

DESTAQUE

Desafios Porto

FOTO: FILIPA BRITO
TEXTO: JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA
E LUÍS ARCHER

No seguimento do repto lançado a todos os cidadãos pela Câmara Municipal do Porto em Junho, no passado dia 6 teve lugar a apresentação dos desafios selecionados nas diferentes áreas a concurso, tudo com um objetivo central, que é o de, e através das suas vivências, propor diversas formas de melhorar uma ou várias das áreas escolhidas como nucleares neste desafio (Saúde e Bem-Estar, Energia, Cidade Digital e Mobilidade e Ambiente). Foram selecionadas 4 propostas para cada área a concurso, onde todos os parceiros envolvidos, organizador, patrocinadores e concorrentes, estiveram presentes.

O Presidente da Câmara Muni-

“Só um Porto inovador e empreendedor pode atrair mais pessoas”, afirmou Rui Moreira, presidente da Câmara do Porto

cipal do Porto, Dr. Rui Moreira, fez questão de frisar que a temática da inovação foi, no seu programa de candidatura, considerada como de importância extrema não apenas para o desenvolvimento da cidade no seu todo mas como um dos motores para a melhoria das condições de vida dos seus habitantes. Aliás, e segundo palavras do mesmo, “só um Porto inovador e empreendedor pode atrair mais pessoas”, razão pela qual considera esta iniciativa “uma

prova da inovação pujante da cidade”, como um contributo para a atração de novos investimentos e como consequência a criação de emprego.

Ao dar-se a voz às pessoas que diariamente vivem e sentem a cidade, certamente que as sugestões e soluções propostas serão mais ricas, pois que a vivência ao longo do tempo, em alguns casos até diária, com os problemas sentidos permitiu-lhes uma base de reflexão, ponderação e procura de soluções mais objetivas

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

ÍNDICE

OPINIÃO 4

Os novos Clusters

EDITORIAL 4

OPINIÃO 5

Resolução de problemas em sistemas complexos

REDES SOCIAIS 7

NOTÍCIAS | EVENTOS 9

FINANCIAR a INOVAÇÃO 10

Inovação - Viagem

Subscriba mais newsletters



que poderão passar despercebidas àqueles que raramente dão atenção a alguns detalhes.

Ao dar-se a voz a um quase sem número de pessoas, algumas das questões levantadas poderão passar despercebidas ou consideradas de importância menor para muitos dos cidadãos, que, contudo, ficarão a ganhar com as soluções preconizadas. Não e por acaso, e conforme foi

transmitido aos presentes, que algumas cidades europeias já contactaram o Município do Porto sobre esta iniciativa, tudo com o objetivo de replicar, o que conduz ao binómio Inovação vs. Internacionalização.

O Desafios Porto passa para uma nova fase que se destina a encontrar os parceiros que possam integrar as soluções tecnológicas que darão resposta aos desafios apre-



sentados e à sua possível transformação em modelo de negócio com uma dotação de 250.000 € para financiar a criação de soluções inovadoras que contribuam para a melhoria de vida dos portuenses. Para cada vencedor está previsto um montante até 50.000€ de acordo com o orçamento apresentado, para que possa implementar a solução na cidade do Porto e que a

solução possa ser escalada a outras cidades/regiões, não esquecendo o apoio técnico até 12.500 €.

No dia 16 de novembro serão conhecidas as soluções finalistas e finalmente no dia 23 de Novembro ficar-se-ão a saber as propostas vencedoras, cujo lema pode-se resumir a: apresente um problema, proponha a resolução que a tecnologia poderá resolver.

PUB



ESPECIALISTAS EM GRANALHAS, ABRASIVOS E EQUIPAMENTOS

Cut Wire

OTIMIZE O SEU PROCESSO!
Reduza o consumo de granalha para metade.

BLASQEM, Lda.

Z1 MAIA - Setor IV
Rua Albino José Domingues, 74-2AY, 4470-034 Maia
T: 229 444 050 | F: 229 444 055 | E: info@blasqem.pt | www.blasqem.pt



Granalhas e Abrasivos:

Micro Esferas de Vidro
Granalha de Vidro
Granalha Cerâmica
Granalha de Aço Esférica e Angular
Granalha de Inox
Granalha Cut Wire
Silicato de Alumínio
Abrasivos Plásticos
Abrasivos Vegetais
Corindo Branco, Castanho e Reciclado

Produtos Complementares:

Abrasivos com Suporte
Abrasivos Rígidos
Escovas Técnicas
Fios para Metalização
Revestimentos Termo Endurecíveis
Limpeza Criogénica

Corte por Jato de Água:

SuperGarnet (Abrasivo para Corte)
Acessórios para Equipamentos

Equipamentos para Decapagem:

Granalhadoras
Cabines
Cubas
Peças e Acessórios para todas as marcas
Manutenção e Assistência Técnica



Conferência

A Floresta em Portugal: Que presente e que futuro?

