

PERSPECTIVA

Chris Galvin, Ex-presidente e ex-CEO da Motorola, Inc. e presidente da Navteq, Inc.

“Inovação é a última coisa que resta na economia actual”



O papel da inovação na economia actual é fulcral, de acordo com Chris Galvin, ex-presidente da Motorola e actual presidente da Navteq. “Basicamente é a última coisa que resta, visto que, na prática, desde o boom das pontas com e desde o crash das mesas a maioria das pessoas seguiu o rumo que seguimos na Motorola, alterando na empresa tudo o que nos tínhamos mudado entre 2000 e 2003”, afirma Galvin.

Gostaríamos de agradecer à editora do International Journal of Innovation Science e a Praveen Gupta pela autorização para publicar algumas questões da entrevista como uma forma de apoiar o nosso esforço por tornar a inovação mais generalizado, previsível e rentável.

PG: Como é que se cria uma cultura de inovação numa família?

CG: É preciso ter a sorte de nascer numa família com um conjunto único de experiências. O sucesso do Paul Galvin resultou do seu fracasso e de ter ficado por duas vezes na bancarrota – numa das vezes tinha um parceiro desonesto e foi isso que fez com que se centra-se tanto nas boas pessoas e na integridade das mesas. Da segunda vez teve de facto pouco imaginação num dos seus modelos de negócio e decidiu copiar o que toda a indústria estava a fazer. Por ser um player pequeno, não conseguiu criar as economias de escala e um conjunto de factores acabaram por levá-lo à bancarrota.

(Continua na página 4)

accelper
consulting iberia
Accelerating Your
Business Performance
www.accelperiberia.com

ÍNDICE

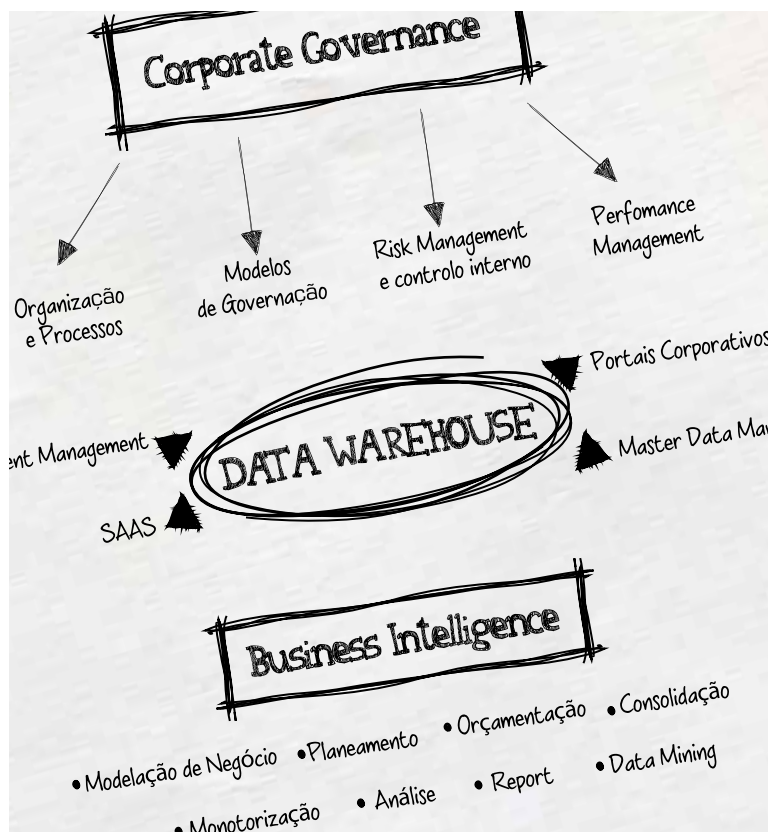
Perspectiva	1
Editorial	2
Grande reportagem.....	2
Opinião.....	5
Redes sociais	7
Notícias	8
Agenda de eventos.....	8
Comentários.....	9
Prémio BES Inovação.....	9
Guia para começar a inovar	10
Financiar a inovação.....	11



BUSINESS INTELLIGENCE. SOME A SUA À NOSSA.

Desenvolvemos soluções feitas à medida da sua instituição, porque sabemos que é uma entidade única. Para cada estudo ou diagnóstico utilizamos apenas as metodologias e as tecnologias consideradas mais adequadas. bi4all uma empresa Portuguesa a actuar no Mercado Ibérico e dedicada ao Business Intelligence e Corporate Governance.

Para mais informações entre em www.bi4all.pt ou ligue 217 266 165.



GRANDE REPORTAGEM

Business Innovation Conference 2010 reúne inovadores de vários países



Jorge Oliveira Teixeira (Inovação & Empreendedorismo), Chris Galvin (antigo CEO da Motorola) e Martin Swarbrick (CEO da Bison Gear).

Chris Galvin, Steve Shapiro e Jean Holley estiveram entre os principais oradores que serviram de inspiração aos participantes da conferência.

A terceira conferência anual Business Innovation Conference 2010, que teve lugar de 4 a 6 de Outubro, terminou com a intervenção e apresentação de sugestões de alguns participantes e com manifestações de interesse na participação da edição de 2011. A conferência contou com um leque de cinco oradores principais e outros oradores, mais de 25, que fizeram breves apresentações sobre diversos temas relacionados com a inovação, incluindo "Inovação e a Fórmula da Mudança", "Como conseguir uma inovação radical", "O Modelo de Maturidade da Inovação Empresarial" e "Porque têm sucesso os Inventores agressivos".



