

OPINIÃO

O melhor de Drucker sobre inovação

Ao examinar a minha colecção de livros sobre inovação, encontrei o livro "Inovação e Empreendedorismo", de Peter Drucker. Este livro teve a sua primeira edição em 1986! Drucker era verdadeiramente um visionário. É interessante verificar a forma como distinguiu os dois conceitos. A maioria das Universidades e Escolas de Negócios continuam a ter mais cursos de Empreendedorismo do que de Inovação. Questiono-me se o Empreendedorismo consegue ser sustentado sem a Inovação.

A parte principal do trabalho de Drucker sobre inovação foi publicada em meados dos anos oitenta e focou-se nas fontes de inovação. Ele identificou sete fontes de inovações:

1. O inesperado;
2. Incongruências;
3. Necessidade de pensamento;
4. Estruturas de indústria e de mercado;
5. Demografia;
6. Mudança de percepções;
7. Novo conhecimento.

O leitor sente-se encorajado a aprender mais sobre as fontes de inovação. É impressionante o facto de Drucker ter tentado entender o processo de inovação nos anos oitenta. Identificou uma série de coisas a fazer e de coisas a não fazer.

A fazer:

1. A inovação planeada começa com a análise de oportunidades;
2. A inovação é tanto conceptual como perceptual;
3. Para ser eficiente, a inovação tem de ser simples e direccionada;
4. Inovação eficiente começa com pequenos passos;
5. Uma inovação bem sucedida visa a liderança.



Peter Drucker

A não fazer:

1. Não pense que sabe mais do que os outros;
2. Não diversifique, não perca o rumo e não tente fazer demasiadas tarefas de uma só vez;
3. Não tente inovar para o futuro. Inove para o presente!

Partilhe a sua lista connosco. Todos beneficiaremos.

Gostaria de partilhar a minha experiência pessoal com Peter Drucker, que demonstrou a sua vivacidade e grandiosidade até ao fim. Enviei uma cópia do meu livro "Business Innovation in the 21st Century" a Drucker e a dois outros famosos consultores para conseguir a sua bênção. Drucker enviou, em menos de 24 horas, uma resposta encorajadora na sua característica letra tremida. Ele foi realmente uma pessoa fantástica!

PRAVEEN GUPTA

Índice

Editorial	1
Artigo de opinião	1
Entrevista (Robert Carlson)	2
Grande Reportagem	3
Agenda de eventos.....	4
Notícias	4/5
Um guia para começar a inovar.....	6
Financiando a inovação	7
Perguntas & Respostas	7

Editorial

Caros leitores, Foi com entusiasmo que aceitei o convite endereçado pela direcção da Vida Económica, para desenvolver um projecto na área da inovação que se materializou nesta newsletter, com carácter mensal e de acesso universal, com conteúdos diversificados e uma equipa de colaboradores nacionais e internacionais de reconhecida qualidade académica e empresarial.

Esperamos pois que a Inovação & Empreendedorismo (I&E) seja um ponto de leitura obrigatório para todos aqueles que se interessam pela temática; pela nossa parte, vamos levar até si o que de mais recente acontece na área da inovação e empreendedorismo. A I&E, estará focalizada claramente na temática da inovação. Abordaremos este tema sob múltiplas perspectivas, diferentes continentes e personalidades, permitindo ao leitor construir uma "biblioteca" de ideias de uma forma tão clara quanto possível.

Não queria deixar de agradecer a todas as pessoas que colaboraram neste primeiro número e a tantas outras que nos incentivaram para que este projecto seja uma realidade no panorama nacional, constituindo-se como uma publicação de referência nesta área. Vamos Inovar!

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA

BES EXPRESS BILL

QUEM DIZ QUE PAGA, PAGA.
QUEM ESPERA RECEBER, RECEBE.

Consulte a demonstração em www.bes.pt/empresas.
O BES tem os melhores números para as empresas.



BANCO
ESPIRITO
SANTO



ENTREVISTA

“Universidades não fazem o suficiente para chegar à indústria”

Quem o afirma é o Professor Robert Carlson, reconhecido especialista pelas suas ideias inovadoras em matéria de educação e investigação. Acrescenta que, “devido ao seu enfoque tradicional em matéria de investigação e educação, muitas unidades académicas não fizeram o suficiente para chegar à indústria. Por outro lado, muitas indústrias têm encontrado dificuldades para chegar à Universidade. Contudo, quando os benefícios mútuos podem ser claramente identificados e coincidentes, então as colaborações prosseguem sem grandes percalços”.