Lisboa, 22 de outubro

Salão Nobre da Academia das Ciências de Lisboa

ENTRADA GRATUITA
mediante inscrição prévia
e sujeita aos lugares disponíveis

Programa

- 14h30 | **Sessão de Abertura:**
José Diogo Albuquerque,
Secretário de Estado da Agricultura
- 15h00 | Apresentação do livro
A Floresta em Portugal.
Estudo jurídico-económico.
Francisco Gomes da Silva
e Glória Teixeira
- 15h30 | **Jack Soifer,**
«Valor Económico de Resíduos Florestais»
- 15h50 | **Jørn Lileng,**
*«Skogfund: caso de sucesso na gestão
comum da floresta»*
- Coffee-break*
- 16h45 | Mesa Redonda: **Que caminhos possíveis
para a valorização do setor florestal
português?**
Moderador: João Luís de Sousa, Diretor
adjunto do semanário Vida Económica
Participantes:
 - Pedro Serra Ramos (ANEFA),
 - João Lé (CELPA),
 - Luís Lagarto (Crédito Agrícola)
 - Paulo Verdasca (AIMMP)
- 17h30 | Entrevista a **João Santos Pereira**
(Instituto Superior de Agronomia) |
«A Floresta tem futuro em Portugal?»
- Sessão de Encerramento:** Licínio Pina,
presidente do Conselho de Administração
Executivo do Crédito Agrícola

Organização

Apoios

VidaEconómica
GRUPO EDITORIAL

 **CA** Crédito Agrícola

Contactos

Rua Gonçalo Cristóvão, 14, 2º | 4000-263 Porto
Telef: 223 399 400 | Fax: 222 058 098
e-mail: heldermarques@vidaeconomica.pt

OPINIÃO

Os novos “clusters”

FRANCISCO JAIME QUESADO
Presidente da ESPAP –
Entidade de Serviços
Partilhados da
Administração Pública



Os “clusters” voltam a assumir-se como a grande plataforma da economia portuguesa. Pretende-se apostar em pólos de competitividade e internacionalização, que se assumam como verdadeiras plataformas para um novo modelo estratégico para a economia portuguesa. Em tempo de profunda crise internacional, com a maior parte dos setores de atividade confrontados com falta de perspectivas de recuperação, a dinamização deste projeto é essencial. Os pólos de competitividade e internacionalização, como projetos integrados de base nacional, acabam por ser um importante teste à capacidade de encontrar novas soluções associadas à inovação e conhecimento, criando condições para uma nova aposta para o futuro. São por isso um grande desafio para o futuro.

Os atores económicos e sociais (Municípios, Universidades, asso-

ciações empresariais, entre outros) na apresentação de soluções estratégicas para os pólos de competitividade acabaram por ser uma surpresa positiva. Desde o “Health Cluster” ao automóvel e às TIC, entre outros, todos os protagonistas do conhecimento vieram a jogo. Trata-se dum movimento de “aglomeração de base” da sociedade civil, numa lógica de “eficiência coletiva” em que a capacidade regional de afirmar capacidades numa lógica mais global vem ao de cima. Os objetivos estratégicos dos pólos e clusters de inovação são claramente um exemplo de exame à capacidade efetiva dos territórios de “agarrarem” o desafio da competitividade numa forma estruturada e coerente. Impõe-se agora uma nova fase, mais ambiciosa, voltada para a internacionalização e para a criação de valor global.

O sucesso dos pólos de competitividade e internacionalização é fundamental para o futuro do país. É um objetivo que não se concretiza meramente por decreto. É fundamental que a sociedade civil agarre de forma convicta este desígnio e faça da criação destas “novas plata-

A economia portuguesa precisa de um novo choque. E compete aos pólos de competitividade e internacionalização a liderança do processo de mudança.

formas de competitividade” a verdadeira aposta estratégica coletiva para os próximos anos. O que está verdadeiramente em causa em tudo isto, é a assunção por parte do país dum verdadeiro desígnio estratégico de alterar o modelo mais recente de evolução de desenvolvimento económico. Inovação, conhecimento e criatividade são as palavras chave de uma estratégia centrada na criação de valor global com efeito no emprego e riqueza.