Praveen Gupta, Jean Holley, CIO, Tellabs que recebe o diploma de participação de Robert Carlsson, reitor do IIT.

Chris Galvin, antigo CEO da Motorola e actual CEO da Harrison Street Capital, falou sobre a cultura e a filosofia da inovação que o seu pai e os seu avô utilizaram para tornarem a Motorola numa empresa de 40 mil milhões de dólares – e sobre o que acontece quando se permite que a cultura de inovação entre em declínio. Steve Shapiro, Vice-presidente de Consultoria Estratégica na InnoCentive, alertou a audiência para a forma como a inovação pode ser utilizada como o principal impulso para uma mudança contínua, sustentada e programada. Jean Holley, CIO da Tellabs, explicou como a gestão estratégica da Tecnologia de Informação pode ajudar a conduzir a cultura da inovação, até mesmo em grandes empresas como a Tellabs. Outros dos oradores principais foram Gerald Haman, que falou sobre o papel do brainstorming e da geração de ideias na inovação, e Hardik Bhatt, que descreveu a forma como as soluções tecnológicas inovadoras são utilizadas para aumentar a eficiência nos serviços prestados aos habitantes da Cidade de Chicago.

A Business Innovation Conference é um importante evento que reúne líderes especialistas em inovação e utilizadores da inovação ao nível empresarial, académico e governamental, onde se desenvolve uma troca de experiências e onde se partilha a aprendizagem da ciência da inovação.

EDITORIAL

Caros leitores,

A nossa publicação cumpre este mês um ano de existência.

Obrigado por nos ter acompanhado neste projecto editorial conjunto, das Edições Vida Económica e da Accelper Iberia, não podendo deixar de referir os inúmeros leitores que nos têm manifestado a sua opinião e nos endereçaram votos de continuidade. Para todos o nosso maior e sincero agradecimento.

Pensamos não nos termos afastado da nossa ideia inicial, que foi a de tratar a inovação e o empreendedorismo de uma forma fácil e acessível para todos os que se interessam por estas temáticas. Reunimos ao longo deste último ano a opinião de universitários, empresários e consultores, permitindo assim que possa reunir diferentes pontos de vista e criar para si uma visão que será a sua e que esperamos lhe seja útil.

Com a publicação dos guias para Inovar, pretendemos que, de uma forma simples e sem grandes investimentos, possa fazer alguns diagnósticos elaborados por especialistas de renome internacional, podendo assim representar um ponto de partida para poder reflectir sobre a sua organização e o seu papel no mercado onde actua.

Aproveitamos esta data para efectuar uma alteração de formato, pensando na comodidade e facilidade no manuseamento da nossa newsletter e partilhar consigo alguns números relativos à circulação da publicação, nomeadamente o envio para grupos inseridos em redes sociais e distribuição própria;

- Envio para membros de grupos inseridos em redes sociais de origem portuguesa, cerca de 150.000

- Acessos directos ao site da Accelper para visualização da newsletter de Janeiro a Setembro de 2010, 17.459 visitas

- Envio para clientes da base de dados das publicações Vida Económica 50.000

Acreditamos que estamos a "construir" uma publicação na área da Inovação & Empreendedorismo, que pode ser útil na divulgação de conhecimento e experiências empresariais, em diferentes áreas, permitindo assim, diferentes visualizações da mesma realidade.

Vamos Inovar e Empreender

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA
 jorgeoliveirateixeira@gmail.com

(Continua na página seguinte)

OPINIÃO

Business Innovation Conference 2010 reúne inovadores de vários países

(Continuação da página anterior)



Praveen Gupta entrega o diploma de participação ao CIO da cidade de Chicago, Hardik Bhatt.

Praveen Gupta, organizador da conferência, afirmou: "Tradicionalmente, a inovação tem sido vista como uma arte, um golpe de génio, ou raros traços de brilhantismo – de cariz dispendioso e imprevisível em termos de gestão". Continuou, "no século XXI, dispomos de ferramentas que permitem dominar a inovação pelo que nos tornámos pensadores contínuos, capazes de inovar sob pedido, e que gerem equipas de inovação, levando-as aos resultados pretendidos". Cada um dos participantes recebeu um exemplar do livro "Inovação Empresarial no Século XXI" da autoria de Praveen Gupta.

Os quatro workshops que decorreram no primeiro dia da conferência promoveram um olhar atento sobre alguns aspectos e conteúdos da inovação. Posteriormente, os participantes assistiram a 18 apresentações, durante os dois dias seguintes com oradores de diversas áreas e ramos de actividade – além de terem estabelecido importantes ligações e terem partilhado ideias e experiências com outros inovadores não só dos EUA como de todo o mundo.

O evento anual Business Innovation Conference é organizado pela Accelper Consulting, em colaboração com o Instituto de Tecnologia de Illinois. A terceira conferência contou com o apoio do Departamento para o Comércio dos EUA e foi patrocinada pela Bison & Gear Engineering, TechAmerica, NexVu, eGantecUSA, contando também com outros apoios e com vários media partners.

A Business Innovation Conference 2011 está já agendada para 10 a 12 de Outubro no IIT Rice Campus, Wheaton, IL. Para mais informações sobre patrocínios e registo de inscrições, consulte: www.businessinnovationconference.com.

MRW
e-COMMERCE

**Criamos a sua loja on-line e transportamos os seus envios.
Colocamos o seu negócio on-line**

A MRW e-COMMERCE é o melhor aliado para potenciar as suas vendas através da internet. A nossa solução vai permitir-lhe a venda on-line em qualquer situação:

- Solução de transporte
- Criação e manutenção da loja on-line para além da solução de transporte.

