

MADEIRA + COMPETITIVA



2026

COMPETITIVIDADE

INOVAÇÃO

SUSTENTABILIDADE

DIÁRIO
de Notícias

DEZEMBRO
DE 2025

Cultivar a competitividade até onde os solos parecem inférteis

SEMEAR é um ato silencioso. Não produz resultados imediatos e raramente acontece sob holofotes. Mas é desse feito que depende tudo aquilo que vem depois. Também a competitividade não nasce do conforto, nem da inércia. Nasce da vontade de aprender, de cooperar e de procurar, de forma persistente, fazer melhor.

Na Madeira, ser competitivo é saber erguer empresas, instituições e pessoas, em colaboração. É essa lógica de fundo, a de semear a competitividade, que guia o trabalho levado a cabo pela Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade, a nova estrutura orgânica liderada por Andreia Collard. “O próximo grande salto evolutivo da humanidade será a descoberta de que cooperar é melhor do que competir”. A frase é atribuída ao filósofo e escritor italiano Pietro Ubaldi. Mas a premissa, essa, é seguida por esta Direção, que sai do gabinete, percorre a Região de uma ponta a outra para escutar realidades distintas e trabalhar lado a lado com quem está no terreno. Tutelada pela Secretaria Regional de Economia, ao qual estão cometidas atribuições, entre outras, sobre os setores da economia e empresas, competitividade, inovação e sustentabilidade empresarial, a Direção não espera que as empresas cheguem até si. Antes, vai ao seu encontro, em todos os concelhos, em setores diversos e em contextos muitas vezes afastados dos grandes centros de decisão. Porque entende que a economia não deve – nem pode –, se resumir às empresas de maior dimensão. Faz-se também nas associações, nos pequenos negócios, nos projetos familiares e nas ideias que ainda estão a florescer. É junto de quem construiu um negócio ao longo de uma vida inteira e de quem começa agora a dar os primeiros passos. E é aí, nessa proximidade, que se cultiva competitividade, com raízes.

Além do mais, a inovação que pretende ‘plantar’ não vive enclausurada na tecnologia, nem depende, necessariamente, de grandes investimentos. Inovar pode significar digitalizar processos, mas também o reorganizar equipas, repensar horários, melhorar a relação com o cliente ou até mesmo a forma como se valoriza quem trabalha dentro de uma empresa. Inovar é, muitas vezes, olhar para o que sempre se fez e perguntar se ainda faz sentido fazê-lo da mesma forma.

Neste caminho, há a convicção de que a competitividade não se constrói à custa das pessoas. Constrói-se com elas. Vejamos um exemplo. Um agente de viagens ajuda a transformar sonhos em realidade, mas quem olha verdadeiramente pelos sonhos de quem trabalha para os realizar? E a mesma questão replica-se em diversas áreas, em todos os negócios e setores onde as pessoas são a força que move a economia. É esse o entendimento de Andreia Collard, que apregoa no seu discurso o conceito de ‘humanismo empresarial’.

A resposta pública materializa-se em políticas que procuram transformar intenções em ação, verbas em projetos e estratégias em resultados. Projetos pensados para serem aplicáveis, replicáveis e ajustados à diversidade do tecido empresarial regional, ajudando as empresas a consolidarem-se localmente, mas também a ganhar escala e a olhar além-fronteiras.

Se a Madeira quer ser mais competitiva, precisa que a estratégia pública e a capacidade privada se encontrem num terreno comum de execução, que seja regado e trabalhado. A ambição da Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade é ajudar a construir esse terreno, e semear hoje, para poder colher amanhã.

Ficha técnica

EDITOR, PROJETO GRÁFICO E PAGINAÇÃO:

Empresa Diário de Notícias, Lda.
Rua Dr. Fernão de Ornelas, n.º 56 - 3.º Andar
9054-514 Funchal | NIPC 511 000 235

COORDENAÇÃO: Direção Regional de Competitividade
Inovação e Sustentabilidade (DRCIS)

FOTOGRAFIA: DRCIS | SHUTTERSTOCK

REDAÇÃO: Mónica Rodrigues | DRCIS

PAGINAÇÃO: Ricardo Ferreira

IMPRESSÃO: IMPRINEWS Empresa Gráfica, Lda.

DISTRIBUIÇÃO: DIÁRIO DE NOTÍCIAS MADEIRA

DATA: 30 de Dezembro de 2025

Os conteúdos publicados nesta revista são da responsabilidade da DRCIS.

Esta revista faz parte integrante desta EDIÇÃO e não pode ser vendida separadamente.

Crescimento económico com desenvolvimento social



A MADEIRA VIVE UM CICLO ECONÓMICO

NOTÁVEL. Nos últimos anos, o crescimento do Produto Interno Bruto regional tem superado a média nacional e europeia, aproximando-se dos oito mil milhões de euros e consolidando-se como a segunda economia regional mais forte do país. Este progresso é fruto da diversificação económica — do turismo ao imobiliário, passando pela indústria, comércio, agroalimentar, finanças e tecnologia — e confirma a vitalidade de um tecido empresarial que soube reinventar-se.

Hoje, a Região é sinónimo de oportunidades. Há mais emprego, salários mais altos e desigualdades atenuadas. Este percurso de sucesso resulta da conjugação equilibrada entre o dinamismo das empresas e políticas públicas bem orientadas, que apostaram na competitividade, na redução fiscal e na modernização da economia. A Madeira passou, assim, de uma economia dependente do investimento público para uma economia em que o investimento privado é o verdadeiro motor de riqueza e de emprego.

O desafio que se impõe agora é o de consolidar este crescimento com mais inovação, sustentabilidade e qualificação, fazendo chegar a todos os madeirenses e porto-santenses os resultados da riqueza criada. O crescimento económico tem de representar mais desenvolvimento social.

O novo Orçamento Regional reflete esta ambição: reforça os apoios às empresas, estimula a transição digital e verde, investe em portos e infraestruturas estratégicas, e projeta a Madeira como território



seguro, competitivo e aberto ao mundo.

À entrada de um novo ano, importa renovar a confiança nas capacidades da nossa Região. Que 2026 traga mais cooperação, mais criatividade e mais prosperidade, para que o caminho de progresso e esperança que temos construído continue a afirmar a Região Autónoma da Madeira como exemplo de resiliência e desenvolvimento sustentável.



José Manuel Rodrigues
Secretário Regional de Economia

ANDREIA COLLARD

COM UMA POLÍTICA DE PORTA ABERTA E PRESENÇA NO TERRENO, A NOVA DIREÇÃO REGIONAL DE COMPETITIVIDADE, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE AMBICIONA INCUTIR PROXIMIDADE, COLABORAÇÃO E INCLUSÃO EM TODO O TECIDO EMPRESARIAL MADEIRENSE. “CONSTRUIR UMA MADEIRA MAIS COMPETITIVA É UMA TAREFA DE TODOS E PARA TODOS”. AS PALAVRAS SÃO DE ANDREIA COLLARD, DIRETORA REGIONAL DA NOVA ESTRUTURA ORGÂNICA, QUE APONTA A RESILIÊNCIA, TÃO CARACTERÍSTICA DOS MADEIRENSES E PORTO-SANTENSES, COMO UMA ALAVANCA PARA “SERMOS MAIS, SERMOS MELHORES, SERMOS PROPÓSITO, CONSCIÊNCIA E SUCESSO”.