O papel do investimento direto estrangeiro de inovação, articulado com Universidades e outros centros de competência, vai ser decisivo nesta área e ao Estado caberá a inelutável missão de regular com rigor e sentido estratégico. Mas a chave do segredo estará na capacidade local de fazer a diferença. Os atores da competitividade (Municípios, Universidades, Associações Empresariais) terão que saber desenvolver

um verdadeiro “pacto estratégico” para o futuro do seu território, voltado para uma dimensão mais global. E as opções terão que ser claramente assumidas. Por isso, impõe-se que rapidamente este projeto estratégico passe a ser a base de uma nova agenda da competitividade e crescimento.

A economia portuguesa precisa de um novo choque. E compete aos pólos de competitividade e internacionalização a liderança do processo de mudança. Impõem-se pólos capazes de projetar no país uma dinâmica de procura permanente da criação de valor e aposta na criatividade. Num tempo de mudança, em que só sobrevive quem é capaz de antecipar as expectativas do mercado e de gerir em rede, numa lógica de competitividade aberta, os pólos não podem demorar. Têm que ser a base do futuro que queremos que seja já hoje!

Editorial

O valor da Diversidade

Parece começar a ser consensual o valor que poderá representar para as organizações a diversidade nas organizações, o que ainda não parece muito consensual é quando falamos na própria composição destes órgãos que na sua maioria são compostos por elementos masculinos. Sem nos querermos deter sobre a questão de uma forma mais profunda, por comparação com o nosso sistema político onde existe uma quota para os elementos do sexo feminino, parecendo-nos não ser essa a via, mas deveria ser por mérito e por competência de quem exerce o cargo ou seja proposto para o exercer.

É certo que nas empresas a questão de quotas não se coloca desta forma, mas por diversas razões, por educação os gestores ainda não estão abertos a esta mudança que deveria ser encarada

como uma realidade cada vez mais próxima, bastando para isso olhar para o número crescente de estudantes da população feminina a enveredarem por cursos de gestão de topo nas diferentes áreas passíveis de permitir a integração na gestão das empresas.

Existem já estudos que mostram que empresas onde o grupo de executivos composto por homens e mulheres consegue ter uma performance superior a executivos compostos exclusivamente por homens.

Muitos dos nossos leitores podem questionar (http://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/article-pdfs/2015/wib_value_diversity_final_web.pdf) a validade destes estudos, podemos até apontar para o poder dos lóbis que se posam criar para afirmar esta tendência no mercado para verem as mulheres como par nas administrações das organizações.

Também aqui podemos pensar numa forma

de inovação, uma renovação das mentalidades pois basta também pensar que em média para cargos iguais as mulheres recebem bem menos do que os homens.

A antecipação também poderá ser uma forma de inovar e mostrar ao mercado que as empresas procuram dar respostas às expectativas de todas as populações independentemente do género, podendo as empresas tirar vantagens desta diversidade integrando na sua gestão outras formas de ver o mercado e com certeza outras formas de chegar até esses mercados através de outras formas de abordagem.

Num mercado cada vez mais exigente e onde as mensagens começam a ser muito idênticas e pouco distintivas, poderá esta diversidade desempenhar o papel que o investidor espera para que a sua empresa se destaque.

Vamos inovar também nesta área

Jorge Oliveira Teixeira
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Resolução de problemas em sistemas complexos

HELENA V. G. NAVAS
Professora da Universidade
Nova de Lisboa,
Investigadora do UNIDEMI,
Especialista em Inovação
Sistemática e TRIZ



Nas últimas décadas, tem sido desenvolvido um novo sistema de pensamento chamado Teoria da Auto-organização ou Teoria da Complexidade. A complexidade pode ser associada a vários quadrantes: física, matemática, biologia, estatística, serviço social, sociologia, linguística, psicologia, etc. A definição da complexidade varia significativamente entre as diferentes áreas de conhecimento.

Na perceção popular, o sistema é considerado como complexo quando contém um grande número de componentes que interagem uns com os outros de várias formas. Contudo, para muitos investigadores, um sistema pode ser considerado complexo quando as suas propriedades não são uma consequência natural dos seus elementos constitutivos, vistos isoladamente, mas quando várias partes interagem com a capacidade de gerar novas características no comportamento coletivo.

As interações entre as partes de um sistema complexo criam um padrão coletivo chamado propriedade emergente.