O Dr. Robert C. Carlson é o Reitor do Centro para o Desenvolvimento Profissional (CPD), Director do Rice Campus em Wheaton (IIT), Director dos programas de Tecnologia da Informação e Gestão e professor de Ciência de Computação. Anteriormente, foi “chairperson” do Departamento de Ciência de Computação, durante quinze anos, contribuindo para o seu crescimento, que o tornou no maior departamento do IIT Main Campus. O Professor Carlson possui diversa bibliografia e textos publicados. Foi pioneiro na pesquisa em áreas de “relational database design”, técnicas de “integrated software design” e “computer science education”. Algumas das ferramentas desenvolvidas pelo seu grupo de pesquisa têm sido utilizadas para resolver “large scale design problems” na AT & T, DOD e no Argonne National Laboratory. O seu “Testing Maturity Model” (TMM), modelo de processo, é reconhecido como um standard da indústria a nível mundial. É membro do conselho editorial do International Journal of Innovation Science.

Inovação e Empreendedorismo - O que é o Centro para o Desenvolvimento Profissional?

Robert Carlson – O CPD oferece educação e treino orientados para a tecnologia. A licenciatura e os programas de mestrado em Tecnologia da Informação e Gestão (ITM) e Tecnologia Industrial e Gestão (INTM) juntamente com o Programa de Aprendizagem Profissional têm atraído estudantes



Professor Robert Carlson

de todo o mundo. Os Programas e cursos no CPD fornecem uma mistura de conteúdo teórico e de aplicação prática que permite aos alunos a aplicação do que aprendem em sala de aula na resolução de problemas da vida real. Os estudantes aprendem sobre tecnologias novas e emergentes e a aplicação, integração e práticas administrativas utilizadas na gestão eficaz destas tecnologias. O objectivo é o de preparar os estudantes para se tornarem inovadores na área de tecnologia, empresários e líderes do futuro.

I&E – Qual o factor mais importante para que ocorra inovação numa organização? Quem deve ser responsável pela inovação dentro de uma organização?

RC – As pequenas “startups” proporcionam um excelente ambiente para a inovação, em que os membros da equipa estão ansiosos por inovar, existindo o incentivo da liderança, em parte porque o crescimento e as recompensas andam de mãos dadas. Em grandes organizações, a liderança deverá incentivar e apoiar a atitude “startup” dentro da estrutura existente.

I&E – Relativamente à colaboração entre a academia e a indústria, como a encara? Qual é a importância da cooperação tecnológica Universidade-indústria?

RC – O colapso económico de muitas empresas tem criado uma descontinuidade nas relações universidade-indústria. No entanto, quando ambas as partes encontram oportunidades para colaborar, os resultados são sempre mutuamente benéficos.

I&E – Que papel podem desempenhar os governos para promover a pesquisa cooperativa?

RC – Apoios e subvenções à investigação conjunta entre a Universidade e a Indústria contribuem positivamente para a criação de oportunidades de colaboração.

I&E – Que mudanças significativas se

observaram nos últimos cinco anos?

RC – A recessão económica afectou negativamente muitos relacionamentos de longo prazo entre a academia e a indústria. Por outro lado, muitos desempregados lançaram “startups” que beneficiam claramente de um forte relacionamento de trabalho com as universidades. Essas relações, contudo, tornaram-se mais especulativas, devido à incerteza e à falta de recursos das “startups”.

I&E – Quais as tendências em Inovação que considera mais interessantes?

RC – “Startups” de sucesso, como o Google, enviaram uma mensagem aos estudantes universitários que deveriam tornar-se empreendedores, particularmente no mundo da internet. Universidades como o IIT procederam a alterações nos seus currículos, encorajando os alunos a frequentarem cursos enfocados na inovação e no empreendedorismo. Para os estudantes internacionais que vêm de ambientes educacionais que enfatizam a imitação das obras do seu instrutor, a exploração de técnicas de inovação pode ser um desafio. Acrescentando esses elementos ao nosso currículo foi possível obter resultados notáveis.