Que valor traz esta nova orgânica à estratégia económica regional num horizonte como o de 2026?

Estamos a viver num mundo que está numa mudança constante e acelerada, enfrentando desafios cada vez mais complexos e um ambiente geopolítico cada vez mais volátil. Neste contexto, o governo, as empresas e os cidadãos precisam de adotar uma visão estratégica de colaboração e de proximidade de forma a assegurarmos a continuidade do nosso crescimento económico e que este se reflita diretamente na qualidade de vida dos madeirenses e porto-santenses. Isto exige uma abordagem de maior flexibilidade, proximidade, mais prática e orientada para a resolução de problemas reais e significativos da nossa sociedade. Tudo o que temos vivido nos últimos tempos não parece dar tréguas em 2026, muito pelo contrário. O que temos aprendido nos últimos tempos é que temos de estar preparados para tudo, e isso significa que a competitividade regional tem de ser mais do que uma questão económica, é um passo fundamental no desenvolvimento social e na visão para o futuro da Região. Neste quadro, o papel da Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade (DRCIS) surge como uma medida estruturante e necessária, integrada na Secretaria Regional de Economia, com o objetivo de responder de forma articulada e proativa às novas exigências do desenvolvimento económico regional. Esta abordagem integrada visa igualmente apoiar a transição digital e ecológica, a internacionalização, a responsabilidade social e a qualificação dos recursos humanos, favorecendo a criação de um ecossistema empresarial mais robusto e sustentável com um foco no mais importante: as nossas pessoas. A sua missão visa assegurar a execução da política definida pelo Governo Regional para a diversificação e resiliência do tecido empresarial regional, prestando apoio às empresas e ao empreendedorismo, em matéria de competitividade, inovação e sustentabilidade económica, contribuindo para a dinamização, modernização, cooperação e digitalização dos agentes económicos, empresas e indústria regionais e promovendo um crescimento económico inclusivo e sustentável.

A DRCIS tem assumido uma estratégia de proximidade. Que impacto consideram ter esta presença no terreno?

Estar no terreno faz toda a diferença. O nosso trabalho é assente em três pilares: proximidade, colaboração e inclusão. Estar no terreno, ouvir os empresários, viver o seu dia a dia de uma forma prática e apoiar ao seu crescimento competitivo diretamente é também sermos proativos

no serviço que prestamos. Esta proximidade permite-nos desenhar medidas mais eficazes, que respondem às necessidades concretas das empresas, independentemente do onde estão ou do seu setor, e de criar condições para uma economia mais dinâmica e competitiva, mas com um impacto social positivo. No fundo, é uma estratégia que aproxima a administração pública do tecido empresarial e reforça a confiança, porque as soluções passam a ser construídas em conjunto e tornam-se mais adequadas à cultura empresarial e ao plano de crescimento e expansão de cada um. Mas construir uma Madeira mais competitiva é uma tarefa de todos e para todos.

Fala-se muito de competitividade, mas na prática muitas PMEs sentem dificuldades em ‘sair’ da Região. Que instrumentos vão ser usados, em 2026, para ajudar as empresas a serem mais competitivas?

Ganhar escala é um dos desafios para as empresas da Região. De acordo com o mais recente *ranking* global de competitividade do IMD World Competitiveness Center (edição 2025), que analisa dados e resultados de economias internacionalmente, numa perspetiva não só global, mas também regional e local, Portugal ocupa a 37.ª posição entre as 69 economias avaliadas. Uma ligeira descida em relação ao ano anterior precisamente pela identificação de desafios significativos na eficiência empresarial. Entre estes desafios, incluem-se entre os mais críticos, a bolsa de valores, a necessidade de formação continua e a dificuldade em reter talento. Portanto, neste enquadramento, o potencial de ganhar escala pode ser um derivativo destes fatores ou simplesmente por não conhecimento do mercado lá fora. Eu gosto de ir à raiz dos problemas, portanto para ajudar uma empresa a crescer e ganhar escala, ou até expandir internacionalmente, temos primeiro de perceber a sua realidade e limites para podermos apoiar com medidas e instrumentos eficazes. Além disso, vamos reforçar a ligação com mercados externos, mesmo que seja através do digital e promover a formação em áreas estratégicas, para que as empresas estejam preparadas para competir num contexto global. O objetivo é preparar as empresas para levarem a Madeira mais longe.

Em termos de internacionalização, a Direção vai apostar em mercados prioritários? Se sim, quais? E de que forma?

A internacionalização tem de ser estratégica e complementar ao trabalho da Invest Madeira, que tem assegurado missões empresariais e participação em feiras internacionais e a atração de investimento para a Madeira. Do lado da Direção será trabalhar conjuntamente com

as empresas da Região no seu potencial de crescimento e diferenciação, conhecimento e preparação, criação de parcerias estratégicas e apoio à comunicação digital, verificando os mercados onde os produtos e serviços da empresa mais se enquadram. Começamos pelo Canadá como porta de entrada no Norte da América e alternativa às alterações tarifárias impostas pelos Estados Unidos que possam afetar as exportações das nossas empresas, mas a Ásia e Austrália também são mercados apetecíveis se estamos a falar de grande escala. Queremos que a Madeira seja reconhecida lá fora não só pela sua beleza, mas também pela capacidade das nossas empresas em competir internacionalmente.

Para a DRCIS, o que significa inovar?

Normalmente, as pessoas associam inovação com tecnologia, mas inovar, no seu mais simples significado é a capacidade de introduzir novidades ou mudanças. Para nós, inovar é um processo, um processo de arranjar uma solução melhor, seja através de uma ideia, método, produto, serviço ou simplesmente de criar algo que tenha um impacto positivo significativo e / ou que cria valor. Podemos inovar continuamente ou radicalmente. O primeiro envolve refinar algo já existente para sustentar uma vantagem competitiva, o segundo é mais disruptivo, pois pode transformar um setor por inteiro ou criar um mercado, como por exemplo o que aconteceu quando os computadores ou os *smartphones* entraram no mercado.

Que papel atribui às empresas já instaladas na Região neste processo de inovação? Há um plano para as envolver ou o foco estará sobretudo em novos projetos?

As empresas que já estão instaladas na Região são peças-chave no processo de inovação. Elas conhecem o mercado, têm experiência e podem ser catalisadoras de novas ideias. O nosso plano passa por envolvê-las ativamente, através de programas de colaboração, e criação de redes que liguem todo o ecossistema necessário para inovar integrando todo o trabalho que tem sido desenvolvido pelo Governo Regional e as respetivas entidades neste âmbito de inovação para que o ecossistema funcione na sua plenitude. A inovação cresce quando há colaboração e partilha, e é isso que queremos promover.

E como se garante que a inovação não fica confinada a nichos ou a setores muito específicos?

