Building a better working world

Conhecer os desafios ajuda a encontrar o caminho?

Portugal: Desafios para 2021.

Quanto melhor a pergunta. Melhor a resposta.
Melhor trabalha o Mundo.

Índice

Sumário Executivo 03

1 Crescimento 05

Investimento Estrangeiro 06
Estratégia para além do que a vista alcança 10
Papel das M&A na recuperação económica 13
Private equity e reestruturações 15
Financiamento e depois das moratórias? 17
Desafios do Setor Segurador pós-pandemia 20
Setor imobiliário: onde estamos e onde vamos? 23
O que esperar para o Imobiliário Português no Pós-Covid 26

2 Sustentabilidade 30

Eco-Living 31
Criação de valor a longo prazo 34
Sustentabilidade e Digital: os game-changers do Setor Financeiro 37
Transição climática 41
Financiamento das renováveis e Hidrogénio 43
Desafios da transição climática - qualificações e emprego 46

3 Talento 49

O futuro do trabalho 50

4 Digital 51

Cibersegurança 52
Inovação no setor segurador através de ecossistemas 54

5 Consumidor 56

Touchless Economy 57
Tendências de consumo 61

6 Estado 65

Sistema de Saúde 66
Recuperação e Resiliência 70
Ética e Integridade 73
Orçamento do Estado 75

Sumário Executivo

João Alves
Country Managing Partner,
EY Angola,
Portugal,
Moçambique

É melhor preparar o futuro do que lamentar o passado. Foi com este mote que a EY preparou esta compilação das perspetivas dos nossos especialistas sobre os desafios que nos esperam em 2021.

O ano de 2020 ficou marcado pela pandemia e pelos seus impactos sociais e económicos, numa chamada à realidade do modelo de desenvolvimento e de sociedade em que vivemos. O mesmo fenómeno expôs tanto as fragilidades de cadeias de valor globais quanto a nossa dependência, enquanto cidadãos, da adoção generalizada de comportamentos que valorizem mais a segurança comum do que a comodidade pessoal.

Apesar de se ter perdido muito em 2020, tanto em vidas humanas como em valor económico, é importante reconhecer que as consequências seriam muito piores se enfrentássemos esta pandemia apenas alguns anos antes. As soluções digitais e as redes de telecomunicações disponíveis permitiram em poucos dias alterar processos e suportar modelos de trabalho remoto que foram essenciais para a continuidade de muitos negócios. Os avanços recentes nas ciências da vida permitiram encurtar o processo de desenvolvimento de novas vacinas de muitos anos para alguns meses. E os resultados poderiam ainda ter sido menos negativos se não fosse por outro fenómeno exposto por esta crise: uma proporção demasiado elevada da população não consegue associar as vantagens da ciência e da tecnologia à necessidade de tomar decisões pessoais informadas, baseadas em factos e nas recomendações de especialistas.

Como qualquer bom empreendedor reconhece, as crises são momentos de oportunidade. Muitos já o demonstraram pela sua capacidade de repensar modelos de negócio, reorientar a sua oferta e reorganizar as suas operações. Como sempre, os que tiveram a capacidade de se adaptar mais depressa mitigaram os riscos e até podem sair da crise como vencedores. Para quem não teve a visão, a agilidade ou a capacidade financeira para mudar, 2021 vai ser um ano decisivo.

O próximo ano vai trazer dois tipos de desafios: por um lado, vai expor consequências económicas da pandemia que têm vindo a ser mitigadas pelas medidas de apoio do Estado; por outro, vai tornar claro que o mundo pós-pandemia é diferente, com clientes e colaboradores que evoluíram para além do que era o padrão no início de 2020. São duas vertentes a exigir atenção, que conjugam a necessidade de dar resposta a desafios de curto prazo, normalmente financeiros, com a importância de não descurar a reflexão estratégica sobre o modelo de negócio mais adequado para assegurar eficiência operacional, dar resposta aos novos padrões de consumo e continuar a atrair e reter talento.

De todos estes desafios emerge uma tendência cada vez mais segura e que a EY já defendia antes da pandemia: fenómenos globais como as alterações climáticas e uma postura mais atenta das novas gerações estão a traduzir-se numa reorientação das prioridades dos investidores, tornando cada vez mais importante a adoção de estratégias de criação de valor a longo prazo, que atendem às necessidades de todos os stakeholders: acionistas, colaboradores, clientes e a sociedade em geral.

Procurámos neste documento verter alguns dos temas, setoriais ou transversais, que entendemos merecerem especial reflexão e preparação para 2021. Sabemos que diferentes setores e empresas serão afetados de forma diferente pelo que, mais do que identificar soluções genéricas, oferecemos a nossa perspetiva sobre temas que vão ser importantes e para os quais estamos disponíveis para aferir, em detalhe, de que forma se podem traduzir em desafios ou oportunidades no próximo ano.

1

Crescimento

. Investimento Estrangeiro

. Estratégia para além do que a vista alcança

. Papel das M&A na recuperação económica

. Private equity e reestruturações

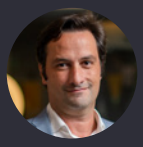
. Financiamento e depois das moratórias?

. Desafios do Setor Segurador pós-pandemia

. Setor imobiliário: onde estamos e onde vamos?

. O que esperar para o Imobiliário Português no Pós-Covid

Atratividade e resiliência: o que pensam os investidores em tempo de pandemia



Miguel Cardoso Pinto
Partner,
EY-Parthenon Leader

Sara Lourosa
Manager EY-Parthenon

As perspetivas melhoram, mas a incerteza permanece. Os investidores confiam na recuperação de Portugal, mas o investimento é necessário. As prioridades são claras e transversais à Europa: maior confiança dos consumidores, melhor acesso a capital e investimento acelerado na digitalização.

O Investimento Direto Estrangeiro (IDE) é um fator crucial para as economias, contribuindo para a criação de valor e geração de empregos. Mais ainda quando, como no caso Português, o nível de sofisticação do investimento aumenta, gerando empregos cada vez mais qualificados.

Now

Após 2019, a resiliência e atratividade de Portugal serão mais importantes do que nunca. Neste ano, confirmou-se a tendência de crescente atratividade do país para investidores estrangeiros. Atingiu-se **um recorde de 158 projetos de IDE**, mais do que duplicando o valor do ano anterior. Portugal subiu para o 8.º lugar entre as economias mais atrativas da União Europeia para investidores estrangeiros, mais do que duplicando a sua quota de projetos (de 1,2% para 2,5%). O número de postos de trabalho criados (mais de 12.000) seguiu a mesma trajetória.

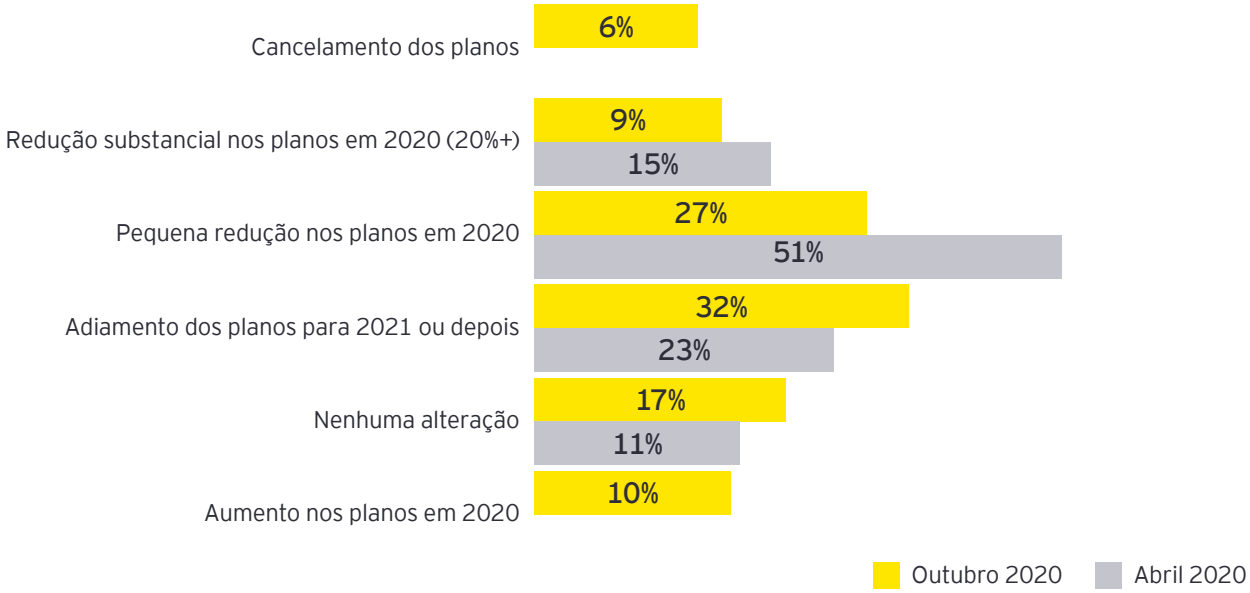
Em 2020, porém, o impacto da pandemia foi imediato e profundo. A propagação da COVID-19, e bem assim dos seus efeitos adversos para a economia, forçou a mão dos investidores que não tiverem outra opção senão revisitar as suas intenções de investimento. Contudo, Portugal evidenciava já em abril sinais de resiliência, **estimando-se que apenas cerca 20% dos projetos anunciados em 2019 se encontrassem em risco**, face à média europeia de 35%.

Next

Seis meses passados, a EY voltou a interpelar executivos de todo o mundo em outubro para perceber quais as suas perspetivas para uma Europa pós-pandemia.

O estudo publicado em maio (que apresentava os resultados de um *flash survey* conduzido em abril) revelava que 9 em cada 10 executivos tencionava reduzir ou adiar os seus planos de investimento em 2020. No *pulse check* conduzido em outubro, este número reduziu e "apenas" 7 em cada 10 executivos partilhava dessa intenção, sendo que 10% dos inquiridos previa, pelo contrário, aumentar o investimento em 2020. Ainda assim, 32% manifestava a intenção de adiar projetos de investimento para 2021 ou depois, mais 10 pontos percentuais do que em abril.

Alterações aos planos de investimento em 2020 motivadas pela COVID-19 (% dos inquiridos)

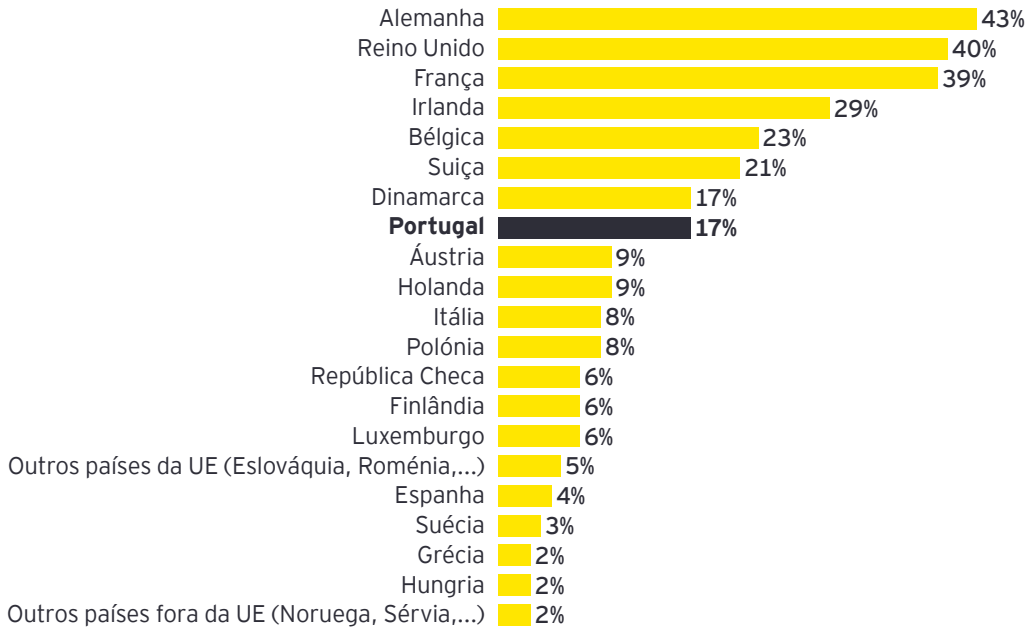


Fonte: *EY Flash Survey* outubro 2020 (total de inquiridos: 109), abril 2020 (total de inquiridos: 113)

Este facto parece estar alinhado com a melhoria das perspetivas de longo prazo dos investidores – em outubro, 73% dos inquiridos acreditava que a Europa seria igual ou mais atrativa até no período pós-pandemia, quando apenas 51% partilhava desta impressão em abril.

Os resultados do *pulse check* mostram ainda que Portugal se posiciona, uma vez mais, favoravelmente no contexto Europeu. Os executivos inquiridos consideram que Portugal será o 8.º país mais atrativo em 2021, superando Grécia, Itália e Espanha como destino de investimento preferido. Alemanha, Reino Unido e França lideram o *ranking*, tendo sido nomeados os três países Europeus com planos de recuperação mais credíveis e favoráveis ao investimento. Nesta matéria, Portugal foi o 11.º classificado.

Países Europeus mais atrativos para IDE em 2021 (% dos inquiridos)



Fonte: *EY Flash Survey* outubro 2020 (total de inquiridos: 109)

Neste contexto atípico, o que é certo é que a incerteza prevalece no momento em que assistimos a uma nova vaga da COVID-19 assolar a Europa. Apesar dos resultados deste último *pulse check* serem mais otimistas do que os divulgados em maio, com a evolução recente da pandemia este otimismo pode ser posto à prova.

Beyond

Para que a retoma seja efetiva, maior confiança dos consumidores, melhor acesso a capital e investimento acelerado na digitalização são necessários. Curiosamente, muito menos executivos parecem considerar que os pacotes de estímulo nacionais por si só serão um fator determinante às suas decisões de (des)localização do negócio (32% em outubro *versus* 80% em abril). Esforços coletivos entre estados Europeus poderão revelar-se mais eficazes para a captação de IDE.

Apesar das circunstâncias atuais, Portugal poderá ver a sua atratividade de longo-prazo reforçada à medida que a pandemia acelera algumas megatendências em curso: a digitalização da economia e a aceleração tecnológica; o maior peso dos temas da sustentabilidade e das alterações climáticas nas decisões de investimento; e a reconfiguração e maior proximidade das cadeias de fornecimento. Nesta vertente, a localização geográfica, infraestruturas de transporte e digitais, apetência digital da economia e os recursos naturais na área das energias renováveis poderão ser importantes catalisadores do reforço do posicionamento internacional de Portugal para o IDE.

Beyond FDI in Portugal in a post COVID-19 world

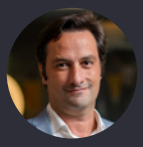
No período pós-pandemia, três megatendências influenciarão em larga medida as intenções e planos de investimento na Europa.

O EY Attractiveness Survey Portugal faz parte de uma série de estudos desenvolvidos anualmente pela EY que revelam as principais considerações dos executivos relativamente aos seus investimentos.

Estes estudos são reconhecidos por clientes, media e Governos como uma fonte chave de informação sobre IDE. Examinado a atratividade de um território enquanto destino de investimento, são concebidos para apoiar os negócios nas suas decisões de investimento e os Governos na remoção de barreiras ao crescimento. Os resultados do estudo são baseados nas perceções de um painel representativo de líderes de negócio e decisores internacionais.

Fontes: EY Attractiveness Survey, EY Flash Survey outubro 2020

Estratégia para além do que a vista alcança



Miguel Cardoso Pinto
Partner,
EY-Parthenon Leader

Vivemos tempos incertos e turbulentos onde as empresas são obrigadas a criar, não só, opções para sobreviver ao imediato, mas também estratégias de crescimento e diferenciação para um futuro incerto.

O mundo tem-se vindo a transformar a uma velocidade exponencial e recentemente foi impactado por uma pandemia que criou uma crise sem precedentes em todas as indústrias e geografias ao mesmo tempo.

Aquilo que era um problema localizado na China no início de fevereiro, estava espalhado pelo mundo inteiro no final do mês e em Março o mundo entrava em lockdown levando a que, nessa altura, 1/3 da população mundial estivesse em casa.

O futuro que já era incerto tornou-se completamente obscuro o que leva à dificuldade de criar estratégias de médio ou longo prazo. Os planos que tinham sido feitos para um horizonte de cinco anos de nada servirão pois não resistem a uma realidade de hoje nem a um futuro desconhecido que temos pela frente.

Um estudo realizado pela EY Parthenon demonstra que **76% das empresas vão ter que rever as suas estratégias de médio e de longo prazo e 12% considera que terão que olhar para novos setores** para ter sucesso.

As crises anteriores ensinaram-nos que *9% das empresas voltam mais fortes da crise do que eram antes. Estas empresas são aquelas que se caracterizam por, durante a crise, reduzir custos ao mesmo tempo que investem mais em R&D, marketing ou ativos.*[1]

No entanto, esta realidade trazida para Portugal e para as empresas Portuguesas, maioritariamente Micro e PMEs, carregar no acelerador e no travão ao mesmo tempo é algo difícil quando o carro ameaça ficar sem gasolina a qualquer momento pois o grande desafio é sobreviver ao dia de hoje.

Muito se fala da necessidade de regressar ao novo normal. Mas o novo normal não existe, já não existia antes e não voltará a existir. As empresas esperam o regresso a uma normalidade que lhes traga de volta os clientes e o negócio como ele era, mas nada será como antes.

As estruturas das indústrias modificaram-se durante estes meses e nada voltará a ser como antes, o mesmo se passa com as empresas, com o consumidor final e com todos outros *stakeholders* relevantes como os órgãos reguladores, os colaboradores, etc.

O CEO da Microsoft, Satya Nadella, comentava recentemente que *vimos 2 anos de transformação digital em apenas 2 meses* e isso traduz-se na transformação de todo o ecossistema competitivo.

Os clientes foram forçados a comprar online, alguns deles pela primeira vez, e isso irá mudar o seu comportamento e as empresas tiveram que reinventar as suas cadeias produtivas.

A digitalização é um imperativo para as organizações e isto não passa por digitalizar o modelo de negócio atualmente existente, mas sim desenhar uma estratégia para um mundo digital, que obrigará as organizações a reinventarem-se completamente e isso não se traduz apenas por adotar mais tecnologia, mas sim por transformar culturas e competências, onde a inovação terá que passar a fazer parte do DNA das empresas.

