



ID: 106836265

01-08-2023

# CONFIANÇA PARA A RECTA FINAL DE 2023

A MAIORIA DOS INQUIRIDOS  
ACREDITA NUM CRESCIMENTO  
DA SUA FACTURAÇÃO  
E DO VOLUME DE NEGÓCIOS  
FACE AO ANO ANTERIOR





## CRESCIMENTO

OS NÚMERO DO PIB REFLECTEM UM SINAL GERAL DE OPTIMISMO MAS TAMBÉM ALGUMA CAUTELA PERANTE O CENÁRIO DE INCERTEZA ECONÓMICA

### VITOR RIBEIRINHO



Numa altura em que atravessamos o período habitual de pausa para as férias e em que nos deparamos com um conjunto de desafios para a economia internacional e nacional, desde logo com o anúncio de mais um aumento das taxas de juro por parte do BCE, o barómetro deste mês mantém algum otimismo, que nos permite olhar com confiança para a reta final de 2023.

A maioria dos inquiridos continua a acreditar num crescimento da sua faturação e volume de negócios face ao ano anterior, com mais de 30% a perspectivarem um aumento superior a 10%. Dados bastante positivos que não são, no entanto, imunes a algumas ameaças também identificadas neste inquérito, como a inflação, o aumento do custo de vida ou a escassez de talento.

Mas como poderão ser ultrapassados estes desafios? O barómetro identifica três aspetos-chave: o crescimento orgânico e a promoção de alianças e joint-ventures. De resto, esta área das alianças tem estado cada vez mais no topo das prioridades - foi igualmente identificada no CEO Outlook da KPMG - e tem sido uma aposta crescente da KPMG Portugal, através das quais temos vindo a alargar a nossa visão com parceiros tecnológicos, mas também com a Academia e outros parceiros, permitindo abordar novas oportunidades de negócio e promover o talento como forma de manter o crescimento. Este deve ser também o papel das empresas: estabelecer sinergias entre as várias áreas, tendo em vista o desenvolvimento económico.

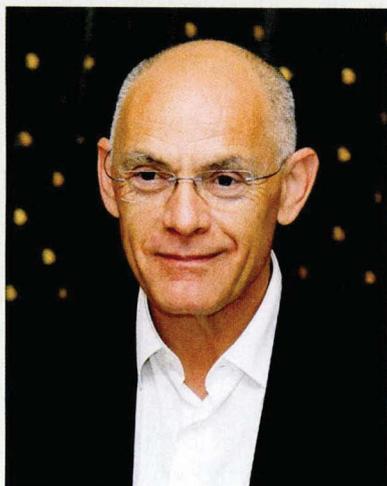
Espera-se, portanto, um segundo semestre positivo, mas já com desafios importantes no horizonte para 2024, que devem ser endereçados desde já, de forma a podermos manter importantes níveis de crescimento e desenvolvimento económico no próximo ano.

CEO/CHAIRMAN  
KPMG

ID: 106836265

01-08-2023

## MANUEL LOPES DA COSTA



### TALENTO E INOVAÇÃO PARA CONTINUAR A CRESCER

Com base nos resultados apresentados, é possível traçar um panorama geral das perspetivas e desafios enfrentados pelas empresas em Portugal para o segundo semestre de 2023.

As perspetivas de crescimento são, em sua maioria, otimistas, com 42% dos inquiridos acreditando que o volume de negócios aumentará até 10%, e 25% prevendo um crescimento entre 10% e 20%. Essa expectativa é reforçada pelos resultados da faturação das empresas em relação ao período homólogo, com 42% dos inquiridos reportando um

aumento de até 10%, e 19% relatando um crescimento entre 10% e 20%.

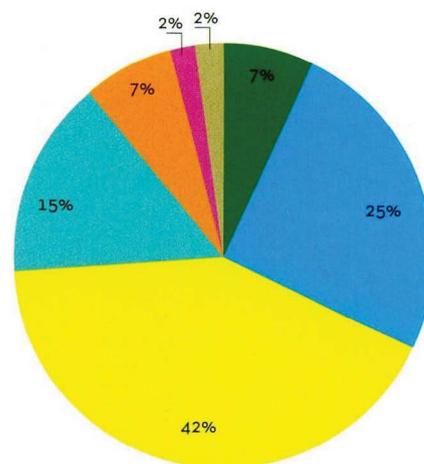
No entanto, os líderes enfrentam desafios significativos que podem afetar os seus negócios. A maioria (71%) está preocupada com tendências económicas, como inflação e custo de vida mais alto, enquanto 32% destacam a escassez de talentos como um fator crítico. A atração e retenção de talento são apontadas como os principais desafios para os líderes, ressaltando a importância de investir em estratégias de aquisição e desenvolvimento de talentos.