Com simplificação, acessibilidade, flexibilidade, sem formulários extensos, e uma política de porta aberta e comunicação direta, pois garantir que a inovação



Da esquerda para a direita: Roberto Alves, Andreia Collard, Luís Miguel Marques, Filipa Rodrigues e Rúben Abreu.

chega às micro e pequenas empresas é uma prioridade. Sabemos que muitas vezes estes negócios têm menos recursos e por isso mesmo temos de apostar em soluções acessíveis e práticas como capacitação, apoio técnico e ferramentas digitais que reduzam custos. Além disso, ao sermos nós a ir ao seu encontro e ao criarmos redes colaborativas que incluam todos, o conhecimento pode ser partilhado mais facilmente e personalizado às suas necessidades reais, pois a inovação não pode ser um privilégio de alguns. Tem de ser um movimento inclusivo que fortaleça todo o tecido empresarial.

A sustentabilidade é, para muitas empresas, vista mais como custo do que como oportunidade. Como pretende a Direção inverter essa perceção?

O tema de sustentabilidade assume particular relevância no contexto atual, marcado pela recente aprovação da Diretiva (UE) 2025/794 pela União Europeia. Esta legislação reforça a obrigatoriedade de publicação de Relatórios de Sustentabilidade pelas empresas, com base nas Normas Europeias de Relato de Sustentabilidade (ESRS), promovendo maior transparência e consistência na comunicação do impacto social e ambiental das organizações. Embora afete inicialmente as grandes empresas e entidades de interesse público, a verdade é que as PME's terão de se preparar. As grandes empresas para conseguirem conformidade, terão que contratualmente distribuir as suas obrigações pelos seus fornecedores, que podem ser ou não PME's. Por isso, se estamos a falar de ganhar competitividade, a sustentabilidade não é um custo, é parte do plano de crescimento empresarial e pode gerar poupança a longo prazo como também abrir portas a novos mercados. Além disso, cada vez mais temos consumidores conscientes e parceiros

que valorizam empresas responsáveis — e isso é uma vantagem competitiva que não podemos ignorar. Do nosso lado, há que trabalhar com as empresas para reduzir os custos iniciais, dar apoio em termos de soluções eficientes adequadas ao seu enquadramento setorial e de negócio e partilhar casos de sucesso que provem na prática o equilíbrio entre o investimento e o retorno. Pretende-se fomentar um ecossistema de cultura empresarial orientada para a qualidade, a exclusividade e a inovação, integrando princípios de economia circular, responsabilidade ambiental e sustentabilidade social, assegurando um acompanhamento direto e personalizado às empresas, apoiando a transição para modelos de negócio mais sustentáveis, com impacto positivo na produtividade, reputação e criação de valor económico e social.

Que setores considera prioritários para projetos de transição sustentável na Região e porquê?

Turismo, agroalimentar, energia e transportes. Porquê? Porque são áreas que representam grande parte da nossa economia e também da pegada ambiental. Mas nestas áreas onde o impacto é maior já há muito trabalho que tem vindo a ser feito ao longo dos anos e estamos de braços abertos, prontos a colaborar com as respetivas entidades públicas e privadas neste âmbito, porém não nos podemos esquecer que a sustentabilidade tem de chegar a todos os setores, de forma gradual e inclusiva e é neste enquadramento que nos vamos posicionar.

De que forma a responsabilidade social empresarial entra na estratégia da Direção?

A responsabilidade social empresarial é central na nossa estratégia porque acreditamos que as empresas não existem apenas para gerar lucro, mas também para criar valor para as pessoas e para a comunidade. Isto por sua vez valoriza também a sua credibilidade e reputação, elementos diferenciadores de competitividade que pode ajudar na retenção de talento. Colocar as pessoas no centro significa promover práticas que melhorem o bem-estar dos colaboradores e reforcem o sentido de pertença. Num mundo empresarial cada vez mais dinâmico e exigente, compreender que o verdadeiro capital de uma organização são as pessoas é mais do que uma convicção: é uma estratégia para o sucesso sustentável das nossas empresas e um fator determinante para a atratividade e retenção de talento, de produtividade e de sucesso, tanto para

instituições públicas como privadas. Como? Através de condições de conciliação entre vida pessoal e profissional, oportunidades de formação contínua, programas de voluntariado corporativo e iniciativas que reconheçam e valorizem o mérito. Quando os colaboradores se sentem respeitados e motivados, isso reflete-se na produtividade, na inovação e na cultura da empresa. É um investimento que beneficia todos. Esta era digital torna mais transparente o funcionamento interno das empresas e cria mais peso no seu valor reputacional, fatores que contribuem para que a responsabilidade empresarial deixe de se focar somente nos clientes e acionistas, mas também nos seus trabalhadores e a sociedade como um todo... é fundamental sensibilizar as empresas para a importância estratégica do fator humano enquanto elemento central de competitividade, inovação e sustentabilidade organizacional. Procura-se reforçar a consciência empresarial sobre o papel social e ético das organizações, incentivando uma cultura de liderança responsável, bem-estar e desenvolvimento humano nas empresas. O bem-estar das nossas pessoas, para mim, deve fazer parte do nosso paradigma económico e o facto de sermos humanos e sabermos acolher não é fraqueza, é saber liderar o agora para o futuro com um impacto real na nossa sociedade. Por isso, convidamos todos a serem protagonistas desta mudança, criando organizações onde as pessoas se sintam valorizadas, realizadas e felizes. Porque quando cuidamos do bem-estar criamos propósito, e quando temos propósito, temos estratégia, temos sucesso e temos futuro.

O que pode uma empresa fazer para tirar partido das oportunidades que a DRCIS quer lançar em 2026?

O mais fácil é seguirem-nos nas redes sociais. Em 2026, vamos lançar programas e projetos que vão ser divulgados através dos nossos canais e também em sessões presenciais. O que pode fazer? Participar nessas sessões, inscrever-se nos programas, aproveitar as formações e procurar o nosso apoio para adaptar os projetos à realidade do seu negócio.

Para finalizar, o que gostaria que os empresários madeirenses dissessem sobre o impacto desta Direção no final do próximo ano?

No fundo, que esta Direção é como um parceiro, ajudando a transformar desafios em oportunidades. Da minha parte, têm o compromisso da Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade em estar convosco a cada passo para que aquela resiliência que tanto nos caracteriza com madeirenses e porto-santenses não seja só sobre sobrevivência, mas seja sobre Sermos Mais, Sermos Melhores, Sermos Propósito, Consciência e Sucesso.

PROJETO-PILOTO LEVA DIGITALIZAÇÃO ÀS EMPRESAS MADEIRENSES

SENTIR que a digitalização está distante ou inacessível é comum, assim como hesitar em trazer novas ferramentas para o próprio negócio por receio de mudar rotinas de anos. A Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade decidiu aproximar a tecnologia de todos, mesmo daqueles que se mostravam mais resistentes. Pequenas mudanças, grandes impactos. É o que se espera de um projeto-piloto, já em marcha e prestes a expandir-se por toda a Região.