JOÃO MENDES



PRIMER SEMINARIO

herramientas avanzadas de innovación:
cómo desarrollar estrategias para innovar de forma eficaz

impartido por:

Alexis P. Goncalvez

Profesor de Gestión de Innovación, Universidad de Georgetown

24-25
noviembre 2009

Club Financiero de Vigo

MÁS INFORMACIÓN

Policarpo Sanz 17, 5º B y C - 36202 Vigo (Pontevedra) España
Tel.: +34 986 227 135 | Fax: +34 986 917 883 | www.inovaportal.com | e.gestos@inovaportal.com

inova
innovar + optimizar + valorar

accelper
consulting iberia

GRANDE REPORTAGEM

“Inovar ou morrer”

Foi esta a principal ideia da Business Innovation Conference (BIC) que se realizou em Chicago de 5 a 7 de Outubro no Rice Campus do Illinois Institute of Technology (IIT). A utilização da Inovação como ferramenta de sobrevivência das empresas foi apontada como fórmula para ultrapassar a crise global, sendo o principal objetivo da Inovação o de contribuir para o crescimento do volume de negócios. A importância de os empresários estarem orientados para o futuro e a necessidade de uma “obsessão” pela concorrência (não apenas pelos clientes) foram outras das ideias-chave.

Praveen Gupta, “chairman” da conferência, considera que as principais contribuições do evento são “a difusão da temática da inovação, enfatizando que existe uma ciência e engenharia da inovação que está em evolução.” Considera ainda que “a inovação é uma actividade emocionante que permite realçar o melhor das pessoas”, sublinhando que a BIC, “pela qualidade dos seus oradores, pela diversidade dos participantes e pelo envolvimento intelectual que permite, assume-se claramente como um evento de referência.” Gupta, é um especialista em inovação e presidente da Accelper Consulting, também presente em Portugal através da Accelper Consulting Iberia. Participou em con-



Jorge Teixeira, Praveen Gupta, Luis Reis e Robert Carlson.

ferências e seminários a nível mundial e é autor de diversas obras, tais como “Inovação Empresarial” no século XXI, “Six Sigma Business Scorecard”, “Service Scorecard”, “Stat Free Six Sigma” e “Six Sigma Performance Handbook”. É professor na DePaul University e no Illinois Institute of Technology. É, ainda, editor do “International Journal of Innovation Science”.

A conferência contou com um painel diversificado de cerca de 25 oradores do mundo académico e empresarial e desenvolveu-se em 5 “workshops” e cerca de 20 apresentações. O formato do evento foi organizado de forma a permitir aos participantes

oportunidades reais de “networking”. Além disso, incluiu uma visita ao Microsoft Technology Center de Chicago. Do programa destacamos a participação de Luís Reis, Administrador Executivo e COO da Sonaeecom, que apresentou o Case Study “Idea Market”. Este modelo utilizado dentro do grupo Sonae funciona como uma bolsa de valores de ideias. O entusiasmo que o tema suscitou na audiência e o consequente número de questões motivou a que, pela primeira e única vez, o intervalo para “networking” fosse cancelado de forma a permitir a conclusão da apresentação. Destacamos ainda

“Innovation is problem solving”, por Ellen Domb (PQR Group), que abordou a teoria “TRIZ”, demonstrando como esta pode ser utilizada para resolver problemas dos clientes, criando novos negócios, ou para resolver problemas da empresa, melhorando as operações. Adam Hartung (Spark Partners), com a sua apresentação “Overcoming Barriers to Innovation”, demonstrou a importância para uma organização do “Phoenix Principle”, que consiste em 4 práticas: estar orientado para o futuro, estar obcecado pela concorrência (não apenas pelos clientes), ser capaz de colocar o portefólio da organização em causa e ser capaz de criar e manter um “white space” de ideias. Salientamos também as participações de Alex Bratton (LexTech Global Services), C.N. Madhusudan, (VectorSpan Inc.), Tom Kuczumski, (Kuczumski & Associates) e de Alberto Casal (Inova). Durante o evento foi apresentado o novo livro de Praveen Gupta, “The Innovation Solution”. Para breve está prevista, em versão portuguesa, a publicação de duas novas obras do mesmo autor: a versão executiva do livro “Inovação Empresarial no século 21” e o livro “Six Sigma sem Estatística” ambos editados pelo Grupo Editorial Vida Económica.



João Mendes, Adam Hartung e Alberto Casal.

