

DESTAQUE

Indústria 4.0 e Transformação – Diagnóstico digital



Como referimos no artigo anterior – Indústria 4.0 e transformação – Visão geral, o setor industrial encontra-se num momento de transição em que a incorporação de novas tecnologias está a causar alterações nos sistemas de produção tradicionais, bem como nos modelos de negócio das empresas.

É importante entender esse processo de transformação como uma evolução necessária, dirigida para um modelo de produção mais flexível, rápido e eficiente, mas, indiscutivelmente, devem ser adaptados em todos os casos às necessidades e circunstâncias de cada uma das empresas que aderirem a esta mudança.

Antes de iniciar qualquer processo de transformação, é importante conhecer a situação inicial da empresa, para a qual é necessário realizar um diagnóstico inicial onde é examinada toda a cadeia de valor, tanto a nível tecnológico como metodológico e educativo

Processo de transformação

Antes de iniciar qualquer processo de transformação, é importante conhecer a situação inicial da empresa, para a qual é necessário realizar um diagnóstico inicial onde é examinada toda a cadeia de valor, tanto a nível tecnológico como metodológico e educativo. Para realizar esta análise inicial é imprescindível conhecer o processo de produção e reunir todas as informações sobre metodologias e instrumentos utilizados (fluxogramas de processos, mapa de operações, etc.). O uso de outras ferramentas, tais como o Mode-

lo de Negócio Canvas (discutidas em profundidade nos próximos artigos), permite descrever o modelo de negócio de qualquer empresa de uma forma visual e obter informações valiosas sobre as suas quatro áreas principais: a proposta de valor, clientes, infraestrutura e viabilidade económica.

A partir dos dados obtidos nesta análise, é mais fácil para classificar a empresa de acordo com o seu grau de maturidade tecnológica-metodológica: Tipo 1, básico; Tipo 2, consolidado; ou Tipo 3, avançado (ver Indústria 4.0 e transformação- Visão geral), que

INDICE

Opinião p. 3

- Clusters de Inovação

Editorial p. 3

Opinião p. 4

- Systems Theory – Teoria Geral de Sistemas (TGS)

Redes Sociais p. 6-10

- O carro conectado
- Locais onde os postos de trabalho permanecem sem ocupação por um longo período de tempo
- A Apple agarrou o mercado dos auscultadores sem fios de uma assentada
- O crescimento do Facebook é alimentado por anúncios para telemóveis
- A ascensão da transmissão de música contínua
- As vendas da Netflix ultrapassaram o DVD e o Blu-ray
- Trump no Twitter
- O regresso do LP
- 5 anos após o Peak PC
- O iPhone 7 impulsiona a Apple para um quarto recorde
- O iPhone ainda gera lucro apesar das vendas em declínio
- O Snapchat está no negócio do dinheiro
- Americanos acreditam que as notícias falsas têm impacto
- As cidades mais destacadas no Instagram

Notícias p. 10-11

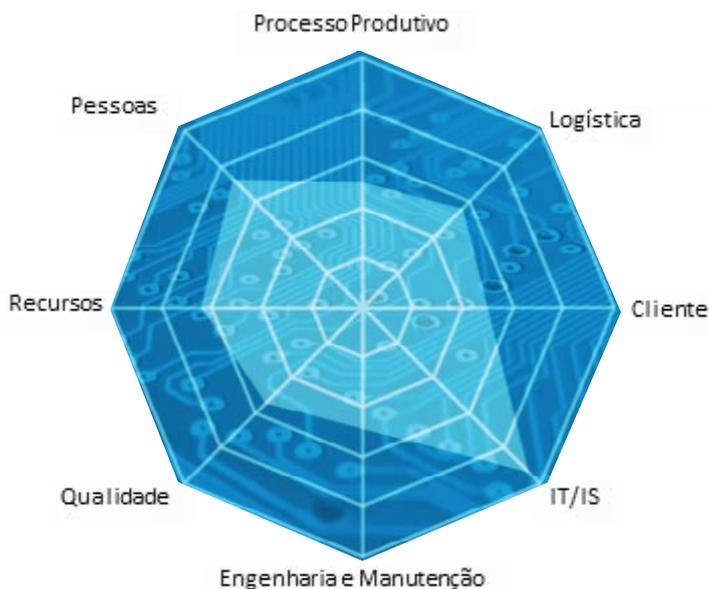
- Conselhos para a construção de um poderoso *Startup Board*
- Parlamento Europeu vota sobre o estatuto jurídico dos robôs
- Como deverá ser o próximo Programa-Quadro?

Financiar a Inovação p. 12

- INOVAÇÃO – learning organization

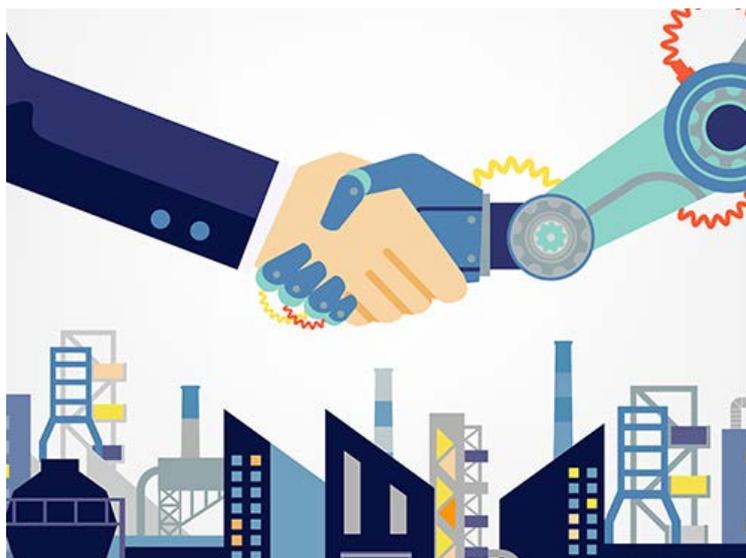
também permite selecionar, depois, o itinerário de transformação adequado.