A DIREÇÃO REGIONAL DE COMPETITIVIDADE, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE tem desenvolvido um projeto-piloto que visa introduzir a digitalização nas empresas madeirenses, com o propósito de semear mudanças que melhorem a gestão e organização interna. A primeira intervenção ocorreu no concelho da Ribeira Brava, num café-bar familiar com décadas de atividade como mercearia. O mesmo acompanhamento foi feito na CASA, uma Instituição Particular de Solidariedade Social. Em ambos os casos, a presença da Direção permitiu aferir onde a digitalização poderia trazer resultados tangíveis e mensuráveis. Serão agora os testemunhos na primeira pessoa a dar conta de como foi abrir portas a esta ideia. Tem sido este o trabalho desenvolvido pela DRICS, o de percorrer a Região, compreender cada realidade e iniciar processos que, mesmo em fase experimental, começam a desbravar caminhos para uma Madeira preparada para os desafios da gestão e do desenvolvimento empresarial.

“Não existe um caminho para a transformação digital. A transformação digital é o caminho.” – Juliano Kimura

“

**PARA MIM,
COMO**

EMPRESÁRIO, foi uma honra fazer parte deste projeto-piloto. Por vezes queremos fazer mais e diferente, mas não sabemos por onde começar. Este apoio foi uma lufada de ar fresco. Já tinha tido o desafio de mudar o negócio de família, nomeadamente de uma mercearia para um café - bar, mas sem querer perder toda a história que foi construída pelos meus pais. No início, o meu pai teve alguma resistência à mudança, por preocupação. O passo seguinte seria este, o de modernizar e digitalizar. Acabamos por arriscar e ainda bem. A DRCIS facilitou o nosso trabalho de uma forma muito prática, o que nos ajudou bastante. No fim, tornou-se uma transformação em família, onde todos quiseram ver o que ia acontecer e acabaram por participar no processo, inclusive o meu pai com 87 anos. A forma como foi feito também foi surpreendente. Quando vimos a Diretora chegar, pôr o avental e ajudar no serviço, soubemos que estávamos perante algo diferenciado. Sentimo-nos ouvidos, mais dentro das novas tecnologias e que fazíamos parte de algo maior, mesmo sendo um pequeno negócio de família no Campanário. A mudança foi positiva e adequada à realidade do nosso dia a dia, sem perder a identidade e qualidade do que fazemos.

Emanuel Reis, empresário Sakinhas Bar



”

“

TENHO 87 ANOS e

isto é o meu ganha-pão e da minha família desde sempre. Apontava tudo na sebenta e não faltava nada. A minha mulher e todos os filhos ajudavam.

Agora, até vejo na televisão que os carros já andam sem condutor. Por isso, quis ver o que iam fazer. Sentaram-se aqui comigo e explicaram tudo primeiro. Gostei, sim senhor. Fiquei tão contente que no fim até cantei uma música que me acompanhou na juventude, aqui nas festas do Campanário. Agora, sei que tudo vai continuar e tenho muito orgulho nisso.”

João Gonçalves dos Reis, proprietário Sakinhas

”

“

**O CENTRO DE
APOIO AO SEM**

ABRIGO expressa o seu profundo agradecimento pelo extraordinário trabalho desenvolvido em regime de voluntariado ao serviço da nossa instituição. Enaltecemos a forma totalmente altruísta como nos apoiaram, especialmente ao Victor que, através do Madeira Friends, de forma voluntária, concebeu e desenvolveu uma plataforma digital que veio reforçar a capacidade de resposta da nossa IPSS, contribuindo para uma gestão mais eficiente e para um melhor apoio às pessoas em situação de sem-abrigo e às famílias carenciadas que acompanhamos. O profissionalismo, dedicação, simpatia e sentido de responsabilidade social são um exemplo inspirador de cidadania ativa e solidariedade, valores que estão no centro da nossa missão.

*Sílvia Ferreira, coordenadora Regional CASA –
Centro de Apoio ao Sem Abrigo*



”

DA MADEIRA PARA O MUNDO NO DIGITAL



QUEM NUNCA quis levar o seu negócio além-fronteiras? Quem nunca ambicionou alcançar os quatro cantos do mundo? A internacionalização está, para esta Direção, ao alcance de todos. Daniel Freitas, natural da Camacha, é o exemplo de um madeirense que está a dar cartas no estrangeiro, mostrando como o talento não é limitado pelos oceanos, podendo, sim, atravessá-los.

“Se não construir o seu sonho, alguém vai contratá-lo para construir o dos outros.” – Simon Sinek

NO ÂMBITO DA ESTRATÉGIA DE APOIO AO TECIDO EMPRESARIAL MADEIRENSE E PORTO-SANTENSE, A DRCIS PROMOVEU, NO PASSADO DIA 5 DE DEZEMBRO, A PRIMEIRA SESSÃO DO PROGRAMA DE WEBINARS 'DA MADEIRA PARA O MUNDO NO DIGITAL', DEDICADA AO MERCADO CANADIANO COMO PORTA DE ENTRADA NA AMÉRICA DO NORTE.

“ TEMOS NA MADEIRA MUITOS CASOS DE EMPRESAS COM UMA QUALIDADE EXCECIONAL, MAS QUE PRECISAM DE APOIO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DIGITAL E NO *BRANDING* PARA COMPETIR NUM MERCADO TÃO COMPLEXO COMO O NORTE-AMERICANO ”

– Daniel Freitas

O programa pretendeu dar a conhecer às empresas da Região o funcionamento do mercado internacional, as oportunidades existentes e as ferramentas digitais necessárias para apoiar a expansão de negócios estrangeiros.

Além do mais, a iniciativa visou capacitar os agentes económicos para desenvolverem estratégias de colaboração e de *branding* adaptadas a um dos mercados mais competitivos do mundo. Durante a sessão, os participantes tiveram a oportunidade de conhecer a realidade do mercado supramencionado e as formas de atuação no digital. A iniciativa contou com a participação de dois especialistas, Luís Sequeira, diretor da AICEP Canadá, que apresentou a visão institucional, e Daniel Freitas, CEO do Freitas Design Group (FDG), uma das maiores empresas de *marketing* e *branding* do Canadá.

Esta primeira sessão abriu o ciclo de webinars que, ao longo do próximo ano, irá explorar outros mercados, e potencializar um programa de capacitação para empresas que procuram expandir-se. Nas páginas seguintes, ficaremos a conhecer a história de Daniel Freitas, o percurso do madeirense que se tornou CEO de uma das maiores agências de *branding* do Canadá.

ORADORES DO 1.º WEBINAR - 'CANADÁ, UMA PORTA DE ENTRADA NA AMÉRICA DO NORTE'



Daniel Freitas

Empreendedor | CEO Freitas
Design Group



Luís Sequeira

Diretor
AICEP Canadá



Andreia Collard

Diretora Regional de Competitividade,
Inovação e Sustentabilidade

DANIEL FREITAS

O TALENTO FOI O PASSAPORTE QUE LEVOU ESTE MADEIRENSE DA CAMACHA ATÉ AO MUNDO. SOMA MAIS DE VINTE ANOS DE CARREIRA E É FUNDADOR E CEO DA FREITAS DESIGN GROUP, AGÊNCIA CANADIANA DE *DESIGN* CRIATIVO QUE TRABALHA COM MARCAS COMO A NIKE, APPLE E STAPLES. ACREDITA QUE TODAS AS EMPRESAS MERECEM ORIGINALIDADE E PERSPICÁCIA NA CRIAÇÃO, POR ENTENDER QUE TODA HISTÓRIA MERECE SER BEM CONTADA. ESTA É A SUA, NARRADA NA PRIMEIRA PESSOA.