Toda a informação em www.mrwecommerce.com.pt ou ligue 707 236 333

PERSPECTIVA

Chris Galvin, ex-presidente e ex-CEO da Motorola, Inc. e presidente da Navteq, Inc.

“Inovação é a última coisa que resta na economia actual”

(Continuação da página 1)

Nessa altura pensou que se queria chegar a algum lado era melhor apostar em áreas onde as pessoas ainda não tivessem tido tempo de desenvolver conhecimento sobre novos mercados e então pegou em coisas que os concorrentes não estavam a trabalhar. Assim quando a RCA e a Zenith trabalhavam em rádios domésticos, ele teve a ideia de desenvolver um auto-rádio mais eficiente e mais fácil de utilizar e que resolvesse os problemas da vibração. Isto permitiu que num espaço de cinco anos passasse de praticamente nada para ser líder do negócio na América nos anos 30. Conseguiu vencer no meio da depressão porque decidiu voltar-se para “outro lado”. Foi e criou a indústria dos auto-rádios que antes nem existia na indústria. Criou sistemas de distribuição, standards de qualidade para a instalação, e parcerias que permitiram criar a sua marca.

PG: Acha que a inovação implica muito dinheiro?

CG: Julgo que os desafios que enfrentamos dependem do negócio. Se o objectivo for conseguir ter alguma influência na área das energias verdes ou dos combustíveis fósseis, é necessário ter um grande fundo financeiro visto que são negócios em grande escala. Por isso, tudo depende do tipo de negócio.

PG: Qual é a sua opinião sobre o papel da inovação com a nossa economia actual? O que acha que está a acontecer ou devia acontecer?

CG: Basicamente é a última coisa que resta, visto que, na prática, desde o boom das pontas com e desde o crash das mesas a maioria das pessoas seguiu o rumo que seguimos na Motorola, alterando na empresa tudo o que nos tínhamos mudado entre 2000 e 2003. Mudámos tudo, menos a nossa ética e os nossos princípios. Foi isto que fez com que uma empresa de 30 mil milhões de dólares conseguisse ultrapassar a barreira dos 30 mil milhões que é o ponto onde normalmente as empresas param devido à dimensão e à escala. De facto, acontece em valores de 20 milhões de dólares, 50 milhões de dólares, 250 milhões de dólares, 2 mil milhões de dólares, 10 mil milhões de dólares e depois 30 mil milhões de dólares em vendas. São poucas as empresas que conseguem ultrapassar a barreira dos 30 mil milhões de dólares e nós conseguimos que uma



Praveen Gupta, Chris Galvin que recebe o diploma de participação na 3ª Business innovation Conference, entregue por Martin Swarbrick.

empresa de 30 mil milhões crescesse 42%. É possível mudar em períodos difíceis. Mas os custos foram por duas vezes retirados do negócio na última década. Uma vez no período pós-boom das pontas com e agora, no período depois da crise financeira Lehman Brothers, não é possível eliminar mais custos e deixou de funcionar o modelo das private equity, de fazer engenharia financeira e de vender os activos principais para alavancar as empresas. Não se pode recorrer ao endividamento. A única forma de voltar a fazer com que o negócio cresça é inovando porque não se conseguem mais lucros apenas reduzindo custos, pois não há custos para reduzir; é inovar ou morrer.

PG: Quais seriam os seus conselhos quer para os inovadores quer para os empreendedores?

CG: Apenas o facto de ter uma ideia e de conseguir fazer as coisas de forma diferente não é, obrigatoriamente, garantir de tornar um negócio viável. Com frequências algumas pessoas vêm ter comigo muito excitadas e dizer “Veja o que eu consegui fazer”. Bato sempre palmas tão forte quanto possível porque é óptimo e depois entramos num processo de procurar os problemas relevantes que possam surgir na nova possibilidade de forma a ver se conseguimos criar ou não um novo negócio. E se, por qual-

quer razão, não for a altura certa para o negócio, pegamos na inovação e colocamo-la numa prateleira para que fique disponível para uma utilização posterior e continuamos à procura da próxima ideia.

É uma combinação quando defendemos as bases de um comportamento de liderança e os conceitos de inovação, em que é preciso pensar no que é realmente novo, realmente diferente, diferenciador e depois é preciso encontrar um plano de negócio ou uma forma de modelo económico para garantir que é preciso criar um negócio em volta da ideia. Caso contrário, é colocá-la numa prateleira e deixa-la para depois. É uma combinação de descobrir coisas que sejam tecnologicamente muito diferentes e tentar criar um modelo de negócio à volta das ideias, e nunca desistir.

Praveen Gupta é editor do International Journal of Innovation Science, autor de diversos livros, e um consultor de sucesso em área como Seis Sigma e Inovação empresarial centrando-se na manutenção de um crescimento sustentável e na criação de postos de trabalho. Trabalha como professor de inovação no Instituto de Tecnologia de Illinois. É presidente da Accelper Consulting em Chicago e consultor da Accelper Ibéria.

OPINIÃO

Donde vêm as boas ideias

Começamos com o arcondicionado. Certa noite, em 1902, o jovem engenheiro americano Willis Carrier esperava pelo comboio, observando a neblina que envolvia a plataforma, quando teve um súbito lampejo de criatividade: ele poderia explorar o princípio da neblina para arrefecer os edifícios. Patentou a ideia, protegeu-a com todas as forças, pôs em produção o seu novo invento e ganhou uma fortuna. Em 2007, a Carrier Corporation, fundada por ele, gerou um volume de vendas da ordem de

US\$ 15 biliões. Tratando-se de momentos “Eureka”, até Arquimedes concordaria que aquele lampejo criativo foi impressionante.

