

A Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa

Augusto Mateus & Associados, LDA

Algumas conclusões:

- ✓ A taxa de crescimento média anual das exportações culturais e criativas excedeu os 10% na última década, acima do ritmo exportador da economia portuguesa como um todo (9,8%);
- ✓ O peso destes bens e serviços no total de vendas do país ao exterior superou sempre 3%, aproximando-se mesmo dos 4%, desde 2009;
- ✓ O seu contributo para o acréscimo das exportações totais de bens e serviços que se regista no país desde então aproxima-se dos 3%;
- ✓ O crescimento médio anual destas importações foi de cerca de 7% na última década, aquém do ritmo importador global da economia portuguesa (7,7%);
- ✓ A balança comercial das exportações culturais e criativas mantém-se deficitária mas o desequilíbrio de 2011 é o mínimo da década e não chega a 1/5 do montante dos maiores défices ocorridos em 2006 e 2008;
- ✓ Tanto as exportações do conjunto das indústrias criativas (incluindo artigos de design, artesanato, artes visuais, edição, novos media e audiovisuais e serviços relacionados com publicidade, arquitetura, investigação e desenvolvimento, audiovisuais e outros serviços culturais e recreativos) como as exportações do conjunto das indústrias relacionadas (incluindo os produtos, desde matérias-primas a equipamentos de suporte, que asseguram a criação, produção, distribuição e consumo dos produtos das indústrias criativas) apresentam um dinamismo e uma resiliência superior à média nacional;
- ✓ Estas exportações recuperam do colapso do comércio internacional, desde 2009, a um ritmo que equivale ou que supera o de grandes fileiras exportadoras nacionais como química, automóvel, alimentar ou equipamento elétrico;
- ✓ Os artigos mais relevantes do cabaz *©riativo* das exportações nacionais são, respetivamente, os produtos relacionados audiovisuais (equipamentos de suporte relacionados com radiodifusão, filmes, e produção sonora), produtos relacionados de *design* (v.g. materiais de suporte à arquitetura e vendas de ouro) e os produtos de design (v.g. mobiliário e têxtil lar);
- ✓ O mercado de língua oficial portuguesa acolheu 15% das exportações das indústrias criativas de Portugal em 2011. Portugal tem quotas de mercado relevantes em São Tomé e Príncipe (77%), Angola (40%), Cabo Verde (36%), Guiné Bissau (35%), Moçambique (19%) e Timor Leste (15%) mas não no mercado brasileiro (0,5%);
- ✓ O cruzamento das estatísticas das empresas com as estatísticas do comércio internacional do Instituto Nacional de Estatística, I.P. revela que a percentagem de empresas exportadoras culturais e criativas (3,2%) fica abaixo da percentagem de empresas exportadoras do país (3,8%) e é seis vezes inferior à percentagem de empresas exportadoras nas indústrias transformadoras nacionais (19,4%);

CULTURA 2020



Apresentação do Estudo:

“A cultura e a criatividade
na internacionalização
da economia portuguesa”

31 de janeiro

CULTURA 2020



Apresentação do Estudo:

“A cultura e a criatividade
na internacionalização
da economia portuguesa”

31 de janeiro

- ✓ Portugal está entre os 30 países do mundo que mais gera receitas com o turismo. Só em 2012, os aeroportos nacionais receberam 12,6 milhões de passageiros de voos internacionais, as unidades hoteleiras hospedaram 7,7 milhões de estrangeiros e pelos portos passaram 1,3 milhões de passageiros de cruzeiros em trânsito marítimo. Só os monumentos, museus e palácios sob a alçada da Direção-Geral do Património Cultural são visitados por mais de dois milhões de turistas estrangeiros anualmente;
- ✓ A diferenciação dos produtos exportados através da cultura e da criatividade é um eixo com “alguma importância” para a estratégia de internacionalização das empresas, de acordo com os resultados do questionário aplicado pela Augusto Mateus & Associados, Lda.;
- ✓ Três em cada cinco empresas que responderam ao questionário referiram que planeiam reforçar a médio prazo o investimento associado à cultura e à criatividade;

Algumas recomendações:

- ✓ A valorização da língua portuguesa e dos países e comunidades que a usam e partilham é necessária como plataforma colaborativa de projeção externa do setor cultural e criativo de Portugal;
- ✓ A internacionalização do setor cultural e criativo encontra aqui uma poderosa alavanca, não para se limitar à língua portuguesa, mas para ganhar a identidade e a transversalidade que lhe garantam a necessária resiliência para colher os frutos da projeção internacional;
- ✓ A integração da cultura e da estratégia de diferenciação é muito importante para o prestígio e reputação dos produtos exportados, ainda segundo as respostas ao referido questionário;
- ✓ O contributo do setor cultural e criativo para a competitividade e internacionalização da economia portuguesa exige a montagem e a exploração de três grandes sinergias (cultural, turística e industrial), enquanto encontros organizados e entusiasmados, dos agentes económicos e sociais entre si e com as políticas públicas que o saibam ser, porque estratégicas, rigorosas e orientadas pelo interesse geral;
- ✓ A sinergia cultural propõe um novo dinamismo de projeção internacional das atividades culturais e criativas, partilhando riscos e custos;
- ✓ A sinergia turística propõe um novo relacionamento onde o setor cultural e criativo assume um papel relevante na renovação dos fatores chave de competitividade turística e beneficia dos novos públicos e de novos mercados abertos pelo desenvolvimento turístico;
- ✓ A sinergia industrial propõe um avanço em direção a uma nova especialização e a um novo paradigma competitivo onde a cultura e a criatividade se juntam ao conhecimento para oferecer às empresas portuguesas uma combinação original de inovação e diferenciação suscetível de reforçar a sua competitividade internacional e alargar a exportação de valor acrescentado.