Nesse mesmo estudo da EYP 67% dos entrevistados considera que a maior ameaça virá de alguma empresa que está fora do seu setor de atividade. Ou seja como nos poderemos preparar para um futuro incerto? Acreditamos que i) a criação de uma visão de longo prazo que incorpore o entendimento de potenciais cenários futuros e ii) a criação de uma competência de inovação serão a resposta para dotar as organizações de uma resiliência que hoje é fundamental para sobreviver e amanha será critica para garantir a sustentabilidade das empresas e dos negócios.

Dito isto, repensar o presente e reinventar um novo futuro é um exercício que a alta liderança das organizações deverá desenvolver envolvendo os responsáveis de diferentes áreas como Financeira, Recursos Humanos, Tecnologia, Marketing entre outras para encontrar novas respostas para os novos desafios que enfrentamos. Isto passa por:

- entender o presente definindo um plano para retirar o melhor valor possível do contexto atual
- criar um ponto próprio sobre o futuro identificando cenários futuros possíveis para o espaço competitivo da empresa
- realizar *stress tests* à estratégia atual para cada um desses futuros e identificar estratégias de crescimento que sejam resilientes aos diferentes cenários
- desenhar um roadmap de transformação para o futuro
- construir uma competência de inovação

Fontes
1. Harvard-Business-Review-Roaring-Out-of-a-Recession 2010 - Ranjay Gulati, Nitin Nohria, and Franz Wohlgezogen
2. EY Strategy Realized Survey

A **Givaudan** é uma empresa multinacional suíça, com mais de 250 anos e líder de mercado em fragrâncias e aromas. A EYP trabalhou em parceria com a divisão de fragrâncias para tropicalizar a estratégia global 2025 para a América Latina. Com a pandemia foi necessário fazer adaptações da estratégia definida e pensar novos caminhos para o futuro.

"

Para desenvolver a estratégia Givaudan Latam 2025 a EY-P foi um parceiro chave. Em 2019 através da experiência e trabalho no Centro de Inovação, criámos contexto para construir o nosso roadmap para alcançar as nossas ambições. Foi uma excelente oportunidade para pensar a transformação digital e como poderíamos adaptar as nossas estratégias para acompanhar essas tendências! Com a chegada da pandemia, fomos impulsionados a repensar nosso planos e a EYP nos ajudou a adequar nossos pilares para responder as mudanças de cenário e priorizar as iniciativas neste novo contexto competitivo.

Lúcia Lisboa, VP de perfumaria fina para LATAM

Miguel Farinha
Partner EY,
Country Strategy
and Transactions Leader

M&A Sinais de otimismo para 2021

As operações de M&A no mercado Português irão continuar a crescer, quer em volume e em valor, com investidores internacionais a continuar a olhar para este mercado e muitos investidores portugueses a procurarem oportunidades interessantes para reforçar o seu posicionamento no mercado.

Depois de um ano extraordinário de 2019, no que concerne ao mercado português de M&A (Fusões e Aquisições), tal como na generalidade dos países mais desenvolvidos, as previsões para 2020 apontavam para uma continuação desta tendência com mais um ano de muita atividade transacional suportada pelo otimismo derivado do ambiente económico global. Mas a pandemia global e a quase suspensão de atividade económica nos meses de março e abril de 2020 levou a uma paragem brusca neste mercado no qual estamos agora a observar a sua recuperação.

Como 2020 deixou evidente para todos, qualquer tentativa de prever o que podemos esperar de 2021 pode ser um completo tiro ao lado, mas não deixa de ser um exercício interessante para quem atua primordialmente neste mercado.

O mundo moderno nunca observou uma pandemia desta dimensão, o que torna muito difícil perceber os impactos da mesma nas suas várias dimensões. No entanto podemos sempre olhar para as últimas crises económicas e tentar perceber como as operações de M&A foram impactadas pelas mesmas. E nestes casos constatamos sempre que as operações de M&A arrefeceram no início dos períodos recessivos, para rapidamente voltarem a crescer com os primeiros indicadores de retoma.

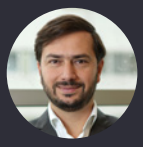
Na situação atual é difícil referir que já vemos sinais de retoma, ou pelo menos sinais consistentes da mesma, mas é neste momento óbvio que já nos habituámos a viver num contexto de pandemia e conseguimos, em determinados sectores, reduzir a incerteza associada ao impacto da pandemia nos mesmos. Com esta diminuição de incerteza retomam as operações de M&A, como se constatou nos últimos meses e principalmente desde o Verão de 2020 em determinados sectores.

Mas voltando ao histórico de crises económicas e aos efeitos nas operações de M&A após as mesmas, é seguro afirmarmos que iremos observar um período de grande movimentação no mercado de M&A, sendo que nas atuais circunstâncias a retoma poderá ser mais rápida do que a verificada nas anteriores retomas pós recessão, em virtude das disponibilidades financeiras atualmente existentes, das taxas de juro historicamente baixas e das oportunidades decorrentes da situação atual, nomeadamente no que concerne a ativos *distressed* que chegarão ao mercado com o final das moratórias esperado em 2021.

A estes fatores, o mercado português junta a sua atratividade, que tem aumentado consistentemente nos últimos anos, como demonstra o EY Atractiveness Survey, fatores esses que não terminaram ou perderam o seu interesse com os efeitos da pandemia. Seguramente, com os vislumbres de uma solução, vacina, para a situação que todo o mundo está a viver, Portugal irá continuar a brilhar no sector do turismo, onde as características que levaram à descoberta de Portugal como destino de topo se mantêm inalteradas, bem como irá demonstrar outras das suas vantagens competitivas, como a relação qualidade preço dos nossos serviços e produtos, que permita demonstrar ao mercado internacional que somos uma alternativa interessante para multinacionais que viram as suas cadeias de fornecimento interrompidas por estarem dependentes de uma só geografia ou fornecedor.

Neste sentido, acredito que as operações de M&A no mercado Português irão continuar a crescer, quer em volume e em valor, com investidores internacionais a continuar a olhar para este mercado e muitos investidores portugueses a procurarem oportunidades interessantes para reforçarem o seu posicionamento no mercado.

O "novo normal" das sociedades gestoras de *Private Equity*



António Oliveira
Partner EY,
Diversified Industrial
Products Leader

O ano de 2020 revelou-se uma prova de fogo para as empresas, destacando-se as que tiveram maior capacidade de adaptação e resiliência – estas serão as mais capazes de atrair o investimento de *Private Equity*.

"Num ponto estamos todos de acordo: 2020 não foi *business as usual*" – assim é o início da 14ª publicação anual *EY Global Alternative Fund Survey*.

Até meados de fevereiro de 2020 os mercados financeiros globais registavam picos de rentabilidade históricos e níveis de empregabilidade que não faziam prever a reviravolta que se avizinhava. Os tempos seguintes foram marcados pela elevada volatilidade dos mercados e crescente incerteza por parte dos investidores.

Ao longo dos últimos meses importantes lições foram retidas e hoje os fundos de investimento preparam o ano de 2021 com cuidados redobrados. As prioridades foram repensadas e hoje a atenção está direcionada para quatro principais temáticas:

- **Tecnologia:** investimentos em automação e inteligência artificial garantirão eficiências operacionais e melhores decisões de investimento. Uma estratégia que está a ser seguida por diversos fundos de investimento é a construção de bases de dados que permitam análises preditivas em relação aos comportamentos do mercado e à identificação de eficiências nas operações das suas participadas.

- **Talento:** num período que premeia a adaptação acelerada e a agilidade, o talento largamente respondeu ao desafio. Em 2021, continuarão a ser os colaboradores das empresas a imprimir a resiliência necessária para enfrentar os desafios do mercado. Para tal, as equipas precisam cada vez mais de experiência, *insights* inovadores e conhecimento profundo das exigências de mercado. Os profissionais terão de, cada vez mais, dominar temas como tecnologia, ciência, engenharia e automação de forma a permitir uma resposta rápida e assertiva à constante mudança.

- **Responsabilidade social:** neste momento de pandemia verificou-se uma crescente preocupação por parte dos investidores pelas políticas de responsabilidade social e ambiental das empresas. A implementação de medidas como o trabalho remoto tiveram um impacto muito significativo na redução das emissões de carbono. Por sua vez, a crescente digitalização de processos resultou num acesso mais igualitário à informação e ao conhecimento. Para 2021 estima-se que as sociedades de *Private Equity* dupliquem os investimentos em empresas com maior pendor de responsabilidade social.

- **Soluções de investimento *tailor made*:** existe uma tendência crescente para uma maior diversificação de estruturas de investimento customizadas às necessidades de cada negócio. Em particular, espera-se que este contexto de pandemia volte a colocar os veículos de coinvestimento e o crédito privado como soluções muito utilizadas.

2020 foi um ano em que diversas indústrias perderam valor devido à incapacidade de se ajustarem às condições de mercado, às alterações na indústria e às exigências dos setores. Em contrapartida, outros segmentos da economia beneficiaram do investimento em tecnologia e da forma como as suas equipas abraçaram a mudança – assim foram capazes de preservar (e aumentar) o capital dos seus investidores. Num momento em que existem vários fundos com capital disponível para investir e elevada incerteza, o ano de 2021 exigirá resiliência na identificação das "boas empresas": o objetivo é fazer mais com menos, e mais rápido, de forma a traduzir oportunidades em lucros.

39%

das sociedades gestoras de *Private Equity* inquiridas oferecem ou planeiam oferecer soluções de crédito privado

64%

das sociedades gestoras de *Private Equity* inquiridas possuem atualmente uma política de responsabilidade social

Fonte: 2020 Global Alternative Fund Survey

Nuno Nogueira da Silva
Associate Partner EY,
Head of Turnaround
and Restructuring Strategy

Moratórias, a antecâmara de uma crise anunciada!

Atendendo a que o fim da moratória legal não coincidirá com o fim da crise económica, é expetável que as restrições de liquidez enfrentadas pelas empresas sofram novo agravamento e assim não consigam fazer face ao seu serviço de dívida.

A moratória legal foi desenhada e pensada, na fase inicial da pandemia, para aliviar a tesouraria das empresas e, verdade seja dita, para lhes dar tempo, na expectativa de que a curva de recuperação económica fosse relativamente rápida. Eram tempos de grande incerteza, em que as respostas tinham que ser rápidas.

Hoje sabemos, sem grande dúvida, que, a par do *lay-off* simplificado, a implementação da moratória legal foi uma das medidas de apoio do Estado mais importante e determinante para o alívio da tesouraria das empresas. Tanto assim é que, face à manutenção de um cenário de elevada incerteza, a Autoridade Bancária Europeia (EBA) aprovou um conjunto de medidas adicionais, abrindo caminho ao governo que introduza alterações ao regime atual, reabrindo o acesso a este mecanismo, a quem assim o entenda, até 30 de Março de 2021.

Em paralelo, foram e continuam a ser disponibilizadas linhas de crédito de apoio à tesouraria e à retoma económica, com garantia do Estado.

No entanto, face à escalada do número de casos, decorrente da segunda vaga da pandemia, é expectável uma quebra económica assaz mais vigorosa, e de um impacto ainda mais negativo no desempenho das empresas, em geral, e de alguns setores em particular, como sejam, por exemplo, o do Turismo e o do Retalho.

Sendo Portugal um dos países mais endividados do mundo e um dos que apresenta a maior proporção de moratórias face ao crédito total concedido, temos o enquadramento para se criar uma tempestade perfeita, atendendo a que o fim da moratória legal não coincidirá, com certeza, com o fim da crise económica, é expetável, senão mesmo provável, que as restrições de liquidez enfrentadas pelas empresas sofram novo agravamento e assim, aquando do termo da moratória, e do início do reembolso das linhas de apoio entretanto recebidas, não consigam fazer face ao seu serviço de dívida e honrar as suas responsabilidades.

Neste sentido, e porque, ao contrário do que aconteceu no início do ano, é sabido que este agravamento da crise se verificará e, mais, até tem data marcada, parece-me crítico que empresas, instituições financeiras e governo comecem, desde já, a preparar o fim da moratória e enfrentar esta realidade, e comecem a delinear estratégias, mais abrangentes, que permitam a sobrevivência do tecido empresarial português.

Uma vez que é ainda difícil antever como irá evoluir a situação económica e que consequências dela poderão advir, é crucial que todos participem antecipadamente, e de forma proativa neste processo.

As instituições financeiras deverão, desde já, iniciar um processo de análise à sua carteira de crédito, com o objetivo de avaliar e identificar empresas com riscos de incumprimento, e estar dispostas a criar, em conjunto com os seus clientes, soluções de refinanciamento que permitam proteger não só as empresas, como todo o sistema financeiro.

Simultaneamente, as empresas devem proceder a um diagnóstico interno, frontal e transparente, da sua situação financeira atual e futura (mais conhecido por Revisão Independente do Plano de Negócios ou *Independent Business Review*, na terminologia anglo-saxónica) e, logo de seguida, iniciar um diálogo com as instituições financeiras. Apesar da incerteza quanto ao futuro, é da maior importância que as empresas iniciem uma análise crítica ao impacto que a crise económica terá nos pressupostos subjacentes ao seu modelo de negócio, para que se possa desenhar, em conjunto e caso a caso, soluções de reestruturação globais, exequíveis e equilibradas para ambas as partes.

Do lado do Governo, urge preparar o final das moratórias e encontrar soluções alternativas de capitalização para empresas que, apesar de viáveis, se encontrem numa situação financeira debilitada pela envolvente macroeconómica onde se inserem. Estas soluções podem passar por instrumentos de capital ou quase capital, que permitam a recapitalização das empresas, tornando-as mais robustas e capazes para enfrentar a situação difícil em que se encontram, devendo estes instrumentos ter uma remuneração justa e adequada, mas apenas após se ter alcançado a estabilização da situação financeira destas empresas.

Encontrar soluções de recuperação é possível, desde que elas sejam preparadas, com tempo e transparência, por todos.

A EY, através da sua área de *Turnaround & Restructuring Strategy*, dispõe de uma equipa exclusivamente dedicada a processos de reestruturação e de *debt advisory*. Esta equipa é composta por especialistas com profundo conhecimento dos principais desafios enfrentados pelos vários *stakeholders* neste tipo de processos.

Os projetos incluídos no nosso portfolio de clientes incluem o refinanciamento e reestruturação de dívida financeira num valor superior a €20 mil milhões.

Siga-nos em www.ey.com/en_uk/restructuring

Carla Sá Pereira
Partner EY,
Insurance Consulting Leader

Desafios do Setor Segurador pós-pandemia

A pandemia acelerou algumas mudanças. As seguradoras que conseguirem transformar os efeitos desta pandemia em programas de mudança significativos e melhorar os seus resultados, tornar-se-ão mais fortes.

A pandemia empurrou-nos a todos para vidas que não podíamos antecipar. O impacto final que a pandemia terá na economia, nas famílias e nas empresas é ainda incerto, mas com as vacinas à porta podemos estar neste momento perante uma mudança de paradigma, embora os efeitos não sejam tão imediatos como todos gostaríamos.

Efetivamente, atualmente a iniciar-se a redução das consequências da "segunda vaga", com as medidas já anunciadas para o Natal e passagem de ano, mas não se sabendo se existirá uma terceira que obrigue a novo confinamento e desconhecendo ao certo de que forma as vacinas anunciadas vão conseguir imunizar a população, tudo aponta para a necessidade de manter a prudência.

As dificuldades resultantes desta pandemia levaram o setor segurador a acelerar a inovação, que há muito se identificava como uma prioridade, e aumentou a consciência geral da importância do seguro. As seguradoras que conseguirem transformar os efeitos desta pandemia em programas de mudança significativos e melhorar os seus resultados, tornar-se-ão mais fortes.

Não obstante a rápida adaptação do setor segurador português, sem perturbações graves sobre as operações, há ainda um longo caminho a percorrer para continuar relevante e incrementar a sua penetração. Os efeitos sobre a colocação de novo negócio continuam a sentir-se, em particular para aqueles que estavam menos adaptados. Apesar de ser necessário que qualquer ajustamento ao nível de prémios ou devoluções seja devidamente ponderado através da análise dos efeitos ao longo de um período de tempo suficientemente alargado, como o regulador tem vindo a sublinhar, a pressão dos consumidores para a necessidade de redução dos preços (prémios de seguro) na renovação dos contratos tendo em conta a sua perceção de uma sinistralidade inferior traz também pressão sobre a emissão de continuados. Este efeito é importante, em particular para linhas de negócio em que a concorrência pelo preço era já muito elevada.

A Forbes divulgou recentemente que nos Estados Unidos e desde janeiro deste ano as vendas dos seguros de vida online aumentaram entre 30% a 50% para as empresas que dispunham de aplicações e que efetuavam a subscrição com base em dados e algoritmos, em particular para consumidores com menos de 45 anos. No sentido oposto, as vendas realizadas por agentes diminuíram até 50%.

As gerações mais novas desejam aceder às suas informações, querem informações sobre políticas, sobre os seus registos médicos, dados sobre a sua condição física e sobre as compras domésticas. Há um grande interesse em possíveis serviços de valor agregado.

Assim, antecipa-se que a nova era do seguro de vida seja bastante diferente. Será necessário que as seguradoras desenvolvam produtos e serviços mais acessíveis, digitais, simples e que apresentem soluções integradas e adaptáveis às necessidades especificas de cada cliente. Passar a dar uma experiência mais abrangente aos seus clientes para gerir as suas vidas, fazendo parte de um ecossistema mais amplo de bem-estar, risco e poupança irá permitir reter os clientes e aumentar a receita.

Nos ramos Não Vida, onde os reduzidos rendimentos financeiros também têm impacto, aliados à pressão da concorrência no preço, a modelos operacionais rígidos e a requisitos regulamentares em constante evolução, tem levado a pressão nos resultados, com os custos operacionais a manterem-se relativamente elevados já há alguns anos.

As alterações dos riscos (desde os climáticos, passando pelos pandémicos até aos cibernéticos, apenas para enumerar alguns), as mudanças socioeconómicas a as alterações tecnológicas que aumentam as expectativas dos consumidores, criam também pressão sobre os modelos Não Vida tradicionais. Todo o ecossistema está a evoluir e a natureza do cliente, a concorrência e os produtos também estão a mudar.

Para um setor que já procurava reinventar-se, a COVID-19 veio acelerar a mudança. Aqueles que melhor souberem aproveitar esta aceleração e adaptar-se à novas exigências, sairão mais fortes.