Neste ponto, é necessário definir uma série de objetivos que determinam o alcance da transformação que se deseja atingir. A direção da empresa deverá estabelecer um conjunto de indicadores-chave que são considerados críticos para a melhoria (por exemplo, lead time, stocks, custo unitário, etc.), e em seguida um estudo mais aprofundado da empresa, com a finalidade de determinar as capacidades e oportunidades da organização em relação à aplicação de metodologias e tecnologias 4.0 em cada uma das áreas funcionais ou eixos chave (logística, pro-



gico, que pode ser progressivo ou mais disruptivo: Itinerário 1-2 atualização tecnológica, Itinerário 2-3 adoção de tecnologias ou Itinerário 1-3 transformação acelerada. Em qualquer caso, os três itinerários abrangem todas as transformações possíveis, incluindo os de empresas com baixa tecnologia ou praticamente nula. Neste último caso, terão de realizar um processo de mudança mais gradual, incorporando primeiramente metodologias e tecnologias gerais para aumentar a competitividade e a longo prazo incorporar novas tecnologias que lhes permitam integrar na Indústria 4.0.

Agora que estamos familiarizados com o conceito de indústria 4.0 e que conhecemos melhor o processo de transformação a que as empresas que aderiram à mudança devem ser submetidas, nos próximos artigos, será detalhada esta metodologia desenvolvida pela InovaLabs, onde serão abordados outros temas, tais como ferramentas 4.0. e na figura podemos ver um exemplo de diagnóstico através do gráfico de Radar 4.0.



cessos, clientes, etc.; veja a ilustração acima).

A partir desta visão mais concreta e detalhada, projeta-se um processo de transformação ajustado às necessidades da empresa e aos objetivos estabelecidos, dando prioridade às áreas de maior interesse estratégico, e selecionando aquelas tecnologias 4.0 que são mais úteis e cuja aplicação permite melhorar a sua situação.

É importante notar que, neste ponto de definição do processo de transformação e seleção de tecnologias 4.0, a empresa também deve tomar uma decisão sobre o itinerário tecnoló-



Estas crónicas escritas na década de 2007-2016, da autoria de José Vasconcelos e Sá e João Luís de Sousa, têm em comum a clareza e frontalidade com que são escritas e visam alterar comportamentos, melhorar práticas de gestão, agitar consciências e promover a mudança de hábitos.

Uma década na defesa da liberdade económica (2007-2016)

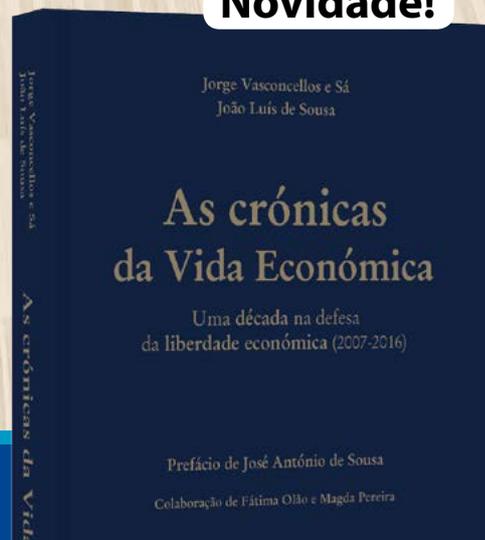
Com prefácio de José António de Sousa

Autor Jorge Vasconcelos e Sá
João Luís de Sousa

Páginas 368

PVP €22

Novidade!



OPINIÃO

“Clusters” de Inovação

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 perspetivas 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, associações 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-

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 polos 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

Esperamos pode contribuir com a série de artigos dedicados à indústria 4.0, para um melhor entendimento dos passos que as empresas devem dar, no sentido de aproveitarem os fundos disponíveis e encararem este processo de transformação, como uma forma de adaptação à realidade atual e caminhos futuros de colaboração entre os diferentes atores do ecossistema empresarial. As empresas devem olhar para as diferentes oportunidades que a tecnologia atual e as que tendencialmente se estão a desenvolver e analisar a melhor forma de as incorporar no seu processo produtivo e melhoria da cadeia de valor, potenciando assim, o aumento da competitividade via otimização de todos os recursos disponíveis, tais como a logística de entrada e de saída, os recursos humanos e a sua adaptação às novas realidades empresariais, potenciando assim o seu conhecimento nas novas tecnologias no local de trabalho, e encarando estas tecnologias como aliados dos recursos humanos e não como um “inimigo”, que o poderá ser se as empresas não souberem antecipar esta revolução.

Os novos postos de trabalho terão de ser acompanhados por uma educação cada vez mais adequada às realidades impulsionadas pela tecnologia e pelo desenvolvimento digital, e assim num futuro próximo não teremos os mesmos postos de trabalho que temos hoje, mas serão criados novos. Devemos capacitar as pessoas com a educação e as oportunidades adequadas, mas não podemos esquecer que este é um tema ligado aos programas nacionais de educação, que sem um programa nacional de educação digital, o acesso às tecnologias será feito de uma forma desigual, potenciando essas desigualdades nas pessoas que ingressarão no mercado de trabalho.

Na palavras de Esteban Bullrich, ministro da educação Argentino, as nossas crianças mudarão de trabalho sete vezes no decurso das suas vidas e cinco desses possíveis trabalhos já não existem. Uma conclusão algo alarmista e radical, mas não desprovida de todo de um sentido da realidade que temos já hoje.

Boa leitura

Jorge Oliveira Teixeira
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

OPINIÃO

Systems Theory – Teoria Geral de Sistemas (TGS)

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



A Teoria Geral de Sistemas (TGS) foi desenvolvida por Karl Ludwig von Bertalanffy, um biólogo austríaco que fez a maior parte do seu trabalho científico nos EUA. Os seus estudos começaram nos anos 20 do século passado e foram divulgados através de vários trabalhos publicados nos anos 50 e 60.

A TGS não tem por objetivo a resolução de problemas nem a geração de soluções específicas, mas sim a identificação de tendências e de princípios unificadores das realidades distintas. A Teoria de Sistemas pressupõe uma abordagem global dos fenómenos e das suas interações, com vista à integração de problemáticas de proveniências mais diversas.

Os conceitos fundamentais da TGS são os seguintes:

- Entropia;
- Heterostase;
- Homeostase;

• Sintropia.

A Teoria Geral de Sistemas facilita a integração entre as ciências naturais e sociais. Aliás, a necessidade desta integração é que originou o aparecimento da Teoria dos Sistemas e influenciou, em grande parte, o seu rumo de desenvolvimento. A TGS representa uma abordagem mais abrangente para o estudo de fenómenos de diversos campos do conhecimento científico, podendo ser aplicada também nas ciências sociais.

O desenvolvimento de princípios unificadores que permitem atravessar verticalmente e horizontalmente os variadíssimos campos específicos das diferentes ciências visa o objetivo da unificação da ciência, da melhor educação científica e da investigação científica mais eficiente.