Mas o aspecto realmente interessante é o facto de ele ser muito incomum: apesar de o momento “Eureka” ser um clichê, as grandes ideias raramente surgem desta forma. É estranho mas a inovação é um dos casos em que a imagem definidora, toda a retórica e todos os pressupostos a respeito de como as coisas ocorrem-se revelam atrasados. É extremamente raro encontrar casos em que uma pessoa consiga, trabalhando sozinha e valendo-se dos próprios recursos, num momento de clareza súbita, chegar a uma grande revolução, capaz de transformar o mundo. Ainda assim, parece haver um bizarro desejo de contar a história desta forma.

O escritor Steven Johnson, no seu novo livro, “Where Good Ideas Come From” (Donde Vêm as Boas Ideias), descreve a noção de “possível adjacente” – ideias que parecem, de início, senso comum, mas que gradualmente se revelam uma forma absolutamente nova de encarar praticamente tudo. Cunhada pelo biólogo Stuart Kauffman, a expressão refere-se ao facto de que num dado momento – tratando-se da ciência e da tecnologia, mas talvez também no caso da cultura e da política – somente são concebíveis certos tipos de próximos passos.



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

“A história do progresso cultural”, escreve Johnson, “é, quase sem excepção, a história de uma porta que leva a outra, explorando o palácio ao ritmo de uma sala de cada vez”. Pense numa partida de xadrez: num dado momento do jogo, várias jogadas engenhosas são possíveis, enquanto incontáveis outras não o serão. O mesmo se aplica às invenções: a prensa móvel só foi possível – e talvez só se tenha tornado concebível – depois de já existirem os tipos móveis, a tinta e o papel.

Quando foi lançado em 2005, o YouTube foi uma grande ideia; se tivesse surgido em 1995, antes da disseminação da banda larga e das câmaras baratas, o site de vídeos teria sido um fracasso. E o princípio vale também para a cultura: para os telespectadores dos anos 50, explica Johnson, séries televisivas complexas como “Lost” seriam considerados praticamente incompreensíveis, como uma espécie de obra de arte de vanguarda, porque certas formas de envolvimento com os média ainda não tinham sido aprendidas.

E tudo isto aplica-se também à mais básica das inovações: a própria vida. Em algum momento, ainda no caldo primordial, um bando de ácidos graxos deu lugar a uma membrana celular, o que possibilitou o mais simples dos organismos, e assim por diante. Aqueles ácidos não teriam sido capazes de se transformar espontaneamente num peixe ou num rato: isso não fazia parte do seu possível adjacente.

Se isso lhe parece óbvio, pense em como isso explica o assustador fenómeno do “múltiplo” – a forma como certas invenções e descobertas

ocorrem ao mesmo tempo em diferentes lugares, aparentemente por acaso. As manchas solares foram descobertas em 1611 por quatro cientistas em quatro países diferentes; baterias eléctricas foram inventadas duas vezes, separadamente, com um intervalo de um ano entre elas e casos similares ocorreram nos primeiros dias do motor a vapor e do telefone.

As pessoas tentaram explicar este fenómeno por meio de termos vagos como o inconsciente colectivo, “zeitgeist” ou dizendo simplesmente que certas ideias estariam “no ar”. Mas há uma possibilidade mais direta: a de que a inovação simplesmente se tornou parte do possível adjacente. Boas ideias, diz Johnson, “são construídas a partir de uma reunião dos elementos existentes”, em termos literais ou metafóricos.

Na prática, isso significa que a melhor maneira de incentivar (ou ter) novas ideias não é reforçar o fetiche do “lampejo genial” e nem se recolher num chalé nas montanhas para “dar espaço à criatividade”, nem matraquear incessantemente a respeito do pensamento “que foge aos parâmetros” e “ultrapassa fronteiras da clareza criativa”.

Em vez disso, devemos ampliar o alcance de nossas próximas jogadas possíveis – o perímetro do nosso potencial – por meio da maior exposição possível ao pensamento aleatório, aos debates e conversas, a um grande número de ideias rivais e correlacionadas; emprestando, recondicionando, recombinaando. Essa é uma das maneiras de explicar a criatividade gerada pelas cidades, pelos cafés europeus do século 17 e pela internet. As boas ideias surgem em redes; num sentido capaz de entortar o cérebro, poderíamos até dizer que “boas ideias são redes”. Ou, nas palavras do próprio Johnson: “O acaso favorece a mente conectada”.

Quando foi lançado em 2005, o YouTube foi uma grande ideia; se tivesse surgido em 1995, antes da disseminação da banda larga e das câmaras baratas, o site de vídeos teria sido um fracasso.

NEWSLETTERS TEMÁTICAS
SUBSCRIÇÃO GRATUITA

CONHEÇA AINDA OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÃO
 MAIS ALARGADA DO GRUPO VIDA ECONÓMICA.