Para se prepararem para as novas exigências,

as seguradoras devem passar a dar uma experiência mais abrangente aos seus clientes para gerir as suas vidas, fazendo parte de um ecossistema mais amplo de bem-estar, risco e poupança, passando assim a ter relacionamentos mais profundos com os clientes e baseados em informação que extravasa a do modelo clássico de negócio, mais centrada na medição estrita do risco.

Tiago Rosa
Senior Manager EY,
Tax Services

Setor imobiliário: onde estamos e onde vamos?

O mercado imobiliário está a sofrer uma transformação acelerada. Eis o que se pode esperar para os próximos anos.

À luz do panorama global atual, Portugal encontra-se sob uma enorme pressão sobre todos os setores da sua economia, não sendo, naturalmente, o setor imobiliário uma exceção a esta regra.

O confinamento como imposição de escala mundial na resposta à crise resultante da propagação da COVID-19 acarretou consequências em muitos casos dramáticas no que à economia respeita, como a criação de novas dinâmicas no mercado de trabalho - quer, por um lado, pelos postos de trabalho que se puderem manter na modalidade do teletrabalho, como, por outro lado, os setores que vivem do contacto pessoal do quotidiano e que se viram forçados a fechar as suas portas (v.g., indústria hoteleira, restauração, etc).

Em particular, no setor imobiliário, é certo que não se pode dizer que tudo continuou como em época "pré-COVID" mas as consequências (ainda) não foram tão impactantes como em outros sectores da economia. Reflexo dessa conclusão é que, por um lado, os promotores imobiliários que já investiam em Portugal continuam a ter sucesso na colocação de produto no mercado e, por outro, verifica-se que regra geral os preços de venda ainda não desceram significativamente como talvez fosse de esperar. Naturalmente, para este último fator, em muito contribuem as moratórias ao crédito à habitação aprovadas pelo Governo que vêm adiando um facto talvez inadiável que será a venda "desesperada" do património imobiliário por parte das famílias e a acumulação de créditos incobráveis por parte dos bancos.

Do lado dos *private equity* o que se passa é ligeiramente diferente, ou seja, existe um grande acesso a liquidez / capitais (que não existia em 2008 / 2009 durante a crise financeira) e uma pressão enorme para investir com rentabilidades acima da média.

Devido ao atual contexto de baixas (negativas) taxas de juro, com perspetiva de assim se manterem no médio prazo, reduzindo os retornos de todas as classes de ativos, bem como à crescente volatilidade nos mercados acionistas, os investidores institucionais (como por exemplo os fundos de pensões e as seguradoras Vida com elevadas taxas garantidas, que possuem responsabilidades de longo prazo perante os seus subscritores) têm aumentado significativamente a sua exposição a "investimentos alternativos" [maioritariamente *private equity* - que tradicionalmente procuram obter retornos acima dos *benchmarks*, entre 7% a 25%] aumentando de modo significativo a liquidez deste tipo de fundos.

Os *private equity* são uma das poucas classes de ativos que poderão fornecer retornos elevados de forma substancial, consistente e a longo prazo. Naturalmente o aumento da exposição a esta classe de ativos aumenta significativamente o perfil de risco dos investidores e coloca também pressão do lado das *private equity* para investir mais e com maiores retornos.

Ora é precisamente neste contexto que se torna premente os países criarem as condições favoráveis à promoção de investimento estrangeiro e em particular dos *private equity*. A competitividade dos países na atração do investimento é algo que tem estar na agenda do dia e Portugal não pode ficar para trás.

Neste sentido, ao nível de tendências no setor imobiliário, o que se tem verificado a nível global é a deslocação das pessoas dos grandes centros urbanos para zonas limítrofes. Decisão esta, certamente em larga escala, tomada com base nos preços mais baixos em conciliação com a realidade do teletrabalho (que, especula-se, veio para ficar em larga escala).

Uma das medidas que vem sendo apelada há muito pelos promotores imobiliários relativamente a este tópico é a redução da taxa do IVA para 6%, aplicável à construção nova no segmento residencial, (ao invés dos atuais 23%). O IVA é um dos principais custos dos projetos imobiliários e a sua redução será um forte atrativo para os investidores olharem cada vez mais para este segmento de mercado. Relembre-se que o sucesso desta medida na reabilitação urbana foi evidente e foi um dos fatores que permitiu a regeneração das grandes cidades que até há poucos anos estavam em grande parte devolutas e degradadas.

Ainda em sede de tendências no setor residencial, o segmento vulgarmente designado de *Multifamily* (a habitação construída de raiz para fins de arrendamento tradicional) está a chegar a Portugal e será certamente uma aposta de futuro. Este conceito já existe há vários anos nos EUA com um sucesso enorme e mesmo na Europa já é uma realidade consolidada. O crescimento da procura para arrendamento nos últimos anos é um dos maiores atrativos para os investidores deste segmento e com a crise que se adivinha as famílias (especialmente a classe média e baixa) deixarão de ter possibilidades de comprar casa não tendo outra opção senão arrendar.

Para este segmento de *Multifamily* e no que se refere à fiscalidade, um dos principais atrativos será certamente a opção por veículos de investimento alternativos como é o caso dos Organismos de Investimento Coletivo e as Sociedades de Investimento e Gestão Imobiliária. Quanto a este ponto, o que temos visto como preocupação dos investidores é a pouca estabilidade e clareza dos regimes fiscais aplicáveis. Nos últimos anos já se tem discutido este tema e os investidores estrangeiros continuam com algum receio em optar por estes veículos pela sua instabilidade e incerteza na aplicação do regime (que se evidencia, por exemplo, na resposta aos pedidos de informação vinculativa que têm sido emanados pela Autoridade Tributária).

Adicionalmente, adivinha-se (e espera-se) que o mercado de turismo volte gradualmente a recuperar vigor (em especial com a tão aguardada notícia de uma vacina para a COVID-19) ainda que seja expectável alguma transformação das tendências do setor. O mercado transacional de unidades turísticas deverá certamente acelerar nos próximos anos com a entrada de investidores oportunísticos e numa lógica de *turnaround*. O regresso das isenções de impostos sobre o património para prédios integrados em empreendimentos a que tenha sido atribuída a utilidade turística talvez fosse algo a considerar novamente (depois de terem sido revogadas nos últimos anos).

Aguardamos com a expectativa as medidas que venham a ser implementadas pelo legislador Português para dar resposta a estas tendências e colocar Portugal como primeira escolha na decisão de investir por parte dos investidores estrangeiros.

O setor imobiliário tem conseguido manter alguma estabilidade pese embora a crise pandémica em que vivemos.

É expectável que o fim das moratórias do crédito habitação venha a agitar o mercado transacional e trazer novas tendências. Ainda em termos de tendências, verifica-se que o segmento residencial (e em particular na modalidade *multifamily*) tem ganho preponderância dentro e fora dos centros urbanos, e neste particular a redução da taxa do IVA aplicável à construção nova (residencial) será uma medida essencial de captação de investimento. O setor do turismo também deverá começar gradualmente a recuperar, nomeadamente se a tão aguardada vacina para a COVID-19 chegar e tiver a eficácia esperada.

O que esperar para o Imobiliário Português no Pós-COVID

João Moura
Associate Partner EY,
Real Estate, Hospitality,
Construction & Infrastructure

Por ter sido um dos motores da economia nos últimos anos, o imobiliário é um dos sectores que concentra atenção acrescida, seja na identificação de ameaças seja na identificação de oportunidades.

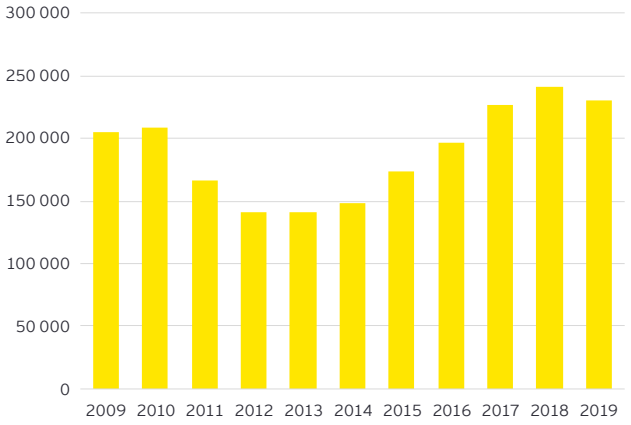
Em 2019 as transações no mercado imobiliário português em ativos e sociedades, representaram um volume próximo de 30 mil milhões de euros, dos quais mais de 80% dizem respeito à transação de habitação. Estes são números históricos nunca alcançados e foram atingidos apenas 6 anos depois de, consequência da crise iniciada em 2011, se ter tocado no nível mínimo de liquidez e de investimento dos últimos 20 anos.

A evolução dos últimos 6 anos foi muito alicerçada no crescimento do reconhecimento internacional da marca Portugal e nos programas de atração de investimento, que alavancaram o turismo e produziram uma crescente procura do mercado internacional pelo imobiliário em Portugal.

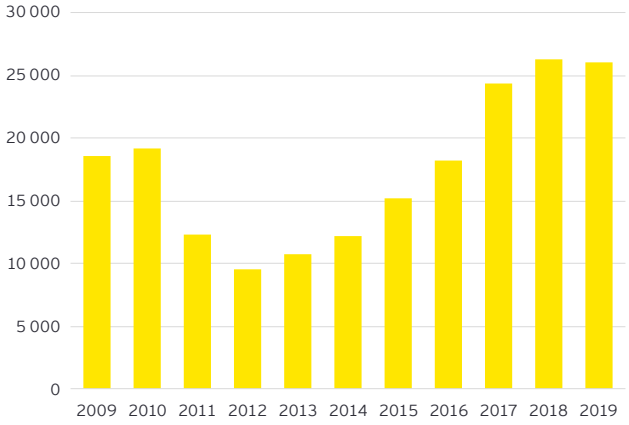
Neste período todos os segmentos do mercado registaram uma evolução positiva da procura, ocupação e valor de mercado dos ativos, com crescimentos acima da média registada no mercado europeu.

Em 2019 o mercado dava já sinais de inversão de tendência com ligeiros decréscimos no número e no valor das transações.

A questão que hoje se coloca é como evoluirá o mercado imobiliário no período pós-COVID, quando se perspetivam alterações na organização das empresas, com um crescente peso do teletrabalho, alterações nos canais de compra utilizados pelos consumidores e mudanças na procura turística.



Nº de transações de imobiliário



Valor das transações de imobiliário (milhões de euros)

Para além de impactos decorrentes da inevitável degradação das variáveis macroeconómicas, a evolução do mercado depende da concretização de um conjunto de pressupostos que estão ainda envoltos num elevado nível de incerteza.

Muitos não deixarão de ter presente o que aconteceu no mercado no período pós 2011, em que uma perspetiva negativa afastou muitos investidores que sabem hoje não ter tomado, então, as melhores decisões de investimento.

Os dados já conhecidos sobre a evolução do mercado em 2020 permitem afirmar que o interesse no mercado português se mantém o que é indiciador que os investidores internacionais mantêm uma visão positiva sobre o mercado no médio e longo prazo.

Não obstante, a atual crise não deixará de produzir alterações estruturais na sociedade, reduzindo, aumentando e alterando necessidades e preferências em diversos domínios.

No imobiliário, como base para satisfação da generalidade das necessidades da sociedade, é de prever que alterações estruturais na sociedade se traduzam em alterações sobre a dinâmica do mercado.

Com muitos projetos em *pipeline* concebidos para uma realidade distinta da que se irá viver após 2021, é de prever que se assista a uma redefinição e alinhamento de estratégias e dos projetos com a nova realidade.

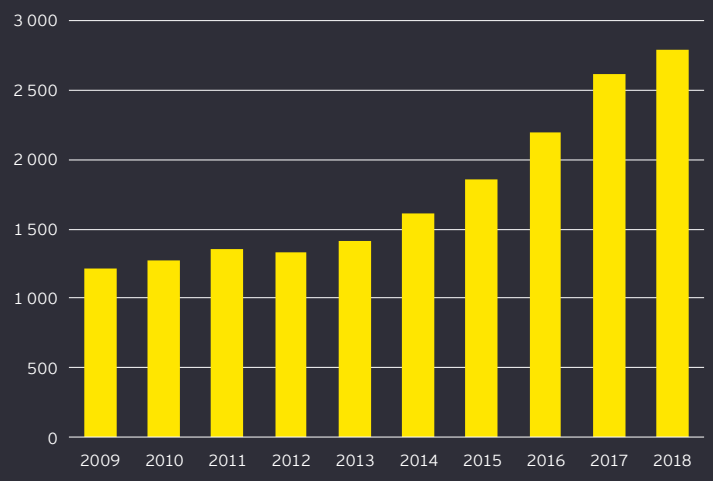
O caso particular do Hospitality

Oportunidades

- Desenvolvimento de novos formatos e destinos turísticos cuja relevância foi tornada evidente pela pandemia.
- Aproveitar a esperada procura por viagens no período pós Covid para consolidar a marca Portugal.

Ameaças

- Uma alteração estrutural das viagens de negócios.
- Uma alteração do perfil de procura turística.



Receitas do sector do alojamento turístico em milhões de euros (Fonte:INE)

O sector turístico é o mais afetado pela pandemia e aquele onde a implementação de medidas de mitigação se revela mais difícil.

A perda de uma parte muito significativa do negócio está a colocar em causa a sustentabilidade de muitas das empresas.

Pese embora o contexto difícil, alguns investidores têm manifestado disponibilidade para apoiar as empresas neste período critico com a disponibilização de liquidez, o que poderá ser um sinal de confiança na recuperação do sector no médio prazo.

Importância do mercado internacional

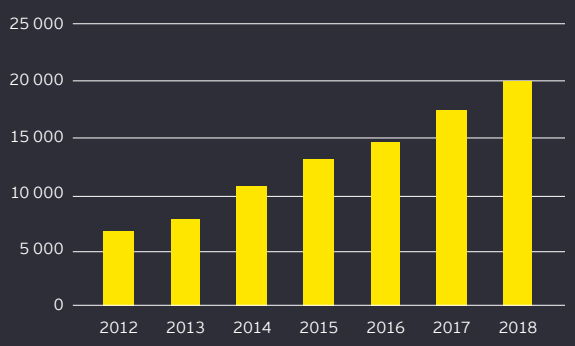
Oportunidades

- Captação da procura gerada pelo fenómeno da relocalização de alguns setores industriais para a Europa.
- Consolidação de Portugal como destino de serviços partilhados e centros de competência.

Ameaças

- A alteração dos programas de atração de residentes estrangeiros.
- Concorrência de outros destinos europeus.

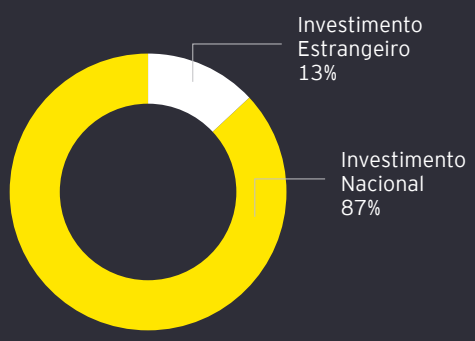
Em 2019 o investimento estrangeiro pesava 13% no investimento imobiliário, excluindo o investimento em sociedades, representando mais de 19.900 transações



Nº de imóveis adquiridos por não residentes

Fonte: INE

Em 6 anos o número de transações cresceu 190% e o montante investido 484%.



Peso do investimento estrangeiro

Como pode o RHCI apoiar o mercado

O nível de incerteza sobre a evolução do mercado nos próximos meses e anos incrementa significativamente a dificuldade de tomada de decisão dos investidores.

A equipa da EY, tirando partido do conhecimento profundo do mercado nacional e da dinâmica do mercado global, tem vindo a apoiar os Clientes na análise detalhada da atual situação do mercado, na construção de hipóteses e na análise de cenários.

No caso de clientes com investimentos em curso, esta abordagem tem sido critica para apoiar os clientes na identificação de riscos e oportunidades, necessários para sustentar o processo de revisão dos seus *business plans* e garantir a sustentabilidade e a viabilidade do negócio.

Já no caso de investidores que procuram o momento para entrar no mercado, a possibilidade de recurso a uma equipa local com competência transversal, tem permitido acelerar os processos de análise e a tomada de decisão, aspetos que se revelam particularmente críticos em momentos como o atual.

No caso de empresas detentoras de ativos relevantes, mas com a operação severamente afetada pelo atual contexto, o nosso papel tem consistido na análise das carteiras de ativos e na identificação de oportunidades de geração de liquidez, seja pela venda, *sale&lease back* ou outras estruturas.

2

Sustentabilidade

. Eco-Living

. Criação de valor a longo prazo

. Sustentabilidade e Digital: os game-changers do Setor Financeiro

. Transição climática

. Financiamento das renováveis e Hidrogénio

. Desafios da transição climática - qualificações e emprego

Eco-Living
De necessidade a estilo de vida: o bem-estar como foco para 2021

Sara Rego
Senior Consultant
Business Design
& Transformation

A pandemia da Covid-19 veio evidenciar as ligações de interdependência entre a biodiversidade, as alterações climáticas, a sustentabilidade, o bem-estar individual, a saúde pública e a economia, de tal forma que temos vindo a repensar os nossos comportamentos enquanto indivíduos e membros de uma sociedade global.

Esta nova realidade, moldada por um contexto de incertezas e transição de valores, gira em torno da casa e do ambiente familiar na procura pelo equilíbrio perdido entre a vida pessoal e a vida profissional. É o foco nesse bem-estar que tem vindo a despertar uma maior consciência para o impacto da pegada individual, que se traduz no aumento do consumo ético – um tipo de consumo centrado em valores como a sustentabilidade, os direitos humanos, o bem-estar dos animais ou as condições de trabalho mais justas.

De acordo com o mais recente estudo conduzido pela EY em Portugal – o Future Consumer Index - cerca de 29% dos consumidores confirma a intenção de serem mais conscientes sobre as suas ações e o impacto que elas têm no mundo. Quer seja por convicção e alinhamento de valores, quer pelo receio do impacto negativo (e dramático) do atual modelo de economia linear na qualidade de vida das pessoas, a verdade é que esta alteração na intenção de compra e comportamento exerce uma forte pressão sobre as marcas e organizações com vista a uma resposta mais célere e a um maior compromisso na resposta a estas novas necessidades.

Este despertar de consciência estende-se à forma como comemos, como nos vestimos, trabalhamos, viajamos ou nos mantemos saudáveis. 2021 transformará aquilo que é hoje uma necessidade - a procura pelo bem-estar – num estilo de vida *mainstream*.

