114	85 193
Sábado	Semanal	63 881	41 333	57 497	37 850
Vida Económica	Semanal	11 684	5 897	11 769	5 901
Visão	Semanal	58 333	43 961	52 600	34 704

Fonte: APCT

Nenhum jornal com sede no Algarve tem tiragem e circulação auditadas pela APCT.

Jornal Nacional ainda a selecionar.

Sugestões:

- Jornal do Algarve,
- Sulinformação

- Jornal de Negócios,
- Jornal Económico

O número de meios a contratar está diretamente relacionado com o budget que vier a ser alocado.

A seleção dos meios a contratar deverá ter sempre em conta a opinião e a aprovação do Gabinete de Comunicação e Relações Públicas da Câmara Municipal de Tavira.

10.2.3 Rádio

Rádios com sede no Algarve e operação/cobertura no Concelho de Tavira, previamente selecionadas

Salvo erro ou omissão, são os seguintes as estações de rádio no Algarve:

- RUA – Rádio Universitária do Algarve – Faro
 - <https://www.rua.pt/>
- Rádio Record – Silves
 - <https://www.recordfm.pt/>
- Kiss Algarve – Albufeira
 - <https://www.kissfm.pt/>
- Rádio Sagres – Almancil
 - <https://www.kissfm.pt/>
- Rádio Gilão – Tavira
 - <https://www.radiogilao.com/>
- Rádio Foia – Monchique
- Rádio Lagoa – Lagoa
 - <https://www.radiolagoa.pt/>
- Rádio Costa d’Oiro – Portimão
- Rádio Alvor – Portimão
 - <https://www.alvorfm.com/>
- Rádio Guadiana – Vila Real de Santo António
 - <https://www.radioguadiana.pt/>
- Rádio Horizonte Algarve – Tavira
 - <https://www.radiohorizonte.com/>
- Rádio Total – Loulé
 - <https://totalfm.pt/>
- Rádio Solar – Albufeira
 - <https://radio-solar-2.webnode.pt/>
- Rádio RMS – Portimão
 - <https://rmsonline.wixsite.com/radio>

Emissão regular e digital.

Quanto às rádios com cobertura nacional, são os seguintes os seus valores de share:

RESULTADOS DA VAGA DE FEVEREIRO DE 2019

(1ª Vaga 2019)

GRUPO/ESTAÇÃO	REACH SEMANAL %	AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA %	SHARE DE AUDIÊNCIA %
TOTAL RÁDIO	83,3	59,9	100,0
Grupo Renascença Multimédia ⁽¹⁾	50,4	25,3	35,7
RFM	37,3	17,6	23,7
Renascença	13,0	5,4	7,8
Mega Hits	8,8	2,9	2,3
R. Sim	1,8	0,9	1,9
Grupo Media Capital Rádios ⁽²⁾	51,5	27,1	34,4
R. Comercial	38,6	18,0	20,6
M80	16,8	7,0	10,2
Cidade FM	9,3	3,4	2,5
Smooth FM	2,5	0,9	0,9
Vodafone FM	0,8	0,3	0,3
Grupo RTP ⁽³⁾	13,4	6,6	9,4
Antena 1	9,4	4,5	6,6
Antena 3	4,0	1,6	1,9
Antena 2	1,3	0,6	0,4
RDP África	0,4	–	–
TSF	8,4	3,2	3,4
Outras Estações ⁽⁴⁾	23,2	9,3	14,0
Não sabe Estação	5,0	2,2	3,1
UNIVERSO	8 563 501	8 563 501	8 563 501

(1) Inclui R.Renascença, RFM, Mega Hits e R. Sim

(2) Inclui R.Comercial, Cidade FM, M80, Vodafone FM e Smooth FM

(3) Inclui Antena 1, Antena 2, Antena 3 e RDP África

(4) Todas as estações que não fazem parte dos grupos anteriores

Nota 1: Apenas são apresentados resultados das estações que (A) façam parte de um grupo considerado de cobertura nacional (presente nas seis regiões MARKTEST) e (B) tenham um mínimo de 30 referências na amostra, no indicador em questão.