INOVAÇÃO

& EMPREENDEDORISMO

NEWSLETTER N.º 1 | NOVEMBRO 2009

NOTÍCIAS

TENDÊNCIA: INOVAÇÃO EM MARCHA

(September 4, 2009 by Eric Beinhocker
& Elizabeth Stephenson, HBR)



O investimento em I&D e novos empreendimentos abrandou, mas a queda não altera a margem de manobra "para a inovação em áreas como tecnologia da informação, biotecnologia, nanotecnologia, ciência de materiais e de energias limpas. O progresso vai continuar, mesmo que a comercialização total destas descobertas ainda demore.

[Ver artigo completo](#) ➔

PRÉMIO CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NO ÂMBITO DA BIODIVERSIDADE

Rede de Escolas Associadas da UNESCO



A Comissão Nacional da UNESCO, em parceria com a Câmara Municipal de Olhão, lança, pela 1ª vez, o Prémio Criatividade e Inovação no âmbito da Biodiversidade, destinado aos alunos da Rede de Escolas Associadas da UNESCO que no ano lectivo de 2009 / 2010 apresentem um trabalho, individual e em grupo, no âmbito deste tema.

A Comissão Nacional da UNESCO pretende, através deste Prémio, reforçar a sensibilização da comunidade escolar e educativa para as temáticas do meio ambiente, desenvolver uma consciência crítica e interveniente face aos problemas ambientais e, desta forma, exercer uma consciência pedagógica dirigida especialmente aos alunos.

[Link para o artigo](#) ➔

[Link para o regulamento](#) ➔

APÓS LEHMAN: COMO A INOVAÇÃO PROSPERA EM TEMPOS DE CRISE

(Scott Anthony, HBR, September 15, 2009)

Um ano depois, é claro que a inovação nunca foi tão importante. E, de uma forma estranha, a escassez forçada de meios em muitas empresas tem sido um acelerador escondido dos esforços para sistematizar a inovação



[Ver artigo completo](#) ➔

UMA SONDAGEM EFECTUADA PELA KAUFFMAN FOUNDATION A EMPREENDEDORES SUGERE QUE O CRESCIMENTO ECONÓMICO AINDA ESTÁ EM BAIXA VELOCIDADE

A fundação Ewing Marion Kauffman anunciou os resultados de uma sondagem a empreendedores americanos que mostra que os empresários e as pequenas empresas continuam a lutar, apesar do crescente optimismo reinante em Wall Street. Uma semana antes de o "chairman" da Reserva Federal, Ben Bernanke, ter declarado que a recessão acabou, dois terços dos empresários inquiridos responderam que a economia está na direcção errada.



[Link para Kauffman Foundation](#) ➔

[Veja os resultados deste inquérito](#) ➔

AGENDA DE EVENTOS

NOVEMBRO 2009

05

Experimental methods and Innovation: broadening and challenging existing knowledge Jena Alemanha

06

Enterprising Creativity: Innovation and the Future of Arts and Humanities Research Leeds Reino Unido

06

Creativity Workshop in Carmel-by-the-Sea Carmel-by-the-Sea Califórnia

07

Opportunity Green Business Conference 2009 at UCLA Los Angeles Califórnia

16

ICERI 2009 International Conference of Education Research and Innovation Madrid Espanha

16 e 17

Conferência Internacional Empreendedorismo e Inovação Tecmaia - Parque de Ciência e Tecnologia da Maia

17

WCBF's Six Sigma in Innovation Conference 2009 Miami Flórida

23 e 24

Fórum IBEROEKA 2009 Inovação em serviços de Comércio Exterior Lima Peru



inovação
empresarial
no século XXI

consulte em:
www.vidaeconomica.pt

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL

✉ encomendas@vidaeconomica.pt ☎ 223 399 400

NOTÍCIAS

ABERTURA DA UNIVERSIDADE, KING ABDULLAH UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY (KAUST), ARÁBIA SAUDITA

A Universidade internacional King Abdullah University of Science and Technology (KAUST) é uma universidade virada para a pesquisa, com o objectivo de inspirar uma nova era de conquistas científicas que beneficiará a região e o resto do mundo.

