

## A nova era global discute-se no Porto

VICTOR FERREIRA 09/03/2016 - 20:57

Mais de 1200 inscritos na décima edição do QSP Summit na Exponor vão debater o digital, a Ásia e as novas formas de negócio.



### TÓPICOS >

Negócios

Empresas

Gestão

Marketing

Se obedecer a todas as regras, vai perder toda a diversão. [A frase é de David Shing](#), director de media e marketing da norte-americana AOL e, sim, Shing estava a pensar no mundo dos negócios. Será preciso esperar pelo momento em que este responsável de um gigante da Internet se apresenta na conferência internacional de gestão e de marketing que acontece nesta quinta-feira, no Centro de Congresso da Exponor, em Matosinhos, para saber se Shing vai impressionar pelo seu excêntrico penteado punk ou por aquilo que irá dizer, mas os 1250 inscritos podem contar com uma certeza — irá insistir na ideia de que a tecnologia está a ajudar o comportamento, mas não as necessidades dos consumidores numa nova era global.

O tema da conferência, organizada pela QSP, uma consultora de marketing do Porto com o apoio de empresas, é precisamente *A Nova Era Global*. É o décimo ano desta iniciativa que, em 2016, reúne durante um dia quadros superiores maioritariamente de Lisboa (40%) e do Porto (40%).

Para alguns deles, a grande atracção poderão ser as duas intervenções do japonês Kenichi Ohmae, autor de livros marcantes como *O Novo Palco da Economia Global* (2005) e considerado um perito mundial em Estratégia de Negócios. Ohmae notabilizou-se há mais de 30 anos com um livro (*The Mind of the Strategist: The Art of Japanese Business*, 1982) em que explicava aos gestores do mundo ocidental como funcionava a mente dos homens de negócio na Ásia. E para muitas das empresas e empresários representadas na conferência, e que hoje tentam a sua internacionalização na China e na Índia, este poderá ser um momento marcante da conferência. Ainda hoje, estes mercados atraem investidores pelo potencial de crescimento, mas como diz Rui Ribeiro, da organização, naqueles dois mercados “há várias Chinas e várias Índias” e, para ter sucesso, é preciso perceber do negócio, mas também as diferentes formas de trabalhar e de estar nos mercados.

Durante um dia, oradores nacionais e internacionais abordarão temas transversais como a inovação, a gestão do talento ou regras de protocolo, ou coisas mais específicas para a indústria têxtil e de moda ou da saúde. Jeremy Abbott, do Google, vai ter 60 minutos para reflectir em voz alta sobre “a nova normalidade”, Jonathan Oliver, também da AOL, tentará convencer o auditório de que “a inovação tem de ser errada, por forma a ser verdadeira” e Rui Nascimento Amaral, da Johnson & Johnson, falará sobre a gestão de talento, argumentando que “as empresas começarão a contratar para o dia de amanhã e não apenas para hoje”.

Além das intervenções dos oradores principais ([seis, ao todo](#)), e das sessões temáticas que também incluem abordagens para sectores específicos de actividade, como a saúde ou o têxtil e a moda, o programa prevê ainda um fórum sobre as próximas tendências, que contará com quatro líderes empresarias portuguesas: António Rios Amorim e Filipe de Botton, presidentes-executivos da Corticeira Amorim e da Logoplaste, respectivamente; Paulo Azevedo, patrão da Sonae (proprietária do PÚBLICO); e Fernando da Cunha Guedes, administrador da Sogrape.

Para Miguel Seixas, administrador do principal patrocinador do evento, a Sonae MC, o facto de as empresas ajudarem na escolha dos temas propostos pela organização — que começou a preparar esta edição com 18 meses de antecedência — permite “um alinhamento com os interesses e as prioridades” das empresas nas áreas do marketing e da gestão.