A Teoria Geral de Sistemas distingue sistemas abertos (sistemas sujeitos a interações com o ambiente onde estão inseridos) e fechados (sistemas que não estão sujeitos a interações com o ambiente onde estão inseridos). As organizações so-



A Teoria de Sistemas pressupõe uma abordagem global dos fenómenos e das suas interações, com vista à integração de problemáticas de proveniências mais diversas.

ciais são consideradas como sistemas abertos.

Além das eventuais interações com o ambiente, a forma como as diferentes partes do sistema interagem entre si, constitui a sinergia que determina o funcionamento do sistema todo.

Os sistemas devem apresentar os seguintes componentes:

- Objetivos da existência do sistema;

- Entrada de dados – inputs;
- Processamento e transformação de dados;
- Saída das informações – outputs;
- Verificações e avaliações;
- Feedback.

De acordo com Karl Ludwig von Bertalanffy, os sistemas autorregulam-se, sofrem mutações, o que corresponde à sua evolução contínua.

Manuel Maia - Retalhos da vida de um empresário

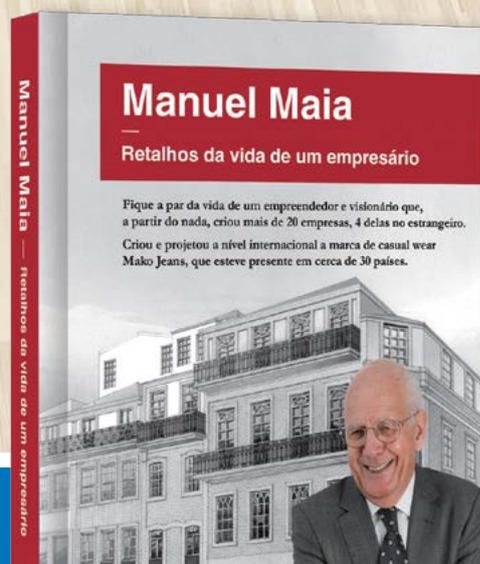
Fique a par da vida de um empreendedor e visionário que, a partir do nada, criou mais de 20 empresas, 4 delas no estrangeiro.

Criou e projetou a nível internacional a marca de casual wear Mako Jeans, que esteve presente em cerca de 30 países.

MANUEL MAIA - RETALHOS DA VIDA DE UM EMPRESÁRIO

Autor: Manuel Maia

Páginas: 320 - Preço: €12,90



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.

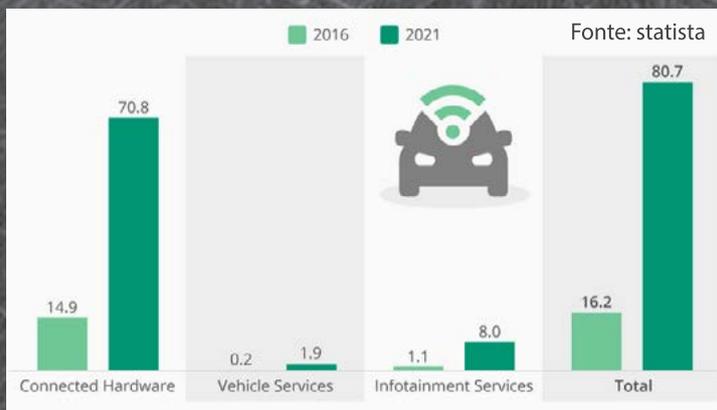
accelper
inovação em acção

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

O carro conectado



De acordo com análises realizadas pelo Statista's Digital Market Outlook, o mercado de hardware que transforma carros que conhecemos em carros conectados com uma ligação permanente à Internet (via eSim) está a crescer a um ritmo exuberante.

Não é nenhuma surpresa que a procura do consumidor esteja em ascensão no nosso mundo cada vez mais conectado.

Na Europa, o eCall é uma tecnologia que chama automaticamente o 112 em caso de acidente

rodoviário grave e será obrigatória para todos os carros recém-vendidos a partir de abril de 2018 em todos os países membros da UE.

Isso não só levará a lucros elevados para fornecedores de hardware, mas também para 35,6 milhões de carros conectados na Europa até 2021.

O gráfico em cima apresentado ilustra o crescimento do mercado de automóveis conectados, em milhões de dólares (2016 - 2021), por categoria.

Locais onde os postos de trabalho permanecem sem ocupação por um longo período de tempo

Where Jobs Remain Unfilled The Longest
Percentage of jobs still open after 60 days



Em alguns casos, os empregadores lutam para encontrar candidatos adequados com "skills" mais adequados para preencherem os lugares disponíveis.

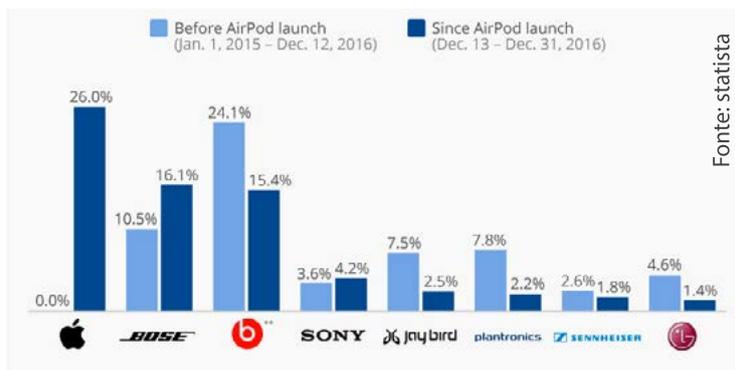
O relatório afirma que mais de um quarto dos empregos nos EUA ainda estão em aberto e não foram preenchidos 60 dias após a sua criação. Na Alemanha, dois em cada 10 ainda estão abertos dois meses depois de serem

anunciados pela primeira vez. É uma história diferente em muitos outros países onde os postos de trabalhos são preenchidos rapidamente.

Na China, apenas 1,4% dos postos de trabalho permanecem abertos após 60 dias, em média, enquanto na Rússia é de 1,8%. Este gráfico mostra a percentagem de trabalhos ainda abertos após 60 dias.