Para impulsionar o crescimento, a estratégia mais relevante é o crescimento orgânico, conforme apontado por 61% dos respondentes. As empresas também priorizam investimentos em inovação com novos produtos ou serviços (56%) e transformação do negócio (44%). Essa abordagem demonstra a necessidade de adaptação e melhoria contínua para acompanhar as mudanças no mercado. Quanto às expectativas para o setor de atividade, a maioria (73%) prevê um crescimento moderado, enquanto 22% acreditam que o crescimento será estagnado. Isso indica que os líderes estão cautelosamente otimistas em relação ao futuro de seus setores.

Em relação ao crescimento económico de Portugal, 46% dos respondentes estimam que o PIB terá um crescimento entre 2% e 3%, enquanto 39% preveem um crescimento entre 1% e 2%. Esses números refletem um cenário geral de otimismo, mas também indicam a necessidade de cautela diante das incertezas económicas. Em resumo, os resultados da pesquisa mostram que as empresas em Portugal estão otimistas em relação ao crescimento dos negócios, mas também estão cientes dos desafios que precisam enfrentar. É fundamental que os líderes priorizem estratégias de aquisição de talentos, investimentos em inovação e adaptação contínua para garantir o sucesso e a sustentabilidade das empresas em um ambiente económico dinâmico e competitivo.

**COUNTRY MANAGING PARTNER**  
AUREN CONSULTORES PORTUGAL

1  
À luz dos dados que dispõe, e à entrada para o segundo semestre do ano, qual a percentagem de volume de negócios que estima crescer em 2023 face a 2022?



- Aumentar mais 20%
- Aumentar entre 10% a 20%
- Aumentar até 10%
- Manter
- Diminuir até 10%
- Diminuir entre 10% a 20%
- Diminuir mais de 20%
- Não sabe/ Não responde

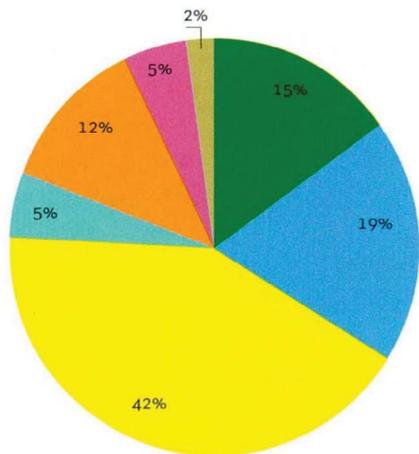
**A ATRACÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTO SÃO APONTADOS COMO OS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA OS LÍDERES EMPRESARIAIS**

ID: 106836265

01-08-2023

2

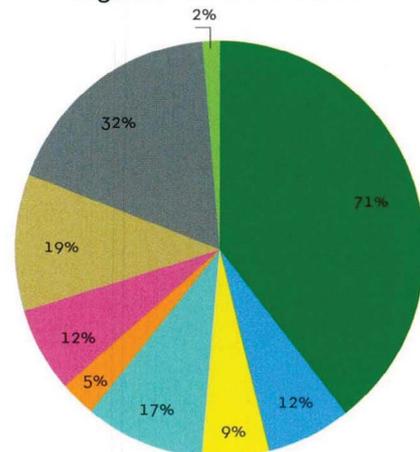
À luz dos dados que dispõe, como foi a facturação da sua empresa face ao período homólogo?



- Aumentou mais 20%
- Aumentou entre 10% a 20%
- Aumentou até 10%
- Manteve
- Diminuiu até 10%
- Diminuiu entre 10% a 20%
- Diminuiu mais de 20%
- Não sabe / Não responde

3

Quais destes factores poderão ter mais impacto no seu negócio para o segundo semestre do ano?