KAUST é administrada por um conselho independente de curadores e apoiada por uma doação de vários biliões de dólares

KAUST prosseguirá a sua agenda através de quatro eixos estratégicos de investigação que se concentram em áreas da ciência e tecnologia que são importantes

para a Arábia Saudita, para a região e para o mundo:

- Recursos, Energia e Meio Ambiente;
- Biociências e Bioengenharia;
- Engenharia dos materiais;
- Matemática Aplicada e Computacional.

A universidade foi inaugurada em Setembro de 2009, com licenciaturas em 11 áreas de estudo. O campus principal está localizado em 36 quilómetros quadrados ao longo do Mar Vermelho em Thuwal a cerca de 80 quilómetros a norte da segunda maior cidade da Arábia Saudita, Jeddah.



A PROLIFERAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Acompanhe-nos no LinkedIn no grupo "Innovation and Entrepreneurship in Portugal"



Tanto na vida pessoal como na vida profissional o ser humano tende a formar grupos sociais de acordo com as suas afinidades e interesses comuns. Com a democratização da utilização da Internet e das tecnologias da informação essas networks rapidamente estabeleceram-se também Online.

De acordo com a Comscore, fornecedor global de Internet, cerca de dois terços da audiência da Internet em todo o mundo é visitante das redes sociais. Tendo como base o crescimento previsto da audiência global de Internet, a IBM acredita que em 2012 o número mensal de visitantes das redes sociais deverá ultrapassar os 800 milhões.

Acompanhe-nos no Facebook Inovação & Empreendedorismo



O CRESCIMENTO DAS REDES SOCIAIS POR REGIÃO

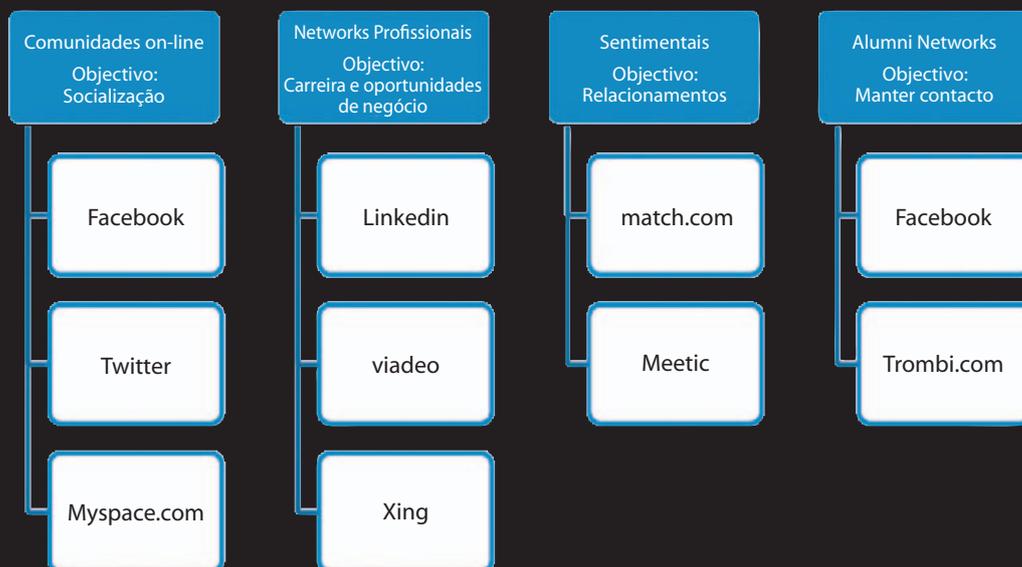
Região	Jun-07	Jun-08	Variação (%)
Global	464,437	580,510	25%
Ásia Pacífico	162,738	200,555	23%
Europa	122,527	165,256	35%
América do Norte	120,848	131,255	9%
América Latina	40,098	53,248	33%
Médio-Oriente África	18,226	30,197	66%

Fonte: comScore

Se não pertence a uma destas redes, pense qual das redes apresentadas encaixa no seu perfil e os seus objectivos. Quando começar a procurar os diferentes tipos de redes, verá que estas são uma amostra das inúmeras redes na net e das suas potencialidades



REDES SOCIAIS



UM GUIA PARA COMEÇAR A INOVAR

Provavelmente todos os leitores desta newsletter têm pelo menos uma coisa em comum – todos eles querem que as suas organizações sejam mais inovadoras. O mero desejo de serem mais inovadoras, no entanto, é difícil de concretizar. As Organizações tendem a seguir um padrão semelhante, melhorando o desempenho, percorrendo um caminho comum. Neste artigo, apresento um modelo de maturidade da inovação que consiste em cinco níveis, um caminho para alcançar a excelência na inovação. Após a definição do caminho, destaco os passos seguintes quer para as organizações

que estão a começar quer para aquelas que estão numa fase mais madura de desenvolvimento.