Em sistemas complexos, a necessidade de resolver os problemas é constante. Variadíssimas técnicas de resolução de problemas específicos, desenvolvidas em diversas áreas, são claramente insuficientes. A humanidade precisa de métodos multidisciplinares genéricos que permitam encontrar soluções para problemas específicos. As organizações precisam de aprender a usar e desenvolver a sua capacidade de resolver problemas de forma objetiva.

O uso de metodologias e técnicas analíticas de resolução de problemas permite analisar

maior número de possíveis soluções, criar soluções mais criativas, além de permitir a utilização mais racional do tempo e de outros recursos.

A resolução de problemas é um processo iterativo, que deve pressupor uma sólida base de princípios científicos transdisciplinares, complementados por dados empíricos, pela criatividade, bom senso, o conhecimento profundo dos problemas que surgem na prática,

O conceito de “Idealidade” é um dos princípios fundamentais da Teoria da Resolução Criativa de Problemas, mais conhecida pelo seu acrónimo TRIZ.

ção correta” para um problema qualquer. Na verdade, uma “boa” solução de hoje pode muito bem vir a ser “má” solução amanhã, quer por causa do desenvolvimento do

seus sistemas organizacionais, tornando-os mais rápidos, melhores e com menores custos. Um sistema aproxima-se cada vez mais da idealidade, quando o número de



além de normas, leis, regras e regulamentos. No mundo moderno, um processo de tomada de decisão deve ter em conta, em proporções variáveis, a combinação de parâmetros tradicionais com algumas outras preocupações, assim como a segurança, os fatores económicos, ambientais, impacto social, entre outros.

É um absurdo exigir uma “solu-

conhecimento num determinado período de tempo, quer devido a outras mudanças estruturais ou sociais.

O conceito de “Idealidade” é um dos princípios fundamentais da Teoria da Resolução Criativa de Problemas, mais conhecida pelo seu acrónimo TRIZ. A idealidade é um dos objetivos que levam as organizações a melhorar todos os

funções benéficas aumenta e/ou quando o número de funções nocivas diminui.

As técnicas e ferramentas analíticas de metodologia TRIZ podem contribuir no sentido de acelerar e melhorar o processo de resolução de problemas e aumentar a idealidade de sistemas complexos em praticamente todas as atividades humanas.

OU INOVA OU MORRE.



Uma excelente ideia de pouco vale se não for activada. E numa conjuntura empresarial cada vez mais feroz e competitiva, nenhuma organização se pode dar ao luxo de dispensar as boas ideias, muito menos de não as implementar. A ACCELPER disponibiliza-lhe as ferramentas, os processos e as metodologias que dão vida à sua vontade de inovar. Aposte na massa cinzenta da sua empresa, antes que ela morra. Afinal, mais do que um caminho para o crescimento, a inovação é uma questão de sobrevivência.

accelper
inovação em acção

Estratégias de inovação realistas e exequíveis
Abordagem sistemática para a resolução de problemas
Metodologias inovadoras comprovadas
Excelência nos processos
Formação e Certificação em Inovação Empresarial e Six Sigma

www.accelper.com

REDES SOCIAIS/TECNOLOGIA

Como o mundo utiliza o Twitter

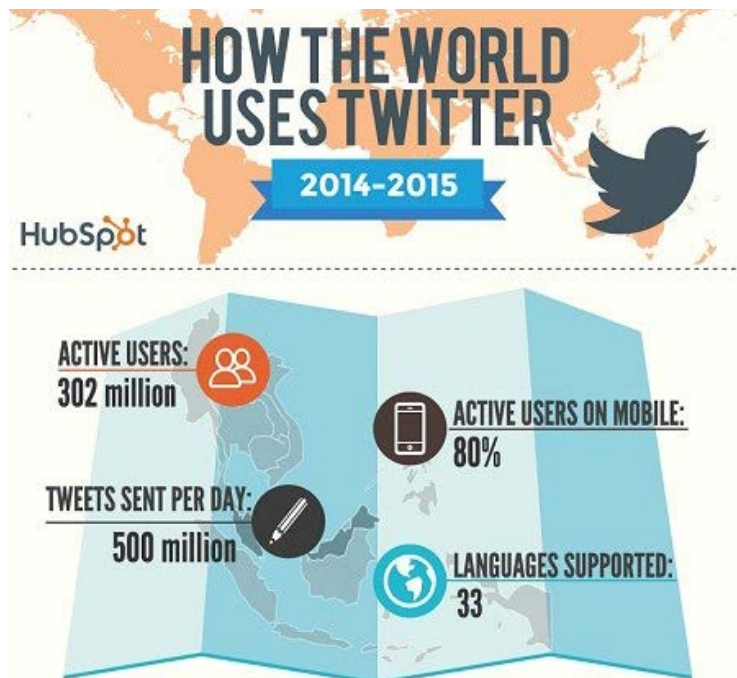
O Twitter tem sido referenciado recentemente por não atingir benchmarks de crescimento e não inovar face a alguns dos seus concorrentes como Facebook e o Pinterest. Vamos dar um passo para trás nos aspetos negativos e olhar para o que o Twitter representa na atualidade.