Da Camacha para o mundo, a trabalhar com marcas como Adidas ou Coca-Cola, há uma distância que é simultaneamente geográfica, cultural e profissional. Em que momento a criatividade deixou de ser apenas uma inquietação pessoal para se tornar carreira?

Tudo começou com a minha incrível esposa Machaela, que sempre acreditou em mim e no meu talento e incentivou-me a levar isso a sério como carreira. A ela, devo-lhe tudo. Com a sua bênção, inscrevi-me em aulas de Publicidade e Marketing e nunca mais olhei para trás.

Quando é que começou a perceber que o seu trabalho estava a traduzir-se em reconhecimento profissional?

No meu terceiro ano de estudos, estagiei numa grande agência em Toronto, onde aprendi sobre a arte e a psicologia da publicidade e também sobre o negócio do *marketing*. Pouco depois de me formar, comecei a trabalhar como *freelancer*, o que me levou até outras agências e a alguns clientes incríveis. Para mim, foi sempre uma recompensa incrível trabalhar numa indústria que adoro, por isso a recompensa emocional esteve sempre presente e, à medida que desenvolvi as minhas competências, as recompensas financeiras também surgiram. Sou um sortudo porque trabalho naquilo que adoro, o que faz com que nunca me pareça realmente trabalho.

Que competências, para lá da criatividade, considera serem importantes para conquistar espaço, credibilidade e, mais tarde, clientes de dimensão internacional?

Acredito que a confiança é a recompensa por saber o que se está a fazer, dedicar-se ao trabalho necessário e, depois, ser verdadeiro, humano e único. As pessoas gravitam em torno de coisas autênticas e, instintivamente, todos nós nos sentimos mais confortáveis perto de pessoas que podem comprovar o que dizem. Além da criatividade, há muitas outras coisas necessárias. Saber influenciar e conectar-se com as pessoas é crucial. A capacidade de vender ideias e conceitos, de comover emocionalmente as pessoas por meio de narrativas impactantes. Precisamos de aproveitar a psicologia humana, precisamos de entender a cultura *pop*, a história e as tendências e, então, juntar tudo isso para oferecer um ponto de vista único que se destaque e ajude os nossos clientes a vencer.

Entender que, embora estejamos a produzir coisas criativas, no final das contas tudo isso é uma função dos negócios. As coisas precisam de avançar na velocidade dos negócios e o nosso sucesso deve ser medido em termos comerciais.

“ O MEU SUCESSO VEM DO FACTO DE SER MADEIRENSE (...) CONTO HISTÓRIAS DA MANEIRA QUE SÓ OS PORTUGUESES SABEM CONTAR ”



Que ideias feitas, limitações internas ou narrativas enraizadas sentiu necessidade de abandonar para conseguir crescer?

Sinceramente, apenas uma. E nunca foi algo em que eu realmente acreditasse. A ideia de que as histórias de outras pessoas são mais importantes ou interessantes do que as nossas. Temos a tendência de minimizar o que somos e o que temos. O mundo está apaixonado por Portugal e pela Madeira. Adoram a nossa cultura, o nosso país e, acima de tudo, o nosso povo incrível. Somos humildes, gentis e acolhedores, o que é fantástico, mas às vezes permitimos que essa humildade nos mantenha calados quando deveríamos estar a contar as nossas histórias maravilhosas.

Há uma enorme diferença entre ser orgulhoso e ser arrogante, e sinto que, às vezes, confundimos as duas coisas. Os portugueses nunca serão arrogantes, mas temos tantos motivos para nos orgulharmos.

O meu sucesso vem do facto de ser madeirense. Por causa de

quem sou e de como fui criado, sou apaixonado, compassivo e humano. Conto histórias da maneira que só os portugueses sabem contar. Comovo as pessoas, entretenho as pessoas e tenho a ética de trabalho portuguesa. Tenho muito orgulho de ser português. Temos uma cultura absolutamente maravilhosa.

Houve alguma porta que nunca se abriu e que acabou por ser decisiva para chegar onde está?

Quando era mais novo, o meu sonho era ser jogador profissional de futebol. Infelizmente, isso nunca aconteceu devido a lesões e, acredito, à política no Canadá, mas isso é outra história...

O que é que o mercado internacional ensina que dificilmente se aprende num contexto mais pequeno e previsível?

É extremamente importante compreender como as pessoas em diferentes partes do mundo absorvem informações e como esses mercados funcionam. Saber falar a 'língua' de diferentes mercados é a chave para o sucesso. Precisamos de estar abertos a isso enquanto construímos as nossas histórias.

O lado positivo é que nunca foi tão fácil alcançar o mundo como hoje. O *marketing* digital tornou possível que as empresas alcancem clientes em qualquer lugar do mundo sem orçamentos enormes, escritórios físicos ou infraestruturas complexas. A IA aproveita esse acesso, ajudando as marcas a compreender melhor as pessoas, a personalizar mensagens em tempo real e a adaptar automaticamente conteúdos e campanhas a diferentes culturas e mercados. Juntas, elas transformam a expansão global em algo mais rápido, mais inteligente e muito mais alcançável, independentemente do tamanho da empresa.

Quando uma marca como a Coca-Cola ou a Nike entra no portfólio, a responsabilidade passa a sobrepor-se à ambição? Como se lida com essa pressão?

Não vejo isso como pressão. Vejo isso como uma bênção. No final das contas, somos todos pessoas, e essas marcas estão cheias de pessoas como eu. O meu trabalho é o mesmo, independentemente de estar a trabalhar com uma *startup* ou com uma marca global estabelecida. Estou a criar histórias para emocionar primeiro as pessoas nessas empresas e, depois, emocionar o seu público.

Alguma vez sentiu que teve de 'desaprender' o que sabia para conseguir avançar?

Não. Para mim, foi o contrário. O que sempre gostei foi de aprender. Aprender é crescer, crescer é viver. Tento olhar para a minha vida profissional como uma marca. Por isso, para mim, as

perguntas que se colocavam eram: 'O que preciso de aprender além do que já sei?', 'Como posso tornar-me mais valioso?', 'Como posso tirar partido da minha herança / marca?', 'Que valor ou característica madeirense posso trazer para estas novas situações?' e 'Como posso manter-me relevante?'.

Se hoje tivesse de reconstruir todo o percurso a partir da Madeira, com a experiência acumulada, haveria decisões que tomaria de forma diferente?

Não vejo a vida dessa forma. Prefiro acreditar que as coisas acontecem por uma razão. Sou muito grato por ser madeirense e fazer parte de uma cultura tão rica. Tenho muito respeito pelos meus antepassados e pela minha história.