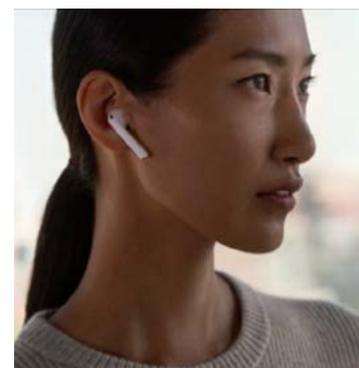
A Apple agarrou o mercado dos auscultadores sem fios de uma assentada

Quando a Apple lançou os seus primeiros auscultadores sem fio ao lado do iPhone 7 e 7 Plus em setembro, as reações foram divididas. Enquanto muitos ficaram impressionados com a tecnologia subjacente aos AirPods, o seu design atraiu muitas críticas e a comunidade criticou o aspeto dos auscultadores, o preço e o risco aparente de perdê-los. Quase um mês depois de os AirPods finalmente terem sido vendidos a 13 de dezembro, parece que as vendas ganharam um segundo fôlego. Para a Apple, é de grande importância obter o maior número



possível de AirPods a circular nas ruas o mais rápido possível. Quanto mais cedo um número suficiente de pessoas usar aus-

cultadores, mais cedo as pessoas se adaptam ao seu aspeto peculiar e o fator de novidade (negativo) vai acabar por se dissipar.



Este gráfico mostra as marcas de auscultadores sem fio mais populares nos EUA antes e depois da entrada da AirPods da Apple.

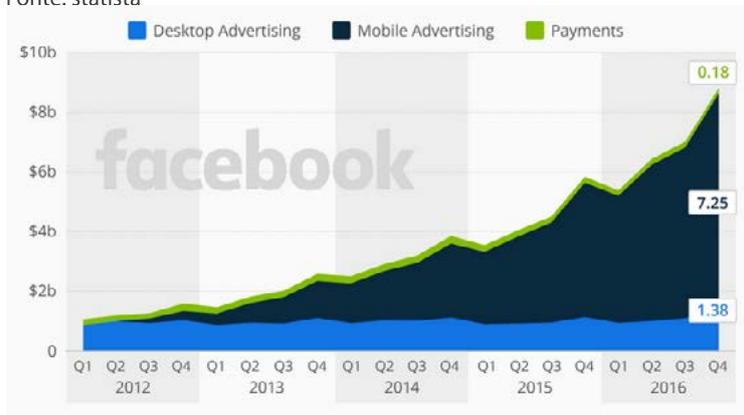
REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

O crescimento do Facebook é alimentado por anúncios para telemóveis

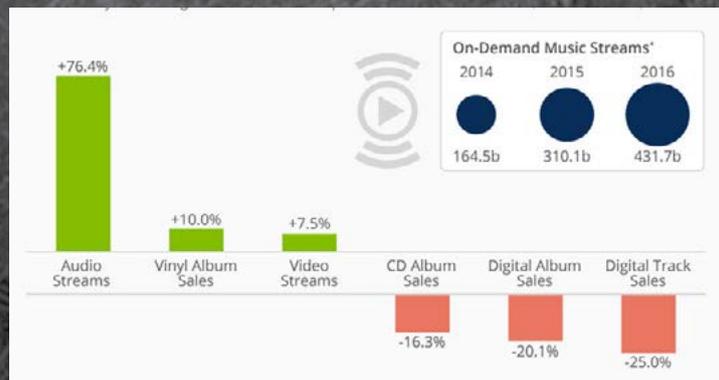
O forte negócio de publicidade móvel do Facebook ajudou a rede social a superar as expectativas quanto aos resultados no quarto trimestre de 2016. A receita subiu 51%, para 8,81 bilhões usd, com o lucro da empresa quase triplicado para 2,06 bilhões. Quando o Facebook começou a vender um espaço para publicidade móvel em 2012, nem mesmo os mais otimistas poderiam ter previsto como essa decisão seria bem-sucedida. A publicidade móvel representou

mais de 90% do crescimento da receita do Facebook desde então. Agora, representa 84% da receita de publicidade do Facebook e 82% da receita total. Considerando o facto de que o Facebook tem 1,15 bilhões de utilizadores móveis diariamente, não é nenhuma surpresa que os seus esforços de publicidade móvel sejam bem-sucedidos. O ritmo pelo qual os anúncios para telemóvel se tornaram o único motor do crescimento da empresa é notável.

Fonte: statista



A ascensão da transmissão de música continua



Fonte: statista

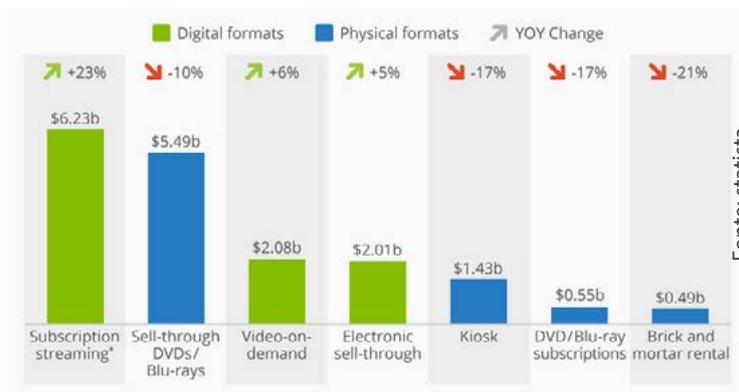
De acordo com o relatório sobre música americana da Nielsen publicado em 2016, os americanos consomem mais música do que nunca. Alimentado por um novo aumento no streaming de música, o consumo total de álbuns (medido em vendas de álbuns e downloads e fluxos de músicas digitais equivalentes) aumentou 3,1% em relação ao ano anterior. Enquanto o CD e as vendas de álbuns digitais diminuíram 16 e 20 por cento, respetivamente, o número de streams de música

on-demand aumentou para 432 bilhões, quase 40% desde 2015. Enquanto, atualmente, quase 80% do consumo de música ocorre digitalmente, o formato mais análogo continua surpreendente. As vendas de LP subiram 10% em 2016, quando os amantes de vinil compraram 13,1 milhões de álbuns. Este gráfico mostra como o consumo de música nos Estados Unidos mudou em 2016 em comparação com o ano anterior.

As vendas da Netflix ultrapassaram o DVD e o Blu-ray

Atingindo um marco importante na mudança do entretenimento doméstico para formatos digitais, as receitas de subscrições de streaming de vídeo superaram as vendas de DVD/Blu-ray nos Estados Unidos pela primeira vez em 2016. Enquanto os consumidores americanos gastaram 6,23 \$ US bilhões em subscrições de serviços como o Netflix (até 23% a partir de 2015), as vendas de DVD e Blu-ray caíram 9,5%, correspondendo a 5,49 \$ US bilhões, de acordo com o relatório de fim de ano do Grupo de Entretenimento Digital.