O Twitter tem dominado o utilizador móvel em relação aos seus concorrentes e 80% dos 302 milhões de utilizadores ativos no Twitter estão no celular. O facto de que os utilizadores estão a gastar uma média de 170 minutos por mês no twitter é uma grande realização, mas você sabia

que 77% das contas do Twitter estão fora dos EUA?

A Ásia tem a maior quantidade de utilizadores ativos, enquanto a América Latina representa a região com maior crescimento, com 23% dos utilizadores de internet que participam no Twitter.

O Twitter parecia um pouco desposicionado para as redes sociais centradas na imagem, o que contribuiu para um não crescimento mais rápido, no entanto ainda é um dos principais players da indústria de tecnologia com inovações que ainda nos surpreenderão.



A web está a virar as costas ao flash

Durante a sua vida, Steve Jobs era conhecido por ser uma das figuras mais opinativas no mundo da tecnologia. E, embora ele certamente não estivessem certo sobre tudo, há uma coisa que ele tinha como certeza muitos anos antes de todos: a sua famosa rejeição ao Flash. Jobs publicou uma carta aberta defendendo a decisão de sua empresa para deixar o Flash nos seus dispositivos móveis e apresentar o Flash como não confiável e seguro e a maioria da indústria de internet chegou à mesma conclusão.

O Flash é agora amplamente considerado como um risco na segurança e desempenho e cada vez mais empresas estão a deixar de utilizar

aquele que era o padrão da indústria; e citando preocupações de segurança, o Mozilla desativou recentemente o plugin do Flash no seu navegador Firefox; a Amazon proibiu-o na sua rede de publicidade e outras empresas estão a seguir esta tendência. Em agosto de 2015, apenas 22 por cento dos sites no Alexa Top 10.000 utilizavam o Flash.

O último reduto do Flash é a publicidade nos banners, que ainda contam com o Flash em grande medida. Uma vez mais as redes de publicidade e web browsers estão a iniciar o bloqueio do Flash, porém, os anunciantes não terão outra escolha senão recorrer a outras tecnologias.

The Web Is Turning Its Back on Flash

Percentage of websites that make at least one Flash request*



Quanto tempo gasta com app??

A Utilização de App- Resume-se ao Top 10



Percentages may not add up to 100% due to rounding.
Base: U.S. smartphone users, 18+, June 2015
Source: ComScore

Ter uma app é uma coisa, mas fazer com que as pessoas a utilizem é outra e este é o verdadeiro desafio. De acordo com dados publicados pela ComScore, esta semana, utilizadores de smartphones são bastante comedidos quando se trata de utilizar aplicativos que na realidade usam extensivamente.

Nos Estados Unidos, os utilizadores de smartphones gastam quase 80 por cento do seu tempo total nas apps nos três aplicativos favoritos e uns impressionantes 96 por cento nos seus 10 melhores aplicativos

personais. No entanto, os editores não deve sentir-se desencorajados pela grande quantidade de tempo que as pessoas passam a utilizar algumas apps. Em muitos casos, as 3 principais aplicações são de mensagens e aplicativos de redes sociais que são, em grande medida usados para consumir media. Então, ao contrário de crowding out de outros conteúdos, aplicativos para redes sociais, tornaram-se a plataforma para as pessoas descobrirem, compartilharem e consumirem conteúdos no mundo móvel.

REDES SOCIAIS/TECNOLOGIA

As taxas de sucesso dos serviços de streaming nunca serão como nos EUA

Enquanto projeções sugerem que, na América e no Canadá cerca de 30% da população subscreverá um serviço de streaming pago em 2020, segundo as previsões da statista aguardam para ver os primeiros sinais de saturação do mercado na Alemanha e na França, nos próximos três anos. Cerca de 10% da população alemã terá subscrito serviços SVOD (subscription-based streaming services). As principais razões para a falta de vontade de pagar são as taxas de radiodifusão nacionais obrigatórias, por um lado, e uma relutância geral quando se trata de modelos de subscrição digital pagos

no outro. O Reino Unido é a exceção neste campo. No entanto, as taxas de sucesso de serviços de streaming na Europa nunca se irão comparar com os da América do Norte, mesmo no longo prazo.