MODELO DE MATURIDADE DA INOVAÇÃO

A definição de um caminho comum de melhoria no formato de um modelo de maturidade é útil por pelo menos duas razões. Primeiro, porque cria uma visão partilhada de excelência e, portanto, fornece uma direcção clara para que a organização possa melhorar o seu processo de inovação. Em segundo lu-

gar, porque reconhece que as organizações diferem conforme a etapa em que se encontram na sua jornada de inovação. Os passos mais adequados para uma organização que esteja no início da viagem diferem daqueles necessários para uma empresa que se encontra mais adiante e madura em inovação. Eu divido o caminho para a excelência da inovação em cinco níveis.

ALEXIS GONÇALVES

Professor-adjunto no John F. Welch College of Business
Sacred Heart University, Fairfield, CT, USA
Autor do livro "Innovation Hardwired"

CINCO NÍVEIS DE MATURIDADE DO MODELO DE INOVAÇÃO. A MAIORIA DAS EMPRESAS PROGRIDE NUM CAMINHO SEMELHANTE DESDE O NÍVEL 1 ATÉ AO NÍVEL 5

	Nível 1: Reactivo	Nível 2: Estruturado	Nível 3: Sob Controlo	Nível 4: Internalizada	Nível 5: Melhoria Continua
Pessoas 	Ação heroica individual; habilidades de artesanato	Gestores de topo fazem da inovação uma prioridade	Os gestores de topo definem a estratégia de inovação e utilizam ferramentas de planeamento e/ou definem os critérios de selecção que favorecem os projectos que implementam a estratégia	Utilização em toda a organização de ferramentas de inovação, a criação de oportunidades é direccionada para o objectivo estratégico (em oposição às de apenas de selecção); folga para os colaboradores permitindo inovações de baixo para cima "bottom-up"	Diálogo contínuo de cima para baixo "top-down" e de baixo para cima "bottom-up"
Processo 	Não existe processo formal	Gestores de topo fazem da inovação uma prioridade	As actividades de inovação acompanham todo o processo	O processo é concebido conscientemente, são tomadas decisões utilizando modelos heurísticos – e.g., "fazer-ou-comprar", "desenvolver-ou-licenciar", etc.	Optimização contínua
Medidas de Desempenho 	Taxa de Crescimento Anual Composta (TCAC)	Percentagem de receitas de novos produtos ou serviços em relação à receitas totais	Fluxo financeiro e taxa de retorno sobre o investimento	Medidas detalhadas de previsões financeiras e taxa de adoção tecnológica	Medidas e feedback contínuo aos decisores da empresa
Propósito 	Resposta aos choques externos (necessidades do cliente, legislação, desafios técnicos); defensiva; grande foco em horizontes de curto e médio prazo	Formaliza e estrutura as actividades de inovação; aumento da capacidade de inovação global, o foco é no crescimento	Identifica oportunidades e ameaças específicas de forma a reagir rapidamente a mudanças e preparar-se para cenários e/ou experiências de longo alcance	Construir uma carteira robusta de ofertas que sejam atractivas e criam valor	Procuram activamente a mudança radical e a inovação de ruptura em face do status quo

FINANCIANDO A INOVAÇÃO

É hoje consensual que o Empreendedorismo e a Inovação são factores críticos para revitalizar a economia ao “abalar” o status quo e a realidade estabelecida, promovendo uma maior competitividade e crescimento com impacto sobre a criação de emprego e a geração de riqueza. Para criar esta dinâmica de crescimento, em particular num contexto em que o nível de confiança dos agentes económicos atingiu os valores mais baixos da última década, o lançamento de projectos inovadores é fundamental, pelo que a Inovação assume um papel preponderante para o progresso, desenvolvimento, etc. Aliás, as empresas que tornam mais eficiente a gestão da Inovação ganham mais. Porém, o termo Inovação implica fazer novo, arranjar soluções novas. Inovar não é copiar, isso é benchmarking. Não nos podemos alhear do facto de que a cópia é um risco, e que a solução passa pela capacidade de Inovar, de Empreender, de Inconformismo, de Irreverência, etc.

