



XVI Barómetro Executive Digest: A análise de João Duque, ISEG

Por Executive Digest 12:37, 5 Abr 2021

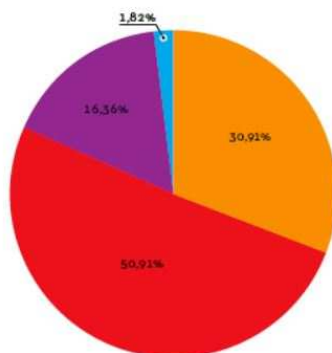
A análise de João Duque, Professor catedrático, ISEG

O painel de empresários que respondeu ao inquérito mostrou, mais uma vez, que são sensatos e que tudo fazem para gerir com proficiência as suas empresas. E até no plano da previsão de crescimento económico, e não tendo uma bola de cristal, são absolutamente razoáveis prevendo um crescimento médio de 3,3% para 2021 se admitirmos que cada classe é representada pelo ponto médio do intervalo a que respeita.

E se calcularmos intervalos de previsão com base em um e dois desvios padrões a previsão dos empresários fica entre 2,5% e 4,1% ou 1,7% e 4,9%. Comparando esta previsão, por exemplo, com a recente previsão do ISEG que aponta para um intervalo de 2,5% a 4,5%, vemos que académicos e gestores estão muito próximos em termos de expectativas.

Se o cenário não é excelente, esta consonância é pelo menos bom indicador porque quer dizer que iremos ter uma elevada sintonia na formação de opinião com impacto positivo na manutenção do investimento (o que se nota também nas respostas a este questionário). Em suma, pela parte dos empresários e perante uma incerteza tão grande que é apontada como o maior dos fatores de risco, ter uma expectativa positiva e coerente melhora as expectativas gerais sobre a retoma e reforça a certeza de um ano de 2021, pelo menos, bem melhor que o de 2020.

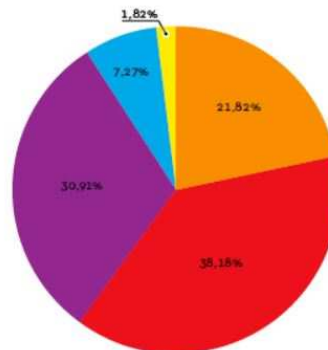
À luz dos dados que dispõe, qual é a sua intenção de investimento para 2021 face ao ano anterior?



■ Aumentar
■ Manter
■ Diminuir
■ Não sabe/não responde

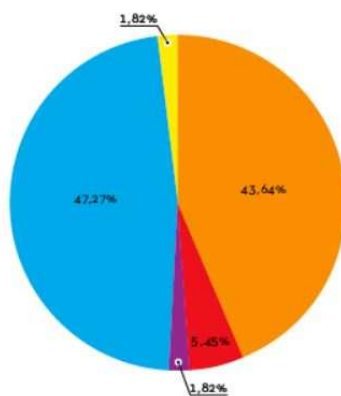
PARA CRESCER RECEITAS, OS INQUIRIDOS VÊM NAS MELHORIAS OPERACIONAIS E NO LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS OU SERVIÇOS OS PRINCIPAIS FACTORES TENDENTES A ESSE OBJECTIVO

Quais destas actividades espera desenvolver para impulsionar o crescimento das suas receitas?



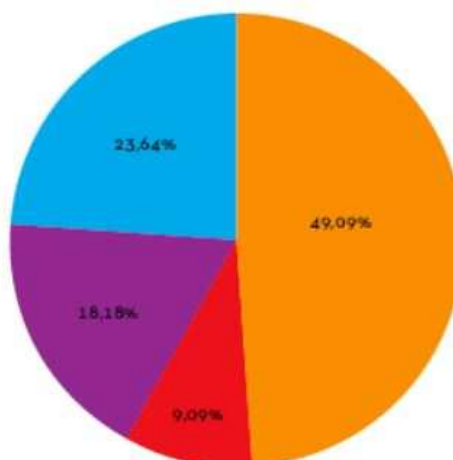
■ Crescimento orgânico
■ Eficiência operacional
■ Lançar um novo produto ou serviço
■ Entrar num novo mercado
■ Não sabe/não responde

No actual ambiente empresarial, quais são as principais preocupações em relação à gestão de risco na sua empresa?



