



Carlos Cardoso
CEO da GSTEP

O aumento exponencial do trabalho remoto permite viver mais afastado das grandes cidades e gerar oportunidades em vilas e aldeias que estavam estagnadas ou em declínio a vários níveis.

A digitalização das interações é uma oportunidade de retoma da economia. Passamos cada vez mais tempo nos meios digitais, geramos mais busca, seleção e aquisição de produtos e serviços por essa via. Um meio, mas também um mercado diferente que deve ser abordado de uma forma séria e integrada com as restantes operações da empresa.

Certamente que a larga temporada de confinamento alterou a forma como tiramos partido dos tempos livres. Vamos procurar usufruir mais da natureza e das atividades correlacionadas. Os mercados da restauração, hotelaria, vestuário e acessórios para as várias atividades serão os mais beneficiados.

As, ainda, baixas taxas de juro permitem, pelas vias do endividamento barato e baixa remuneração da poupança, aumentar a apetência para o consumo

e também para o investimento das famílias e empresas. Este círculo virtuoso faz aumentar o nível salarial e baixar o desemprego, aumentando a capacidade de consumo e poupança das famílias.

Por outro lado, o desequilíbrio entre a procura e a oferta em vários mercados como a construção civil ou setor automóvel, potencia o aparecimento de alternativas, como sejam as casas modulares ou o aumento das vendas de viaturas usadas nacionais ou importadas.

Para as empresas aproveitarem ao máximo, estas e outras oportunidades e estarem preparadas para todos os cenários, devem analisar constantemente o mercado e a si próprias. Isto só resultará se usarem as soluções atualmente disponíveis de análise de dados. Disponibilizando à equipa de gestão um alto padrão de análise e acompanhamento da evolução do mercado e da sua empresa nele. Ao mesmo tempo, partilhando a informação mais adequada a cada nível hierárquico de forma a permitir alinhar os objetivos da gestão com os objetivos e performance de cada função.