Mas, para não fugir à pergunta, gostaria de ter-me candidatado mais cedo para representar o nosso povo e ajudar da forma que pudesse a levar as nossas histórias ao mundo.

No meio de uma carreira internacional, há algo que ainda o continua a ligar o seu trabalho às origens?

Tudo! Sou madeirense, o meu coração, a minha alma, o meu ser. Sou um produto da Madeira, a minha criatividade nasceu na Madeira. A minha forma de ver o mundo.

Que erros observa com maior frequência em jovens criativos que tentam dar o salto para fora do seu mercado de origem?

Acho que o importante é aperfeiçoar a sua arte. Recomendo sempre que os jovens criativos vão além dos programas de computador e das tendências de *marketing* e se aprofundem na compreensão de como criar ideias baseadas em como emocionar as pessoas. Desenvolvam uma compreensão sobre narrativa e influência. Aprendam sobre música, arte, escultura, história, moda, cinema, tudo o que tem que ver com a condição humana. Cresçam como pessoa, como membro da aldeia global, definam o seu ponto de vista único e tragam isso para o seu trabalho.

Para quem, na Madeira, olha para histórias como a sua e pensa que a internacionalização é um horizonte distante, que tipo de ambição é realmente necessária para sair de um ponto pequeno e operar à escala global?

Acredite em si mesmo. Valorize o seu ponto de vista único, que os outros irão ouvir. Cresça como profissional, mantenha-se curioso, deixe a sua mente vagar e expandir-se. A Madeira não é pequena, é enorme, é um lugar maravilhoso para se viver. A sua história é importante. Deixe que todos a ouçam. Vivemos em tempos emocionantes, em que, independentemente de onde esteja, pode criar uma presença global.



INOVAR PARA LÁ DA TECNOLOGIA

A INOVAÇÃO acontece, quer queiramos, quer não. Perante a mesma, há apenas duas atitudes possíveis. Protagonizar a mudança ou limitar-se a assisti-la. É neste ponto que a Direção Regional de Competitividade, Inovação e Sustentabilidade tem procurado mobilizar empresas e associações de todas as dimensões. Porque o verdadeiro risco já não está em mudar, mas em ficar para trás. E inovar não significa criar algo, mas sim desafiar limites e aperfeiçoar o que já existe.

“A inovação é o que distingue o líder de um seguidor.”

– Steve Jobs

NOVA GERAÇÃO Madeira (TECH LAB)

NÃO PODEMOS FALAR DE UM FUTURO MAIS COMPETITIVO

e em inovação sem falarmos nos nossos jovens. Acreditamos na sua capacidade, pois eles são o futuro da Região. Assim nasceu o Projeto Nova Geração Biz que tem como objetivo abrir horizontes aos jovens madeirenses e porto-santenses para as novas realidades e tendências do mercado laboral e empresarial regional, nacional e internacional. Com a evolução digital muitos dos pressupostos tradicionais da atividade empresarial foram redefinidos, tornando o contexto de negócio mais dinâmico e volátil, e resultando na necessidade de estratégias mais flexíveis, de melhoria contínua e de orientação à criatividade para a resolução de problemas reais.

Assim, promovemos uma visão de resposta a estas necessidades, fomentando uma maior proximidade às empresas regionais e reduzindo o *gap* entre a capacitação, as necessidades reais das nossas empresas, as novas tendências e um mercado que está em constante evolução.

Visamos contribuir para a empregabilidade jovem e retenção de talento, bem como para o empreendedorismo da nova geração, reforçando a ligação entre a juventude, a inovação, as empresas e o desenvolvimento económico regional. O nosso trabalho é apoiar as empresas e associações regionais que demonstrem estratégias inovadoras de valor acrescentado e com verdadeiro impacto económico-social na construção de maior competitividade na Região. Um dos vários exemplos que assistimos foi a primeira edição do Madeira Friends Tech Lab que arrancou em setembro de 2025. Trata-se de um programa de mentoria, em formato *hub* de inovação e tecnologia, gratuito para jovens locais que aposta na partilha de experiência prática de mentores internacionais no topo do seu ramo profissional em Tecnológicas. Estes, uniram-se através do Madeira Friends para, voluntariamente, orientarem jovens madeirenses e



porto-santenses na conceção e criação de protótipos com o objetivo de demonstrar como é a realidade do mercado de aplicações ou *web-apps* baseadas em inteligência artificial.

O intuito aqui não é formar ‘programadores’, mas sim que os nossos jovens tenham uma imersão realista no processo que as Tecnológicas usam na identificação de oportunidades, no desenvolvimento de ideias e na construção de soluções que vão ao encontro das necessidades das empresas e da sociedade através da tecnologia, promovendo assim a competitividade através da capacitação, o desenvolvimento de competências e o estímulo à criatividade.

Cada equipa recebe apoio 1:1 personalizado dos mentores internacionais e cria produtos digitais localmente, em áreas que vão desde a inteligência artificial, ao *design* de produtos e serviços e ao *marketing* digital. Além disso, são os participantes do programa que trazem a sua própria ideia, criatividade, paixão e motivação. A segunda edição está agendada para arrancar no início 2026. Estamos juntos!

Candidaturas para a 2.ª edição já estão abertas, com um limite máximo de 10 participantes. Candidate-se em:
<https://www.madeirafriends.org/tech-lab-incubation-2025>

Para jovens criativos e proativos que pensem em produtos, queiram dominar a criação de *apps* e integrações com IA e tenham espírito empreendedor.

“ DAQUI PODERÃO SURTIR NOVAS IDEIAS,

oportunidades e, quem sabe, um unicórnio madeirense. Considerando a presença desta nova comunidade internacional, com *skills* e capacidades digitais únicas, a desempenhar funções em empresas internacionais e com carreiras tecnológicas impressionantes... por que não canalizar estas pessoas e o seu conhecimento e experiência para contribuírem, e darem de volta à ilha que lhes acolhe? A tecnologia é uma ferramenta que torna tudo isto possível. Esta é uma das formas que o Madeira Friends encontrou para dar um propósito maior à sua comunidade e apostar na geração local futura.

Luís Calado, Madeira Friends co-founder



“ SER MENTOR NO MADEIRA FRIENDS TECH LAB

tem sido uma experiência muito positiva para mim. Faço parte deste programa porque acredito que a Madeira tem um grande potencial na área tecnológica e um forte talento local. Como mentor, partilho a minha experiência prática de mais de 25 anos em *software* e TI, ajudando os nossos talentos locais a compreender como o *software* é construído na vida real, e não apenas na teoria. Impressiona-me a motivação e a curiosidade dos jovens de cá, e a rapidez com que aprendem quando confrontados com desafios reais. Para mim, pessoalmente, ser mentor dá-me um sentido de propósito muito forte.

