

Perguntas e respostas a Paulo Neves, Presidente da Comissão Executiva

O CINM contribui para a internacionalização da Madeira? De que forma?

Por um lado, passando uma imagem de modernidade e abertura ao exterior associada à prestação de serviços internacionais que, dada a sua complexidade, exigem mão-de-obra qualificada. Por outro lado, dada a sua vocação internacional, funciona como uma espécie de “embaixador” da Região no exterior, construindo uma rede de contactos que facilita os negócios internacionais. Promover o CINM é promover a própria Região.

O que falta para o CINM ser ainda mais competitivo nos mercados internacionais?

Em primeiro lugar, procurar eliminar definitivamente os acidentes de percurso do tipo do pagamento especial por conta, geradores de grande incerteza junto dos investidores internacionais. São situações muito penalizantes para o Centro, criadas por pessoas que não sabem medir o impacto destas decisões e que, normalmente, nem consultam a S.D.M. e o Governo Regional antes de as tomar. Em segundo lugar, procurar explorar uma aposta na especialização. Não há soluções perfeitas; todas as apostas têm os seus riscos. Das quatro áreas do Centro, a Madeira devia considerar montar uma estratégia para se tornar número um a nível mundial em pelo menos uma delas. Para isso, necessita de continuar a apostar fortemente na qualificação e atracção de recursos humanos e nas infra-estruturas de apoio aos negócios tais como: uma legislação competitiva a nível internacional em inglês, ausência de burocracia, entre outras. São situações muito difíceis de lidar em Portugal, mas talvez não seja impossível. O CINM é um processo evolutivo. Aquando da sua formação, apenas uma minoria acreditava nos resultados que hoje se apresentam.

Que papel poderá desempenhar o CINM no futuro desenvolvimento da Madeira?

Sem contar com o investimento público, o CINM é, depois do turismo, o instrumento de desenvolvimento económico mais importante da Região, sendo claramente o mais arrojado. Penso que se deveria aproveitar a experiência e o esforço de duas décadas de divulgação deste instrumento nos mercados internacionais em todas as iniciativas que digam respeito à promoção da Madeira nos mercados internacionais.

In Diário de Notícias / Madeira de 06-03-2006