



É ASSOCIADO DA OCC?

Saiba os benefícios que pode usufruir ao abrigo do protocolo **Vida Económica / OCC**

Descontos em assinaturas e livros

 223399400 |  encomendas@grupovidaeconomica.pt

Aeroporto do Porto pode duplicar movimento

O Aeroporto do Porto vai continuar a crescer. Depois de ter atingido, pela primeira vez, um tráfego de 16 milhões de passageiros, vai beneficiar de um investimento de 60 milhões de euros no aumento da capacidade. De acordo com as projeções existentes, o tráfego atual pode duplicar, atingindo os 32 milhões de passageiros. Para o aumento do tráfego tem contribuído o mercado da Galiza. A oferta de voos no Aeroporto do Porto atrai um número significativo de passageiros espanhóis.

Investimentos em novas infraestruturas atingem 60 mil milhões de euros

A construção de novas infraestruturas em Portugal vai envolver um investimento de 60 mil milhões de euros. O maior investimento será o novo Aeroporto do Montijo, que se soma à Alta Velocidade ferroviária, aos portos e às ligações rodoviárias. De acordo com o secretário de Estado das Infraestruturas, a maior parte do investimento será privada. No Congresso da APAVT, que decorreu esta semana em Macau, Hugo Espírito Santo referiu que as empresas concessionárias vão ter um papel determinante no financiamento dos projetos.

BPI financia novo Evolution em Vila Nova de Gaia

A Intra Douro – Investimentos Turísticos S.A., empresa do grupo Azinor, contratou com o BPI um empréstimo verde (green loan) no montante de 30 milhões de euros, com um prazo de 15 anos. O empréstimo, organizado e subscrito pelo BPI, destina-se a apoiar a construção do novo Evolution Gaia, uma unidade hoteleira de 4 estrelas com mais de 185 quartos, restaurante, ginásio



e SPA, situada junto à Avenida da República, a poucos minutos da Ponte D. Luís.

Custos com seguros de saúde continuam a crescer

O estudo “2026 Global Medical Trend Rates Report”, da Aon, antecipa que os custos com os seguros de saúde em Portugal continuem a subir, com a taxa média de aumento a manter-se nos 10%.

Apesar da expectativa de redução da taxa de inflação anual (2,1%) em Portugal,



os custos com seguros de saúde irão continuar a crescer muito acima da taxa de inflação geral.

Algarve com aumento da procura

O alojamento turístico do Algarve apresentou, em outubro, um desempenho globalmente positivo, marcado por um forte aumento da procura interna e pela manutenção da região como líder nacional em dormidas, informou o Instituto Nacional de Estatística (INE). O destino registou mais de dois milhões de dormidas, equivalentes a 26,7% do



total nacional, continuando a ser a região turística mais procurada do país neste indicador.

NOTA DE FECHO



JORGE A. VASCONCELLOS E SÁ
Senior Researcher at CIGEST
MBA Drucker University / PhD Columbia University / Jean Monnet Chair
E-mail: associates@vasconcellosesa.com
Website: www.vasconcellosesa.com
LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/vasconcellosesa>
<http://www.linkedin.com/company/vasconcellos-e-sa-associates/>

Mitos

O estado calamitoso do país (pré-anunciado desde 1995 com três livros), cria tão compreensivelmente um estado emocional, como a inevitável irracionalidade.

Não é pois de estranhar nos anos recentes, o **crescente número de mitos** na sociedade portuguesa.

Entre eles **quatro**.

Primeiro: para crescer é necessário *inovação*.

Segundo: para inovar é preciso *grandes empresas*.

Terceiro: a inovação requer *tecnologia*; e

Quarto: a inovação requer (muito) *investimento*.

O primeiro é um mito. O segundo é um mito. O terceiro é um mito. O quarto é um mito. A exceção?: o quinto.

Começa por a resposta directa a se o crescimento requer inovação ser: 1) *facilita*, mas 2) **não é indispensável**.

Facilita porque o empresário cria riqueza: novo bem » procura » emprego » nova procura » etc. Daí a generalidade das marcas mais valiosas (Apple, Google, Microsoft, Amazon, Facebook, Coca-Cola, Disney, Samsung, Toyota) pertencerem aos países mais ricos.

E daí também mais importante que dar dinheiro do PRR a empresas que frequentemente não passam de monos ou canastrões a defender **empregos do passado**, é criar os do futuro, dedicando grande parte do PRR a apoiar o **empreendedorismo**: microcrédito, start-up voucher, zero impostos, incubadoras, obrigatoriedade de cadeiras especializadas em todos os cursos desde medicina a arquitectura passando por engenharia, etc., etc.

Mas embora a inovação **facilite** o crescimento **não é imprescindível**, podendo este ocorrer pela conjugação de dois factores: 1) **copiar o que os outros fazem** e 2) **fazer mais eficientemente o de sempre**.