Aceda ao site www.vidaeconomica.pt, e entre em Subscrver Newsletter



III



Missão Empresarial Ibérica a São Paulo

22 a 26 de Novembro de 2010

ORGANIZAÇÃO:

VIDAIMOBILIÁRIA

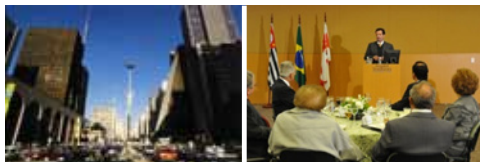
**Conheça a
8ª economia
do mundo.**

**Encontre
os líderes
do mercado.
Descubra
as novas
oportunidades.**

**Com presença já
confirmada na III Missão
Empresarial Ibérica:**

O Brasil emergiu como o mercado de eleição para a expansão internacional de empresas Portuguesas e Espanholas. O país ocupa o 8º lugar no ranking da economia mundial, com uma dimensão continental e um mercado potencial de 194 milhões de habitantes que partilham os valores da civilização ocidental.

Com a III Missão Empresarial Vida Imobiliária ao Brasil conheça o mercado imobiliário de São Paulo e do Brasil e explore novas oportunidades de negócio, conhecendo as empresas e decisores de referência! Saiba como fazer negócios em São Paulo e partilhe a experiência de internacionalização de empresas Portuguesas como a Bascol, Teixeira Duarte ou FITOUT.



- AAPB Arquitectos • Broadway Malyan Arquitectos
- Bascol Imobiliária • CB Richard Ellis/Neoturis
- Fundbox SGFI • FITOUT – Retail Solutions
- Imoalves – Soc. Mediação Imobiliária
- Prime Yield – Consultoria & Avaliação
- Raposo Subtil & Associados - Sociedade de Advogados RL
- Selecta SGFI
- SNIPE – Investimentos e Participações Empresariais SA
- Teixeira Duarte Imobiliária.

Programa

Jantar de boas vindas

Com a presença de Dr. Romeu Chap Chap, Presidente do Conselho Editorial da Vida Imobiliária Brasil

Participação no Cityscape

O encontro mais esperado pelo mercado imobiliário Brasileiro. Visite em www.cityscapelatinamerica.com.br

Café da Manhã Vida Imobiliária

A Vida Imobiliária reúne o sector imobiliário nos debates que marcam a agenda do sector

Evento de Investimento & Avaliação Imobiliária

A Prime Yield apresenta-se em São Paulo com evento sobre investimento & avaliação imobiliária

Apresentações do mercado imobiliário

Com as consultoras líderes do mercado brasileiro CB Richard Ellis e Cushman & Wakefield

Recepção na Prefeitura de São Paulo

Conheça o planeamento urbano da cidade de São Paulo e as oportunidades que oferece

SECOVI – Encontro de empresários

O SECOVI recebe a missão num encontro de empresários associados do SECOVI

Copa do Mundo de 2014

Apresentação dos projectos e oportunidades

Apresentação do quadro Legal no Brasil

Os nossos parceiros Duarte Garcia Caselli Guimarães & Terra Advogados apresentam o quadro legal e fiscal do Brasil

Visita a empresas e empreendimentos

A missão vai visitar empresas e empreendimentos de referência em São Paulo

As empresas Portuguesas no Brasil

Partilha de experiência com as empresas Portuguesas que já estão no mercado brasileiro

**Valor Total de Investimento:
3200 € + IVA***

*Valor promocional válido p/ confirmações até 30 de Setembro de 2010.
Não inclui passagens aéreas.
Lugares limitados.

O PROGRAMA INCLUI

- Estadia em hotel*****
- Regime de pensão completa – Restaurantes conceituados de São Paulo
- Transfers aeroporto/hotel/aeroporto
- Transfers para deslocações para reuniões/visitas agendadas
- Acompanhamento VIP

- Convites para Palestras e Debates – Acesso a apresentações
- Divulgação das empresas junto dos agentes locais
- Oferta: 6 meses de cartão de visita no MarketPlace da Vida Imobiliária Brasil
- Em conjunto com o evento de referência do mercado profissional: de 23 a 25 de Novembro. Entrada gratuita incluída para o 1º dia do Programa Cityscape

INFORMAÇÕES E RESERVAS

Portugal: António Gil Machado
agil@vidaimobiliaria.com • 351 22 339 94 90

Brasil: Francisco Antunes
fantunes@vidaimobiliaria.com.br • 55 11 8881 3181

SE JÁ ESTÁ NO BRASIL... FAÇA NEGÓCIOS CONNOSCO!

Maximize o seu investimento com a Vida Imobiliária se já está no Brasil!

Conheça condições únicas que criamos para anunciar a sua empresa na Vida Imobiliária Brasil. Convide os seus parceiros de negócio para vir connosco... preços especiais para grupos. As datas não são compatíveis? Pergunte por alternativas!

APOIO INSTITUCIONAL:



VOAMOS COM:



APOIOS:



REDES SOCIAIS (DICAS)

Redes sociais, instrumentos de monitorização e alerta gratuitos

Retomamos nesta edição esta secção sobre redes sociais.

Temos vindo a salientar em anteriores edições as vantagens e desvantagens de estar presente nas redes sociais de maior relevância da actualidade, e se as empresas crescentemente adoptam este meio como um canal de comunicação e partilha de produtos e serviços, torna-se fundamental que possamos medir e principalmente o que andam a dizer dos nossos produtos, serviços e até qual a ideia que os consumidores ou o nosso público-alvo comenta a nosso respeito.

Esta tarefa revela-se de uma simplicidade extrema, bastando para isso aceder a estes "motores" de busca se assim os podemos denominar, que de uma forma exaustiva irão "trabalhar" para analisar (blogs, microsites etc.), o que for colocado de relevante, baseando-se na escolha de palavras que fizemos.

Experimente e veja onde falam da sua empresa. Certamente que vai ficar surpreendido e com a vantagem de ser gratuito.