- Tendências económicas, incluindo inflação/custo de vida mais alto
- Preços e/ou escassez de energia
- Surgimento de novas tecnologias
- Aumento da concorrência no seu sector
- Novos modelos de trabalho
- Mudanças climáticas e outros impactos ambientais
- Requisitos regulamentares novos
- Tensão/instabilidade geopolítica
- Expectativas ESG dos reguladores e da sociedade
- Escassez de talentos
- Desafios da saúde pública
- Não sabe/ Não responde

**CONTINUA A VERIFICAR-SE POR PARTE DAS EMPRESAS RESILIÊNCIA AOS VÁRIOS CHOQUES SOFRIDOS, PRIMEIRO A PANDEMIA, DEPOIS A INFLAÇÃO**

## JOSÉ CRESPO DE CARVALHO



Os resultados não surpreendem. Um por um e no agregado. Continua a verificar-se por parte das empresas respondentes resiliência aos vários choques sofridos, primeiro pandemia e depois inflação, e a assegurar-se crescimento. Agora, o crescimento, sendo maioritariamente orgânico pode ser também, e espera-se que não, resultado da inflação. Em todo o caso, estas são as boas notícias.

Do lado mais fraco estão o crescimento pequeno previsto para PIB (espera-se igualmente que o resultado seja a preços constantes pois crescer PIB em regime de inflação a 2-3% não será difícil) e que é, de resto, um problema endémico português. Há muitas causas e amplamente debatidas. A principal, minha opinião, reside na ausência de ambição que tem uma causa na origem: falta preparação para a ambição e essa preparação só se pode obter por via da educação. Educação que estimule o crescimento.

Para acabar com um bom insight espanta-me (é esta a palavra certa), pela positiva, que o que se quer de transformação e crescimento da empresa venha também, em muitos dos respondentes, pelo lado da educação. Muito importante saber que talvez o único recurso original que poderá estimular outros seja precisamente o Educacional. E que as empresas estejam a despertar para ele.

**PRESIDENTE E CEO**  
ISCTE - EXECUTIVE EDUCATION

ID: 106836265

01-08-2023

# XXXI BARÔMETRO

EXECUTIVE DIGEST

## PEDRO COSTA FERREIRA



### A CONJUNTURA EM CINCO NOTAS

#### I - Ainda não é desta!...

De acordo com as respostas, cresceremos, sim, mas certamente a um nível moderado. Se pensarmos que o crescimento é a causa de quase todos os problemas (se não existir) e a mãe de todas as soluções (se se verificar de forma agressiva e consolidada), diria que não estão no horizonte grandes alterações ao clima económico e social. Não, não haverá salto em frente. Que pena.

#### II - Não vai mal...

Apesar disso, as empresas estão a ir bem? Os empresários

dizem que sim, e esperam que assim continue a acontecer ao longo do ano. E aqui, por enquanto, a inflação terá ajudado.

Questão para mais tarde, é quando a economia “aterrar” da inflação.

#### III - Mas a inflação

Ah, mas espera! A procura vai finalmente começar a abalar as fundações consumistas e a vingança pós-pandémica do consumo. O que nos ajudou, por exemplo a gerir a dívida pública, pode matar-nos? Devemos ter cuidado, sim.

#### IV - E a mão-de-obra

Ainda por cima com tanta falta de mão-de-obra...fala-se em falta de talentos, mas por exemplo no turismo, não faltam apenas gestores talentosos, procura-se também quem tenha talento, e disposição, para fazer as camas...

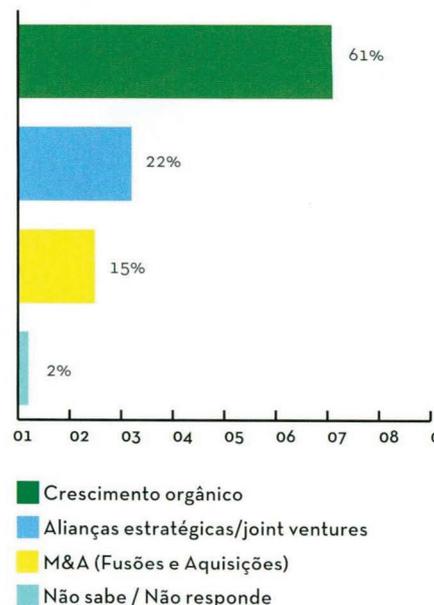
#### V - Sozinhos, sempre sozinhos

A fugir da inflação e à procura de mão de obra, os nossos gestores e empresários parecem pouco dispostos a arriscar juntar trapinhos, através de fusões e/ou aquisições. Num mercado construído em cima de micro e pequenas e médias empresas, parece manter-se a ideia de que mais vale só do que mal acompanhado. Mas quando for preciso capital para as mudanças estruturais? Até porque o PRR foi todo para o Estado...