Apresentamos aqui algumas tendências Eco-Living que marcarão o próximo ano.

O vestuário torna-se minimalista

A segunda indústria mais poluente a nível mundial é uma das mais impactadas pela pandemia – a crescente consciência dos efeitos adversos da indústria têxtil no ambiente tem impulsionado a procura por marcas mais éticas. De acordo com um estudo recente da Business Research Company (BRC), estima-se que o mercado global da moda ética cresça de $6.35 mil milhões em 2019 para $8.25 mil milhões em 2023 com uma taxa de crescimento anual composta de 6,8%.

$8,25mM

será o valor estimado do mercado global de moda ética, em 2023

Fonte: BRC

Contudo, como resultado do encerramento das lojas físicas, o distanciamento social e o trabalho remoto, o vestuário deixou de ser uma prioridade na vida das pessoas. As marcas tiveram que se reinventar, transitar para o *online* e repensar o seu posicionamento para atrair este segmento cada vez mais crescente de consumidores informados e conscientes. Estes procuram marcas alinhadas aos seus valores e estão dispostos a procurar alternativas que respondam a essa necessidade.

Em 2021, a moda digital terá continuidade, com desfiles *online* e *designs* em 3D. A sustentabilidade tornar-se-á o foco das grandes marcas, com novas agendas para a redução da sua pegada de carbono, aposta num modelo de negócio mais circular e maior foco na diversidade e inclusão das suas coleções e comunicação. Já os consumidores irão continuar a fazer escolhas mais ponderadas, apostando em guarda-roupas cápsula, um conceito de armário minimalista, compacto e versátil, que promove a reutilização de peças-chave.

Maior flexibilidade na alimentação

A pandemia transformou o nosso quotidiano e, como consequência, os nossos hábitos e comportamentos – incluindo o que comemos, como comemos e como nos mantemos saudáveis. Com a saúde e bem-estar a assumirem posições de destaque nas nossas prioridades, a alimentação continuará a ter um papel importante durante o próximo ano. Uma das tendências serão os "superalimentos" e a ativação do sistema imunitário. De acordo com um estudo da Market Research, mais de 50% dos consumidores afirmaram ter tomado mais suplementos de estímulo ao sistema imunitário em 2020.

60%

dos Millennials nos EUA estão interessados em adotar um consumo moderado de carne.

Fonte: BRC

Para além do sistema imunitário, haverá também uma maior preocupação na escolha de uma alimentação que sirva um propósito – verificar-se-á um maior apoio à economia e produção ao nível da comunidade. Esta tendência provocará, também, uma alteração na dieta alimentar no sentido de incluir práticas alimentares mais sustentáveis e amigas do ambiente – como, por exemplo, reduzir o consumo de carne ou optar por refeições à base de vegetais. A ideia é ter uma dieta flexível, ou seja, apostar num consumo moderado de carne e alimentos de origem animal. De acordo com um estudo da Statista, mais de 60% dos Millennials nos EUA estão interessados em adotar esta dieta.

Formas de trabalhar mais híbridas

A disrupção causada pela Covid-19 a vários níveis e o stress de um contexto desconhecido, têm vindo a provocar um aumento de depressões e doenças do foro psicológico que impactam fortemente o desempenho profissional. Dado o estigma em torno destes temas, a tendência é evitar o assunto no local de trabalho e refugiar-se na tecnologia. Segundo um estudo conjunto da Oracle e Workplace Intelligence, 80% dos inquiridos optariam por uma resposta rápida, imparcial e sem julgamento de um robot em detrimento de um ser humano, no que toca à resolução de problemas de stress ou psicológicos. No sentido de encontrar soluções para estes problemas, várias organizações têm apostado em parcerias com empresas de tecnologias de bem-estar, que ajudem os colaboradores a meditar, a manterem-se em forma e a promoverem uma dieta saudável (ex.: Headspace, Calm ou BetterHelp).

80%

dos inquiridos optariam pela resposta de um robot para a resolução de problemas de stress ou psicológicos

Fonte: Oracle e Workplace Intelligence

A pandemia provocou, também, mudanças nas expectativas dos colaboradores face às organizações. Estes esperam um maior compromisso por parte dos empregadores em fazer a diferença – horas de trabalho mais flexíveis, licença remunerada, instalações seguras, formação ou apoio à saúde mental - e um maior alinhamento com os seus valores pessoais. Para ajudar a colmatar os problemas de isolamento provocado pelo trabalho remoto, a tendência será a adoção de espaços e equipas de trabalho híbridas, conciliando trabalho remoto e presencial promovendo, ao mesmo tempo, a socialização, a independência e a flexibilidade.

Viagens mais "smart"

A procura do bem-estar estende-se também à forma como viajamos. Assim, o próximo ano será pautado por um crescente aumento das escapadelas domésticas para repouso e recuperação de energias, nomeadamente para zonas rurais, com especial atenção para locais que ofereçam retiros, aulas de meditação e ioga ou terapias de spa. As viagens mais longas serão ponderadas e os consumidores optarão por destinos com baixa incidência de Covid-19 e estâncias com certificado de segurança sanitária. O consumo consciente chegou também às viagens com uma maior preocupação por parte dos consumidores sobre o impacto ambiental das suas ações – prevê-se um aumento na procura de locais com práticas amigas do ambiente e com forte compromisso na redução da pegada ambiental. Nesse sentido, muitas organizações do sector do turismo estão a repensar as suas estratégias de negócio com vista a desenvolver uma abordagem holística de férias que promova a redução dos efeitos ambientais durante a estadia de um hóspede.

65%

dos consumidores diz que meio ambiente e as mudanças climáticas serão uma prioridade para si, na maneira como vivem e na escolha de produtos que compram

Fonte: Oracle e Workplace Intelligence

O propósito como imperativo de negócio no pós-pandemia

Manuel Mota
Partner EY,
Financial Accounting
& Advisory Services

Bernardo Rodrigues Augusto
Manager EY
Climate Change
& Sustainability Services

No pós-pandemia, as empresas têm a oportunidade de se centrarem no seu propósito focalizando-se na criação de valor partilhado com todas as suas partes interessadas numa perspetiva de longo prazo.

As organizações e as empresas têm vivido desde março de 2020 uma prova de fogo de assinalável magnitude, ao terem de demonstrar a resiliência do seu negócio, perante um nível de disrupção sem precedentes, ao mesmo tempo que são chamadas a dar o seu contributo para dar resposta à crise, apoiando colaboradores, fornecedores e as comunidades em que operam. Esta crise, constituí uma **oportunidade** para as empresas afirmarem o seu papel enquanto **agentes cruciais de transformação** para uma sociedade e uma economia, mais justa, inclusiva, neutra em carbono e circular.

Este chamamento para a ação tinha curiosamente tido já um ponto alto em janeiro deste ano, com o lançamento pelo *World Economic Forum* (WEF) do **Manifesto de Davos**[i]. Este documento apelou às organizações para a importância do envolvimento de todos os seus *stakeholders* e não apenas dos seus acionistas, na **criação de valor partilhado e sustentado**, numa perspetiva de **longo prazo**, o chamado ***stakeholder capitalism***. No mesmo mês, o WEF lançou o seu *Global Risks Report*[ii], onde pela primeira vez o **top 10 de riscos globais identificados** foi composto **maioritariamente** por riscos ambientais e sociais, incluindo o risco de "doenças infeciosas".

> *The purpose of a company is to engage all its stakeholders in shared and sustained value creation. In creating such value, a company serves not only its shareholders, but all its stakeholders – employees, customers, suppliers, local communities and society at large.*
>
> Klaus Schwab, fundador e Presidente do WEF

Perspetivando-se um cenário pós-pandémico, torna-se importante desde já refletir que lições se podem retirar desta crise na abordagem à gestão de riscos numa perspetiva de longo prazo. Aliado ao facto do perfil de consumidores e investidores estar a mudar, exigindo cada vez mais que as empresas tenham preocupações ambientais e sociais nos seus negócios, as empresas têm a oportunidade de **alinharem** o seu **propósito** e a sua **estratégia** com a agenda ESG (ambiental, social e governança).

Com o **Pacto Ecológico Europeu**[iii] a ter, também em Portugal, um papel importante na resposta à crise económica, os modelos de negócio terão de se adaptar a uma realidade assente na **transição para uma economia verde, circular e neutra em carbono até 2050**, que envolverá uma **articulação e esforço** sem precedentes ao nível de todos os sectores de atividade. O modelo de financiamento está também numa fase de transição, com a massificação ao nível político, das instituições financeiras e empresas, dos conceitos de ***Sustainable Finance*** e integração de critérios ESG nas decisões de investimento. O **Plano de Ação da União Europeia para o financiamento sustentável**[iv], estabelece o enquadramento para promover o investimento em atividades económicas classificadas como sustentáveis pelo sistema de classificação *EU Taxonomy**.

A adaptação a esta agenda é, pois, fundamental na definição da **visão a longo prazo** da empresa e como esta ambiciona gerar valor. Para tal, é necessário que o **contexto de sustentabilidade interno e externo** à organização esteja cimentado ao nível da **Governança.** A capacidade de uma empresa compreender e demonstrar o valor gerado para as suas partes interessadas e para a sociedade é determinante para o desenvolvimento da sua estratégia a longo prazo, de modo a manter a sua licença social para operar.

As empresas que definam uma agenda para um **crescimento resiliente às alterações climáticas** serão vistas segundo uma perspetiva atrativa em termos da sua capacidade de no longo prazo resistir a c**hoques sistémicos**. A pandemia COVID-19, em vez de desviar a atenção da necessidade de promover um futuro sustentável, na verdade reforça esse imperativo. Esta é uma oportunidade única para as empresas se realinharem e priorizarem a criação de valor a longo prazo, sendo que as empresas que se realinham à agenda do ***stakeholder capitalism*** terão uma **vantagem competitiva** sobre aquelas que tentam retornar aos negócios de forma tradicional.

Perante a dimensão da crise social e ambiental que enfrentamos hoje, é mais importante do que nunca que as empresas superem os desafios associados e que **estruturas e métricas de sustentabilidade** devem usar para **medir com mais precisão a criação de valor.** As empresas devem encontrar formas efetivas de medir **concretamente a sua jornada e esforços de sustentabilidade** e comunicar o que estão a fazer nessas áreas. A sua capacidade de criar **valor futuro duradouro** reside exatamente em aproveitar a inovação para dar resposta às necessidades de todos os seus *stakeholders* - e colocar a **sustentabilidade no centro de sua estratégia de negócios.**

* Que não coloquem em causa o princípio do *Do No Significant Harm: climate change mitigation; climate change adaptation; the sustainable use and protection of water and marine resources; the transition to a circular economy; pollution prevention and control; and the protection and restoration of biodiversity and ecosystems.*

Purpose and stakeholders	Competitive advantage	Business redefined	Measurement and communication
What is your purpose and how does it reflect stakeholders needs?	How will you create competitive advantage?	How will you need to transform your business?	How will you measure and communicate success?

Benefícios

O conhecimento mais aprofundado sobre a ligação entre os impactos gerados pelas atividades empresariais com os *drivers* da criação de valor é fundamental para criar uma estratégia focada no valor a longo termo

01
Medir e comunicar o valor total gerado responde às exigências dos *stakeholders* quanto à divulgação da contribuição da empresa para a sociedade e garantir a sua "licença para operar"

02
Demonstrar de forma transparente a ligação entre as atividades e os impactos gerados na sociedade, permite atender às exigências de investidores de modo mais eficaz e abrangente

03
Entender o valor criado para a comunidade, permite que a organização tome decisões de investimento em programas de finalidade social

04
Uma estratégia integrada baseada num conceito mais amplo de valor, permite maximizar a criação de valor a longo prazo, para os acionistas e sociedade em geral

05
A medição de impactos ambientais e sociais permite direcionar as suas ações no sentido de uma gestão adequada dos mesmos e identificar riscos e oportunidades

06
Apoiar decisões de investimento e alocação de recursos com base em critérios não só financeiros, mas também com critérios não financeiros/ESG

Desafios

Internacionalização dos critérios ESG na estratégia de negócio para uma melhor compreensão da interligação existente entre valor financeiro e o valor para a comunidade.

Identificar e analisar os impactos ambientais, sociais e económicos ao longo da cadeia de valor da organização.

Adotar métricas e metas, que permitam monitorizar os impactos gerados e que estejam alinhadas com as expectativas dos *stakeholders*.

Integrar a avaliação dos impactos em processos e ferramentas de tomada de decisão na empresa (e.g.: seleção de fornecedores, simbioses industriais, decisões de investimento, compensação de impactos - como *carbon offsets*).

Oportunidades

1. Licença social para operar
2. Resiliência e criação de valor a longo prazo
3. Eficiência das operações e minimização dos impactos
4. Sustentabilidade

Referências
[i] https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/
[ii] https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2020
[iii] European Commission. (2019). *The European Green Deal*. Bruxelas.
[iv] Plano de Ação da União Europeia para o Financiamento Sustentável (disponível on-line em https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0097&from=DE)

Sustentabilidade e Digital: os game-changers do Setor Financeiro

Rudolfo Varela Pinto
Associate Partner EY, Risk, Financial Consulting Services

O maior desafio atual do Setor Financeiro é a rentabilidade! A Sustentabilidade, alicerçada no digital, é a oportunidade para alterar o paradigma do modelo de negócio e focar na criação de valor de Longo Prazo!

Os serviços financeiros têm um papel crucial a desempenhar na transição para uma sociedade global sustentável, por via do seu contributo na concretização dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (SDG) das Nações Unidas, designadamente nas vertentes de regeneração ambiental, inclusão social e prosperidade económica (ESG).

A pressão no mundo corporativo para a transição para um modelo mais sustentável não é nova! Mas hoje, forças como a consciência social, a agenda política, o comportamento do investidor, movimentos sustentáveis e o custo da mudança climática estão a acelerar a revolução da sustentabilidade, com impacto no governo, nos investimentos, na tecnologia.

Neste contexto, destacam-se 3 dimensões onde a mudança é imperativa para o Setor Financeiro:

1 Governance e Modelo de Negócio

O conceito de Governo está a evoluir à medida que as organizações passam a incorporar o seu propósito no centro do modelo de negócio, com os fatores ambientais e da sustentabilidade a assumirem uma posição de crescente relevo.

Redefinição do papel do Órgão de Administração

"The responsible allocation, management and oversight of capital to create long-term value for clients and beneficiaries leading to sustainable benefits for the economy, the environment and society.

The UK Stewardship code, 2020

Cada vez mais, os CEOs do Setor veem os tópicos de ESG e SDG como importantes para a criação de valor e rentabilidade no longo prazo e para a evolução para um modelo de negócio que incorpora, *by design*, o risco e as oportunidades associadas a pessoas e planeta.

2 Rentabilidade e Riscos

O maior impulsionador da tomada de decisão ESG para gestores de ativos é o aumento da rentabilidade e a transição para um futuro sustentável é uma das maiores oportunidades comerciais do nosso tempo! Tal passa pela introdução de novos produtos e serviços (p.e. títulos verdes, títulos de sustentabilidade, fundos ESG) e pela melhoria da reputação e da marca através do foco no propósito e no valor de longo prazo.

Tendências

90% dos estudos demonstram uma relação neutra ou positiva entre ESG e rentabilidade das Empresas

6.1% de maior rentabilidade das Empresas no Dow Jones Sustainability Index

3.9% de 'outperformance' das Empresas no "Fortune's Change the World List", por referência ao MSCI World Stock Index

Contudo, para que as oportunidades da neutralidade climática (*'net zero path'*) sejam identificadas e concretizadas, os serviços financeiros devem assegurar os seguintes passos fundamentais:

- Incremento dos fluxos de capital para o financiamento da transição para um futuro sustentável.
- Desenvolvimento de capacidades para entender e medir o risco climático, o qual, no limite, pode motivar a reavaliação de todos os ativos financeiros.
- Transformação digital ao nível do acesso, exploração, qualidade e fiabilidade dos dados e transparência da informação.

3

Digitalização

Os dados estão na base de quase todas as atividades financeiras sustentáveis e, em particular, na base das decisões, da gestão e da divulgação de informação.

Mas estando os dados disponíveis fragmentados, de acesso difícil e demorado e revelando problemas de fiabilidade, é necessário um movimento forte de desenvolvimento digital, de direcionamento do investimento para estruturas de dados sólidas, abrangentes e granulares e de construção de métricas comuns.

Este é o cenário para uma nova onda de rutura digital, que se propagará aos produtos e serviços financeiros!

Em conclusão, atendendo à dimensão dos desafios colocados pela sustentabilidade financeira, a agenda competitiva do setor financeiro a 10 anos será provavelmente definida pelas entidades incumbentes com maior força na atualidade, dada a experiência, maior escala e recursos digitais, e pelos gigantes digitais que se voltarão para o setor atrás das oportunidades criadas pelo desenvolvimento sustentável.

A nova realidade será composta por *players* diferentes, por aqueles que forem capazes de redefinir e transformar o modelo de negócio e de posicionar-se na vanguarda do desenvolvimento tecnológico!

Os beneficiários? A economia, a sociedade e o planeta, através da criação de valor de longo prazo, dinamizada pelo setor financeiro.

A EY define sustentabilidade financeira como qualquer forma de serviço financeiro que incentive a integração de critérios ambientais, sociais ou de governo (ESG) nas decisões de negócio de longo prazo.

Entre o espectro de dimensões mais impactado no setor destacam-se:

- Governo e Estratégia
- Mercado de Capitais
- Crédito
- Gestão de Risco
- Produtos e Serviços
- Comportamento de clientes e investidores
- Informação financeira e divulgação
- Tecnologia

A sustentabilidade financeira constituirá uma mudança de paradigma, com alteração de *players* e uma nova onda de rutura digital no setor, que beneficiará clientes, sociedade e planeta, agregando valor de longo prazo, criando maior equidade, sustentabilidade e inclusão e contribuindo para a retoma da rentabilidade e prosperidade.

Pilares dos Serviços de Sustentabilidade Financeira da EY

- **Corporate**
  . Governo, Processos e Ferramentas internas sustentáveis
  . Modelo de negócio orientado para o valor de longo prazo
  . Informação e transparência

- **Risco e Regulamentação**
  . Integração dos riscos e sustentabilidade na definição da estratégia e rentabilidade, *by design*
  . *Regulatory Compliance*

- **Produtos e Serviços**
  . Foco em investimentos sustentáveis
  . Conduta responsável com contrapartes, clientes, investidores e sociedade no geral

Desafios da transição climática - qualificações e emprego

Manuel Mota
Partner EY,
Financial Accounting
& Advisory Services

Bernardo Rodrigues Augusto
Manager EY
Climate Change
& Sustainability Services

Os desafios que o país enfrenta para garantir que possui os recursos humanos necessários para suportar a transição para uma economia neutra em carbono até 2050 são de grande dimensão e exigem um investimento substancial.