Google alerts
beta

co.mments

co tweet®

socialmention*
Real-time social media search and analysis:BoardTracker
V.2010 Discussion SearchTORNE-SE MEMBRO
DO NOSSO GRUPO

Linked in

facebook

TORNE-SE FÁ DA INOVAÇÃO
& EMPREENDEDORISMO

Autor: Praveen Gupta, Arvin Sri
Preço: € 8.90
Páginas: 136 (15.5 x 23 cm)

VidaEconómica

SEIS SIGMA

VIRTUALMENTE SEM ESTATÍSTICA

Um livro que facilita a implantação do Seis Sigma, minimizando as estatísticas, e permite conseguir grandes resultados através da aplicação inovadora. Proporciona aos leitores uma série de ferramentas fundamentais, "não estatísticas", que podem ser aplicadas para a solução dos problemas.

"Seis Sigma Virtualmente sem Estatística", é um livro essencial para as empresas que pretendem melhorar o seu desempenho de forma rápida e eficaz. Esta metodologia permite que as organizações melhorem a sua produtividade sem perder de vista a Inovação dos processos, serviços e produtos.

Luís Reis, Chief Corporate Centre Officer da Sonae

ESTRUTURA DA OBRA: Introdução; Antecedentes do Seis Sigma; Compreendendo o Seis Sigma; Ferramentas Seis Sigma sem estatística; Medições Seis Sigma sem estatística; Seis Sigma e Inovação; Fazer com que o Seis Sigma funcione; Conclusões.

PEDIDOS PARA:

Vida Económica - R. Gonçalo Cristóvão, 111, 6º esq. • 4049-037 PORTO • Tel. 223 399 400 • Fax 222 058 098
E-mail: encomendas@vidaeconomica.pt • www.vidaeconomica.pt • http://livraria.vidaeconomica.pt

NOTÍCIAS

O VALOR CORPORATIVO DO "SOCIAL SOFTWARE"

John Hagel III and John Seely Brown

O "Social software" é um elemento essencial da teoria de "push" para o "pull".



Se os executivos estão cautelosos com a computação em nuvem, serão totalmente cépticos em relação a software social. Quando a maioria dos não-executivos de TI ouvirem "Social software", eles param de ouvir a "social" e conversa torna-se mais quente. Eles temem a perda de produtividade do trabalhador – a tecnologia digital oferece uma série de um número interminável de distrações no ambiente de trabalho.

[Ler mais ➞](#)

SERÁ A DIMENSÃO IMPORTANTE PARA A GERAÇÃO DE IDEIAS?

Scott Berkun



Estamos preocupados com o tamanho das coisas: carros grandes, sanduíches grandes e grandes salários. Nas jornadas de reflexão sobre liderança, nos livros que compramos, procuramos pensamentos grandiosos. A lógica básica que usamos é a de quanto maior for a ideia, maior o valor gerado, mas na maior parte das vezes isso não é verdade. Existe um mito nas relações laborais de que grandes resultados só vêm de mudanças radicais.

Há boas evidências para um contra-argumento. Os problemas que afligem as organizações, ou as impedem de crescer, muitas vezes são pequenas coisas que acontecem e estão a ser consistentemente ignoradas.

[Ler mais ➞](#)

ELEVADORES ENOR VÃO REGENERAR ENERGIA

A filial portuguesa do Grupo Ascensores Enor vai lançar, já no próximo ano, uma nova tecnologia que, aco- plada aos seus elevadores, irá possibilitar a reutilização de parte da energia de que necessitam.

A regeneração de energia é baseada na diferença de peso entre a cabina e o contrapeso e acontece quando a cabina sobe pouco carregada ou vazia ou quando a cabina desce com a carga completa.

A utilização dessa tecnologia permitirá diminuir em 20% o consumo energético anual do equipamento.

"Tendo em conta o preço do quilowatt-hora em Portugal, estimamos que a poupança total conseguida pelo condomínio de num edifício residencial ronde os 200 euros por ano, apenas devido a esta tecnologia", refere António Balsinha, Director da Enor em Portugal. Este novo aparelho também vai chegar ao mercado já no próximo ano e custará poucas centenas de euros, o que permitirá aos condóminos amortizar o investimento em cerca de dois anos.


[Ler mais ➞](#)

FÓRUM DE DISCUSSÃO "OS SERVIÇOS DE CONHECIMENTO INTENSIVO EM PORTUGAL"

Realizou-se no passado dia 22 de Outubro, na sede da ANJE, uma apresentação dos resultados do inquérito enviado a entidades prestadoras e potenciais clientes de serviços de conhecimento intensivo (SCI), como por exemplo os serviços relacionados com as TIC, I&D e Gestão estratégica.

O Projecto ATLANT-KIS tem como finalidade melhorar os processos de transferência de conhecimento e tecnologia para as PME através da promoção e cooperação dos SCI em 8 regiões de Portugal, Espanha, França, Reino Unido e Irlanda.

A apresentação dos resultados esteve a cargo da coordenadora nacional do projecto Atlant-KIS, Bibiana Dantas.

Brevemente estará disponível no site da ADI, mais informações sobre este estudo.