O primeiro factor desempenha (quase) o mesmo papel da inovação. E o segundo chama a atenção de que o **crítico para o crescimento é a produtividade por hora**.

O PIB per capita é o produto do PIB por hora multiplicado pelo número de horas trabalhadas, pela taxa de actividade (% em idade de trabalhar) e pelo nível de emprego (1 – taxa de desemprego).

Pelo que se a produtividade por hora for um desastre (como p.e. a portuguesa que é apenas 63% da média da zona euro, média essa que inclui os gregos, nuestros hermanos, etc., etc.) só resta trabalhar mais horas, adiar a idade da reforma ou combater o desemprego.

Depois, o **segundo mito** de que inovar requer *grandes empresas* é **ridículo**.

Começa por que nenhuma empresa nasce grande. Por isso se costuma dizer que no ventre de uma PME está uma multinacional a querer sair.

E segue que há evidência que:

1 - Frequentemente o tamanho dificulta a inovação (por criar uma cultura de conformismo e por isso a inovação de muitas multinacionais farmacêuticas “restringe-se” a adquirir start-ups); e

2 - Inúmeras inovações disruptivas (profundamente transformadoras) com origens humildes, que nasceram praticamente do nada.

De garagens? Apple, eBay, Microsoft, Amazon, YouTube, Hamboards, Nike, Mattel, HP, Google, Disney, etc. Da cozinha? Liquid Paper, Monopoly, ScreenMend, etc. Do meu quarto? LinkedIn, Trivial Pursuit, Facebook, Dell, etc.

O **terceiro mito** associa a inovação à *tecnologia*, apesar dos múltiplos unicórnios simples, quer recentes (Spanx, Rent the Runway, Dollar Shave Club), quer mais antigos (Post-it, TRX, Kleenex, Band Aid, Liquid Paper, Tupperware), quer inclusive em Portugal com por exemplo o fenómeno das barbearias de luxo (Studio Barber Shop, Lisbon Style Barbershop) que conjugam serviço esmerado e produtos de estética de luxo com espaços de lazer: biblioteca, bar e sala de snooker.

Em síntese, como salientou Drucker, *frequentemente a chave para grandes inovações é a simplicidade, não a sofisticação*.

E sendo que os exemplos de cima desmascaram o **quarto mito** de que a inovação ou o crescimento económico requerem grandes investimentos.

A lista dos países que mais investiram (em % do PIB) nos últimos vinte anos é liderada pelo... Butão. E o top ten inclui (além da China) a... Mauritânia, Senegal, Tanzânia, Irão, Panamá, Argélia, Samoa e o colosso económico... Uzbequistão.

O que conta não é o investimento. É a *produtividade do investimento*. Melhor, a produtividade geral da economia.

E de que depende a produtividade?

O PIB é o somatório do valor acrescentado das empresas (vendas menos aquisições externas) que é um “primo” da produtividade (vendas a dividir pelos custos).

Ora, tudo o que a **gestão** faz (em qualquer das suas nove áreas desde o marketing aos recursos humanos) tem por objectivo aumentar as vendas (publicidade) ou reduzir os custos (financeiros, de produção, etc.).

Por isso os países mais ricos têm as empresas mais admiradas.

E por isso (novamente) Drucker dizia que **não há países subdesenvolvidos, há países subgeridos**.

E por isso ainda é possível esquecer a inovação de produto (Tesla ou BYD com os seus veículos eléctricos de baixo preço), esquecer a inovação de serviço (Studio Barber Shop), esquecer a de processo, ou o investimento.

Mas não é possível esquecer a qualidade da gestão.

Experimentem sem inovação (de que tipo for), sem investimento (em que montante for), modificar a atitude das pessoas e verão a produtividade (por hora) aumentar.

Tal requer **incentivos** fora das empresas (liberdade de mercado para acabar com os monos empresariais) e dentro delas (porque aquilo que se incentiva é aquilo que se obtém).

E a que área pertence os incentivos? Tenho ideia que é aos **recursos humanos**, uma das **nove áreas da... gestão**. Ao amigo leitor que lhe parece?



INTERNATIONAL CLUB OF PORTUGAL
Joining Cultures



ALMOÇO-DEBATE COM ALMIRANTE HENRIQUE GOUVEIA E MELO
CANDIDATO A PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

18 DE DEZEMBRO. SHERATON LISBOA HOTEL

TEMA: “PORTUGAL COM RUMO”

MAIN SPONSOR:



SUPPORTING THOSE WHO PROTECT AND SERVE

GOLD SPONSORS:



MEDIA PARTNERS:



Inscrições: geral.lept@gmail.com | geral@lept.pt 211 320 413 | 913 330 055

PUB