A pandemia instituída pela COVID-19 desviou a Europa da sua rota transformadora para uma sociedade moderna e próspera, eficiente no uso de recursos e baixa em carbono, estabelecida pelo Pacto Ecológico Europeu. É agora preciso continuar a dar a resposta necessária à crise pandémica, mas também à crise económica e social que daí resultou, de uma forma coesa, sustentável e inclusiva, retomando uma trajetória de crescimento sustentado.

O Plano Preliminar de Recuperação e Resiliência (PRR) está organizado em **nove roteiros para a retoma do crescimento sustentável e inclusivo**, entre os quais se encontra o **potencial produtivo e emprego**, sob o pilar da **resiliência**. Contudo, a relevância deste tema não se encerra na resiliência social e económica, sendo também uma temática crucial para a transição climática.

Os desafios que o país enfrenta para garantir que possui os recursos humanos necessários para suportar a transição para uma economia neutra em carbono até 2050 são, em primeira instância, relativos aos empregos já existentes nos setores em transição.

O **setor da energia** é aquele que enfrenta maiores transformações, pois necessita de abandonar não só os recursos fósseis, mas também a maioria dos processos e infraestruturas associados a este modo de produção de energia. A transição para energias renováveis como a solar, a eólica e o hidrogénio requer a requalificação dos trabalhadores de todo o ecossistema deste setor, garantindo que ninguém fica para trás.

No âmbito da **indústria** destaca-se a necessidade do trabalho especializado e qualificado para suportar a transição para tecnologias mais eficientes e desenvolvimento de modos de produção inovadores. O PRR identifica os setores têxtil e vestuário, calçado e da resina como setores estratégicos para a descarbonização e bioeconomia. Mas de fora não devem ficar as indústrias petroquímicas e do cimento que, em conjunto com a produção de energia, constituem as atividades com maiores emissões de carbono em Portugal.

É preciso capacitar o **setor da construção** para fazer face ao problema urgente da reabilitação de edifícios, melhorando a sua eficiência energética e, consequentemente, combatendo a pobreza energética mas também, investir na inovação tecnológica e no emprego científico que suporta o desenvolvimento de materiais e técnicas de construção inovadoras que melhoram não só a *performance* energética dos edifícios, mas também a *performance* ambiental, através de materiais de origem biológica que atuam como reservatórios de carbono e produzem menos resíduos.

É preciso investir na renovação e qualificação do emprego no **setor primário.** A agricultura, a floresta e a aquacultura (na produção de algas) representam atividades importantes para a neutralidade carbónica pelo seu potencial de captura de carbono. A restruturação e qualificação do emprego neste setor potencia a criação de soluções para o combate às alterações climáticas, cujo desenho inovador pode ainda beneficiar outros aspetos ambientais como a proteção e promoção da biodiversidade.

Além dos empregos em transição, existem também oportunidades e desafios nos novos empregos verdes. O **setor terciário**, que representa 69.8% da população portuguesa empregada, pela sua aparentemente reduzida utilização de recursos e emissões de carbono, fica frequentemente fora do âmbito da transição energética. É por isso importante dotar este setor de profissionais altamente qualificados, com capacidade de compreender e abordar a complexidade das próprias organizações, do seu funcionamento e das suas interligações com os sistemas naturais, para garantir a transição energética e ecológica deste setor, acompanhando inovações nos modelos de negócio e temáticas emergentes tais como a *sustainable finance*.

Os investimentos previstos para o **potencial produtivo e emprego no PRR** podem assim configurar uma resposta integrada aos desafios das qualificações e emprego levantados pela pandemia e pela transição climática, simultaneamente.

Referências

Department for Business, Energy and Industrial Strategy and Department for Education. (2020). *UK government launches taskforce to support drive for 2 million green jobs by 2030*. Acedido em: 2, dezembro, 2020, em: https://www.gov.uk/government/news/uk-government-launche -taskforce-to-support-drive-for-2-million-green-jobs-by-2030.

Trading Economics. (2020). *Portugal Unemployment Rate 1971-2020 Data*. Acedido em 2, dezembro, 2020, em: https://tradingeconomics.com/portugal/unemployment-rate.

Trading Economics. (2020a). *United Kingdom Unemployment Rate 1971-2020 Data*. Acedido em 2, dezembro, 2020, em: https://tradingeconomics.com/united-kingdom/unemployment-rate.

PORDATA. (2019). *Números de Portugal, quadro-resumo*. Acedido em 2, dezembro, 2020, em: https://www.pordata.pt/Portugal/Quadro+Resumo/Portugal-252268.

República Portuguesa. (2020). *Plano de Recuperação e Resiliência – Plano preliminar*. Acedido em 2, dezembro, 2020, em: https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAAABAAzNDAzNgMAAfd%2fsQUAAAA%3d.

Jornal de Notícias. (2019). As instalações portuguesas que emitem mais CO2. Acedido em 2, dezembro, 2020, em: https://www.jn.pt/nacional/as-instalacoes-portuguesas-que-emitem-mais-co2-11572853.html.

As renováveis e a descarbonização

Carlos M. Lopes
Executive Director EY,
Infrastructure & Real Estate,
Strategy and Transactions

O recente confinamento COVID-19 generalizado colocou as energias renováveis no centro do palco do combate ao efeito das alterações climáticas.

O recente confinamento COVID-19 permitiu, de certa forma, antecipar o futuro, no que concerne à contribuição das energias renováveis para a matriz energética. A menor procura por eletricidade, aliada ao acesso prioritário à rede deste tipo de fonte, levou à sua maior preponderância em diversas geografias. Durante o período generalizado de confinamento a contribuição das renováveis ultrapassou 50% da geração total no continente Europeu, tendo, nos EUA, as renováveis ultrapassado o carvão pela primeira vez em 130 anos.

O compromisso para que se atinja a neutralidade carbónica tem vindo a intensificar-se. A China, maior emissor de gases de efeito de estufa, anunciou a sua intenção de se tornar neutro em carbono até 2060, enquanto que 120 países da Climate Ambition Alliance assumiram o mesmo compromisso até 2050.

Portugal foi um dos primeiros países a assumir o desafio de neutralidade carbónica nos próximos 30 anos, sendo, naturalmente, um dos pontos principais da estratégia nacional a descarbonização do sistema electroprodutor e a aposta na geração a partir de fontes renováveis. A EY publica a cada dois anos o RECAI - Renewable Energy Country Attractiveness Index, que inclui 40 geografias em todo mundo, incluindo Portugal. Este pretende medir, através de diversos parâmetros, a capacidade de determinado mercado em atrair investimento para esta indústria. Na sua última edição de novembro de 2020 Portugal atingiu o 22º lugar, cinco lugares acima da edição de 2018.

A melhoria recente da atratividade de Portugal prende-se com vários temas, destacando-se os leilões solares e a capacidade que estes tiveram em atrair a atenção de promotores internacionais, bem com o estabelecimento de novos patamares de competitividade em termos de preço.

O leilão deste ano, o segundo em Portugal, foi o primeiro a incluir a componente de armazenamento, com oito dos 12 lotes a serem atribuídos com esta vertente. A popularidade dos leilões significou que, pelo menos 100MWh de armazenamento de energia serão desenvolvidos em Portugal até 2024, garantindo mais autonomia e estabilidade do sistema electroprodutor.

O contexto pandémico levou a que apenas um leilão solar se tenha realizado em 2020, no entanto o setor público tem planos para lançar dois leilões por ano, com uma respetiva atribuição de capacidade de 1GW em cada período anual. Será seguramente um tema fulcral para que seja possível atingir a meta de 80% da capacidade instalada em renováveis até 2030.

Outro tema que marcará seguramente o futuro das renováveis é o hidrogénio verde. A UE lançou a sua estratégia associada em julho deste ano, como fator preponderante para a meta de carbono zero. O hidrogénio renovável ou verde é produzido por eletrólise de água, utilizando eletricidade de base limpa, a partir de geração solar ou eólica. Outra opção considerada *low-carbon*, é o hidrogénio azul, produzido a partir de combustíveis fósseis cujas emissões são capturadas e armazenadas.

É um tema que está claramente presente na agenda política portuguesa, e que tem merecido muita atenção no último ano. Independentemente das vozes discordantes que se levantam à volta deste tema parece existir algum consenso em torno de alguns pontos. A disponibilidade e o custo da energia renovável serão essenciais para o desenvolvimento do hidrogénio verde, sendo que a escassez de renováveis deverá levar a que a versão azul desempenhe um papel importante no curto e médio prazo. Adicionalmente, a existência de um mercado de consumo é crítica para se seja possível a obtenção das necessárias economias de escala, pelo que a produção está tipicamente associada à existência de clusters industriais consumidores, que potenciem a sua utilização.

A recuperação da pandemia COVID-19 poderá representar uma verdadeira oportunidade para que as renováveis assumam um papel central no alcance dos objetivos globais de combate às alterações climáticas.

Zero carbono

Portugal foi um dos primeiros a assumir o desafio de neutralidade carbónica até 2050.

80% energia de base renovável

Meta estabelecida pelo Governo Português para utilização de energia produzida através de fontes renováveis até 2030.

1GW

Atribuição anual de capacidade solar por via de leilões conduzidos pelo setor público nos próximos anos.

22º

Posição obtida por Portugal no RECAI - Renewable Energy Country Attractiveness Index 2020, que mede a atratividade de um país em termos de investimento em renováveis, uma melhoria de cinco posições face à edição anterior de 2018.

A EY publica a cada dois anos o "Renewable Energy Country Attractiveness Index" ("RECAI"), um índice que pretende medir o nível de atratividade de 40 países em termos de investimento em energias renováveis e oportunidade de negócio associadas.

Oportunidades da transição climática na recuperação

Manuel Mota
Partner EY,
Financial Accounting
& Advisory Services

Beatriz Varela Pinto
Manager EY
Climate Change
& Sustainability Services

O atual momento de recuperação constitui uma oportunidade para construir uma versão descarbonizada do tecido empresarial, em particular, pelas oportunidades resultantes da transição climática.

O *EU Green Deal* define uma nova estratégia de crescimento, para transformar a União Europeia numa sociedade próspera, moderna, eficiente no uso de recursos e neutra em carbono.

Contudo, a pandemia COVID-19, trouxe consigo uma emergência de saúde pública que se sobrepôs a todas a prioridades e desencadeou respostas rápidas e necessárias, que tiveram impacto social e económico em famílias e empresas. O Plano Preliminar de Recuperação e Resiliência (PRR), apresentado à Comissão Europeia em outubro[(Caixa 1)], surge com o objetivo de controlar a pandemia, recuperar da crise social e económica daí resultante e fazê-lo de forma alinhada aos objetivos estratégicos de resiliência, sustentabilidade, coesão e prosperidade, assim como do objetivo da neutralidade carbónica para 2050.

Como procura o PRR assegurar a ambição renovada de promover a transição climática?

A **transição climática** constitui uma das três dimensões estruturantes do PRR e compreende três roteiros para a retoma do crescimento sustentável e inclusivo: a **mobilidade sustentável**, a **descarbonização e bioeconomia** e a **eficiência energética e renováveis**, que, por sua vez, compreendem cinco componentes de investimento:

1. **Mobilidade sustentável** (1032 €M) – focada em projetos estruturantes com forte contributo para os transportes coletivos.

2. **Descarbonização da indústria** (715 €M) – com os objetivos de reduzir emissões de gases com efeito de estufa, incorporar fontes de energia renovável e aumentar a eficiência energética, esta componente destina-se ao setor empresarial. O objetivo é promover a aposta em processos mais descarbonizados, eletrificação de processos industriais, incorporação de hidrogénio e gases renováveis na indústria, adoção de medidas de eficiência energética e incorporação de energia de fonte renovável. Destaca-se ainda, nesta componente, a necessidade de fortalecer a componente de capacitação das empresas para acompanhar a transformação estrutural necessária à transição climática.

3. **Bioeconomia** (150 €M) – destinada ao setor empresarial, esta componente pretende modernizar e desenvolver a bioindústria nacional, promover a produção de novos produtos de alto valor acrescentado a partir de recursos biológicos, onde se destacam as indústrias têxtil, do calçado e da resina; reduzindo a utilização de matérias-primas de origem fóssil e diminuindo assim, simultaneamente, as emissões associadas. Destacam-se os investimentos em atividades de I&D, assim como na aquisição de equipamentos, tanto para o aproveitamento de matérias-primas de origem biológica, nomeadamente no setor florestal, como para a valorização de resíduos orgânicos, por exemplo no setor agro-industrial.

4. **Eficiência energética em edifícios** (620 €M) – com enfoque na renovação do parque imobiliário, edifícios residenciais e não residenciais, incluindo a administração pública, com o objetivo de melhorar o seu desempenho energético e incorporar fontes de energia renovável.

5. **Hidrogénio e renováveis** (371 €M) – alinhada com a Estratégia Nacional para o Hidrogénio, visa apoiar o investimento, público e privado, para o aumento da capacidade instalada em eletrolisadores para a produção de hidrogénio verde e gases renováveis, incluindo 185 €M para as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Serão elegíveis projetos que se enquadrem nas dimensões estruturantes do Plano, exequíveis até 2026, sem recurso ao endividamento, com efeito conjuntural e estrutural e executáveis em parceria com autarquias, empresas e academia.

Em suma, o pacote de reformas e investimentos abrangido no PRR, combinado com outros instrumentos europeus, irá permitir canalizar um volume substantivo de fundos para 2021-2026.

Da resposta ao desafio das alterações climáticas surgem oportunidades resultantes da transição climática. O atual momento de recuperação constitui uma oportunidade para construir uma versão descarbonizada do tecido empresarial. Esta é a altura para as empresas se posicionarem de forma estratégica, em linha com os roteiros previstos para a retoma do crescimento sustentável e inclusivo, com vista a procurarem capturar já a partir de 2021 os investimentos destinados à transição climática.

Plano de Recuperação e Resiliência (PRR)

O Plano Preliminar de Recuperação e Resiliência (PRR), para o período 2021-2026, foi apresentado a 15 de outubro de 2020, será discutido com a Comissão Europeia, com vista à sua aprovação. O plano compreende um conjunto de reformas e estratégias que atuaram em complementaridade com outros instrumentos de transformação estrutural.

	Nove roteiros para a retoma do crescimento sustentável e inclusivo		
Resiliência	Vulnerabilidades sociais	Potencial produtivo e emprego	Competividade e coesão territorial
Transição climática	Mobilidade sustentável	Descarbonização e bioeconomia	Eficiência energética e renováveis
Transição digital	Escola digital	Empresas 4.0	Administração pública digital

Referências

European Commission. (2019). The European Green Deal. Bruxelas.

Expresso. (2020). *O Plano de Recuperação e Resiliência português, segundo Siza Vieira*. Acedido em 3, dezembro, 2020, em: https://expresso.pt/economia/2020-10-18-O--Plano-de-Recupercao-e-Resiliencia-portugues-segundo-Siza-Vieira#:~:text=O%20Plano%20de%20Recupera%C3%A7%C3%A3o%20e%20Resili%C3%AAncia% 20responde%2C%20ao,empresas%20para%20ultrapassarem%20as%20dificuldades%20provocadas%20pela%20pandemia.

República Portuguesa. (2020). *Plano de Recuperação e Resiliência*. Acedido em 3, dezembro, 2020, em: https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?-v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAAABAAzNDAzNgMAAfd%2fsQUAAAA%3d.

3 Talento

. O futuro do trabalho

Teletrabalho e as tendências no emprego

Joana Gonçalves
Manager EY,
People Advisory Services

O contexto pandémico veio, em grande medida, alterar a forma como trabalhamos. Assim, e segundo um estudo da Confederação Empresarial de Portugal (CIP), do universo das empresas que podiam optar por implementar políticas de trabalho remoto, 92% escolheu fazê-lo e, dessas empresas, 52% equaciona manter o teletrabalho de forma permanente. Desta forma podemos concluir que, desde que possível, o trabalho remoto veio para ficar. Porém, esta escolha não é simples, uma vez que acarreta um conjunto de alterações na forma como trabalhamos, nomeadamente:

- **Políticas de bem-estar** – O contexto pandémico e consequente confinamento acentua os níveis de stress, solidão e perda de qualidade de vida de forma generalizada. Como resposta a este problema, as empresas procuram cada vez mais criar programas de bem-estar que façam frente a este declínio. A esses programas devem ser associadas medições continuadas de índices de satisfação e bem-estar dos colaboradores a fim de obter informação sobre áreas de atuação fundamentais para a organização.
- **Competências digitais** – Torna-se fundamental garantir que os gestores possuem competências para utilizar ferramentas colaborativas bem como para liderar equipas remotas garantindo o cumprimento de objetivos e assegurando simultaneamente que os membros da equipa se sentem comprometidos com a organização e motivados.
- **Guerra pelo talento** – A guerra pelo talento tornou-se cada vez mais global, tendo as práticas de trabalho remoto e destacamentos internacionais virtuais alargado as fronteiras das fontes de talento. É importante que as organizações repensem as suas estratégias de recrutamento incorporando esta visão global do mundo do trabalho.
- **Planeamento da força de trabalho** – O planeamento da força de trabalho será fundamental para identificar as pessoas com as competências essenciais para assegurar a continuidade de negócio, criando planos de sucessão e de transferência de conhecimento.
- **Políticas de remuneração** – As componentes de remuneração que eram valorizadas em contextos tradicionais, em alguns casos, perderam a sua relevância como fator de atratividade e retenção de talento, bem como fator de incentivo pelo desempenho. Assim, flexibilidade é também a palavra chave em matéria remuneratória, devendo as componentes de remuneração ser ajustadas ao ciclo profissional e pessoal em que cada colaborador se encontra.
- **Cultura e propósito** – Num contexto em que o trabalho é muitas vezes realizado sem a presença física, torna-se cada vez mais relevante uma cultura centrada nas pessoas, alicerçado num propósito comum.

Muitas das mudanças assinaladas vieram para ficar. Essas mudanças são transformacionais e as equipas de gestão de recursos humanos necessitam de priorizar a sua agenda adaptando-a às necessidades emergentes.