Nota 2: Também para cada grupo só são apresentadas as estações com um mínimo de 30 referências. Por essa razão, o somatório das respectivas estações apresentadas pode não totalizar o valor do respectivo grupo.

Fonte: Marktest – Bareme Rádio

Rádio Nacional ainda a seleccionar.

Sugestões:

- Rádio Gilão – Tavira,
- Rádio Guadiana – Vila Real de Santo António
- TSF

O número de meios a contratar está diretamente relacionado com o *budget* que vier a ser alocado.

A seleção dos meios a contratar deverá ter sempre em conta a opinião e a aprovação do Serviço de Comunicação da Câmara Municipal de Lagos.

10.2.4 Nota de Imprensa

Em função da realização das diferentes atividades do projeto, elaboração e distribuição de notas de imprensa aos meios de comunicação, selecionados e não selecionados.

10.2.5 Marketing Digital

Otimização de soluções em suportes digitais e em plataforma(s) considerada(s) como a(s) mais apropriada(s), face aos segmentos e geografias alvo, com planeamento e controlo, garantindo um justo retorno do investimento.

- Criação e gestão de campanhas em Google Adwords,
- Criação e gestão de campanhas em Facebook Ads,
- Gestão e implementação dos conteúdos digitais através de notícias e abertura de links para a plataforma do Projeto nos sites institucionais de:
 - Câmara Municipal de Tavira;
 - Comunidade Intermunicipal do Algarve,
 - Transferência de informação para outras Comunidades Intermunicipais
- AMAL e NERA,
 - Transferência de informação para outras Associações Empresariais com pedido expresso de divulgação junto dos seus associados, nomeadamente: CIP, AIP, AEP, CCP, CTP e Associações e Núcleos Empresariais de norte a sul de Portugal, ANJE, ANE.

10.2.6 LEVEL UP – Centro de Negócios



Level Up, um espaço com instalações confortáveis, no centro de Tavira, com uma imagem corporativa forte, salas de reunião e de trabalho devidamente equipadas e acima disto tudo, gerador de um ambiente empreendedor e dinâmico para além da limitação física do edifício.

Serviços prestados:

- Espaço *Coworking*,
- Incubação/Escritório Virtual
- Incubação de Empresas
- Centro de Negócios
- Balcão do empreendedor
- Sala de Reuniões

10.3 PUBLICIDADE

Com os seguintes objetivos:

- Criar visibilidade e notoriedade para a marca Área Empresarial de Tavira,
 - capacidade de identificar de forma suficientemente detalhada a marca Área Empresarial de Tavira para que a possa propor, escolher ou utilizar;
- Criar uma atitude favorável à marca Áreas Empresariais de Lagos,
 - Nível de resposta afetiva – atributo(s) para os quais a marca está bem posicionada relativamente aos seus concorrentes, reforçar a perceção do grau de presença na marca de atributo(s) determinante(s) da escolha, eliminar atitude negativa em relação à marca, associando-a aos seus valores positivos, modificar a perceção do grau de presença de atributo(s) determinante(s) nos concorrentes,
- Estimular a intenção de “compra” e a “compra” da marca Área Empresarial de Tavira,
 - Nível de resposta comportamental – estímulos que precipitem a decisão de compra.

10.3.1 Imprensa Regional

- Anúncios no formato ¼ de página a cores,
- Conteúdos a validar pelos Promotores,
- *Banner* nas edições online e redes sociais,
- Eventual cobertura das ações públicas do projeto, com entrevistas personalizadas a diferentes atores do projeto.

10.3.2 Imprensa Nacional

- Meio(s) de comunicação, formato e conteúdos ainda a definir.

10.3.3 Rádio Regional

- *Spots* Rádio com a duração de 30"/45"
- Conteúdos a validar pelos Promotores,
- *Banner* nas edições online e redes sociais,
- Eventual cobertura das ações públicas do projeto, com entrevistas personalizadas a diferentes atores do projeto.