Observando o mercado de entretenimento doméstico como um todo, é claro que o futuro da distribuição de vídeo é digital. Enquanto os gastos dos consumidores em assinaturas de streaming de vídeo sob procura e venda eletrônica aumentaram em 2016, todos os formatos físicos, tanto de venda como de aluguer, sofreram quedas de dois dígitos. Os modelos de negócios digitais são agora responsáveis por 56% dos gastos em entretenimento doméstico e podem em breve superar as receitas para se torna-



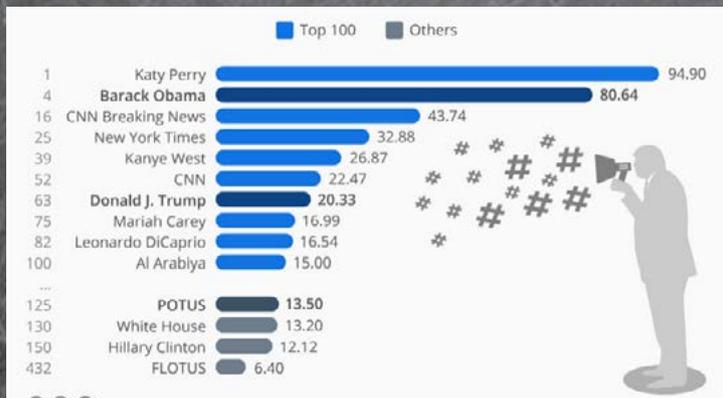
Fonte: statista

rem a maior fonte de receita para a indústria do entretenimento. Este gráfico mostra os gastos do

consumidor com entretenimento doméstico nos Estados Unidos em 2016.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

Trump no Twitter



O twitter é a principal forma de Donald Trump informar o mundo sobre as suas opiniões. Após oito anos no cargo, o seu antecessor, Barack Obama, é um dos mais seguidos no planeta Twitter, com mais de 60 milhões de seguidores do que o seu sucessor. Será interessante ver como Trump pode expandir o número de seguidores nos próximos 4 a 8 anos



no máximo. As contas oficiais, como a POTUS & White House, não são tão populares como as personalizadas. Os dados de login da conta FLOTUS serão entregues por Michelle Obama à primeira-dama Melania Trump. Este gráfico mostra os seguidores de contas selecionadas do Twitter em todo o mundo a partir de 20 de janeiro de 2017 (em milhões).

O regresso do LP



As vendas de álbuns de vinil nos Estados Unidos aumentaram 1200% nos últimos dez anos. Isso é um facto, sendo esta uma base para celebrar o regresso do LP como opositor dos bits e bytes à qual a música está reduzida atualmente. Mas quão grande é realmente o regresso do grande disco preto? Deveríamos todos limpar os nossos antigos gravadores para nos prepararmos para o futuro da música? Na verdade, não. De acordo com o relatório de música Nielsen do final de 2016, os LPs não representaram mais (mas também não

menos) do que 6,5% das vendas de álbuns nos Estados Unidos. Ao contabilizar o streaming e downloads de faixas únicas, esse número cai para 2,3% do consumo total de música - não exatamente a parte do leão. Por mais pequeno que seja o impacto do aumento das vendas de LP na linha de fundo da indústria fonográfica, ainda é interessante observar uma tecnologia com cem anos de vida que volta da quase extinção. Vamos esperar que a cassette de vídeo permaneça enterrada nas salas de trás de lojas de vídeo (provavelmente fora do negócio).

5 anos após o Peak PC

O pico de petróleo é o ponto no tempo em que a taxa máxima de extração de petróleo bruto é atingida. Depois de chegarmos a esse ponto, a produção de petróleo diminuirá gradualmente até que as reservas sejam esgotadas ou não sejam mais eficientes em termos de custos de extração. Felizmente, o mundo ainda não chegou a esse ponto - a produção de petróleo ainda está em ascensão -, mas podemos ter passado por outro pico: o "Peak PC". O termo "Peak PC", cunhado em referência ao conceito acima mencionado do pico de petróleo, descreve o ponto no tempo em que a indústria de PC começou

a sua queda. De facto, podemos ter passado esse ponto há cinco anos, em 2011, quando os embarques globais de PC alcançaram o seu histórico máximo de 365,4 milhões de unidades. Desde então, a procura global tem diminuído gradualmente à medida que os smartphones e os tablets assumiram muitas das tarefas que antes eram realizadas pelos PCs. De acordo com as últimas estimativas da Gartner, o declínio da indústria de PCs continuou em 2016, com os embarques globais a decrescer quase 20 milhões abaixo do total de 2015. Para ser claro, é altamente improvável que os PC se tornem numa

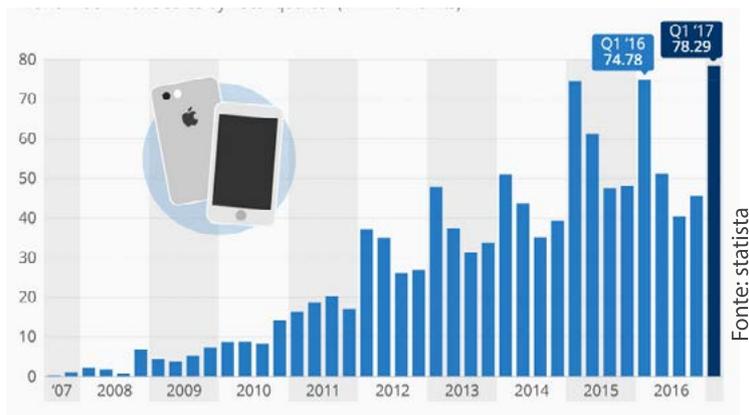


espécie em extinção dentro dos próximos anos, especialmente no uso profissional, mas parece justo supor que a indústria de PC não

será capaz de atingir novamente os valores anteriores. Este gráfico mostra os embarques globais de PC desde 2006.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

