

ECONOMIA

Estudo indica que 67% das empresas dizem ter condições para competir internacionalmente

Por [Lusa](#) 

09 Março 2019 - 09:11

Um estudo realizado pela consultora QSP, que envolveu 232 gestores de empresas a operar em Portugal, revela que 67 por cento das empresas acreditam ter condições para competir a nível global e que a criatividade é uma das prioridades dos gestores.

O estudo, intitulado ‘Convergence – The Survey’, hoje divulgado pela QSP- Consultoria de Marketing, abrangeu 232 gestores de grandes, médias e pequenas empresas nacionais de vários setores de atividade, sendo que as áreas do retalho, da tecnologia e da indústria foram as mais representativas.

Realizado entre 31 de janeiro e 18 de fevereiro, o estudo mostra que 67 por cento das empresas considera ter “condições” para competir a nível global e que 72 por cento não sente “resistência à mudança”, considerando ter “uma elevada capacidade de adaptação”.

As principais prioridades apontadas pelos gestores das empresas nacionais são a criatividade, a integração de pessoas de diferentes culturas e a tecnologia.

“A convergência entre a criatividade e o pragmatismo da gestão foi a prioridade mais referida pelos líderes, 93 por cento, seguida da integração de diferentes culturas nas equipas, 78 por cento”, lê-se no comunicado.

Em entrevista à agência Lusa, o CEO da consultora Rui Ribeiro salientou que a escolha da criatividade como principal prioridade dos gestores reflete “que as empresas portuguesas estão atentas às evoluções da gestão ao nível global”, revelando ter ficado “agradavelmente surpreendido”.

“Esta escolha surpreende pela positiva porque denota que as empresas portuguesas estão atentas às evoluções da gestão ao nível global e que de facto, os líderes hoje além de serem gestores, tem também de conciliar a parte criativa com as capacidades da própria organização. Fiquei agradavelmente surpreendido, estava à espera de algo mais ‘tradicional’. Isto denota que há aqui, de facto, uma evolução forte nos últimos anos das empresas de acompanhar as tendências mundiais”, apontou Rui Ribeiro.

No comunicado, a QSP salienta também que 57 por cento das empresas inquiridas têm colaboradores de mais do que uma nacionalidade, que “em pelo menos” 40 por cento dos casos, as equipas têm elementos com diferentes orientações sexuais e que 34 por cento integra colaboradores portadores de deficiência.

“Há, no entanto, diferenças assinaláveis entre grandes empresas e pequenas e médias empresas. Para 70 por cento das empresas mais pequenas (menos de 49 trabalhadores) é difícil integrar recursos humanos culturalmente muito diferentes. Já nas grandes empresas, 80 por cento dos inquiridos consideram que não existe esta dificuldade”, sublinha a QSP.

Segundo a consultora, a tecnologia, que foi assinalada como uma prioridade em termos de investimento por 76 por cento das empresas, também “assusta” os gestores pela “dificuldade em conseguirem estar a par dos desenvolvimentos”, sendo que 57 por cento reconhece que não consegue implementar as novas tecnologias “rapidamente” e que 55 por cento admite ter “dificuldades em implementar tantas novidades” em simultâneo.

O estudo revela ainda que as questões que “mais preocupam” os gestores nacionais são os dados, nomeadamente a recolha, análise e o armazenamento.

“Mais de 90 por cento das empresas consideram que investir em software de análise de dados (analytics) e em plataformas de recolha de dados é totalmente ou muito prioritário. Mais de 60 por cento centra-se em investir num melhor e mais seguro armazenamento da informação (cloud)”, frisa a consultora.

A “importância da convergência nas empresas” é o tema deste estudo, mas também o mote da 13.ª edição do QSP Summit, evento que vai decorrer nos dias 21 e 22 de março, na Exponor, em Matosinhos.

À Lusa, Rui Ribeiro adiantou que este ano, o QSP Summit vai ser “uma verdadeira feira”, na medida em que vai reunir 47 oradores de renome e cerca de 2.300 decisores “de topo” no evento, que pela primeira vez ocupa três pavilhões da Exponor e reúne 100 expositores de marcas.

“Temos depois uma série de surpresas para quem vai, como os passes de restauração gratuita e atuações fenomenais. A nossa motivação é ter uma experiência completa do evento. Queremos que as pessoas façam muito ‘networking’, negócios, que se conheçam e interagem com as marcas. Estejam num registo relaxando e tenham uma experiência boa do evento”, acrescentou o CEO da QSP.