10.3.4 Rádio Nacional

- Meio(s) de comunicação, formato e conteúdos ainda a definir.

10.3.5 Direta

- Plataforma digital do projeto e suas redes sociais,
- Mostra, Fórum e Laboratório de Aceleração de Projetos
 - Realização da Mostra Empresarial das empresas instaladas na Área Empresarial de Tavira, Fórum para a Competitividade das Áreas Empresariais e Laboratório de Aceleração de Iniciativas de Cooperação Empresarial nas Áreas Empresariais
 - 5 e 6 de Junho de 2019,
 - Mercado da Ribeira de Tavira;
- Conferências, palestras, *workshops* e outros eventos similares
 - Datas e locais a designar
- Notícia de destaque e abertura de links para a plataforma do projeto nos sites institucionais de:
 - Câmara Municipal de Tavira,
 - Comunidade Intermunicipal do Algarve,
 - E transferência de informação para outras Comunidades Intermunicipais
 - NERA,
 - E transferência de informação para outras Associações Empresariais com pedido expresso de divulgação junto dos seus associados, nomeadamente: CIP, AIP, AEP, CCP, CTP e Associações e Núcleos Empresariais de norte a sul de Portugal, ANJE, ANE

10.3.6 Exterior

- *Outdoor*
 - Clara identificação da Áreas Empresarial nas suas entradas principais,
 - Grande formato: 8X3 metros
- *MUPI*
 - Formato médio,
 - Localização: paragens de autocarro, nos passeios e praças e em locais da via pública onde há maior passagem de transeuntes a designar
 - Em número a determinar.
- Sinalética

De elevada importância e relevância para as empresas instaladas.

Deve ter as pessoas como centro do esforço comunicacional, garantir boa acessibilidade às empresas instaladas nas áreas empresariais, de forma rápida e precisa, evitando ambiguidades e indecisões, constituindo-se como um fator de qualidade de vida, constituindo-se como facilitadora no acesso a um destino pretendido e ser consistente e coerente

10.3.7 Estática

Produção de *rollups* de identificação e publicitação do projeto.

Estes *rollups* devem estar permanentemente expostos na entrada dos edifícios da Câmara Municipal de Lagos, na AMAL e no NERA, de forma bem visível e em local de forte passagem de pessoas, assim como, em todo e qualquer evento público relacionado com o projeto.

10.3.8 Merchandising

Ainda a designar, entre outros:

- Pastas para documentos,
- Bloco de notas,
- Esferográficas,
- Folhetos.

11. MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO

Um Plano de Comunicação é um guia que se deverá entender como uma ferramenta dinâmica e flexível e suscetível dos ajustamentos que a implementação e o desenvolvimento do projeto vierem a sugerir e, por isso mesmo, deverá ser objeto de monitorização contínua ao longo do período de implementação do projeto, no sentido de se verificar o cumprimento dos objetivos traçados.

Para tanto, se assim o entenderem os Promotores, poderão ser definidos, monitorizados e avaliados, entre outros, os seguintes indicadores:

- Número de publicações de comunicação/promoção do projeto:
 - Jornais/Revistas, edição impressa e online Regionais e Nacionais,
 - Rádio.
 - Eventualmente, aquisição de *clipping de media*
- Número de anúncios:
 - Imprensa, edição impressa e online
 - Spots de rádio transmitidos
- Número de visitas à Plataforma do projeto,
- Número de Ações desenvolvidas e número de participantes,
- Número de intervenções de proximidade do Gabinete de Gestão para as Áreas Empresariais,
- Merchandising: produtos e quantidades produzidas e distribuídas,

12. SUGESTÕES

12.1 NOTA DE IMPRENSA

Formato A4:

Cabeçalho:

LOGÓTIPO DO PROJETO	LOGÓTIPOS dos PROMOTORES
------------------------	--------------------------

NOTA DE IMPRENSA

Conteúdo, conciso, preciso, objetivo e simples:

- Identificação do projeto
- Identificação dos Promotores
- Descrição da ação ou da atividade a comunicar
- Identificação do local data e hora da ação ou atividade a comunicar
- Referência ao acesso eletrónico da Plataforma
- Outra informação relevante
- Referência explícita das Entidades Cofinanciadoras do Projeto

Rodapé:

LOGÓTIPOS DAS ENTIDADES COFINANCIADORAS

12.2 ANÚNCIO DE IMPRENSA

Formato ¼ de página

- Diferentes dimensões de mancha consoante o formato

LOGÓTIPO DO PROJETO	LOGÓTIPOS dos PROMOTORES
<p>Ação ou atividade a promover</p> <p>Local, data e hora</p> <p>Para mais informações</p> <p>Site da Plataforma ou sites dos Promotores</p> <p>Nº de telefone de contacto</p> <p>Resposta que se pretende concretizar com o anúncio:</p> <p>INSCRIÇÃO</p> <p>PARTICIPAÇÃO</p> <p>OUTRA</p>	
LOGÓTIPOS DAS ENTIDADES COFINANCIADORAS	

12.3 Spot Rádio

Formato: 30/45"

Conteúdo:

- Identificação do Promotor
- Eventual identificação do público(s)-alvo
- Identificação da ação ou atividade a promover
- Outra informação relevante
- Local, data e hora da ação ou atividade a promover
- Referência à resposta que se pretende concretizar com a ação de promoção
- Referência explícita às Entidades de cofinanciamento do projeto

13. PLANO DE AÇÃO

Relembrar os objetivos operacionais do projeto REVIT + ALGARVE e que constam do seu processo de candidatura:

“... a estratégia de intervenção para o curto e médio prazo assenta num grande vetor que direciona e guia o presente projeto, a saber: a revitalização das áreas empresariais da região do Algarve, através do reforço da capacitação e da promoção das PME’s instaladas nessas áreas, num modelo de gestão e de marketing inovadores. A operacionalização desta estratégia concretiza-se através da execução de 3 grandes componentes:

- 1 – *Promoção das Áreas Empresariais;*
- 2 – *Capacitação das Áreas Empresariais;*
- 3 – *Gestão das Áreas Empresariais*

...”

A realização destas três etapas, foi consubstanciada em 16 atividades, a saber:

- 1. Criação de uma identidade corporativa para a Rede Áreas Empresariais do Algarve;
- 2. Aumentar a comunicação entre as PME’s das Áreas Empresariais do Algarve e promover as suas atividades e serviços no mercado, através da criação de 1 plataforma de comunicação online;
- 3. Elaboração e dinamização de um *website* para a promoção da rede Áreas Empresariais do Algarve;
- 4. Criar e dinamizar uma base de dados com todas as empresas existentes na rede de Áreas Empresariais do Algarve;
- 5. Conceber diverso material de promoção da Rede Áreas Empresariais do Algarve, nomeadamente *rollups* e folhetos, entre outros;
- 6. Elaborar um plano estratégico, marketing e comunicação, para cada uma das três Áreas Empresariais selecionadas;
- 7. Disseminar e divulgar o projeto pelas PMEs localizadas nas Áreas Empresariais selecionadas;
- 8. Conceber a imagem corporativa de cada uma das três Áreas Empresarias selecionadas;

- 9. Conceber e reproduzir material diverso para a promoção das três Áreas Empresariais selecionadas, nomeadamente capas, *rollups* e folhetos;
- 10. Conceber e dinamizar uma campanha de comunicação para cada uma das três Áreas Empresariais selecionadas;
- 11. Promover as empresas localizadas nas Áreas Empresariais, através da realização de três Mostras Empresariais e de 3 Vídeos Reportagens sobre as Mostras;
- 12. Identificar os fatores críticos para a competitividade e sucesso das Áreas Empresariais da Região do Algarve;
- 13. Promover o intercâmbio e a cooperação entre as PME das Áreas Empresariais, através da dinamização de seis iniciativas de intercâmbio empresarial;
- 14. Realizar seis Laboratórios de Aceleração de Iniciativas de cooperação empresarial para o desenvolvimento e aprofundamento de projetos em cooperação;
- 15. Executar seis workshops sobre a competitividade e inovação;
- 16. Realizar 1 conferência internacional sobre a competitividade das Áreas Empresariais;

13.1 Atividades realizadas

Pela sua importância, no presente e, particularmente, no futuro, forçoso será destacar a constituição da Comissão de Acompanhamento do Parque Empresarial de Tavira.