[Ler mais ➞](#)

AGENDA DE EVENTOS

NOVEMBRO 2010

05

Knowledge Globalization Conference

Boston, Massachusetts

12

Reinvention Center National Conference

Washington DC

15

ICERI2010

(International Conference of Education Research and Innovation)

Madrid, Espanha

16

Applied Business and Entrepreneurship Association International (ABEAI)

Kona, Havai

16

Stage-Gate Innovation Summit 2010

Clearwater, Florida

23

Global Redesign & Innovation Virtual Conference (GRIVC 2010)

Boston

COMENTÁRIOS

Gostaria de o felicitar pela excelente ideia na criação da newsletter, a qual leio com bastante agrado e atenção, pois a mesma aborda sempre temas actuais e bastante interessantes.

Tenho gravadas no meu computador pessoal todas as newsletters que me enviou, sendo que já as utilizei na realização de alguns trabalhos académicos bem como para esclarecer algumas dúvidas no exercício da minha actividade profissional.

Os meus parabéns pelo trabalho de-

envolvido e espero que continue.

EMANUEL SOUSA OLIVEIRA

Envio este e-mail para dar os meus mais sinceros parabéns pelo aniversário da newsletter "Inovação & Empreendedorismo".

Na minha opinião, durante este primeiro ano a newsletter disponibilizou artigos muito interessantes sobre inovação e empreendedorismo, assumindo um papel muito importante na promoção do conhecimento relacionado com estes dois

importantes temas.

ÁLVARO GÓMEZ

Parabéns pelo aniversário da vossa iniciativa.

A. LOBATO DE FARIA

É sempre com o maior interesse que recebo a newsletter, "Inovação & Empreendedorismo" que, para além da diversidade e inovação dos temas abordados, proporciona ao leitor informação concisa e precisa. Continuem assim!

PEDRO TAVEIRA

Parabéns pelo primeiro ano de sucesso com a newsletter Inovação e Empreendedorismo. É uma excelente newsletter de notícias sobre inovação em Portugal, e que reúne opiniões de vários especialistas em inovação. Desejo sucesso para o futuro da newsletter enquanto fonte de informação sobre formação em inovação. Espero continuar a contribuir para a publicação e para a aprendizagem em inovação em Portugal.

PRAVEEN GUPTA

PRÉMIO BES INOVAÇÃO

Vencedor do concurso de inovação do BES vai revolucionar saúde

O projecto da Universidade do Minho "Drops in Lotus", liderado por João Mano, foi distinguido com o grande prémio da sexta edição do Concurso Nacional de Inovação BES, vencendo também a categoria de processos industriais. Inspirado no funcionamento da natureza, este projecto apresenta uma tecnologia inovadora que abre caminho à concepção e desenvolvimento de novos produtos em sectores tão variados como biomedicina, medicina regenerativa, indústria farmacêutica, alimentar, cosmética e agricultura.

A tecnologia premiada este ano com o grande prémio recorre ao uso de superfícies sintéticas extremamente repelentes a líquidos, baseadas em alguns exemplos encontrados na Natureza, como a folha do lótus, para produzir partículas sólidas praticamente esféricas, de uma forma económica e ambientalmente atractivas.

O prémio foi entregue pelo Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, no dia 25 de Outubro, naquela que foi a primeira cerimónia do Concurso Nacional de Inovação BES que contou com a presença do Chefe de Estado português. Desde a sua criação, em 2004, o concurso, contou com 1059 projectos, dos quais 33 fo-



ram vencedores, e atribuiu prémios num valor superior a dois milhões de euros. Na sua maioria, os projectos vencedores concretizaram-se em aplicações empresariais, com relevância nacional e internacional.

Distribuídos 325 mil euros

Concorreram 196 projectos à edição de 2010 do Concurso Nacional de Inovação BES. Registou-se uma maior incidência de candidaturas na área das Tecnologias e Processos Industriais (60), seguida das Tecnologias de Saúde (52), Clean Tech (41), Biotecnologia e Agro-Industrial (26) e Economia Oceânica (17).

Na categoria Clean Tech, o vencedor foi o projecto FotOrg (Fotovoltaicos Orgânicos de baixo custo) da Nanolayer Coating Technologies Lda, representada por Luís Ribeiro Pereira. O Instituto Superior de Agronomia da Universidade Técnica de Lisboa, representado por José Graça, foi galardoado na categoria Biotecnologia e Agro-industrial com o projecto "SuberLipid: Lípidos da suberina da cortiça". A empresa Acellera Therapeutics, que apresentou uma nova "terapia celular para tratamento de rejeição de transplantes de fígado", venceu na categoria Tecnologias da Saúde e o prémio foi recebido por David Cris-

tina. Na categoria Economia Oceânica, uma das áreas com elevado potencial de crescimento nacional, o laureado foi o Centro de Estudos do Ambiente e do Mar do departamento de Biologia da Universidade de Aveiro, representado por Ricardo Calado.

Todas as candidaturas são sujeitas a um processo de avaliação e selecção, de acordo com critérios de excelência científica e carácter inovador do projecto (35%), impacto potencial dos resultados na competitividade empresarial (45%) e credibilidade da empresa, instituição de I&D ou inventor (peso de 20%).

A selecção das categorias a concurso é definida anualmente e obedece a uma lógica de diversificação ao nível dos sectores e agentes económicos. A estrutura de atribuição de prémios concilia três vertentes: prémios em dinheiro (25 mil euros), financiamento de patentes (10 mil euros) e desenvolvimento do plano de negócio (25 mil euros). Do grupo dos vencedores sectoriais, há ainda a distinção do melhor projecto absoluto – grande prémio – ao qual é atribuído um prémio complementar de 25 mil euros. No total, a sexta edição do concurso envolveu prémios no montante de 325 mil euros.