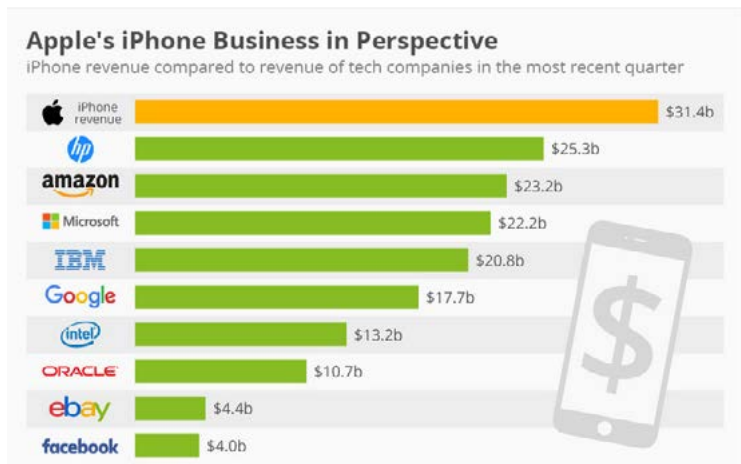
Um pouco mais de um ano após a Netflix ter lançado com sucesso os seus serviços na Alemanha, França e em mais quatro mercados europeus, prepara neste momento um salto com a expansão para Itália, Portugal e Espanha, fazendo com que se olhe com atenção os desafios que a Netflix e outros fornecedores de serviços de streaming na europa.



iPhone é o grande negócio da Apple

Aguardando o próximo "keynote" da Apple nas lojas, os investidores da empresa provavelmente ficarão mais felizes enquanto os novos iPhones são recebidos de uma forma positiva.

sentimento: um dia estamos perfeitamente felizes com o smartphone que temos vindo a utilizar durante os últimos 12 meses, no dia seguinte, depois de vermos alguém com o seu novo gadget, o nosso de re-

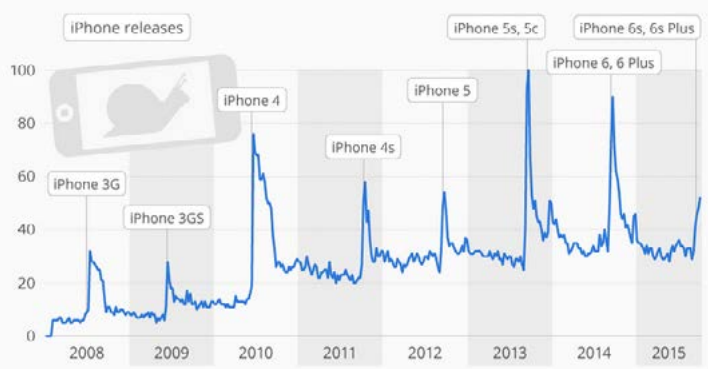


Este gráfico ilustra como o iPhone representa por si só o grande negócio da Apple nas suas receitas, comparando com a receita total de outras empresas de tecnologia no último trimestre fiscal. Muitos de nós já passámos por este

sentimento já não é o adequado, volumoso e lento. A boa notícia é esta: não estamos sozinhos. De acordo com o Google Trends, dados citados no New York Times no ano passado, a pesquisa no Google do termo "iPhone lento" atinge o seu pico, uma vez

The "Slow iPhone" Phenomenon

Worldwide Google searches for the search term "iPhone slow" (100 = peak search volume)



por ano desde 2008, com cada um desses picos que ocorrerem logo após a Apple lançar um novo modelo de iPhone.

Existem duas explicações possíveis para estes picos: a primeira tem a ver com o fenómeno (psicológico) descrito acima. Quando as pessoas conhecem um modelo mais novo do seu telefone, de repente eles sentem-se como o seu dispositivo ficasse lento. A segunda explicação, e talvez a mais plausível, é a de que o iPhone disponibiliza muitas vezes atualiza-

ções do iOS com o lançamento de uma nova versão.