As empresas que afirmaram estar disponíveis para vir a integrar a Comissão de Acompanhamento do Parque Empresarial de Tavira são as seguintes:

- Auto Peças Sousa
- Algarsilva, Lda.
- Betão Liz, SA
- Donato Rosa, Automatismos, Lda.
- Digigás, Lda.
- Trops, SRL

Comissão de Acompanhamento que dispõe já, desde 09.06.2018, de um Regulamento e cuja Nota Introdutória citamos:

REGULAMENTO

COMISSÃO DE ACOMPANHAMENTO DO PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA

Nota Introdutória

Partindo das vontades da Câmara Municipal de Tavira, da Associação Empresarial da Região do Algarve (NERA) e das empresas instaladas, no âmbito do projeto Algarve REVIT+, integrada numa operação integrada que visa a dinamização, promoção e capacitação do Parque Empresarial de Tavira, é constituída a COMISSÃO DE ACOMPANHAMENTO DO PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA, que seguidamente, de forma abreviada, se passa a designar COMISSÃO DE ACOMPANHAMENTO, que se rege pelo presente regulamento.

Com a participação de representantes da Câmara Municipal de Tavira e do NERA e elaboração das respetivas atas, a Comissão de Acompanhamento do Parque Empresarial de Tavira reuniu por duas vezes em:

- 09.06.2018 – participaram 2 empresas
- 12.11.2018 – participaram 5 empresas

Também, foram executadas as seguintes atividades e que tiveram a participação que se indica:

- Reuniões de Trabalho:
 - 13.02.2019 – 9 Empresas
 - 08.05.2019 – 7 Empresas
 - 06.09.2019 – 4 Empresas
- Workshops
 - 05.06.2019 – 14 Empresas
 - 06.06.2019 – 13 Empresas
- Laboratórios de Aceleração de Projetos
 - 05.06.2019 – 6 Empresas
 - 06.06.2019 – 7 Empresas
 - 06.09.2019 – 4 Empresas
- Mostra Empresarial
 - 05 e 06.06.2019 – 11 Empresas

No dia 19.09.2019 decorreu a Conferência Internacional sobre a Competitividade das Áreas Empresariais do Algarve que integrou 3 painéis, a saber:

- 1 – Resultados do Projeto ALGARVE REVIT +
 - Intervêm:
 - Promotores: AMAL, CCDR Algarve, NERA, Câmaras Municipais de Lagos, Tavira e Loulé
- 2 – Práticas Inovadoras na Gestão de Áreas Empresariais
 - Intervêm:
 - Confederación Española de Áreas Empresariales (CEDAES)



<http://cedaes.es/>

- A Confederación Española de Áreas Empresariales (CEDAES), fundada em Madrid em 17 de fevereiro de 2015, visa melhorar a gestão das mais de 6.000 áreas industriais localizadas em Espanha. Defende as preocupações e interesses de dezenas de milhares de empresas localizadas em áreas industriais e atua como interlocutor entre as áreas industriais e as administrações públicas locais, regionais e nacionais.

- Apresentação: A Gestão das Áreas Empresariais em Espanha
- Coordinadora Española de Poligonos Empresariales



<https://www.poligonosempresariales.es/>

- A Coordinadora Española de Poligonos Empresariales (CEPE) é uma associação nacional de Espanha sem fins lucrativos e com personalidade jurídica própria.

A CEPE foi fundada em 29 de setembro de 1998 nas Astúrias e agrupa federações e associações de áreas de negócios e outras entidades formadas por empresários ou proprietários vinculados à gestão, operação ou revitalização de áreas de negócios, com ampla representação em todo o território.