PRESIDENTE  
APAVT

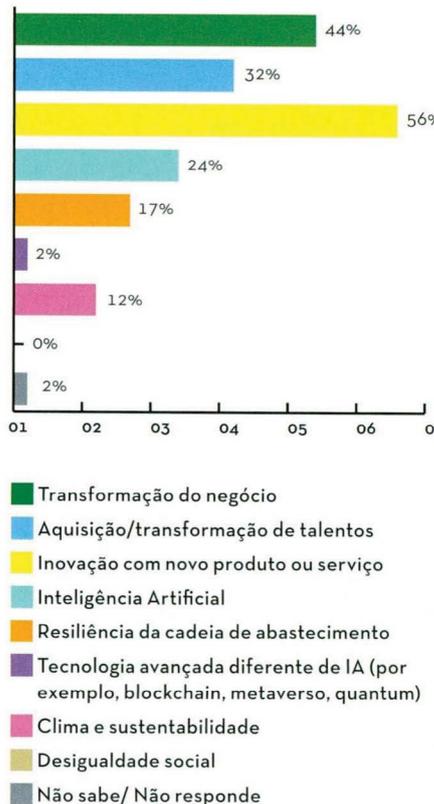
4

Atendendo ao actual contexto, qual a estratégia de crescimento mais importante para a sua empresa?



5

Como é que a sua organização está a priorizar os investimentos?

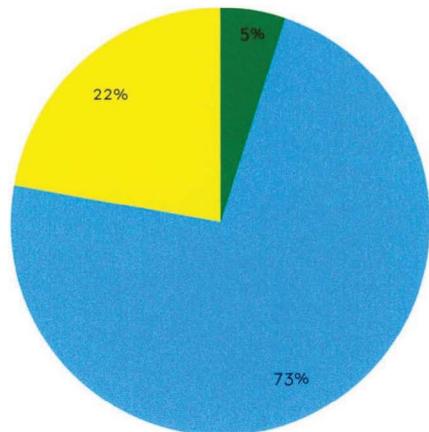


ID: 106836265

01-08-2023

6

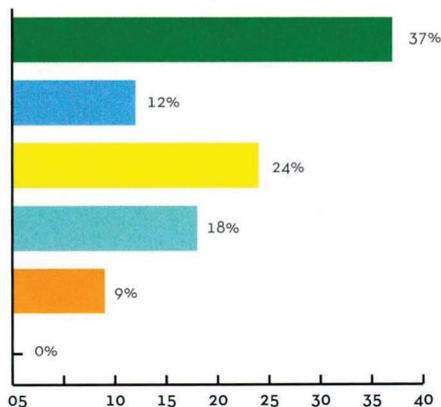
Como antevê a evolução do seu sector de actividade no próximo ano?



- Crescimento forte
- Crescimento moderado
- Estagnação

7

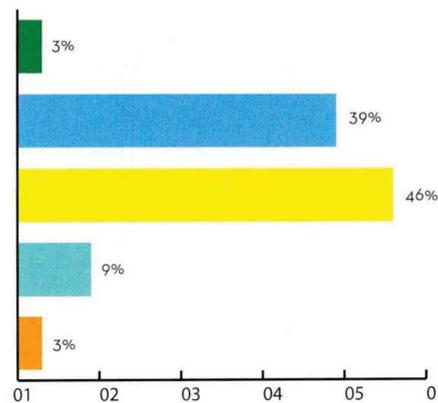
Quais dos seguintes aspectos são actualmente os principais desafios para si como líder?



- A atracção e retenção de talento, absolutamente crítica para o crescimento da minha empresa
- Garantir que mantemos um ritmo acelerado de inovação, mesmo quando incorporamos novos domínios de conhecimento
- Pressões inflacionárias e ambiente económico desafiador
- Gerir o ritmo acelerado da mudança interna necessária para transformar a organização
- Reagir a condições, desenvolvimentos macroeconómicos e políticos que estão fora do nosso controlo
- Não sabe/ Não responde

8

À luz das previsões já apontadas para Portugal, que cenário considera mais provável ao nível do crescimento do PIB em 2023?