4 Digital

. Cibersegurança

. Inovação no setor segurador através de ecossistemas

COVID-19: qual o impacto no futuro da segurança cibernética?

Sérgio Martins
Associate Partner EY,
Cybersecurity,
Consulting Services

A crise pandémica que estamos a viver contribuiu de forma determinante para que a cibersegurança se tornasse um tema prioritário na agenda dos líderes da sociedade portuguesa.

Apesar de se tratar de um fenómeno raro, quando ocorrem, o impacto das pandemias nas organizações é invariavelmente significativo, afetando as operações no curto prazo e influenciando o comportamento das empresas nos meses e mesmo nos anos seguintes.

A COVID-19 não foi exceção. A pandemia causou uma interrupção profunda e generalizada nas operações de segurança cibernética e antevê-se que terá um impacto significativo nas estratégias, investimentos e prioridades futuras das organizações a nível global.

No cômputo geral, a pandemia trouxe grandes oportunidades e desafios para as organizações. A nível transversal assistiu-se a uma forte aceleração do processo transformativo digital, com o trabalho remoto a ser fortemente potenciado e generalizado, e os incidentes de *phishing*, *bem como outras* ameaças cibernéticas, a registaram aumentos muito significativos face a períodos anteriores.

Na adaptação ao «novo normal», a realidade apresentou-se bem mais heterogénea, com as organizações de maior dimensão a exibirem maiores níveis de resiliência face às pequenas e médias empresas (PMEs), que compõem grande parte do tecido empresarial português. Este paradigma veio reforçar a tendência para as PMEs se tornarem o alvo preferencial de ciberataques que originaram fugas de informação e perdas de dados, recorrentemente noticiadas durante o ano de 2020.

A ordem anteriormente estável dos desafios com que se debatem os gestores das organizações foi substancialmente alterada. Para o topo das preocupações destes passou constar os desafios levantados pelo trabalho remoto, seguido pelas restrições orçamentais, sobrecargas na rede de comunicações e dificuldades no acesso a recursos especializados. Todos estes factores relacionados com as necessidades urgentes de resposta à pandemia.

Nos inquéritos realizados, a maioria dos responsáveis pela cibersegurança espera que estes acontecimentos tenham reflexos nos seus orçamentos, com cerca de metade a considerar que o investimento irá aumentar ou, no pior dos cenários, permanecerá o mesmo.

Face a estes acontecimentos, prevêem-se mudanças duradouras ou mesmo permanentes na estratégia e na abordagem das organizações na situação do pós-pandemia? Certamente. A expectativa entre os líderes de segurança é que a sua função se torne ainda mais relevante nas organizações, com um maior enfoque na cibersegurança ao nível executivo. Esta é uma mudança notável em relação à situação pré-COVID-19, na qual para muitas das organizações a cibersegurança encontrava-se reduzida a um custo de contexto sendo apenas motivo preocupação da gestão de topo no seguimento da ocorrência de um ciberataque grave.

À medida que emergimos lentamente da crise pandémica, será interessante constatar se as alterações introduzidas pelo contexto irão ter um efeito duradouro na relevância atribuída à cibersegurança. O que está claro, no entanto, é que nunca houve melhor oportunidade para que os CISOs (Chief Information Security Officers) demonstrassem o seu valor e aproveitassem o momento para promover um salto quântico na maturidade da cibersegurança nas suas organizações.

Inovação no setor segurador através de ecossistemas

Diogo Viana
Associate Partner EY,
Financial Consulting Services

Os ecossistemas podem abrir as portas à inovação das seguradoras, permitindo que estas se tornem mais digitais, eficientes e capazes de proporcionar melhores experiências aos seus clientes.

O setor segurador enfrenta grandes desafios, fruto do impacto da pandemia COVID-19 nos resultados da generalidade dos ramos, mas também devido a problemas já antigos ao nível da digitalização, tecnologia, eficiência e relação com o cliente. É neste contexto que muitas seguradoras estão a investir na criação e exploração de ecossistemas, capazes de trazer novas fontes de receita, inovação e experiências aos seus clientes.

Os ecossistemas são redes de entidades que optam por trabalhar em conjunto, e que, dessa forma, conseguem gerar maior valor de negócio do que operando no mercado de forma isolada. A mudança de uma perspetiva de setor para uma perspetiva de ecossistema pode requerer uma transformação significativa do modelo de negócio. Por exemplo, no caso particular do setor segurador, a colaboração com o *insurtech* é cada vez mais comum, sendo expetável que se venha a tornar uma estratégia dominante.

O sucesso de um ecossistema está diretamente dependente da profundidade e amplitude da colaboração entre os participantes. Os ecossistemas tradicionais são normalmente liderados por uma entidade que fornece uma plataforma core de serviços, sendo que os restantes participantes colaboram através de ofertas complementares ou funcionalidades adicionais. Os consumidores interagem com o ecossistema, pagando pelos produtos e serviços que são nele disponibilizados, e beneficiando do valor gerado por todas as entidades envolvidas.

As seguradoras atuam historicamente como agregadores de risco, com poucos momentos de contacto com o cliente, originando relações pobres e pouco dinâmicas. A adoção de uma estratégia de ecossistema abre a oportunidade a que possam oferecer novas experiências digitais, bem como ultrapassar o risco de perda da distribuição e da relação com o cliente, cruciais para a sustentabilidade do próprio negócio.

O conceito de ecossistema encontra-se em fase de crescimento em Portugal, estando o setor segurador ainda longe de atingir o verdadeiro potencial ao nível da geração de valor. Para desenvolverem ou entrarem num ecossistema, o que significa muito mais do que uma simples colaboração, as seguradoras têm de ultrapassar desafios culturais, organizacionais e tecnológicos, e abrirem a porta à integração com organizações parceiras.

As empresas *insurtech*, muitas delas *start-ups*, são capazes de promover inovações significativas no setor segurador, permitindo que este esteja mais próximo dos clientes, antecipando até as suas necessidades e personalizando toda a experiência. É interessante verificar que existem exemplos relevantes de *insurtech* nacionais a atuar em ecossistemas e a ajudarem as seguradoras neste processo de transformação. Na verdade, Portugal tem provado ser bastante atrativo na criação de condições favoráveis à instalação de *start-ups*, quer devido às políticas de apoio a empresas de tecnologia, quer pela boa qualificação dos seus recursos.

Os ecossistemas são uma realidade cuja expansão deverá continuar. Têm provado ser capazes de impulsionar a inovação em escala no setor segurador, para além de ajudarem as seguradoras a superar desafios de longa data relacionados com a fraca relação com o cliente e escassez de inovação nas experiências proporcionadas. No entanto, a entrada num ecossistema é um processo complexo, que requer alterações na estratégia e no modelo operativo das organizações, e exige muito mais do que apenas investimento em tecnologia.

- Um ecossistema, quando bem-sucedido, tem a capacidade de proporcionar uma experiência única, permitindo simplificar a vida ao cliente, personalizando toda a experiência.
- O *insurtech* tem um papel essencial no desenvolvimento de ecossistemas e pode promover inovações significativas nas seguradoras.
- Apesar do elevado potencial, a entrada num ecossistema é um processo complexo, que requer alterações na estratégia e no modelo operativo das seguradoras, e exige muito mais do que apenas investimento em tecnologia.

5

Consumidor

. Touchless Economy

. Tendências de consumo

A Touchless Economy é uma tendência que está aqui para ficar

Sérgio Ferreira
Executive Director EY, Business Design & Transformation, Consulting Services

A Touchless Economy faz desta crise diferente

É uma nova situação em que a nossa sociedade e a economia operam, a qual foi permanentemente alterada pela COVID-19. Esta define-se por interações sem toque, medidas de saúde e segurança sanitária, novos comportamentos humanos e mudanças permanentes no mercado.

A pandemia obrigou-nos a todos, enquanto seres humanos e consumidores, a reajustar as escolhas de estilo de vida que fizemos até hoje, a reavaliar as mesmas e potencialmente a efetuar um reiniciar na forma como vivemos. Acreditamos que estão a ser criadas novas personas por esta pandemia, dando origem a novos segmentos de clientes, para os quais as empresas têm de olhar com atenção, para poderem vencer e ter sucesso no mercado. O crescimento da economia sem toque é um resultado destas novas personas e segmentos de clientes.

O nosso estudo mostra que os consumidores portugueses alteraram o seus comportamentos e hábitos, sobre duas grandes dimensões: onde e como consomem. A Touchless Economy continuará a definir as nossas vidas no próximos ano.

> “A pandemia tem visto as pessoas a gastarem menos, a evitarem o dinheiro físico e a fazerem compras online para os essenciais do dia-a-dia.

No que respeita ao local de consumo, os consumidores estão a tornar a casa como o centro do consumo digital (viver, comprar, trabalhar, comer, socializar,...) ou então fora de casa, através de experiências em locais que garantam baixo ou nenhum toque. Sobre o como, o comportamento na compra, os consumidores dividem-se entre os que valorizam mais a experiência ou o valor pelo dinheiro.

1 Consumo em Casa

O consumo em casa vai manter-se níveis elevados por um extenso período.

74%
dos consumidores portugueses serão mais conscientes e cautelosos com os seus gastos

O crescimento do consumo 'em casa' engloba a mudança para dentro da casa dos pontos de contacto do consumidor, que eram feitos fora da casa, antes da pandemia. Esta inclui a já conhecida forma de Comércio Eletrónico, com compra online e entrega dos produtos em casa, os crescentes serviços de telemedicina, o consumo de entretenimento de lazer e recreativo, as entregas de refeições de restaurantes em casa e até mesmo os serviços de educação virtual.

- O setor dos produtos de consumo apostou no comércio eletrónico
- A restauração e cafetaria adotaram o *home delivery* para chegar a casa dos consumidores
- O setor da saúde desenvolveu de forma expressiva os conceitos de saúde remota
- A banca e os seguros aceleraram a sua aposta no canais digitais e nos assistentes virtuais
- As aulas virtuais tornaram-se *mainstream* para a formação e educação
- O entretenimento em casa cresceu de forma exponencial, onde o *streaming* e o *gaming* dominam este espaço

2 Consumo Fora de Casa Sem ou com Baixo Contacto

Entrámos numa era em que é necessário humanizar as interações touchless.

43%
dos consumidores portugueses comprarão mais marcas próprias

O consumo fora de casa "sem contacto" engloba os pontos de contacto dos consumidores que eram feitos fora de casa e continuam a ser assim, mas que se transformaram em "touchless" pela tecnologia e pela inovação de serviços. Nos mais diferentes setores observámos as seguintes mudanças:

- As lojas de retalho aumentaram ou criaram novos serviços de *take-away*, *Click&Collect*
- A restauração e cafetaria automatizaram operações, quer de *check-in*, quer de *check-out* e nas experiências à refeição e o *take-away*
- O setor da saúde desenvolveu as ofertas de monitorização, diagnóstico e cuidados de saúde sem contacto
- Os serviços financeiros continuaram a sua aposta nos serviços de agência inteligente, com as opções de atendimento automatizado e autoatendimento a ganharem ainda maior importância
- A área da educação e formação apostou em novos conceitos de Realidade Aumentada e Realidade Virtual para aprendizagem e colaboração com os seus alunos
- A hotelaria e turismo, apesar de muito penalizada, também ela se adaptou com *concierges* virtuais e novas experiências para grupos menores

Esta crise demonstra ser diferente das anteriores, uma vez que para além da normal redução do consumo e da contração da economia, está a criar um novo normal, a partir das alterações de comportamento e hábitos dos consumidores.

3 O Consumidor da Economia sem Contato

O consumidor da economia sem contacto define o novo normal

Este novo consumidor adotará tendencialmente, em 2021, os seguintes comportamentos de consumo:

- **Compras rápidas e sem contacto:** prefere viagens de compra focadas, valorizando a rapidez e a simplicidade, e procura soluções de autoatendimento. No entanto, prefere manter interações físicas com os seus produtos e serviços e, por isso, mantem viagens de compra fora de casa. A proposta de valor desejada por estes consumidores é a rapidez e a segurança, com uma excelente integração entre os pontos de contacto *online* e *offline* na sua jornada de compra, p.ex. compra *online* e recolha em loja, pagamentos sem contacto, quiosques *self-service*, *self checkouts*;
- **Vida Consciente em Casa:** estes consumidores escolheram um estilo de vida onde querem que os seus produtos e serviços sejam entregues e consumidos em casa, tendo uma grande consciência do valor pelo do dinheiro. Estes clientes fazem compras rápidas e esperam entregas rápidas, procurando o mínimo preço possível. Confortáveis com o consumo através da economia digital, são leais a um punhado de plataformas digitais. A proposta de valor desejada por este consumidor é uma viagem de serviço online completa, valorizando conveniência, valor pelo dinheiro e disponibilidade de escolha.
- **Experiências em Lojas sem Contacto:** estes clientes não conseguem evitar a experiência física em loja, mas continuam a ser cautelosos quanto à sua saúde e segurança. Preferem as relações de consumo humanas num mundo físico, mas querem em simultâneo uma viagem de serviço sem toque num ambiente seguro. A proposta de valor desejada por estes consumidores são viagens de serviço de baixo toque mas com interações personalizadas e uma experiência de cliente de qualidade.
- **Vida Experiencial em Casa:** estes consumidores estão a transformar as suas casas as suas casas num espaço de consumo experiencial. Querem que as marcas os ajudem a viver uma experiência virtual sem terem de sair de casa e estão dispostos a pagar um prémio por essa experiência. Quando faz compras, quer experimentar coisas novas. Procura produtos e serviços que pareçam feitos para si e para o que precisa. As marcas que consumem dizem muito aos outros sobre quem são.

34%
dos consumidores portugueses farão mais compras on-line de produtos que antes comprava em lojas físicas

74%
dos consumidores portugueses serão mais conscientes e cautelosos com os seus gastos

26%
dos consumidores portugueses vão fazer pedidos online e recolhê-los em loja com mais frequência

27%
dos consumidores portugueses irá gastar mais em experiências no logo prazo

3 Pagamentos Sem Contacto

Está aí uma guerra ao dinheiro como o conhecemos?

A mudança para uma sociedade sem dinheiro estava em pleno andamento antes da COVID-19, mas foi acelerada pelo risco percebido de infeção através do dinheiro físico.

Embora seja muito cedo para dizer como o impacto da COVID-19 irá afetar determinados pagamentos *online* no futuro, prevemos um aumento esperado em métodos de pagamento mais flexíveis. Independentemente do impacto a longo prazo da COVID-19, são os métodos de pagamento que oferecem a melhor experiência do utilizador e a maior comodidade – como as carteiras eletrónicas – que são mais propensos a continuarem a aumentar a sua quota-parte do *mix* de pagamentos *online*.

56%
dos consumidores portugueses diz que usará menos dinheiro físico depois da pandemia

As transações sem contacto são a tendência de pagamentos mais significativa a emergir durante o COVID-19. Esperamos que seja agora superior a 70%, em parte devido à decisão em Portugal de elevar o limite para pagamentos sem contacto, tal como a Organização Mundial de Saúde recomendou, pela utilização de pagamentos sem contacto para ajudar a retardar a propagação da COVID-19.

Mesmo depois de as atuais preocupações de higiene diminuírem, esperamos que a facilidade e a conveniência dos pagamentos sem contacto sejam vistos como a primeira escolha dos consumidores, especialmente para as compras de baixo valor.

Mudança de comportamentos

350%

foi o incremento na utilização do MB WAY, entre julho e outubro, nas compras em lojas

Fonte: SIBS Analytics, dezembro 2020

EY Future Consumer Index

O ***EY Future Consumer Index*** está assente em inquéritos a consumidores, conduzidos em exclusivo para a EY a cada três semanas em mercados-chave.

Está desenhado para fornecer uma **perspetiva de 360º sobre o consumidor em mudança**, cobrindo comportamentos, sentimento e intenções atuais.

O índice dá-nos dados novos e distintivos sobre o **agora**, o **seguinte** e o **depois** da pandemia, permitindo-nos ajudar as marcas e os retalhistas a projetar um futuro mais próspero.

Os resultados do inquérito ajudam a responder à questão: ***"Como podem as marcas navegar a crise e tomar decisões que conduzam a um crescimento durante e após a situação atual?"***

Future Consumer Index, Tendências de Comportamento do Consumidor para 2021

Sérgio Ferreira
Executive Director EY, Business Design & Transformation, Consulting Services

A COVID-19 mudou o comportamento dos consumidores, talvez até de forma permanente

De acordo com o último EY Future Consumer Index, mais de 50% dos consumidores acredita que a forma como trabalham e a forma como compram se alterou devido à pandemia e assim permanecerá no futuro.

A crise provocada pela COVID-19 mudou a vida das pessoas. O seu impacto promete ser duradouro, alterando a forma como compram, o que compram e como consomem, desde produtos e serviços às experiências sociais. As empresas precisam de prever com urgência que tipos de consumidores estão a surgir, para que possam criar respostas adequadas à crise atual e munir-se dos recursos que a relevância futura exigirá.

Mudança de comportamentos

50% dos consumidores acreditam que a forma com compram se alterou e permanecerá no futuro

Fonte: EY Future Consumer Index, novembro 2020

Para responder a esta necessidade, criámos o EY Future Consumer Index o qual nos fornece perceções distintas, valiosas e acionáveis. Como parte do programa FutureConsumer.Now, nos últimos três anos, imaginámos como seria o futuro consumidor e e qual o seu significado para as empresas hoje. Identificámos cenários futuros prováveis e plausíveis e criámos personas de consumo. Esse trabalho de investigação e análise, coloca-nos numa posição de vantagem pela forma única de entender as alterações de consumo em tempo real e, mais importante, projetar cenários futuros pós-crise que daí possam advir.

EY Future Consumer.NOW

A COVID-19 está a mudar a forma como os consumidores se comportam em todo o ciclo de necessidades da vida.