Também fazem parte da CEPE como entidades colaboradoras as organizações públicas e privadas, cujos objetivos são a defesa, gestão e melhoria das áreas de negócios.

À data, integra mais de 90.000 empresas.

- Apresentação: A Certificação “Polígono Empresarial de Calidad”
- Plataforma Áreas de Acolhimento Empresarial – Região Norte de Portugal



<http://aae.ccdr-n.pt/>

- Esta plataforma disponibiliza gratuitamente informação sobre os espaços estruturados para a localização de empresas na Região do Norte de Portugal.
 - Apresentação: Plataforma Áreas de Acolhimento Empresarial – Região Norte de Portugal
- 3 – O futuro das Áreas Empresariais em Portugal e no Algarve
 - Intervêm:
 - IAPMEI – As Zonas Empresariais Responsáveis (ZER) no contexto 2030
 - AICEP Global Parques – Fatores Críticos de Sucesso na Captação de Investimento para o Algarve e Apresentação da Plataforma

<http://www.portugalsiteselection.pt/>

- AIP – Áreas Empresariais em Portugal, que futuro?

Encerrou a Conferência o Senhor Ministro do Planeamento.

14. SUGESTÕES DE CONSOLIDAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PARQUE EMPRESARIAL DE TAVIRA NO PÓS-PROJETO ALGARVE REVIT +

14.1 Chave de Sucesso

A constituição da Comissão Instaladora e a sua evolução para a Comissão de Acompanhamento do Parque Empresarial de Tavira é, sem qualquer margem para dúvida, determinante.

O Regulamento da Comissão de Acompanhamento do Parque Empresarial de Tavira, estabelece no ponto 3 do seu Artigo 5º, as competências da Comissão Permanente e que de seguida se recordam:

“...

- a) Elaborar o plano de atividades para a dinamização, promoção e cooperação;*
- b) Propor e avaliar o funcionamento dos meios comuns – infraestruturas, sinalética e outros meios;*
- c) Zelar e fazer zelar pelo bom estado de conservação, limpeza e manutenção de espaços, infraestruturas e equipamentos, em articulação com as entidades competentes para o efeito;*
- d) Zelar e fazer zelar pelo bom estado de conservação, limpeza e manutenção de espaços comuns e privados enquanto componente relevante para a imagem de qualidade do Parque Empresarial de Tavira;*
- e) Diligenciar no sentido de operacionalizar o proposto em Assembleia Geral, nomeadamente o que decorra da execução do plano de atividades aprovado;*
- f) Aceitar adesões e propor exclusões;*
- g) Debater, emitir pareceres e apresentar propostas em tudo o que seja do interesse comum para as áreas empresariais referidas no nº2 do Art.º 1.*

...”

Em conjunto com a Câmara Municipal e com o NERA é fundamental que os empresários e as empresárias do Parque Empresarial de Tavira, de forma ativa e empenhada se envolvam na definição e na implementação do destino e do futuro da mesma.

14.2 Sugestões de Trabalho

Elencam-se da seguinte forma:

- O progressivo alinhamento do Parque Empresarial de Tavira com os fatores críticos de competitividade das Áreas de Acolhimento Empresarial do Algarve, deverá constituir uma prioridade central da Comissão Instaladora/Comissão Permanente;
- Particular atenção deverá ser dada pela Comissão Instaladora/Comissão Permanente aos temas da sustentabilidade e da responsabilidade empresarial (social e ambiental);
- É óbvio que, por parte da Comissão Instaladora/Comissão Permanente, seja assumida uma atitude positiva e de grande cooperação e proximidade com os Promotores do Projeto, Câmara Municipal de Tavira e NERA que, igualmente, integram a Comissão Instaladora/Comissão Permanente. É claramente referido que um dos Fatores Críticos de Competitividade das Áreas de Acolhimento Empresarial é a existência de Gabinete Municipal de apoio à atividade económica. Pois bem, deverá a Comissão Instaladora/Comissão Permanente construir e manter com a estrutura de apoio à economia da Câmara Municipal de Tavira uma relação de mútuos conhecimento e lealdade, já que, poderão ser assim agilizadas soluções que dizem respeito, entre outras, a acessos, mobilidade, remoção de resíduos e saneamento, espaços verdes, sinalética, redes de energia e de comunicação e segurança.
- Também com o NERA, podem e devem ser desenvolvidas, em conjunto, entre outras, ações que visem a construção de um plano de formação à medida das necessidades das empresas instaladas no Parque Empresarial de Tavira, apoio ao empreendedorismo, à inovação e à internacionalização, bem como, informação criteriosa e específica para um melhor conhecimento e aproveitamento dos Sistemas de Incentivos disponibilizados pelo Portugal 2020 e pelo que vier a ser o próximo Quadro de Referência Estratégico Nacional e, ainda, apoio a uma eventual futura parceria com a Universidade do Algarve.
- O Município de Tavira tem gemação com:
 - Lancut – Polónia,
 - Kenitra – Marrocos,
 - Perpignan – França,
 - Porto-Novo – Cabo Verde,

- Punta Umbria – Espanha,
- San Bartolomé de la Torre – Espanha

Em estreita colaboração com a Câmara Municipal de Tavira e baixo a sua orientação e interlocução, competirá à Comissão Instaladora/Comissão Permanente verificar das possibilidades de captação de empresas para instalação no Parque Empresarial de Tavira, particularmente em Espanha, assim como, do incremento de trocas comerciais com aqueles destinos de geminação;

- A totalidade das empresas instaladas no Parque Empresarial de Tavira deve ser convocada pela Comissão Instaladora/Comissão Permanente para, no mínimo, uma Assembleia Geral anual com o intuito de fazer aprovar o Plano de Atividades Anual do Parque Empresarial de Tavira;
- Também, devem ser promovidas, duas a três vezes por ano, reuniões interempresariais, com agenda prévia e um formato informal;
- Tendo em atenção que o Projeto ALGARVE REVIT + promoveu o desenvolvimento de três Áreas Empresariais (Lagos, Tavira e Vilamoura) e que uma outra (Loulé), já havia sido implementada, natural será que as quatro Áreas Empresariais possam, em conjunto, refletir sobre problemas e soluções comuns e desenvolver sinergias entre elas.

Tendo havido a possibilidade de ouvir as expectativas quanto ao futuro do Parque Empresarial de Tavira, de algumas das empresas ali instaladas, obtiveram-se as seguintes sugestões, que se louvam e aqui se registam:

- Melhoria da limpeza e manutenção dos espaços comuns;
- Realização de Mostra das Atividades Económicas de Tavira integrada na Feira de São Francisco;
- Realização de reunião anual com as Comissões de Acompanhamento das 4 Áreas Empresariais do Algarve (Lagos, Loulé, Vilamoura e Tavira);
- Realização de jantar com os empresários do Parque Empresarial de Tavira;
- Realização de evento semestral de convívio entre os trabalhadores e empresários do Parque Empresarial de Tavira;
- Estudo da substituição da iluminação exterior do Parque Empresarial de Tavira;

- Realização de um Levantamento de Necessidades de Formação junto das empresas do Parque Empresarial de Tavira que conduza ao desenvolvimento de um Plano de Formação Profissional do NERA a realizar em Tavira;
- Desenvolvimento de sessões regulares do NERA, em Tavira, com vista à divulgação de projetos destinados às empresas do Parque Empresarial de Tavira;
- Realização de Levantamento de Necessidades de Investimento (Inovação e Internacionalização) junto das empresas do Parque Empresarial de Tavira;
- Manutenção do site www.aealgarve.pt;
- Realização de reunião com a Universidade do Algarve e o IEFP, entre outros organismos, com vista ao estabelecimento de uma parceria para dar resposta a necessidades comuns;
- Promoção do dia da “Empresa Aberta”.