- Inferior a 1%
- Entre 1% e 2%
- Entre 2% e 3%
- Superior a 3%
- Não sabe / Não responde

## RAUL NETO



A realidade atual é caracterizada por um lado, por um enquadramento económico desafiante, com um crescimento da economia em desaceleração, por tensões inflacionistas que permanecem em alta apesar da tendência decrescente, e que tem como consequência o aumento das taxas de juro diretoras e em última instância provocando um aumento do custo de vida, e por outro lado pela escassez de talento, como o comprova o facto de termos neste momento o valor mais elevado de população empregada dos últimos anos. Este último é mesmo reconhecido neste 30º Barómetro como o mais desafiante para as nossas empresas e os seus líderes.

Vemos também que há um otimismo moderado quanto à melhoria do enquadramento macroeconómico em que vivemos, mas com perspectivas de crescimento das empresas (maioritariamente abaixo dos 10%), e uma clara aposta em investimento na diversificação de portfólio e na transformação de negócio, o que dá entender uma maior probabilidade de aposta na flexibilidade no momento da contratação, e uma aposta mais premente em perfis qualificados (o que é em si um desafio face à escassez de talento) sendo previsível uma crescente atenção aos critérios que os profissionais mais procuram num empregador e que podemos comprovar no Randstad Employer Brand Research deste ano: Benefícios atrativos, aposta na conciliação entre a vida pessoal e profissional, um ambiente de trabalho agradável e progressão de carreira.