O iPhone 7 impulsiona a Apple para um quarto recorde

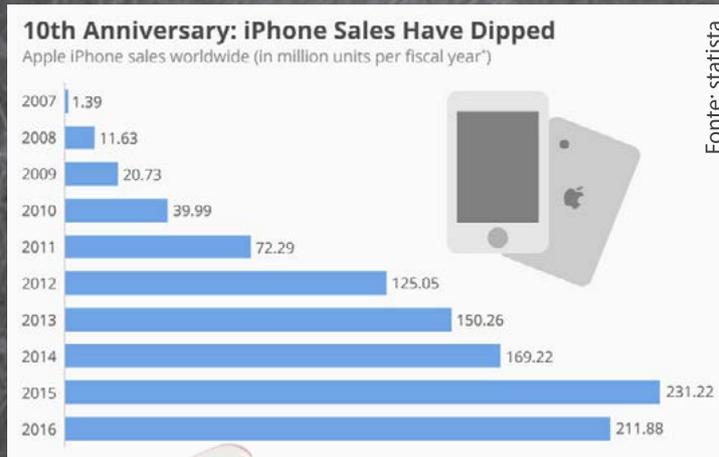


Os relatos do fim do iPhone foram muito exagerados. Esse é o principal takeaway dos resultados do trimestre de férias. Após ter vendido 78,3 milhões de iPhones entre outubro e dezembro, a Apple não só superou as expectativas dos analistas (a estimativa de consenso tinha sido de 76 milhões), mas também superou o seu próprio recorde de vendas em 3,5 milhões de unidades.

Os resultados indicam claramente que o iPhone 7 (e 7 Plus) não foram recebidos como aprimoramentos incrementais aborrecidos como muitos analistas fi-

zeram com que fossem. Durante a apresentação dos resultados, o CEO da Apple, Tim Cook, destacou que a empresa sofreu uma procura particularmente forte para o iPhone 7 Plus, o primeiro iPhone a ser equipado com duas lentes de câmara voltadas para recursos fotográficos exigentes. O forte desempenho da Apple durante o trimestre de férias pode até ter ajudado a empresa a recuperar a coroa do smartphone da Samsung, já que o recorde da Apple caiu num momento em que a Samsung estava a lidar com os problemas que ocorreram nas baterias.

O iPhone ainda gera lucro apesar das vendas em declínio



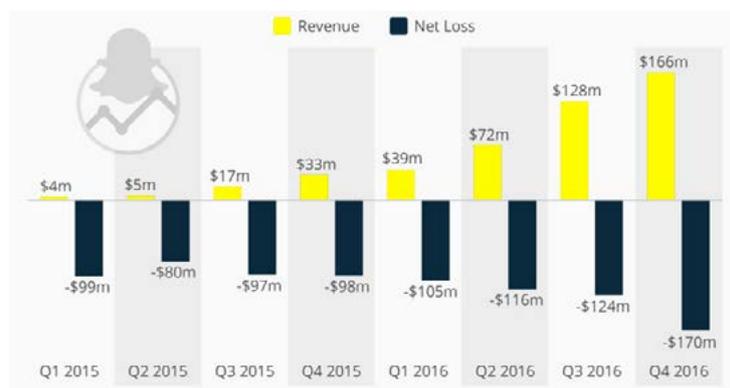
Já faz dez anos que o iPhone foi lançado (em 2007) pelo ex-CEO da Apple, Steve Jobs. Foi uma história de sucesso pura e simples. Mesmo que as vendas estejam em declínio, o iPhone ainda gera lucro.

Este gráfico mostra as vendas da Apple em todo o mundo em milhões de unidades por ano fiscal.

O Snapchat está no negócio do dinheiro

No seu formulário de registo de IPO, arquivado na SEC na quinta-feira, a empresa-mãe da Snapchat, a Snap, concedeu-nos um primeiro olhar sobre as finanças por trás de uma das aplicações de mensagens mais populares dos últimos anos. Ironicamente, a empresa que ganhou fama oferecendo uma maneira de enviar mensagens que desaparecem parece ser também muito boa em fazer o dinheiro desaparecer.

Em 2016, a Snap perdeu 515 milhões de usd, um aumento acentuado dos 373 milhões de



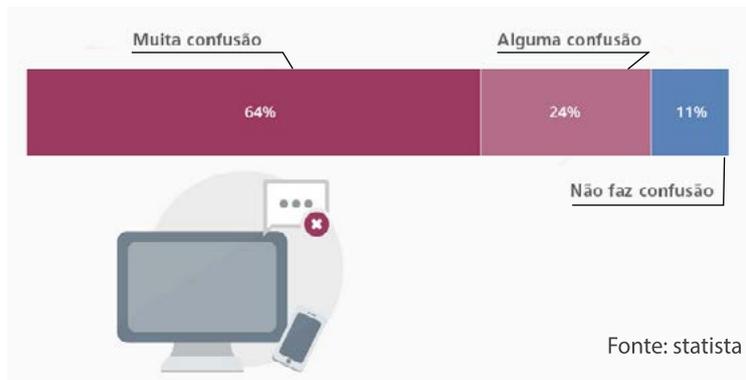
usd que tinha perdido no ano anterior. Com toda a justiça, a empresa fez um trabalho impressionante na construção do

seu negócio de publicidade a partir do zero. A receita aumentou quase sete vezes entre 2015 e 2016, com as

vendas de anúncios a representar 96% dos 404 milhões de dólares da Snap em 2016. Embora não seja incomum para as empresas de tecnologia jovens perderem dinheiro, a Snap foi surpreendentemente sincera sobre as suas perspetivas financeiras. Na secção que descreve os seus riscos de negócios, a empresa afirma: "Nós já incorremos perdas operacionais no passado, esperamos incorrer em perdas operacionais no futuro, e podemos nunca alcançar ou manter a rentabilidade".

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

Americanos acreditam que as notícias falsas têm impacto



Na sua primeira conferência de imprensa como presidente norte-americano, Donald Trump criticou os meios de comunicação por difundirem relatórios infundados sobre a Rússia, tendo alegadamente compilado dossiês sobre ele. Enquanto isso, os americanos realmente pensam que as chamadas notícias falsas têm o potencial de causar confusão, de acordo com dados fornecidos pela Pew Research Center. Trump teve o seu momento de

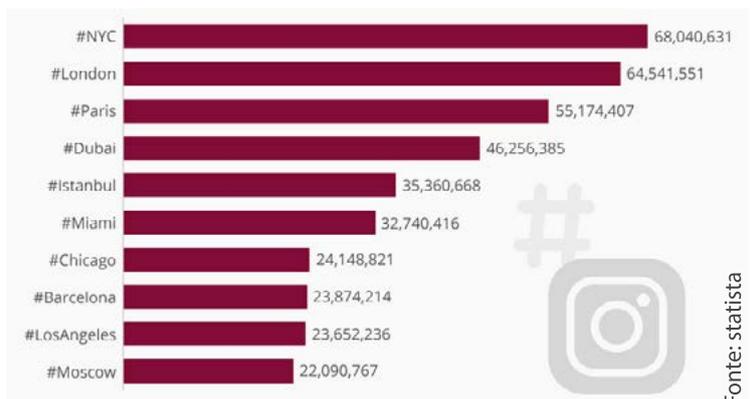
distorção de informação espalhadas por um membro da sua campanha, em conjunto com eventos apelidados de “Pizzagate”. Também demorou um pouco para se distanciar da ridícula teoria da conspiração “Birther”, que afirma que o presidente cessante Barack Obama não é um cidadão americano por nascimento. O gráfico mostra visões de adultos dos EUA sobre se notícias falsas têm o poder de semear confusão.