GUIA PARA COMEÇAR A INOVAR

Neste número continuamos com o diagnóstico de avaliação das necessidades de visão periférica da sua empresa. Neste número vamos querer que dedique a sua atenção aos seguintes pontos:

4. O seu estilo de liderança na sua empresa

5. O seu sistema de inteligência competitiva

Lembre-se que estas 8 perguntas serão de utilidade para estabelecer o seu Quadrante da Visão Periférica, no final da publicação desta ferramenta de diagnóstico.



**Innovation Insight
Network**

ALEXIS GONÇALVES

Professor-adjunto

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

VISÃO PERIFÉRICA

Ferramenta de pontuação

Avalie a sua **Capacidade** para Visão Periférica

(Continuação da edição anterior)

4. A SEU ESTILO DE LIDERANÇA NA SUA EMPRESA

4.1 A importância da Periferia nos Líderes da sua Empresa

Baixa prioridade

1 2 3 4 5 6 7

Alta prioridade

4.2 O Horizonte de Tempo

Ênfase no curto-prazo (dois anos ou menos)

1 2 3 4 5 6 7

Ênfase no longo-prazo (mais de cinco anos)

4.3 A Atitude da Organização em relação à Periferia

Limitada e míope: poucas pessoas se importam

1 2 3 4 5 6 7

Activa e curiosa: monitorização sistemática da periferia

4.4 O Desejo de Testar e Desafiar as Premissas Básicas

Atitude geralmente passiva

1 2 3 4 5 6 7

Alta necessidade de testar premissas críticas ou desafiar pontos de vista comuns

Subtotal # 4

5. O SEU SISTEMA DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

5.1 A Qualidade dos Dados sobre Eventos e Tendências na Periferia

Baixa: abrangência limitada e dados desactualizados

1 2 3 4 5 6 7

Excelente: ampla cobertura de temas e dados actualizados

5.2 O Acesso a Dados de diversas Áreas Organizacionais

Difícil acesso: conhecimento limitado do que há disponível

1 2 3 4 5 6 7

Relativamente fácil: amplo conhecimento do que há disponível

5.3 O Uso de Base de Dados para condução dos Negócios

Limitado

1 2 3 4 5 6 7

Extensivo

5.4 A Tecnologia disponível para a Extração e Análise de Dados

Tecnologia desactualizada e difícil de usar

1 2 3 4 5 6 7

Tecnologia moderna; facilidade na extração e análise de dados

Subtotal # 5

(Continua na próxima edição)

INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

Será que quando se fala de Inovação a mesma só tem a ver com a Inovação de base tecnológica? Não, este é um dos pensamentos mais comuns, mas mais errados, que se poderá assumir. A Inovação inicia-se com a forma como se encara o trabalho no dia-a-dia.

Poder-se-iam abordar as técnicas de gestão que podem apoiar as empresas a agilizarem as suas estruturas. Todavia, optou-se por abordar aquilo que consideramos ser uma mais-valia para qualquer organização, que é a Inovação Organizacional.

A Inovação Organizacional é isto mesmo, a forma como as organizações se aculturam e a capacidade que demonstram de se adaptarem com recurso a diversas práticas devidamente adaptadas à realidade destas, cujo objectivo é o de demonstrar o que se deve alterar na organização que, por vezes, é simplesmente uma alteração de mentalidades,



mas que também poderá passar por algo mais, isto é, pelo pensamento estratégico que poderá conduzir a processos de reengenharia organizacional, que poderão ser uma análise profunda dos processos de uma organização que não façam parte do seu core

business, deixando-os nas mãos de entidades especializadas.

Esta última leva a que as organizações ganhem uma maior agilidade e capacidade de gestão dos seus recursos para os redireccionar de modo a se focar não só no seu negócio, como também na Inovação do negócio e formação dos seus colaboradores, passando pela melhoria dos processos de gestão e de negócios, pela adopção das melhores ferramentas tecnológicas de suporte à actividade, como também pela gestão dos recursos humanos mais adequada às necessidades de formação e desenvolvimento técnico de todos os colaboradores. Em suma, Inovar nas Organizações é a conjugação de três vectores fundamentais para qualquer empresa: Pessoas, Processos e Tecnologia.

LUÍS ARCHER - CONSULTOR
 luismariaarcher@iol.pt

Formação Espanhol Profissional

Data a Designar

Sábados das 9 às 12 horas

FORMADORA: Dr.ª Ivone Cardoso e Cunha

DESTINATÁRIOS:

- Empresas com interesse no mercado espanhol;
- Público em geral

Nível: A1- A2 / CTS: 1,5



PROGRAMA:

Serão trabalhados os seguintes tópicos do livro "Socios I":

- Datos personales
- El mundo de la empresa
- Le presento al director general
- Agenda de trabajo
- Citas y reuniones
- Viajes de negocios
- Formación y experiencia

CARGA HORÁRIA (42 h):

- Sessões presenciais: 24 h (3 h/semana)
- E-learning: plataforma Moodle (18 horas)

Preços:

Público Geral: €160 (sujeito a IVA)

Ass. VE: €144 (sujeito a IVA)

Inscrições / Informações:

Patrícia Flores

patriciaflores@vidaeconomica.pt

Telef.: 223 399 466

VidaEconómica

FICHA TÉCNICA:

Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira

Colaboraram neste número: Alexis Gonçalves, Ana Santos Gomes, Luís Archer, Praveen Gupta e Peter Balbus

Tradução: Lisbeth Ferreira

Paginação: José Barbosa

Contacto: innonewsletter@vidaeconomica.pt

Subscreva aqui outras newsletters