

Índice de competitividade de Portugal no mercado global

Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira
CONSULAI . www.consulai.com

Por mais de três décadas, o “World Economic Forum” tem estudado e realizado estudos comparativos dos muitos fatores que sustentam a competitividade de diferentes países, publicando os dados obtidos através dos Relatórios de Competitividade Global. O Relatório de Competitividade Global 2011-2012, que abrange 142 economias de todas as regiões do mundo pretende definir o Índice de Competitividade Global (ICG) de cada país e, simultaneamente, identificar o conjunto de reformas estruturais em diferentes áreas que poderão influenciar diretamente a médio-longo prazo a produtividade das diferentes economias avaliadas, promovendo desta forma uma plataforma de diálogo e concertação entre governos, empresas e sociedade civil.

No Índice de Competitividade Global, onde o 1.º lugar é ocupado pela Suíça com uma avaliação de 5,74 e o último lugar ocupado pelo Chade com 2,87, Portugal subiu no ranking de 46.º (2010-2011) para 45.º com uma avaliação de 4,40. Este índice é suportado pela avaliação de 12 pilares de competitividade (ver figura 1), considerados fundamentais para a competitividade, produtividade e crescimento económico.

No enquadramento do presente espaço de opinião, importa analisar o 10.º pilar – Dimensão do Mercado bem como o 11.º – Sofisticação Empresarial.

Tradicionalmente, os mercados disponíveis para as empresas foram limitados pelas fronteiras nacionais. Na era da globalização, mercados internacionais tornaram-se um substituto para mercados domésticos, especialmente para países com mercados de pequena dimensão.

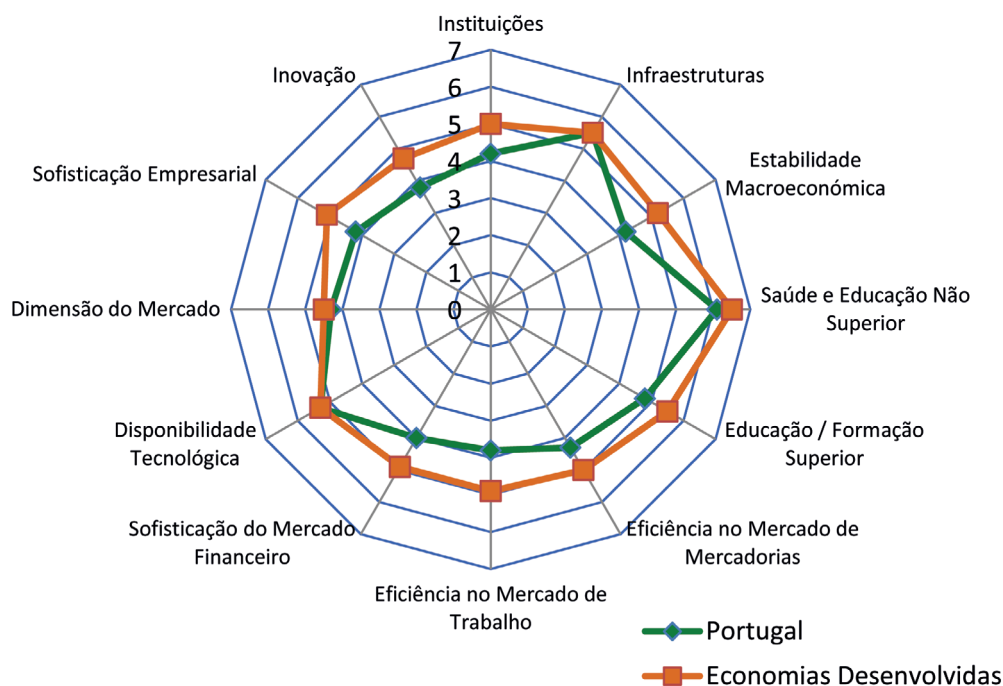


Figura 1 – Avaliação dos 12 pilares de competitividade

Desta forma, as exportações devem ser pensadas como parte de uma estratégia nuclear de cada país, permitindo desta forma determinar a dimensão do mercado do seu tecido empresarial. A avaliação obtida por Portugal relativamente ao 10.º pilar (45.º lugar) foi impulsionada pelo facto de Portugal estar inserido na União Europeia, o que representa desde logo um mercado comum de extrema importância e de relevante dimensão.

A avaliação do 11.º pilar está assente em dois pressupostos que estão interligados entre si: a sofisticação da rede de negócios e a qualidade das estratégias operacionais e de negócio do tecido empresarial. Este último fator penalizou a avaliação deste pilar (50.º lugar) revelando que o nosso mercado apre-

senta ainda algumas carências ao nível das estratégias de branding, marketing, eficiência na distribuição e na produção de produtos diferenciadores e inovadores.

O Relatório de Competitividade Global 2011-2012 apresenta com inegável clareza os pilares onde Portugal se apresenta com elevados índices de competitividade, onde se destacam as nossas infraestruturas rodoviárias (5.º lugar no ranking) e a disponibilidade tecnológica, mas também os pilares onde Portugal apresenta ainda algum défice de competitividade. Dentro destes, o caminho apontado para a competitividade de Portugal terá de passar obrigatoriamente pelo desenvolvimento de estratégias de inovação e diferenciação da produção nacional, desenvolvendo paralelamente políticas de marketing e comunicação que promovam e valorizem as nossas exportações. É de facto imperioso reforçar a capacidade de nos mantermos competitivos no panorama internacional para que possamos depender cada vez mais de nós próprios. ☺

“O caminho apontado para a competitividade de Portugal terá de passar obrigatoriamente pelo desenvolvimento de estratégias de inovação e diferenciação da produção nacional.”