As cidades mais destacadas no Instagram

O Instagram tornou-se um enorme sucesso com viajantes de todo o mundo ao nomearem Nova York como a cidade mais “hashtagged”. De acordo com “Hashtag o Mundo”, a Big Apple tinha 68 milhões de posts hashtagged em 2016, uma taxa de crescimento de 79 % em relação ao ano anterior. A hashtag #NYC foi usada em média 55.190 vezes por dia em 2016. Londres ficou em segundo lugar na popularidade com 64,5 mi-

lhões de posts hashtagged, enquanto Paris concluiu os três primeiros lugares com 55,1 milhões. Embora Los Angeles estivesse mais abaixo na lista pelo grande volume de posts, registou a taxa de crescimento mais rápida de qualquer cidade do mundo, com a sua contagem de posts a aumentar 119%.

O gráfico mostra o número de postagens hashtagged sobre cidades em 2016.



NOTÍCIAS | ARTIGOS

Conselhos para a construção de um poderoso Startup Board

Com a reformulação deste recurso da Kauffman Fondation para empreendedores, oferece conselhos sobre como construir e configurar a gestão que permitam ajudar as empresas a prosperar. A série “Startup Boards” apresenta perspectivas da autoria de Brad Feld, um empresário e investidor desde 1987. Na série de oito vídeos, Feld compartilha o seu entendimento sobre o funcionamento da gestão e o seu funcionamento oferecendo conselhos práticos para ajudar os proprietários de startups a construir e gerirem de uma forma mais eficaz. Ao visitar a Kauffman Fondation



em entrepreneurship.org oferece recursos de aprendizagem personalizados com conteúdo recomendado para ajudar os empreendedores a desenvolverem as suas ideias e expandir

os seus negócios. Os internautas acharão mais fácil utilizar e navegar no site com materiais e recursos filtrados por tópicos relevantes para iniciar e desenvolver um negócio.

Aceda à newsletter do The Lisbon Council



Download Newsletter Vol. 13, No. 2

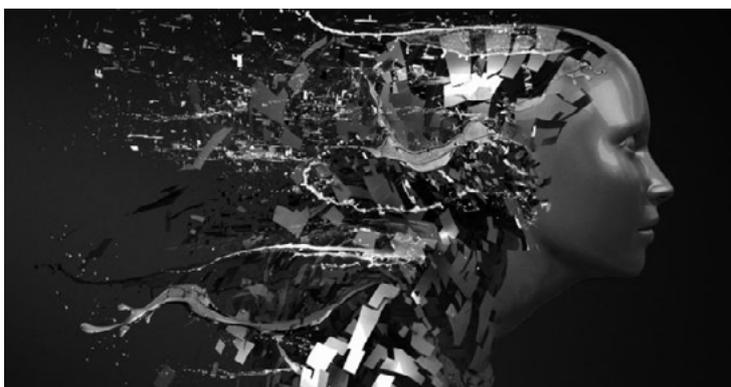
NOTÍCIAS | ARTIGOS

Parlamento Europeu vota sobre o estatuto jurídico dos robôs

Alguns membros do Parlamento Europeu pediram a adoção de regras abrangentes sobre como iremos interagir com a inteligência artificial e com os robôs. O relatório deixa claro que acredita que o mundo está à beira de uma revolução de “novos robôs industriais”. O objetivo é dar aos robôs o estatuto legal de “pessoas eletrônicas”.

Os designers devem certificar-se de que qualquer robô tem um interruptor de stop, o que permitiria que as funções fossem desligadas, se necessário, recomenda o relatório. Enquanto isso, os utilizadores devem ser capazes de usar robôs “sem risco ou medo de danos físicos ou psicológicos”, afirma.

O relatório reconhece que existe a possibilidade de que dentro de poucas décadas a Inteligência Artificial (IA) possa ultrapassar a capacidade intelectual humana. Isto poderá acontecer, se não for devidamente preparado para, “colocar um desafio à capacidade da



humanidade para controlar a sua própria criação e, conseqüentemente, talvez à sua capacidade de ser responsável pelo seu próprio destino e garantir a sobrevivência da espécie”.

O relatório apela à criação de uma agência europeia para a robótica e a inteligência artificial que possa fornecer conhecimentos técnicos, éticos e regulamentares. Sugere também que, à luz de numerosos relatórios sobre quantos postos de trabalho poderiam ser tomados pela IA ou robôs, os países mem-

bros consideram a introdução de uma receita básica universal para os cidadãos fornecida pelo Estado. O relatório também considera as responsabilidades legais dos robôs e sugere que a responsabilidade deve ser proporcional ao nível real de instruções dadas ao robô e sua autonomia.

Se os deputados europeus votarem a favor da legislação, esta passará aos governos dos estados membros para mais debates e alterações antes de se tornar a em legislação da UE.

Como deverá ser o próximo Programa-Quadro?

À medida que a Comissão começa a planear o seu próximo grande programa de I & D, a Science Business lançou um relatório especial que resume dezenas de ideias reunidas na sua conferência de Bruxelas.

Os planificadores da UE, ao que parece, nunca dormem. Embora o seu atual programa de investigação, Horizonte 2020, tenha muito dinheiro para investir – cerca de 30 mil milhões de euros até 2020 –, já está a ser lançada a base para a edição de 2021-2027, provisoriamente denominada Programa-Quadro 9 (FP9).

Provavelmente será tema de uma batalha épica. Um surto de política populista em todo o bloco e um buraco de financiamento deixado pelo Reino Unido poderia forçar a UE a entrar no modo “perdulário”, levando a ainda mais concorrência entre os muitos campos de pesquisa em busca de atenção.