Sebastian Szczygiel, Tech Lab mentor



“ CHAMO-ME JOÃO MARIA SOUSA,

tenho 14 anos e estou a participar no Tech Lab do Madeira Friends. A minha experiência está a ser inesquecível. Estou a desenvolver uma aplicação para ajudar as pessoas no exame de condução, em Portugal. Aprendi a utilizar inteligência artificial de forma mais eficiente, o que tem ajudado muito no desenvolvimento do



meu projeto, e a comunicar melhor com os outros. Sem a ajuda de todos aqui, não teria conseguido fazer nada. Tem sido uma jornada difícil, mas construtiva. A escolha dos mentores foi extraordinária. Gostei muito do meu mentor, mas não só – a interação com os outros mentores e participantes também tem sido muito positiva. Para quem esteja a pensar juntar-se à próxima edição, o meu conselho é: venham já com uma ideia fundamentada (cometi o erro de entrar sem uma). E não desistam quando as coisas ficarem difíceis – vale mesmo a pena continuar!

João Maria Sousa, 14 anos



“ PARA QUEM ESTIVER A PENSAR PARTICIPAR

na próxima edição, diria que esta é uma oportunidade poderosa para transformar ideias em realidade. Não teria chegado tão longe sozinha e talvez tivesse desistido sem o apoio do Tech Lab. Se tens uma ideia, mas não sabes por onde começar, não tens recursos ou se te sentes inseguro em relação às tuas capacidades, recomendo vivamente o Madeira Friends Tech Lab. A equipa realmente empenha-se ao máximo para garantir o teu progresso!

Daniella da Costa, 28 anos



“ A MINHA IDEIA DE TER UMA APLICAÇÃO

focada em facilitar o acesso a refeições semanais de forma simples, rápida e conveniente agora tornou-se realidade. Acho o ambiente no Tech Lab colaborativo, prático e muito orientado à execução. Os mentores têm experiência, dão *feedback* e ajudam a evitar erros comuns no caminho. A quem esteja a pensar juntar-se à próxima edição, diria para virem com mente aberta, disciplina e vontade de aprender, porque a experiência vale muito a pena. As minhas maiores conquistas até agora foram saber como validar a ideia, lançar versões iniciais do produto e ganhar clareza estratégica. Já aprendi a focar no essencial, a necessidade de ouvir melhor os utilizadores e a executar tarefas de forma mais rápida e consciente.”

Gil Veloza, 26 anos



SOMOS TODOS EMBAIXADORES DA SUSTENTABILIDADE



UMA EMPRESA que ignora a sustentabilidade tornar-se-á, mais cedo ou mais tarde, insustentável. Fechar essa porta é, no fundo, trancar o próprio futuro. É com esta convicção que a nova orgânica procura semear uma consciência sustentável em todo o tecido empresarial regional. Semear em pequenas, médias e grandes empresas o compromisso que transpassa a retórica e que se manifesta em práticas capazes de perdurar no tempo.

“A vida da Terra depende da vontade humana.”

– Rudolf Steiner

Um futuro sustentável constrói-se em conjunto. E começa aqui.

VIVEMOS UM TEMPO DE MUDANÇA. Um tempo em que já não basta falar de crescimento económico sem olhar conjuntamente para o ambiente, para as pessoas, para a realidade e para o impacto das nossas escolhas.

Hoje, conceitos como a sustentabilidade, a transição ecológica e o humanismo caminham lado a lado, lembrando-nos que o verdadeiro progresso acontece quando pensamos além do hoje, pois o HOJE é mera sobrevivência. Um desenvolvimento económico duradouro é aquele que é feito de forma equilibrada, responsável, consciente e inclusiva, pensando a longo prazo. Assim, a sustentabilidade deixou de ser um conceito abstrato ou reservado a especialistas. É mais. É ação. É conformidade. É um fator essencial à competitividade. É a capacidade de transformar para tornar as nossas empresas mais autossuficientes e resilientes, aptas a entrar nas redes de fornecimento nacionais, europeias e globais em conformidade com diretivas e normas que reforçam a obrigatoriedade de maior transparência na comunicação do impacto social e ambiental das organizações, e que se focam em atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). É termos respeito pela nossa terra, pelo mar, pelas serras, e pelas tradições. É reconhecer que os saberes regionais, acumulados ao longo de décadas, são património vivo. Na Região Autónoma da Madeira, esta visão ganha uma expressão muito própria. Aqui, a sustentabilidade é também uma oportunidade real de transformação e crescimento económico, respeitando a sua identidade, os seus recursos naturais e as suas pessoas, assumindo a dinamização do comércio artesanal e da economia circular com um papel estratégico na criação de oportunidades económicas, inovação e emprego local ao mesmo tempo que garantimos a qualidade dos nossos produtos e serviços.

Entre as várias iniciativas para 2026, encontra-se os **‘Embaixadores da Sustentabilidade’**, um programa que elege empresas e pessoas que estão a fazer a diferença nesta área, construindo uma rede de colaboração para a partilha de exemplos, ideias, conhecimento, inovação e impacto real na forma como produzimos, utilizamos e reutilizamos. Este é também um convite ao leitor para despertar a curiosidade, querer saber mais, e imaginar de que forma a sua instituição, empresa ou organização pode integrar este programa e fazer parte desta dinâmica. Porque a sustentabilidade não é exclusiva de grandes estruturas, é sim um processo coletivo, acessível e urgente, especialmente num arquipélago que conhece bem o valor do seu património natural, humano e cultural. Na Madeira, sabemos que cuidar do que é nosso é uma responsabilidade partilhada. E quando trabalhamos em rede, com objetivos claros e uma motivação comum, o impacto multiplica-se. Acreditamos que cada pequena ação, quando devidamente alinhada, pode gerar grandes mudanças e atingir grandes resultados.

Este projeto nasce num arquipélago, mas com vontade de inspirar muito além das nossas fronteiras. Porque um futuro sustentável não se impõe — constrói-se. Com ideias, com pessoas e com todos os que decidem participar e fazer parte de algo maior, e assim preparar as nossas empresas para a conformidade deste novo mundo mais consciente da nossa pegada ecológica em tudo que fazemos. O nosso compromisso é simples: respeitar onde vivemos através do que fazemos. O seu, começou assim que iniciou a leitura deste artigo.

Para mais informação sobre o programa ‘Embaixador da Sustentabilidade’, a iniciar já no primeiro trimestre de 2026, siga-nos nas redes sociais. Contamos com todos para um futuro mais sustentável.

AS PESSOAS SÃO O MAIOR VALOR DAS EMPRESAS

PREOCUPAR-SE com o humanismo empresarial é reconhecer que o principal ativo de qualquer organização continua a ser o fator humano. É esta a convicção expressa por Andreia Collard, ao sublinhar que empresas atentas ao impacto das suas decisões nas pessoas desenvolvem maior capacidade de empreender e de gerar resultados.



“O que torna uma empresa diferente e única são os seus valores e a sua cultura.” – Abílio Diniz

Cada contributo conta e cada pessoa faz a diferença

DURANTE MUITO TEMPO, falou-se de sucesso e crescimento económico apenas em números. Hoje, essa visão mudou. Cada vez mais percebemos que as organizações verdadeiramente fortes são aquelas que colocam as pessoas no centro das suas decisões. Este conceito de humanismo empresarial surge precisamente no reconhecimento de que as empresas, organizações e entidades, quer públicas quer privadas, são feitas de pessoas e para as pessoas. Quando cuidamos de quem faz parte da nossa equipa, estamos também a cuidar do nosso negócio, da nossa região e do nosso futuro.