Comprar

Crescimento do Comércio Eletrónico
Diminuição do consumo
Compras maiores, com menor frequência
Mudança de compras para lojas locais
Cresce importância da sustentabilidade
Preferência por marcas de confiança

"... dentro de três anos 33% das vendas serão provenientes de mercados online.", ITInsight

Manter-se Saudável

Foco na saúde e segurança
Acelerar da procura de alimentação saudável
Fitness on-demand
Crescimento da telemedicina

"65% dos consumidores portugueses afirmam que a alimentação saudável ganhou importância na sua vida", EY FCI

Comer

Crescimento da confeção e das refeições em casa
Crescimento dos serviços de entrega em casa (comida preparada e de supermercado)

"... para o futuro, é ver uma grande aceleração do que é a procura por comida em casa"

Mover

Redução do turismo de viagens internacional
Aumento do turismo nacional
Crescimento da mobilidade sustentável

"As viagens domésticas que ganharam força em 2020, continuarão a ser uma tendência em 2021", Airbnb

Viver

Um novo estilo de vida centrado na casa
Crescimento do online
A casa vai continuar a ser o foco para viver, trabalhar e comprar

A casa reformulada como a nova cafetaria, restaurante e centro de entretenimento

Usar Tecnologia

Redução dos contatos pessoais
Crescimento da economia sem contato
Mais tempo online
Maior consumo de media
Crescimento da *Touchless Economy*

A casa reformulada como a nova cafetaria, restaurante e centro de entretenimento

Jogar

Crescimento do entretenimento digital
Mudança do canal de entretenimento para streaming
Crescimento do tempo de diversão

Disney+ atinge 73 milhões de subscritores em apenas 12 meses... Netflix demorou 7 anos

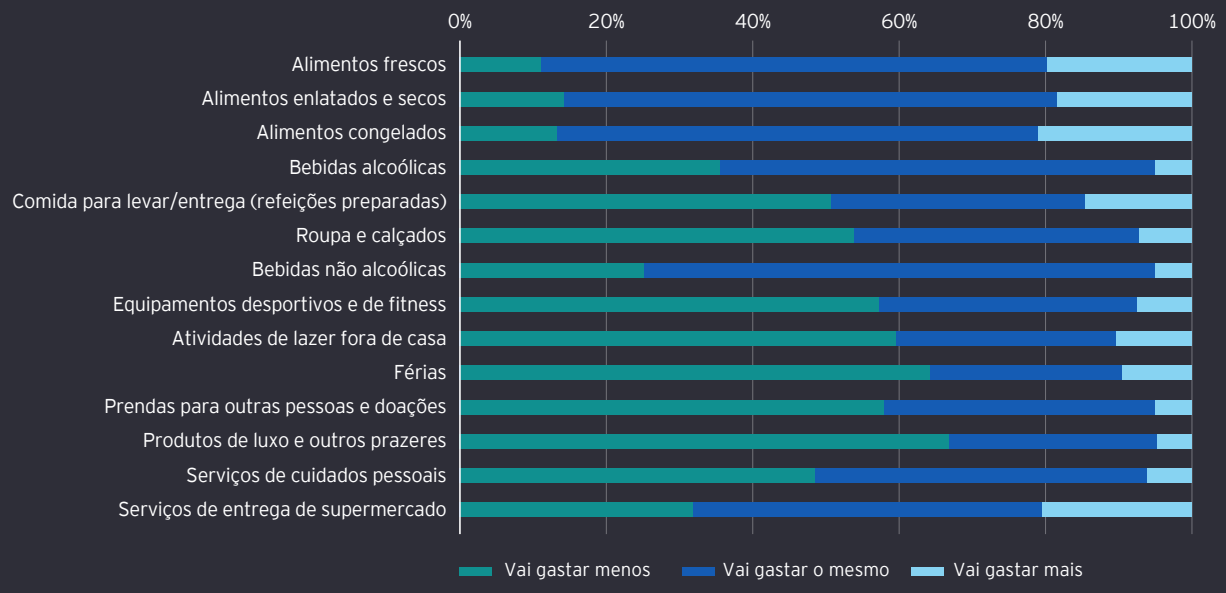
Trabalhar /Estudar

Crescimento do desemprego
Trabalho remoto/Escola remota
Decréscimo do consumo em mobilidade

Crescimento exponencial da utilização das plataformas MS Teams e Zomm

EY Future Consumer Index

A pandemia COVID-19 terá um impacto duradouro nos gastos de consumidores em várias categorias de produto:



A mais recente pesquisa que conduzimos em Portugal junto dos consumidores, a qual decorreu entre a última semana de outubro e a primeira de novembro, revelou-nos um conjunto de *insights* sobre os hábitos de consumo e decisões emergentes em contexto de pandemia e que mostram a alteração de prioridades dos consumidores portugueses.

Dessas mudanças, aquelas que hipoteticamente se irão manter suportam as tendências de consumo para 2021.

1 Redução do Consumo

De regresso ao essencial e à sensibilidade ao preço.

Cerca de 74% dos consumidores portugueses serão mais conscientes e cautelosos com os seus gastos sendo que 67% reduzirão mesmo as despesas em geral, nomeadamente uma redução crescente nos bens e serviços não essenciais. Esta realidade reflete um profundo desconforto em relação ao estado da economia.

74%
dos consumidores portugueses serão mais conscientes e cautelosos com os seus gastos

Com o decréscimo de consumo, a intenção de compra em categorias essenciais está a aumentar. Mesmo entre os consumidores com rendimentos mais elevados, vemos que, embora o essencial mostre dinâmica nos gastos, a intenção de comprar produtos discricionários diminuiu significativamente. À medida que o impacto da crise diminui, assistimos a um aumento nos gastos online em categorias não essenciais, como vestuário e calçado - um efeito claramente mais forte entre os segmentos de rendimentos mais elevados e a Geração Z.

Os consumidores querem valor pelo seu dinheiro, especialmente em categorias essenciais. Ligado à preocupação com o estado da economia está um crescente foco do consumidor no preço.

2 Alteração nas Preferências de Consumo

Entramos na era da acessibilidade.

A crise provocou o surgimento de novos hábitos, com 91% dos consumidores portugueses consultados a afirmarem mudanças de comportamento de consumo como resposta às pressões económicas, ao encerramento das lojas e à alteração de prioridades.

Esta mudança geral de comportamento também se refletiu numa quebra de lealdade pelas marcas, com 21% dos consumidores a experimentarem outras marcas de produtos como sinal de apoio à economia/empresas locais e 21% a comprarem mais produtos de marcas próprias. O estudo indica-nos que 68% dos consumidores portugueses estão abertos a experimentar novas marcas ou produtos.

43%
dos consumidores portugueses comprarão mais marcas próprias

Quando questionados sobre o que farão daqui para a frente no que respeita à compra de bens essenciais, 43% afirmam que comprarão mais marcas próprias, com especial incidência sobre os produtos para cuidar da casa, comida embalada, frescos e bebidas não alcoólicas, indicando-nos também que pretendem continuar a usá-las assim que a crise da COVID-19 terminar.

Os consumidores estão, também, a comprar de forma mais consciente, tendo em atenção o impacto ambiental das suas decisões de compra, com uma crescente procura por produtos nacionais e que estejam alinhados com os seus valores.

3 Digitalização do Consumo

O consumo online veio para ficar.

34%
dos consumidores portugueses farão mais compras on-line de produtos que antes comprava em lojas físicas

O distanciamento físico e o maior tempo passado em casa foram catalisadores de novos métodos de compra para todos os segmentos de consumo. Durante a pandemia da COVID-19, o consumo online aumentou significativamente em várias categorias. Uma que continua a aumentar, especialmente em bens essenciais e em categorias de entretenimento em casa. Para 34% dos consumidores portugueses, estes hábitos parecem manter-se com a intenção de compra online de produtos que antes compravam em lojas físicas, mesmo após a COVID-19. Entre as categorias de maior expansão online incluem-se a tecnologia, a beleza e os cuidados pessoais, o vestuário, o calçado e os acessórios.

Um novo estilo de vida centrado na casa.

A pandemia parece ter criado um novo estilo de vida, mais centrado na casa. De acordo com os consumidores portugueses entrevistados, será um estilo de vida que tende a consolidar-se.

Os resultados do estudo mostram que para os consumidores nacionais a casa vai continuar a ser o foco para viver, trabalhar e comprar a longo prazo.

48% dos entrevistados esperam trabalhar mais a partir de casa, 61% irão cozinhar para si e para a sua família com maior frequência, 38% optará por planear as refeições durante a semana para cozinhar em casa e 26% afirma que farão mais compras de supermercado online.

É preciso ter em consideração que esta preferência por uma vida mais na centrada em casa se dá num momento de recomposição dos rendimentos familiares, onde este espaço ganha relevância para momentos de interação pessoal física ou remota.

Estes novos comportamentos implicam que as marcas e os retalhistas tenham de obrigatoriamente levar os seus produtos e serviços para a casa dos consumidores, apostando numa presença forte nos canais digitais.

EY Future Consumer Index

O ***EY Future Consumer Index*** está assente em inquéritos a consumidores, conduzidos em exclusivo para a EY a cada três semanas em mercados-chave.

Está desenhado para fornecer uma **perspetiva de 360º sobre o consumidor em mudança**, cobrindo comportamentos, sentimento e intenções atuais.

O índice dá-nos dados novos e distintivos sobre o **agora**, o **seguinte** e o **depois** da pandemia, permitindo-nos ajudar as marcas e os retalhistas a projetar um futuro mais próspero.

Os resultados do inquérito ajudam a responder à questão: ***"Como podem as marcas navegar a crise e tomar decisões que conduzam a um crescimento durante e após a situação atual?"***

Abrangência	Universo	Género	Período
Nacional	522 consumidores	51% homens 49% mulheres	Última semana de outubro e primeira de novembro

6

Estado

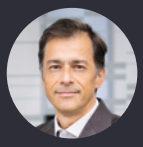
. Sistema de Saúde

. Recuperação e Resiliência

. Ética e Integridade

. Orçamento do Estado

Que Sistema de Saúde para Portugal no pós-pandemia?



Paulo Luis Silva
Partner EY,
Health & Life
Sciences Leader

Perante os dados de que dispomos e as tendências que se verificam, que sistema de saúde queremos e podemos pagar para Portugal?

A crise pandémica que atravessamos está a colocar uma enorme pressão sobre todo o sistema de saúde e em particular sobre o SNS. Esta realidade está também a tornar visível as fragilidades de todo o sistema e a necessidade de reformas que permitam uma maior e melhor capacidade de resposta à realidade que temos pela frente no pós-pandemia.

A juntar a fatores já há muito conhecidos, como a baixa natalidade, o envelhecimento da população ou o aumento de doenças crónicas, e outros um pouco mais recentes como o crescimento do sector hospitalar privado e um maior peso das seguradoras, surgem no contexto desta pandemia outros fatores como o incremento da telemedicina ou a reorganização (forçada) da prestação dos cuidados de saúde ou ainda o impacto que esta poderá ter na saúde mental que a poderá colocar nas prioridades de uma reforma alargada).

Como também é conhecido, a pandemia levou a uma priorização dos recursos, canalizando o (enorme) esforço dos profissionais de saúde para o combate à COVID-19. A consequência foi a redução da capacidade para atender a outras necessidades. Como é que se vai normalizar a situação no pós-pandemia? Quais as prioridades? Qual a capacidade que vai existir no "day after" face ao cansaço de todos e à contaminação pelo SARS-CoV2 de muitos dos profissionais de saúde? Não será oportuno rever o sistema de incentivos a estes profissionais enquanto elemento de motivação e compensação?

Um outro fator fundamental nesta equação (e que não é de agora) é o aumento sistemático das despesas em saúde e a um ritmo superior ao do crescimento da economia. Tendo em consideração o crónico fraco crescimento económico do país, até onde será possível aportar mais recursos financeiros para a saúde? E no tempo mais próximo, no pós-pandemia, que recursos financeiros serão necessários (e de onde virão) para a "normalização" do sistema de saúde?

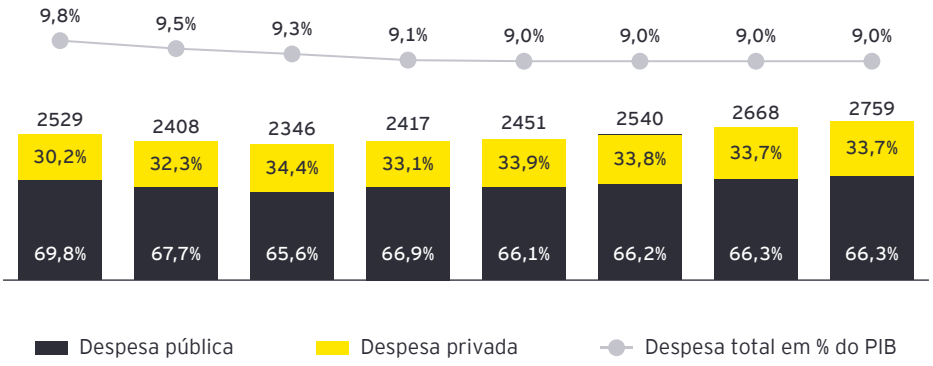
No longo prazo, numa reflexão para além do período imediato de recuperação no pós-pandemia, importa refletir (para atuar) sobre o sistema de saúde. É necessário repensar o modelo de financiamento de um sistema que já se encontra sobre grande pressão, sentida em particular de forma excessiva pelos agregados familiares (ver gráfico 1 e 2/3), sendo possível e desejável encontrar soluções, a partir da experiência de outros países, que se enquadre na realidade nacional. É também necessário refletir no aprofundamento da colaboração e coordenação entre todos os prestadores de saúde, públicos e privados, definindo uma estratégia nacional, com regras claras, otimizando a capacidade instalada e capacitar o sistema para melhor responder no futuro a situações como a da atual pandemia.

Perante os dados de que dispomos e as tendências que se verificam, que sistema de saúde queremos e podemos pagar para Portugal? Queremos um sistema de saúde onde os prestadores públicos e os prestadores privados atuem de forma coordenada ou um SNS que por si só tenha capacidade para dar resposta a todas as necessidades presentes e futuras da população? Em sede de canalização dos recursos públicos queremos dar uma maior prioridade à saúde em detrimento de outras áreas? Queremos reforçar a aposta na formação de médicos, enfermeiros e outros profissionais de saúde em Portugal ou recorrer à imigração desses profissionais?

Estas são algumas das questões sobre as quais importa fazer uma reflexão alargada (mas também urgente) para a definição de uma visão que enquadre as reformas que urgem fazer.

Gráfico 1

Despesas de saúde em Portugal | 2010-2017
Valores em Dólares PPC per capita



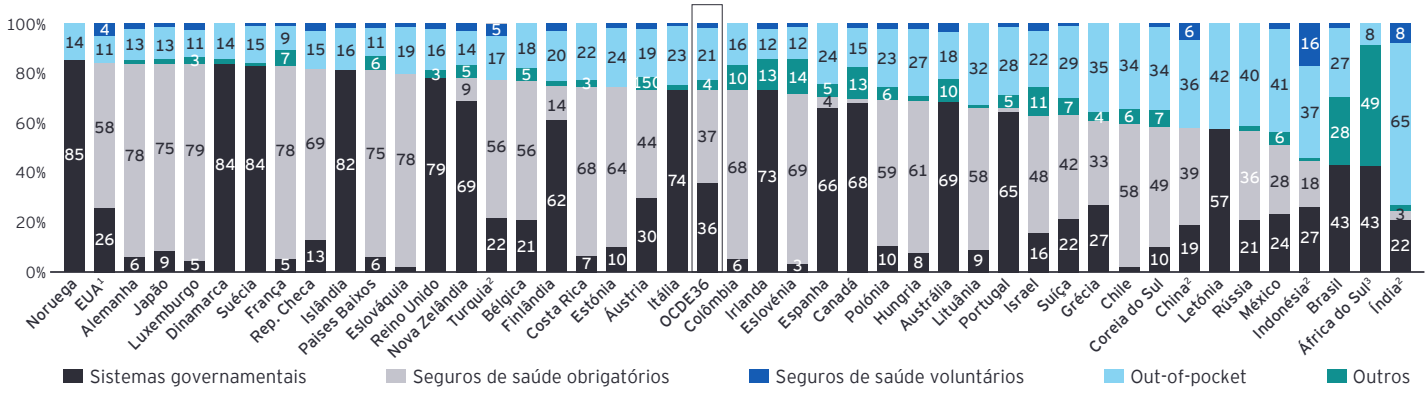
Fonte: OECD Health Statistics 2019

Gráfico 2

Modelos (clássicos) de financiamento da saúde

Categorização dos sistemas de súde de países da OCDE e de alguns países parceiros com base na componente principal dos seus modelos de financiamento da saúde

Distribuição das despesas em saúde por tipo de financiamento | 2017
% do total



Sistemas de tradição Beveridgiana		Sistemas de tradição Bismarckiana			Outros (*sui generis*)
Austrália	Islândia	Alemanha	Eslováquia	Luxemburgo	EUA
Brasil	Itália	Áustria	Eslovénia	Países Baixos	Grécia
Canadá[4]	Noruega	Bélgica	Estónia	Polónia	Letónia
Dinamarca	Nova Zelândia	Chile	França	Rep. Checa	África do Sul
Espanha	Portugal	Colômbia	Hungria	Suíça	Índia
Finlândia	Reino Unido	Coreia do Sul	Japão	Turquia	
Irlanda	Suécia	Costa Rica	Lituânia		

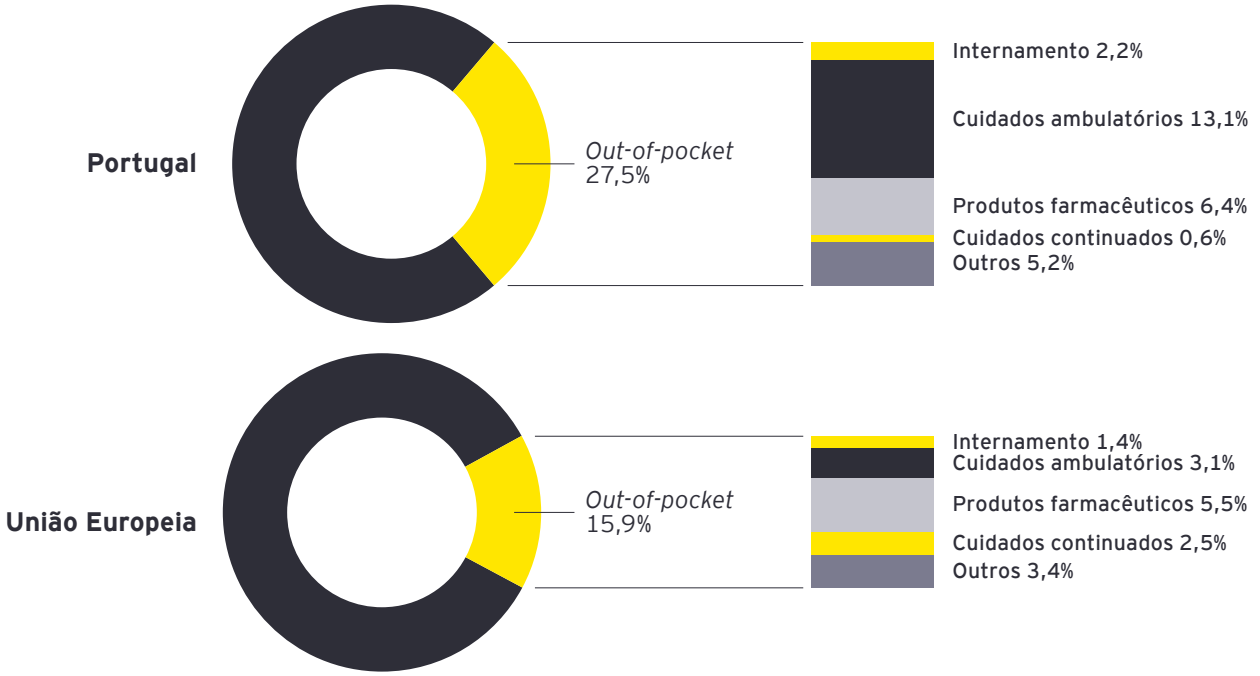
1. A despesa com seguros de saúde privados nos EUA é reportada na categoria de "Seguros de saúde obrigatórios", em consequência da obrigatoriedade legal de adquirir um seguro de saúde no ano de análise (Affordable Care Act 2014)
2.Os tipos de financiamento que ão podem ser desagregados entre seguro de saúde voluntário, NPISH e financiamento empresarial são reportados em "outros".
3. Os tipos de financiamento voluntários que não puderam ser desagregadossão reportados nos "seguros de saúde voluntários".
4. Apresenta um modelo particular: elevado papel de agentes privaods na prestação dos serviços, que são pagos, a preços acordados e revistos regularmente, por um seguro estatal (a nível provincial) financiado através de impostos.