Este relatório decompõe esse dia de trabalho num conjunto de sugestões para o próximo Programa-Quadro. Não representam de forma alguma a política oficial: são simplesmente um resumo das ideias frequentemente ouvidas dos participantes da conferência. Uma visão mais formal e considerada pela Science Network aparecerá em 2017. Mas, por enquanto, essas sugestões são oferecidas como uma espécie de consulta pública imediata nesta fase muito precoce de planeamento.

AGENDA DE EVENTOS

FEVEREIRO



▶ 21

“Is the European single market SME-friendly? What do SMEs actually need?” BusinessEurope conference, Bruxelas

▶ 21

Autonomous Vehicles Asia 2017
Singapura



▶ 26

International Conference on Science, Innovation and Management (ICSIM)
Goa, India

MARÇO

▶ 1

Big Data & Analytics Innovation Summit, Singapore
Singapura



▶ 3

International Conference on Innovative Entrepreneurship and Startup Sultanpur UP, India

▶ 6

Innovation Arabia Dubai, United Arab Emirates

FINANCIAR A INOVAÇÃO

INOVAÇÃO – learning organization

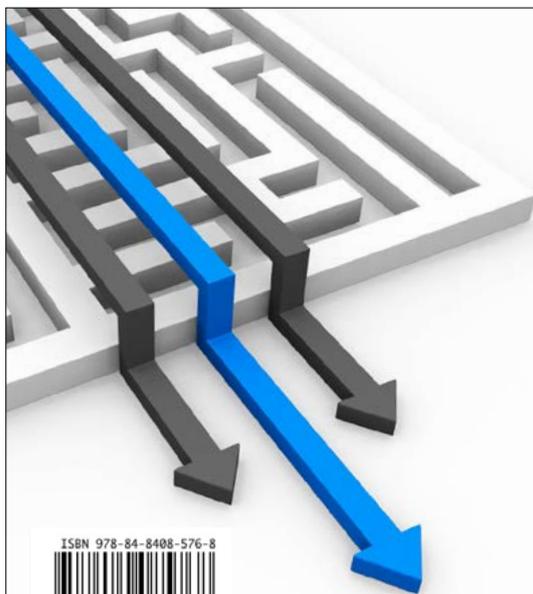
Uma organização que pretende aprender continuamente é aquela em que as pessoas aproveitam a totalidade do seu potencial e treinam a aprendizagem em conjunto. Logo, a gestão de topo tem como função principal assegurar o bem-estar material e espiritual dos seus colaboradores, que deve passar por formação e desenvolvimento individual, em que o exemplo deve vir de cima, por modelos mentais através da sistemática construção de diversos cenários relativos à evolução futura da empresa, visão partilhada, isto é, empenhamento em vez de obediência, porque o comprometimento dos colaboradores gera, energia, paixão e motivação, fomentar o trabalho em equipe e, finalmente, elevar o pensamento de tudo e todos.



Ao praticar uma política interna acima descrita, está-se a incentivar a Inovação, que é um factor crucial não apenas de desenvolvimento, mas também de sobrevivência para muitas empresas, procurando responder às necessidades dos clientes que são cada vez mais exigentes e à competição que é global e não apenas local.

Por último, quando a gestão de uma empresa conclui de que esta se encontra em dificuldades, vários caminhos podem ser seguidos, podendo passar por melhorar o que já existe e/ou colocando tudo, ou quase tudo, em causa, partindo para a inovação de métodos, processos, produtos, etc.

Luís Archer – Consultor
luismariaarcher@iol.pt



ISBN 978-84-8408-576-8



Autores: Ellen Domb, KaleviRantanen
ISBN: 978-84-8408-576-8

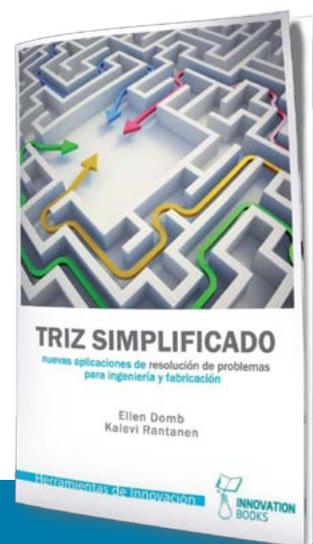
Páginas:292 | Preço: 28 euros (IVA incluído)*
Formato: 170x240mm | Encadernação: Capa dura
(*) O preço inclui despesas de envio para Portugal continental e ilhas

TRIZ SIMPLIFICADO

NUEVAS APLICACIONES DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA INGENIERÍA Y FABRICACIÓN

Índice de Capítulos:

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



Accelper Consulting Iberia,Lda
info@accelperiberia.com
www.accelperiberia.com

Compre
Já!

Subscreva aqui outras newsletters →

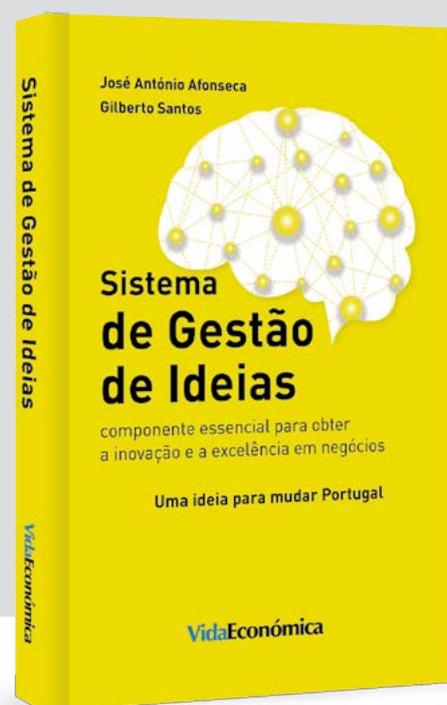
FICHA TÉCNICA:

Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira
Colaboraram neste número: Praveen Gupta, Helena Navas, Jaime Quesado, Luís Archer e Tiago Paraty
Tradução: Sónia Santos | Paginação: Flávia Leitão | Vida Económica
Contacto: jorgeteixeira@vidaeconomica.pt



Sistema de Gestão de Ideias

componente essencial para obter a inovação e a excelência em negócios



NÃO PERCA ESTA OBRA!

VidaEconómica

R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO

 <http://livraria.vidaeconomica.pt>

 encomendas@vidaeconomica.pt

 223 399 400