A Inovação que será sinónimo de sucesso para as empresas é a da criação de novas soluções, aproveitando potenciais oportunidades de necessidades ainda latentes nos clientes ou futuros clientes. É exclusivamente através da criação de novas soluções que uma empresa se distinguirá de todos os demais, diferenciando a sua oferta e produzindo valor acrescentado para os clientes. É necessário que os gestores tenham consciência de que Inovação apenas por incorporação de conceitos recentes no mercado não acarretará mais valias para os seus clientes e por consequência para a própria empresa, sendo necessária uma estratégia contínua de Inovação por criação de novas soluções para realmente fazer a diferença.



Há quem se torne Inovador e Empreendedor quando se lhe torna patente que o contrário, isto é, o Conformismo, deixou de produzir qualquer resultado aceitável.

A maioria das empresas e empresários pensa que ajudar é pegar no bolo e oferecê-lo. Não é. É pôr, isso sim, a mão na massa e criar valor, ou seja, a única Vantagem Competitiva que uma empresa pode desfrutar de forma sustentada é o seu ambiente de Inovação, já que o produto, serviço ou processo copiam-se no dia seguinte, mas o ecossistema que gera um fluxo constante de Inovações não se replica facilmente. No entanto, para Inovar há que questionar, de modo a que os resultados a obter permitam ao cliente experiências únicas, fascinantes, diferenciadoras e cada vez melhores.

Em Portugal, existe uma tendência para pensar que

compete ao Estado criar a Inovação. Esse papel é dos agentes económicos. Ao Estado cabe o papel de criar condições favoráveis para que as empresas possam conceber, desenvolver, trabalhar e implementar a sua capacidade inovativa e empreendedora. Para tal, existem os apoios e incentivos às empresas, que devem ser vistos e entendidos não como um meio de financiamento, mas sim, de desenvolvimento e de criação de valor.

Estes apoios poderão passar pelo Capital de Risco, bem como, pelos fundos que se encontram devidamente tipificados e explanados no QREN (www.qren.pt), e no IAPMEI (www.iapmei.pt), destacando-se o programa SI Inovação, que visa promover a Inovação no tecido empresarial.

LUIS ARCHER – CONSULTOR
luismariaarcher@iol.pt

PERGUNTAS & RESPOSTAS

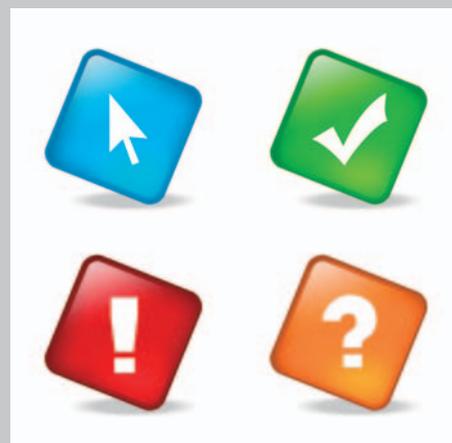
n.d.r.* Sendo esta a primeira edição da Newsletter Inovação & Empreendedorismo (Newsletter n.º 1) pretendemos abrir este espaço dedicado a Perguntas e Respostas com umas breves palavras que ajudarão a compreender de melhor forma o conceito de Inovação.

Poucas temáticas reúnem tão alargado consenso como o da importância da Inovação na criação de valor e consequentemente no aumento do valor da empresa contribuindo assim para a criação de uma vantagem competitiva sustentável. Existe contudo, demasiadas vezes, alguma confusão na utilização do conceito de Inovação. O conceito de inovação vai para além da investi-

gação e desenvolvimento tecnológico. Consiste na transformação de uma ideia num produto vendível, novo ou melhorado, ou num processo operativo na indústria ou serviços. Não bastará fazer algo de forma diferente para estarmos perante uma Inovação.

Os benefícios da Inovação poderão fazer-se sentir a vários níveis: produtos novos ou melhoria dos existentes, incremento do volume de produção, acesso a novos mercados, poupança de custos, incremento do emprego, substituição de importações, melhoria da qualidade de vida, protecção do meio ambiente e melhoria na gestão da organização.

*nota da redacção



Subscreva aqui a newsletter Incentivos →