A proximidade, a cooperação e o sentido de comunidade fazem parte da nossa essência madeirense. Assumir a responsabilidade social é assumir um compromisso com os trabalhadores, com as famílias e com toda a comunidade. Investir no bem-estar, na inclusão, na formação e no desenvolvimento pessoal não é apenas um gesto ético, é uma forma inteligente e sustentável de criar valor a longo prazo e de gerar prosperidade. Não importa a dimensão da empresa, a responsabilidade social não pertence a um setor específico, pertence sim a todos os cidadãos e constrói-se com o envolvimento ativo de todos.

Ao longo dos próximos tempos, entre outras atividades que irão para o terreno nesta área, iremos apoiar

vários setores económicos, impulsionando ações de *team building* com propósito. Equipas que se unem para desenvolverem ações conjuntamente fora do contexto do seu dia a dia, criam experiências que fortalecem laços, desenvolvem competências e, por resultado, melhoram o ambiente de trabalho e a produtividade. Gerir uma empresa e manter os trabalhadores motivados e unidos não é fácil, e para micro, pequenas e médias empresas isto traduz-se num custo adicional que normalmente é adiado para o anual jantar de Natal em equipa, como forma de agradecer a quem está connosco a batalhar o ano inteiro. Mas e se fizéssemos mais? E se conseguíssemos mais? Cada contributo conta e cada pessoa faz a diferença. Quando alinhamos responsabilidade social, humanismo empresarial e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, criamos algo maior do que projetos isolados e dinâmicas internas. Criamos uma verdadeira rede de compromisso, colaboração setorial e um impacto social positivo.

Se a sua empresa ou organização pretende associar-se ao programa de Responsabilidade Social e Humanismo Empresarial ou obter mais informações sobre a iniciativa, acompanhe as nossas redes sociais.



O TOP 10 DE ALIADOS DA COMPETITIVIDADE

01 Localização Estratégica

A Madeira é um ponto de acesso privilegiado no Atlântico, entre a Europa, África e a América, situando-se numa Zona Económica Exclusiva Marítima de 442 mil km².

03 Segurança

Não só em termos de segurança pública e de assegurarmos uma estrutura pacífica na defesa e proteção das nossas pessoas e do nosso território, mas também pelo facto de beneficiarmos de um sistema jurídico que obriga a direitos e à conformidade legal com os princípios comuns e o quadro jurídico da União Europeia, incluindo aqueles relativos à cibersegurança e à proteção de dados.

05 Solidez financeira, incentivos fiscais e regulatórios

Regiões com sistemas financeiros sólidos e moeda estável colocam menos riscos ao investimento, pois a volatilidade cambial pode corroer lucros. A RAM faz parte da Zona Euro, oferece um regime fiscal favorável com benefícios atrativos como o Centro Internacional de Negócios, proporcionando uma carga tributária reduzida para investidores. Oferece também um sistema de vantagens no Madeira Parques Empresariais como isenção ou redução de taxas em obras de edificação e possibilidade de isenções fiscais de IMI e de IMT.

07 Estabilidade

Governos estáveis reduzem riscos regulatórios e garantem previsibilidade para investimentos de longo prazo. A Madeira beneficia desta estabilidade, de autonomia política, legislativa, governamental, administrativa e financeira, faz parte da União Europeia e do Acordo de Schengen, oferecendo livre circulação de pessoas, capital, trabalho, informação e tecnologia.

09 Pessoas

As nossas pessoas não são números, são a nossa alma. É cuidarmos da nossa população e visitantes. É estimularmos os nossos jovens a pensarem sem limites, pois regiões com educação forte atraem indústrias de maior valor agregado. É termos qualidade de vida e condições para que os nossos profissionais prefiram cá ficar e atrairmos mais profissionais qualificados. É termos uma cultura aberta a tendências que pode levar à rápida adoção de novas tecnologias ou novos hábitos de consumo mais conscientes.

Crescimento Económico 02

A Madeira tem um Produto Interno Bruto crescente que tem superado a média nacional e europeia consecutivamente nos últimos anos, indicando dinamismo económico, maior consumo e oportunidades de expansão.

Infraestruturas Modernas 04

Estradas, portos, energia e telecomunicações impactam diretamente na economia. Termos boas infraestruturas aumenta a competitividade. Na RAM temos aeroportos, portos reconhecidos mundialmente e estaleiros navais, boas infraestruturas de telecomunicações com conectividade digital ampla, cabos submarinos, rede elétrica e fontes de energia renováveis.

Ecosistema de Inovação 06

Presença de universidades, centros de ciência e de pesquisa e 'startups' indicam capacidade de adaptação tecnológica e competitividade futura. Na Madeira temos entidades como a Universidade da Madeira, a ARDITI (Agência Regional para o Desenvolvimento de Investigação, Tecnologia e Inovação), o novo Hospital Central e Universitário da Madeira que combinará os seus serviços de saúde com o apoio ao desenvolvimento de tecnologias e projetos inovadores de medicina, e a StartUp Madeira que estimula e apoia novas ideias de negócio e a criação empreendedora.

Sustentabilidade e recursos naturais 08

Cada vez mais investidores e organizações internacionais procuram regiões, parcerias e empresas para o seu ecossistema global que estejam alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, e que demonstrem políticas ambientais e de sustentabilidade em conformidade com a obrigatoriedade de maior transparência na comunicação do seu impacto ecológico e de responsabilidade social. Desta forma, a Sustentabilidade e a Responsabilidade Social tornam-se fatores essenciais para uma maior competitividade e crescimento económico.

Potencial de mercado 10

Somos um arquipélago que pode ser a porta de entrada para o mercado europeu, oferecendo escalabilidade e potencial de expansão. Uma região com uma economia de turismo forte que cria demanda adicional durante todo o ano e, ao mesmo tempo, aposta na diversificação da sua economia para reduzir dependência num único segmento. Adicionalmente, a Madeira posiciona-se no mercado de qualidade com os nossos produtos e os nossos serviços. Mercados diferenciados e com potencial de valorização são mais competitivos, e a Madeira aqui posiciona-se muito positivamente.

... QUE NA MADEIRA TRANSFORMAMOS NA NOSSA REALIDADE COMPETITIVA!

· DIREÇÃO REGIONAL ·



COMPETITIVIDADE · INOVAÇÃO
· SUSTENTABILIDADE ·

Para mais informação, contacte-nos!



drcis@madeira.gov.pt



facebook.com/DRCISMadeira



linkedin.com/company/DRCISMadeira



instagram.com/DRCISMadeira



youtube.com/@DRCISMadeira



x.com/@DRCISMadeira

Com este código QR
pode ler a versão
digital desta revista!



Região Autónoma
da Madeira
Governo Regional

Secretaria Regional
de Economia

Direção Regional de Competitividade,
Inovação e Sustentabilidade