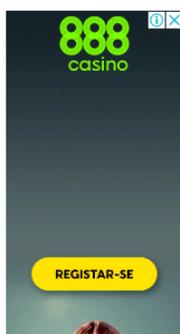




POR LUÍS MADUREIRA EM 16 ABRIL, 2021



No mês de janeiro dos últimos 13 anos o Negócios publicou a sua pesquisa anual sobre as perspetivas de mais de 100 empresários portugueses. Analisei as declarações dos empresários para os anos de 2020 e 2021. Usei Inteligência Artificial, mais especificamente Extração de Tópicos, uma técnica de Unsupervised Learning.

Calculei o número "ótimo" de tópicos para as declarações de cada ano. Pedi ao algoritmo 10 palavras para cada tópico, e identifiquei-o. As *word clouds* que se seguem exemplificam o processo para a identificação dos tópicos de 2021.



As tabelas seguintes resumem os tópicos encontrados para o 1.º e 2.º ótimos dos anos de 2020 e 2021 (Nota: a ordem não reflete a importância dos tópicos):

2021 (1º Ótimo: 3 Tópicos)		2021 (2º Ótimo: 8 Tópicos)	
Impacto Crescimento Sectorial: Turismo / Digital		Crescimento do turismo dependente da vacina	
Incerteza da Recuperação Económica		Esperança depende da posição Europeia	
Oportunidades Económicas para As Empresas		Oportunidade de Negócio & Desafios	
		Recuperação de negócios Dependente no Apoio	
		Resiliência depende da vacina	
		Pandemia	
		Transformação Digital	
		Recuperação depende da vacinação	
2020 (1º Ótimo: 13 tópicos)		2020 (2º Ótimo: 4 Tópicos)	
União Europeia e Política de Mercado		Crescimento do Mercado e do Negócio	
Mudanças em Portugal		Transformação Digital	
Crescimento Económico e de Negócio		Instabilidade Económica, Social, Fiscalidade, e Política	
Recessão Económica e Impacto na Exportação		Desafios Geopolíticos e do Brexit	
Expectativas de Crescimento Económico			
Sustentabilidade Ambiental			
Situação Geopolítica			
Impacto do Brexit em Portugal			
Portugal: Oportunidades & Desafios			
Pressão Social & Fiscalidade			
Transformação Digital			

Os *insights* são a meu ver muito interessantes e reveladores.

Primeiro, a abrangência dos 13 tópicos que os empresários mencionam no início de 2020 é extensa. Os mesmos vão desde a transformação digital até à situação geopolítica. Não nos podemos esquecer que estávamos ainda em pré-Covid-19, ou seja, ainda não tínhamos noção que existia uma pandemia a caminho. Se analisarmos o 2.º ótimo, podemos “agrupar” os tópicos em 4: o crescimento do negócio, a transformação digital, a instabilidade e os desafios geopolíticos.

Um ano depois, o número ótimo de tópicos passa de 13 para três: crescimento setorial do país, incerteza quanto à recuperação, e as oportunidades para as empresas. Se considerarmos o 2.º ótimo, os tópicos passam a oito “*Deep Dives*” dos iniciais.

E daí? A pandemia veio focar a atenção dos empresários. Curiosamente, dois dos três tópicos pós-Covid são sobre a situação do país. Apenas um se centra nas oportunidades para as empresas. À partida não há qualquer problema neste *insight*, a menos que os empresários se desculpem com a situação do país para justificar os resultados das suas empresas.

Se acrescentarmos mais três *Data Points*:

- 73% dos consumidores portugueses mudaram o seu comportamento de compra na 1.ª vaga da Covid-19 (McKinsey, Junho 2020), e que mais recentemente;
- O número de consumidores cost-conscious que alteraram o seu padrão de compra era coincidentemente de 73% (Nielsen IQ, Fevereiro 2021);
- As palavras **Cliente**, **Consumidor**, **Inovação**, **Estratégia** ou **Plano** não aparecem nenhuma vez nas 10 palavras com maior peso nas perspetivas dos empresários portugueses para 2021.

então, a análise ganha uma nova dimensão.

Chegados ao dia de hoje, quantas empresas têm uma estratégia para lidar com o ambiente competitivo atual? Quantas têm um plano? O plano é navegar à vista devido à incerteza? E como pretendem fazê-lo? Com que ferramentas? Temos planos para aproveitar eventuais oportunidades que surjam como a “Bazuca”? Temos planos para os três horizontes: durante, na saída, e para o futuro oficial? Quantas empresas têm uma estratégia de inovação? Atenção que inovação não é só produto ou serviço, mas também de processo e de modelo de negócio!

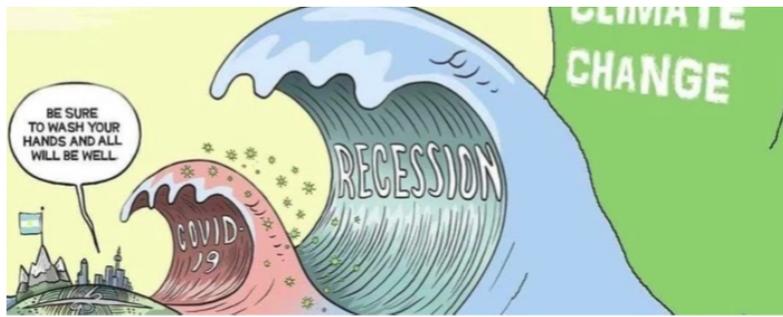
Num mundo onde a única constante é a mudança, apenas uma monitorização do ambiente competitivo global em tempo-real pode permitir uma agilidade crítica para a sobrevivência. E apenas um planeamento por cenários nos permite criar o nosso Futuro Oficial. Quantas empresas têm estas capacidades *in-house*, ou tentaram contratá-las? E quantas conseguem integrá-las para cobrir os três horizontes?

Para que o desconhecimento não seja desculpa, existe uma disciplina que antecede o desenvolvimento da estratégia e o planeamento estratégico chamada *Competitive Intelligence*. Na sua essência, é o desenvolvimento de *insights* acionáveis sobre o ambiente competitivo que suporta a performance das organizações. Em 2006, o Estado francês desenvolveu uma campanha massiva para consciencializar as empresas para a necessidade, e providenciar formação, em *Intelligence Économique*.

Parece estar na hora de as empresas portuguesas assumirem as rédeas do seu futuro e começarem a pensar seriamente em apostar em *Competitive Intelligence*. A NOVA Information Management School oferece um curso para Executivos focado apenas nesta disciplina, e a Link to Leaders tem uma versão apenas para empreendedores. E uma das competências que irá aprender é a tomar decisões baseadas em dados, não no “acho que...”.

E já agora, pedindo emprestado um cartoon do Graeme MacKay, valia a pena pensar nisto:





## Comentários

0 comentários

Ordenar por [Mais antigos](#)



Adicionar um comentário...

Plug-in de comentários do Facebook

### SOBRE O AUTOR



#### LUÍS MADUREIRA

Luís Madureira é fundador da ÜBERBRANDS, uma boutique de consultoria estratégica que ajuda organizações e os seus líderes a navegar o ambiente competitivo com sucesso e sócio da NE(X)T, uma parceria focada em consultoria integrada das várias vertentes da Transformação... [Ler Mais](#)

### ARTIGOS RELACIONADOS



Valor!



Fique dentro da caixa e conheça bem a sua zona de conforto



Como tirar partido das tecnologias de automação