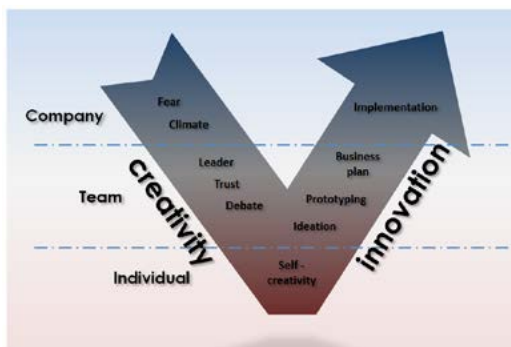
A Apple sempre fez questão de manter o iOS em termos de compatibilidade com anteriores modelos, no entanto os modelos anteriores não funcionam muito bem devido ao hardware mais antigo. Portanto, parece plausível que as pessoas se atualizem para a nova versão, e os problemas de desempenho encontrados no iOS origina a tentativa de descoberta sobre o que há de errado no seu iPhone, razão destas pesquisas.

NOTÍCIAS | ARTIGOS

Quem é responsável pela inovação na minha empresa?

Por: Yoram Solomon

Quem é o responsável na organização para garantir que os colaboradores sejam criativos? No imediato, é uma função para todos, como verifiquei numa pesquisa sobre criatividade em empresas maduras, que conduziu à identificação de três níveis na organização que foram encontrados para ter impacto na criatividade dos funcionários. Criatividade é um desses “soft skills” que você não pode “ordenar”. Você não pode forçar um colaborador a ser criativo. Os colaboradores têm que estar motivados para tal. Mas a motivação surge através de três níveis: nível organizacional, o nível da equipa, e a nível individual. Sim, os colaboradores deveriam ser responsáveis pela sua própria criatividade!



Leia mais

A inovação não é um problema de ideias

David Burkus

Quando a maioria das organizações tenta aumentar os seus esforços de inovação, parecem começar sempre a partir do mesmo pressuposto: “Precisamos de mais ideias.” Começam a falar sobre a necessidade de “pensar fora da caixa” ou “oceano azul”, pensar para encontrar algumas ideias que se podem transformar em novos produtos ou siste-

mas viáveis. No entanto, na maioria das organizações, a inovação não é prejudicada pela falta de ideias, mas sim uma falta de atenção em reparar que muitas das vezes as boas ideias já estão lá.

Não é um problema de ideias; é um problema de reconhecimento.

Considere alguns exemplos bem conhecidos da história. O laboratório de pesquisa da Kodak inventou a primeira câmara digital em 1975,

mas não continuou esse desenvolvimento. Em vez disso, não prestaram nenhuma atenção ao protótipo desenvolvido pela Sony vindo a conquistar o mercado da fotografia digital, mesmo debaixo dos seus “narizes”. A Xerox desenvolveu o primeiro computador pessoal, mas não investiram o suficiente em tecnologia e permitiram que Steve Jobs e a Apple conseguissem arrebatar esta oportunidade.

Leia mais

Iterate, Iterate, Iterate, Innovate

De: Paul Sloane

O jogo “Angry Birds” foi um enorme sucesso para os seus criadores, a empresa finlandesa de jogos Rovio, Entertainment. Vendeu mais de 20 milhões de cópias em várias plataformas móveis. Os produtos spin-off incluem livros e um filme da Sony. Angry Birds foi lançado em 2009. Foi o 52º jogo que a empresa lançou desde que foi fundada em 2003. Houve 51 tentativas anteriores antes de o grande sucesso chegar.

WD-40 é um lubrificante largamente utilizado. Foi desenvolvido em 1953 pelo químico, Norm Larsen, em San Diego. O termo WD-40 é derivado do “deslocamento de água, fórmula 40”. Foi a fórmula 40 que os quími-



cos tentaram antes de encontrar o sucesso. O produto é produzido pela empresa química de Rocket e é distribuído em mais de 160 países. A fórmula para WD-40 é um segredo comercial muito bem guardado. Muitos produtos foram o resultado

de uma longa série de iterações. A primeira versão raramente é um vencedor imediato. A inovação é um processo de melhoria contínua e, por vezes, de tentativa e erro com várias falhas, eventualmente, conduzindo ao sucesso.

AGENDA DE EVENTOS

OUTUBRO 2015



EUROPEAN DIGITAL FORUM
Lisbon 20-22 Outubro



21
World Open Innovation
Forum Amsterdam,
Netherlands

NOVEMBRO 2015



5
9th International
Management Conference
“Management and
Innovation for Competitive
Advantage”
Bucharest, Romania



9
Maximising the Value of
Innovation
London, United Kingdom

DEZEMBRO 2015

3
Trend-Led Packaging
Innovations Conference
London, United Kingdom

Se pretender divulgar um evento relacionado com Inovação e empreendedorismo
Contacte-nos!