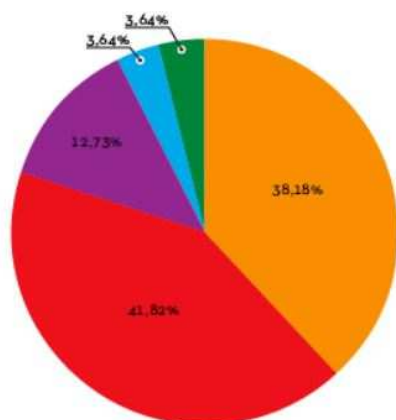
■ Manter os meus colaboradores em segurança e produtivos
■ Liquidez a curto prazo
■ Continuidade da cadeia de abastecimento
■ Previsões económicas e incerteza na procura dos meus produtos e serviços
■ Não sabe/não responde

Quais as medidas mais importantes de carácter estrutural que deverão ser alvo de intervenção em 2021?



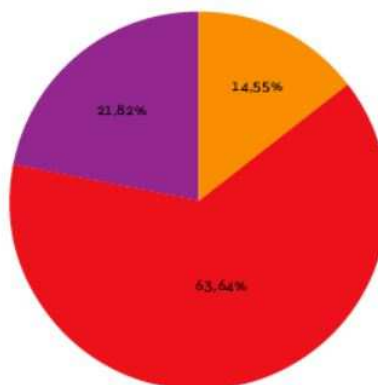
■ Medidas de apoio à recuperação económica
■ Apoio à contratação e ao emprego
■ Incentivo ao aumento do investimento
■ Alívio da carga fiscal
■ Não sabe/não responde

À luz das previsões já apontadas, que cenário considera mais provável ao nível do crescimento do PIB em 2021?



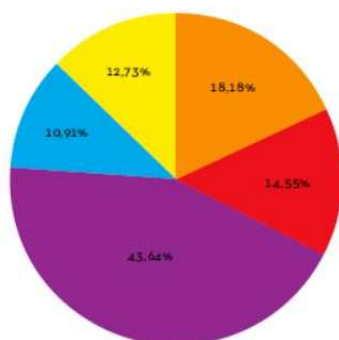
- Inferior a 3%
- Entre 3% e 4%
- Entre 4% e 5%
- Entre 5% e 6%
- Superior a 6%
- Não sabe/não responde

Considera que os efeitos da vacinação contra o novo coronavírus vão ter repercussões positivas na Economia?



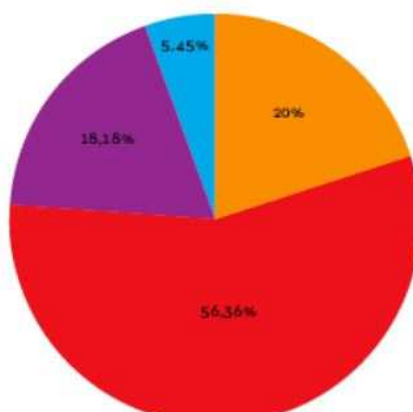
- Sim, no primeiro semestre de 2021
- Sim, no final de 2021
- Sim, ao longo de 2022
- Sim, mas só em 2023
- Será indiferente
- Não
- Não sabe/não responde

O Estado apresentou um plano para a TAP com a injeção de 3,7 mil milhões de euros, com a redução de rotas e número de trabalhadores. Qual a sua perspectiva sobre a acção do Governo?



- Concordo com o plano apresentado
- Concordo com a necessidade de injeção de dinheiro público na TAP, mas em montantes mais reduzidos e focando a TAP nas rotas principais, sendo um hub para os PALOP e Brasil
- Deveria ter sido criada uma outra empresa, que adquirisse uma parte dos aviões da TAP e mantendo algumas das suas rotas
- Não deveria haver interferência do Estado neste processo, e deixar o mercado funcionar livremente
- Não sabe/não responde

Qual destas afirmações mais reflecte o seu ponto de vista em relação ao futuro?



- É uma oportunidade para repensar o modelo de negócio
- É preciso ser ágil e inovador para capitalizar as oportunidades
- O mercado mudou para os produtos e serviços e é preciso fazer ajustes
- É fundamental aproveitar esta crise para aprofundar o relacionamento com os clientes
- Não sabe/não responde