CEO  
RANDSTAD PORTUGAL

ID: 106836265

01-08-2023

## PAINEL

Adrian Bridge, Taylor's Port	David Antunes, Makro	José Manuel Oliveira, Markttest	Paulo Pereira da Silva, Renova
Afonso Carvalho, Grup Serlima	David Arie, Perfumes & Companhia	José Miguel Leonardo, Randstad	Paulo Ramada, AP Hotels & Resorts
Alberto Ramos, Bankinter	Diogo Alarcão	José Pedro Dias Pinheiro, Grupo M	Paulo Simões, Egon Zhender
Alberto Rui, Initiative	Duarte Guedes, Hertz	José Ramos, Salvador Caetano	Paulo Teixeira, Pfizer
Alexandra Andrade, Adecco Portugal	Duarte Pinto, SUMOL+COMPAL	José Theotónio, Pestana Hotels & Resorts	Pedro Afonso, VINCI Energies Portugal
Alexandre Fonseca, Altice	Dulce Mota, Montepio	Licínio Pina, Crédito Agrícola	Pedro Carvalho, Tranquilidade
Álvaro Covões, Everything Is New	Eduardo Cabrita, MSC Cruzeiros	Luís Alves Costa, SDG	Pedro Castro e Almeida, Santander
Álvaro Nascimento, Católica Porto	Erik Lassche, Fullsix	Luís Anula, Mapfre	Pedro Costa Ferreira, APAVT
Amândio da Fonseca, EGOR	Eunice Silva, Vale da Rosa	Luís Araújo, Turismo de Portugal	Pedro Gonzalez, VMLY&R
Ana Figueiredo, Altice	Fernanda Marantes, Havas	Luís Filipe Reis, Sonae SGPS	Pedro Janela, CEO WY GROUP
Ana Salomé Martins, Nors	Fernando Esmeraldo, ECS Capital	Luis Lopes, Vodafone	Pedro Lacerda, Kelly Services
André Freire de Andrade, Carat	Fernando Neves de Almeida, Boyden	Luís Mergulhão, Omnicom Media Group	Pedro Morais Leitão, Prio Energy
Ângelo Ramalho, Efacec	Fernando Oliveira, Mundicenter	Luís Pais Antunes, PLMJ	Pedro Rebelo de Sousa, SRS Advogados
António Bico, Zurich	Fernando Silva, Siemens	Luís Paulo Salvado, Novabase	Pedro Ribeiro, Dom Pedro Hotéis
António Casanova, Unilever	Filipe Santos, Católica Lisbon	Luís Sítima, Odgers Berndtson	Pedro Teixeira, Continental Pneus
António Castanho, CA Seguros	Francisco Pedro Balsemão, Impresa	Marcelo Nico, Tabaqueira	Ramon O'Callaghan, Porto Business School
António Chaves Costa, Tecnifar	Francisco Teixeira, Royal Caribbean	Mariana Carvalho, Haleon	Ricardo Lopes, Renault
António Correia, PwC	Gilda Parreira, Pierre-Fabre	Manuel Pina, UBER	Rita Nabeiro, Adega Mayor
António Cunha Vaz, Cunha Vaz & Associados	Gonçalo Barral, Essilor	Manuel Lopes da Costa, Bearing Point	Rogério Campos Henriques, Fidelidade
António Donato, Tecnimede	Gustavo M. Guimarães	Manuela Tavares de Sousa, Imperial	Rogério Carapuça, APDC
António Henriques, CH Consulting	Helena Martins, Intermarché	Madalena Gusmão, Caudalie	Rui Borges, GrandVision
António Lagartixo, Deloitte	Inês Lima, McDonald's	Maria da Gloria Ribeiro, AMROP	Rui Coutinho, Porto Business School
António Loureiro, Travelport	Isabel Reis, Dell	Maria João Oliveira, Wavemaker	Rui Lopes Ferreira, Super Bock Group
António Portela, BIAL	Isabel Ucha, Euronext	Maria Sales Luís, Multicare	Rui Miguel Nabeiro, Delta Cafés
António Ramalho, Novo Banco	Isabel Vaz, Luz Saúde	Massimo Senatore, BMW	Rui Paiva, We Do
António Saraiva, CIP	João Almeida Lopes, Medinfar	Miguel Almeida, NOS	Rui Pedro Almeida, Moneris
António Valério, Multipessoal	João Alves, EY	Miguel Frásquilho, TAP Air Portugal	Rui Santos, Almirall
Arlindo Oliveira, IST	João Bento, CTT	Miguel Setas, EDP	Rui Sousa, Católica Porto Business School
Beatriz Caeiro, Perrigo	João Duque, ISEG	Miguel Stilwell de Andrade, EDP	Ruth Breitenfeld, Cepsa
Bernardo Correia, Google	João Mello Franco, Banco CTT	Moez Sacoor, Sacoor Brothers Group	Ruy Conde, LG Electronics
Bernardo Rodo, OMD	João Paulo Velez, Câmara Municipal de Lisboa	Nelson Machado, Ocidental	Salomão Kolinski, Tempus
Bruno Almeida, MediaCom	João Pedro Machado, Fidelidade	Nelson Pires, Jaba Rrcordati	Salvador da Cunha, Lift
Carlos Alvares, BNU	João Vieira Lopes, CCP	Nicolau Santos, RTP	Sílvia Barata, BP
Carlos Gomes da Silva, Galp Energia	Jorge Batista, Primavera	Niels Kowollik, Mercedes	Sofia Salgado Pinto, Católica Porto Business School
Carlos Lacerda, SAP	Jorge Magalhães Correia, Fidelidade	Nuno André Figueiredo, Altice	Sofia Tenreiro, Galp Energia
Carlos Leite, HP Enterprise	Jorge Marrão, Deloitte	Nuno Fernandes, IESE	Steven Braekveldt, Ageas
Carlos Nogueira, Europartners	Jorge Pisco, CPPME	Nuno Ferreira Pires, Sport TV	Teresa Brantuas, Allianz
Carlos Oliveira, Mirol	Jorge Rebelo de Almeida, Vila Galé Hotéis	Nuno Oliveira, VIA Outlets	Tiago Oom, Unicre
Carlos Ribas, Bosch	José Correia, HP Enterprise	Nuno Pinto de Magalhães, Sociedade Central de Cervejas	Tiago Vidal, Llorente & Cuenca
Carlos Vieira, Católica Porto Business School	José Crespo de Carvalho, ISCTE/INDEG	Paula Panarra, Microsoft	Timóteo Gonçalves, B the travel brand
Cátia Martins, L'Oréal	José F. Gonçalves, Accenture	Paulo Campos Costa, EDP	Tomas Gonzalez-Quijano, Mindshare
Clara Raposo, ISEG	José Félix Morgado	Paulo Carmona	Tomas Jervell, Nors
Cristina Rodrigues, Capgemini	José Galamba de Oliveira, APS	Paulo Dias Pereira, Bankinter	Vasco Antunes Pereira, Lusíadas Saúde
Cristina Simões, Noreva	José Gomes, Ageas	Paulo Macedo, CGD	Vasco Falcão, Konica Minolta
Cristina Siza Vieira, AHP	José Leal de Araújo, Trivalor	Paulo Magro da Luz, Egor	Vera Pinto Pereira, EDP
Daniel Bessa, Porto Business School	José Luís Pinto Basto, The Edge Group	Paulo Morgado, Twin Pikes	Vitor Ribeirinho, KPMG
Daniel Traça, Nova SBE			