Fonte: OECD Health Statistics 2019

Gráfico 3

Distribuição da despesa com pagamentos diretos por tipo de atividade de saúde | 2017

% do total da despesa em saúde



Fonte: Adaptado de Portugal: Perfil de saúde do País 2019, OCDE e Observatório Europeu dos Sistemas e Políticas de Saúde (2019)

2 oportunidades:

- Desenvolvimento da tecnologia na saúde;
- Maior vontade / disponibilidade em empreender reformas decorrente do contexto gerado pela pandemia;
- Rede de referenciação de doentes;
- *Value based Health care*

2 ameaças:

- Incapacidade do SNS de se reestruturar;
- Impossibilidade de sustentar financiamento da saúde aos padrões atuais;
- Desgaste e desmotivação dos profissionais de saúde (potencial perda de recursos no futuro)

2 pontos fortes:

- Rede cuidados primários SNS;
- Sistema de saúde privado

2 pontos fracos:

- Falta de médicos em várias especialidades;
- Estrutura desadequada do SNS;
- Aumento das listas de espera e aumento de mortalidade noutras doenças que não COVID

Conceitos importantes:

- Sat / EY Parthenon – estudo em parceria com ISEG e Health Cluster
- CNS - Digital Health (https://pub.ey.com/public/2020/2006/2006-3519001/smart-health/index.html)

Plano de Recuperação e Resiliência

Luís Florindo
Associate Partner EY, Government and Public Sector Leader

O impacto económico da pandemia vai continuar a sentir-se em 2021, com o Plano de Recuperação e Resiliência a ser o instrumento central de resposta das políticas públicas, visando responder às necessidades imediatas, promover a competitividade e trazer mais resiliência para o futuro.

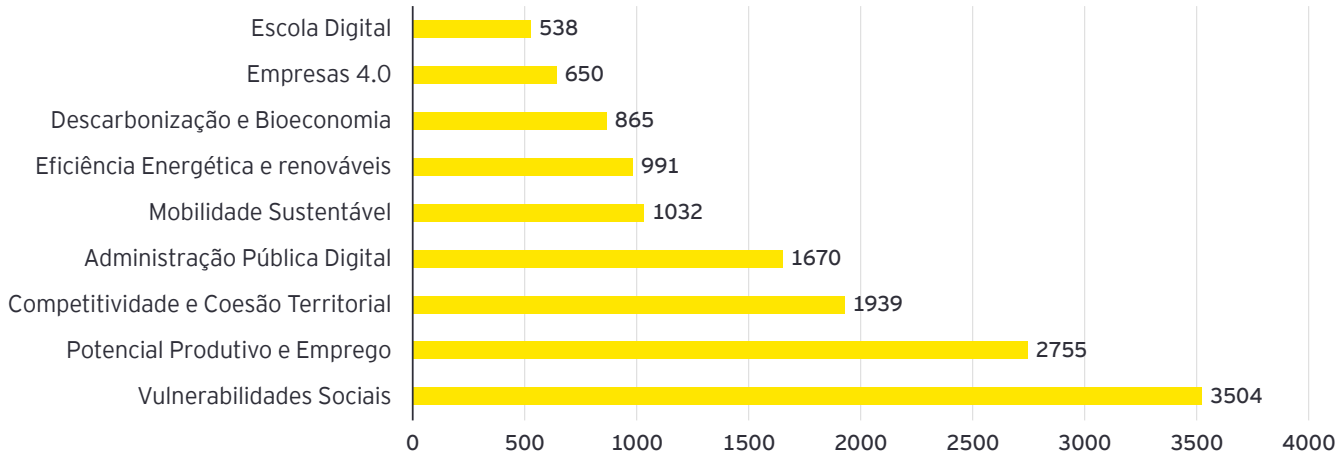
Depois de um 2020 inesperadamente dramático, faz parte da natureza humana acreditar que o próximo ano será necessariamente melhor. No entanto, alguns dos impactos económicos e sociais da pandemia, em parte mitigados com as medidas de resposta imediata à crise, só ficarão totalmente expostos em 2021.

Medidas como as moratórias, a proteção de contratos de arrendamento, o reforço de proteções sociais ou os apoios diretos às empresas, permitiram adiar alguns sintomas da crise económica e limitar os efeitos da crise social. Quando essas medidas começarem a ser revertidas, já no início de 2021, ficarão expostas as empresas em situação insustentável, com impacto direto no emprego a elas associado.

Este efeito será atenuado pela recuperação já verificada em muitos sectores de atividade, bem como pela expetativa de um processo de vacinação massiva, logo a partir do início do ano, que permita a retoma da atividade turística e da restauração. No entanto, a sazonalidade do turismo e uma alteração de fundo em comportamentos de compra e na organização do trabalho vão levar a condições de mercado no pós-pandemia em que alguns modelos de negócio deixam de ser competitivos.

O Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), com financiamento comunitário, é a principal resposta pública aos impactos mais visíveis da crise, tendo também uma preocupação de fundo de que os investimentos a realizar, nomeadamente em matéria de transição climática e de transição digital, deixem a economia e as empresas melhor preparadas para o futuro e mais competitivas.

Investimento PRR por componente



O PRR acarreta os seguintes desafios para o Estado em 2021:

- O primeiro é o de conseguir concluir a negociação e aprovação do PRR, definindo projetos e metas compagináveis com os objetivos transversais definidos pela Comissão, cujas transferências de fundos estarão associadas a resultados, a medir até 2026, e não apenas à execução de despesa.

- Um segundo desafio é o de implementar a execução do Programa, desde a definição da sua governação política e operacional até à criação de condições ágeis para que as entidades públicas e os agentes privados tenham segurança jurídica e financeira na execução dos projetos.

- Um terceiro desafio é o de conjugar estas exigências com a conclusão de um Quadro Comunitário (2014-2020) e com o arranque do próximo (2021-2027), resultando num período especialmente exigente para entidades que normalmente já têm recursos limitados.

Estes desafios são complexos, especialmente pelo curto tempo disponível para o arranque de operações, mas são matérias em que existe *know-how*: Portugal sabe construir, gerir e executar programas com financiamento comunitário e aplicará esse conhecimento à operacionalização do PRR. E Portugal também já dispõe de *know-how* em matéria digital, havendo a capacidade de pensar desde o início em processos que sejam acelerados por uma utilização eficaz de dados, resultando em melhores decisões de gestão, maior transparência e maior eficácia na comunicação de resultados a Bruxelas.

14
mil milhões de €

Valor dos investimentos a apoiar pelo PRR, tendo como focos centrais a resiliência, a transição climática e a transição digital.

Vantagens:

- Financiamento recebido da Comissão a fundo perdido
- Financiamento depende de resultados e não apenas de despesa

Desafios:

- Curto prazo de implementação
- Pressão para resultados no curto prazo

A EY tem uma forte experiência de apoio a entidades do segmento de Governo e Sector Público, em áreas que vão das recomendações ou avaliações de políticas públicas, passando pela mudança cultural ou pela implementação de projetos de transformação assentes na digitalização e na sustentabilidade.

Tem também forte experiência no apoio a organismos públicos e privados na candidatura a projetos com financiamento europeu.

Prevenção e deteção da corrupção: do conceptual à prática

Miguel Trindade Rocha
Executive Director EY,
Forensic & Integrity Services

A corrupção é um fenómeno que apresenta significativos riscos de *compliance*, legais e reputacionais para as organizações, sendo a prevenção e deteção da corrupção uma imperativo de integridade.

O combate à corrupção tem sido um tema em destaque ao longo dos últimos anos, quer pela exposição mediática de investigações, e pelo consequente debate na opinião pública, quer por ser um tema na agenda política a nível global.

Em Portugal, o tema tem estado na agenda do Governo, tendo sido apresentada a Estratégia Nacional de Combate à Corrupção, no final do mês de setembro de 2020.

O combate à corrupção apresenta duas dimensões essenciais, uma dimensão preventiva e uma dimensão repressiva.

Ao nível da prevenção, prevê-se um maior envolvimento do setor privado, em complemento ao envolvimento do setor público. Neste âmbito, revela-se fundamental a instituição de uma entidade com poderes de regulação e fiscalização.

No que se refere à prevenção e deteção da corrupção nas organizações, sublinha-se a importância da implementação e programas de cumprimentos normativo, adaptados à estratégia e à realidade operativa específica.

A governança corporativa deve estar alinhada com a estratégia e com as boas práticas de gestão corporativa, contribuindo para uma responsabilização dos executivos, na prevenção e deteção da corrupção, e para uma efetiva implementação de mecanismos de combate a este fenómeno, bem como para a difusão de uma cultura de cumprimento a todos os colaboradores.

Os códigos de conduta devem estar alinhados com a cultura organizacional e definir as práticas adequadas à integridade da organização.

O Plano de gestão de risco deve ter por base o mapeamento dos riscos efetivos de corrupção e infrações conexas, para as diferentes áreas e processos da organização, identificado a probabilidade de ocorrência e o respetivo impacto, bem como as medidas de mitigação adequadas.

Os mecanismos de *whistleblowing*, devem permitir o reporte de potenciais situações de corrupção, garantindo o anonimato e a bidirecionalidade. Estas características, contribuem para o despiste de situações de abuso no reporte e para a recolha de informação adicional que permita uma investigação adequada.

A sensibilização e formação, são atividades críticas à capacitação dos colaboradores, quer para o conhecimento do fenómeno da corrupção, quer para saber como lidar com eventuais casos.

A ISO 37001 – Norma internacional de sistemas de gestão anticorrupção – especifica requisitos obrigatórios para as organizações o nível do Sistema de Gestão Anticorrupção, sendo cada vez mais um fator distintivo na participação em consórcios internacionais ou em concurso para financiamento.

A implementação de um programa de integridade e ética, adequado à cultura e ao modelo de negócio da organização, contribui para um ambiente de negócio sustentável, através da mitigação dos riscos de corrupção e de infrações conexas, e da consequente redução dos riscos que lhe estão associados.

No *Corruption Perceptions Index* de 2019, da Transparência Internacional, Portugal ocupa a 30ª posição entre 180 paises, com uma classificação de 62 em 100. Ao nível da União Europeia, Portugal ocupa a 13ª posição entre 28 países.

De acordo com a Metodologia da EY, a avaliação da maturidade do programa de integridade e ética foi dividida em diferentes grupos de procedimentos:

- Análise de políticas disponibilizadas, com o objetivo de avaliar a linguagem, conteúdo e abrangência dos materiais, com base nos normativos legais e regulamentares;
- Customização de questionários aplicáveis a cada um dos 24 pilares da Metodologia EY, de acordo com as especificidades do modelo de negócio da organização;
- Entrevistas com colaboradores chave das áreas relacionadas com o Programa, com objetivo de identificar perceções sobre os principais pontos de exposição a riscos e compreender o negócio e a efetividade das estruturas, políticas, procedimentos e controles existentes para mitigar esses riscos;
- Avaliação sobre a maturidade do Programa, com base nos documentos e informações disponibilizados, e nos 24 pilares da Metodologia EY;
- Validação das observações do relatório com a área responsável.

Orçamento do Estado para 2021 ("OE2021") Suficiente ou a preparação para um retificativo?

Luís Marques
Partner EY,
Country Tax Leader

Após um período de acesa discussão, alguma na praça pública, e múltiplas cedências e negociações, a proposta de Lei do OE2021 foi finalmente aprovada na especialidade na Assembleia de República, no passado dia 26 de novembro, com o voto favorável do Partido Socialista e abstenções do Partido Comunista Português, do PAN, do Partido Ecologista "Os Verdes" e ainda das abstenções das deputadas não inscritas Joacine Katar Moreira e Cristina Rodrigues. Os restantes partidos e grupos parlamentares votaram contra.

Foram cerca de 1.500 propostas de alterações propostas pelos partidos com assento parlamentar que foram objeto de discussão e votação ao longo de todo o processo tendente à aprovação final do OE2021. Ao longo deste processo foram (de forma surpreendente ou não) formadas algumas coligações negativas, sendo de destacar a anulação da transferência, inscrita inicialmente na Proposta de Lei do OE2021, no montante de 476 milhões de Euros destinada ao Fundo de Resolução para o Novo Banco.

Afastado que foi (para já) o cenário de uma crise política potencialmente resultante do chumbo do OE2021, o Governo continua a ter pela frente um contexto económico complexo e extremamente desafiante. Ainda que no passado recente o Primeiro-Ministro António Costa tenha afirmado, por mais de que uma vez, que o País não poderia voltar a confinar, pois o preço a pagar em termos económicos seria tremendo, o certo é que os confinamentos parciais que temos vindo a assistir em centenas de concelhos do País, fruto do elevado número de novos infetados com Covid-19 que temos vindo a registar, o certo é que os efeitos em alguns setores de atividade, nomeadamente na restauração, hotelaria e cultura, começam a ser nefastos, pondo mesmo em causa a sobrevivência de alguns negócios.

E os dados económicos não escondem essa realidade. O Governo estima que em 2021 o PIB possa vir a crescer 5,4%, depois de uma queda histórica em 2020, em que se prevê um recuo de cerca de 8,5% (ainda assim mais baixo do que se estimava em junho, em que se temia que este decréscimo pudesse vir a atingir uma magnitude superior, aproximando-se dos 10%). Já o défice das contas públicas estima-se que possa atingir um valor que ascenderá a 7,3% do PIB em 2020, igualmente um valor historicamente negativo, mas expectável em resultado de múltiplas injeções de liquidez na economia, havendo uma recuperação para 4,3% para 2021.

Já a dívida pública pode vir a registar um valor histórico de 134% do PIB, muito influenciado, por um lado, pela necessidade de o Estado injetar mais liquidez na economia (v.g. processos de *lay-off*, agora aumentados com a aprovação na especialidade para 100%, com o limite de 3 salários mínimos nacionais), e, por outro lado, pelo facto de o próprio PIB recuar o que influencia negativamente este rácio. Contudo, para 2021 estima-se que esta variável possa melhorar (ainda que se mantenha num nível muito elevado) para atingir cerca de 130% do PIB.

No que respeita à taxa de desemprego, o Governo estima que a mesma venha a atingir a fasquia de 8,2% em 2021 (que compara com 8,7% em 2020). No tocante à taxa de inflação estima-se que a mesma venha a cifrar-se em 0,7% em 2021.

Se fizermos um exercício de comparação entre as principais medidas constantes da Proposta de Lei do OE2021 apresentadas pelo Governo aquando da apresentação do texto inicial em 12 de outubro de 2020 e as medidas agora aprovadas, dir-se-á que a tónica continua a ser a de reforçar os apoios de natureza social.

Neste contexto, merece especial realce o aumento extraordinário de 10 euros para as pensões mais baixas (*i.e.* até 658 euros), que será concretizado em janeiro de 2021 (inicialmente previsto ser apenas concretizado em agosto de 2021), as medidas que privilegiam os subsídios de *lay-off* e ainda as baixas por doença.

Ao nível das empresas, continua a existir a perceção que se podia (e devia, talvez) ido mais longe, pois não se vislumbram que incentivos e estímulos relevantes são dados ao tecido empresarial.

Deste modo, a conclusão legítima que se pode retirar é que o OE2021 é muito mais focado na área das famílias (com algumas medidas importantes ao nível dos apoios sociais) do que nas empresas. No entanto, é igualmente legítimo entender que o contexto em que o OE2021 é apresentado é tudo menos linear e por isso poder-se-á admitir que o OE2021 não seja suficiente para responder aos desafios da crise, pois o Estado tem recursos escassos e limitados para gerir.

Contudo, ainda que tal facto possa ter algum atraso fruto da complexidade negocial ao nível das instâncias competentes da União Europeia, é igualmente certo que nesta equação o Governo contará com os apoios financeiros provenientes do Fundo de Recuperação (com uma parte relevante a título de subvenções) e talvez aí existam os estímulos que tanta falta fazem ao nosso tecido empresarial, já muito fustigado e lapidado com o cenário de crise que vivemos desde que a pandemia tomou conta das nossas vidas. Portanto, será razoável questionar se este Orçamento do Estado não será "apenas" a primeira parte de um Orçamento retificativo que o Governo poderá ter de apresentar durante o ano de 2021, dadas as múltiplas incertezas que a situação económica atual encerra, ainda que as últimas notícias sobre a disponibilização de uma vacina contra a Covid-19 possam dar algum ânimo a todos os agentes económicos.

Aguardemos então pelo futuro próximo!

EY | Building a better working world

About EY

EY is a global leader in assurance, tax, strategy and transactions, and consulting services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. For more information about our organization, please visit ey.com.

© 2020 Ernst & Young, S.A.
All Rights Reserved.

ED None

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as legal, accounting, tax or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

ey.com

The views of third parties set out in this publication are not necessarily the views of the global EY organization or its member firms. Moreover, they should be seen in the context of the time they were made.