FINANCIAR A INOVAÇÃO

Inovação - Viagem

Já passou o tempo para se afastar a ideia do especialista como o ser distante que pensa e funciona em termos incompreensíveis, mas a quem tudo ou, quase tudo, se perdoa pelas coisas bonitas que faz. Além disso, a ficção leva a imaginar coisas bonitas e bizarras, como a do cientista que durante toda a sua vida programou e imaginou a máquina especial. As projeções do futuro sucedem-se, mais ou menos imaginosas, mas todas com o seu grau de exigência, pois que escasseia o espaço para o pequeno passo, muitas vezes imperceptível. No limite, pode haver o pensamento de que já não existe espaço na tecnologia para a novidade que vai mudar tudo, o que leva a pensar e encarar a inovação com temperança, já que a mesma é feita por seres humanos que possuem uma cara-



terística algo invulgar: coragem.

Querer dar um passo em frente e diferente com determinação não se faz sem uma ponta de coragem, vontade, determinação e persistência. Qualquer país é rico em pessoas que, perante obstáculos difíceis, não hesitam, desde os mais radicais

que abandonam os empregos e a segurança para se dedicarem em exclusivo aos seus novos projetos até aos que sacrificam as suas noites de descanso para dar forma às suas ideias, comungando, todavia, entre si o impulso da criação e inovação. O desafio final está em dizer

e provar ao meio que o rodeia que se existe e que se é diferente/innovador. É na altura de se montar um negócio que se faz o teste de fogo ao trabalho desenvolvido, e quem passa fica para sempre. Para aqueles que conseguem pegar numa ideia, desenvolvendo-a e rentabilizando-a, é reduzido o espaço para a insegurança. O caminho é só para a frente. É normal, de resto, que com o crescimento do negócio novas tendências e ideias surjam.

A todo este tipo de pessoas, a atribuição do título de mestre é justa, porque é deles que vêm as inovações conhecidas e mais tarde utilizadas, em que é como que fazer uma viagem ao futuro, cujo efeito é: depois de lá estar, é difícil aceitar voltar atrás.

Luís Archer – Consultor
luismariaarcher@iol.pt

Triz Simplificado Nuevas aplicaciones de resolución de problemas para ingeniería y fabricación



TRIZ SIMPLIFICADO

nuevas aplicaciones de resolución de problemas para ingeniería y fabricación

Ellen Domb
Kalevi Rantanen

Herramientas de Innovación



Pedidos para:
Accelper Consulting Iberia, Ldª

info@accelperiberia.com
www.accelperiberia.com

Índice:

- Capítulo 1.** ¿Por qué buscar nuevas maneras de solucionar problemas?
- Capítulo 2.** La construcción de un nuevo modelo de resolución: del problema al resultado final ideal.
- Capítulo 3.** El compromiso tras el problema.
- Capítulo 4.** Del compromiso a la contradicción inherente.
- Capítulo 5.** Búsqueda de recursos invisibles.
- Capítulo 6.** Lo imposible a menudo es posible: cómo incrementar la idealidad del sistema.
- Capítulo 7.** Cómo separar el grano de la paja: una herramienta sencilla y eficaz para la evaluación de soluciones.
- Capítulo 8.** El enriquecimiento del modelo de resolución de problemas.
- Capítulo 9.** Patrones: poderosas herramientas para el desarrollo del sistema.
- Capítulo 10.** Los principios de innovación: 40 maneras de dar con la solución correcta.
- Capítulo 11.** Evaluación del modelo de resolución de problemas.
- Capítulo 12.** Cómo mejorar el negocio con TRIZ.
- Capítulo 13.** Usar TRIZ con la Teoría de las Limitaciones.
- Capítulo 14.** Usar TRIZ con Seis Sigma y otros sistemas de mejora de la calidad.
- Capítulo 15.** Síntesis de la resolución creativa de problemas.
- Capítulo 16.** Manos a la obra.

Autores: Ellen Domb, Kalevi Rantanen

ISBN: 978-84-8408-576-8

Páginas: 292

Preço: 28 euros (IVA incluido)*

Formato: 170x240mm.

Encadernação: Capa dura

(* O preço inclui despesas de envio para Portugal continental e ilhas

ISBN 978-84-8408-576-8



9 788484 085768

FICHA TÉCNICA:

Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira

Colaboraram neste número: Helena Navas, Jaime Quesado, Luís Archer

Tradução: Sofia Guedes | Paginação: Flávia Leitão | Vida Económica

Contacto: jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Subscreva aqui outras newsletters ←