INOVAÇÃO
& empreendedorismo

www.vidaeconomica.pt

NEWSLETTER N. 90 | FEVEREIRO | 2018

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

DESTAQUE

O que faz de uma ideia uma boa ideia?

WALTER VANDERVELDE
Professor Business Creativity at Erasmus University College Brussels

Bam! Lá está de novo. A quarta vez em três semanas, porque é exatamente o tempo em que o John trabalha na sua equipa. Começou por chamá-lo de "Jolly John", mas apenas na sua cabeça, é claro. Dificilmente pode culpá-lo por falta de compromisso. E sempre com o mesmo entusiasmo, o mesmo sorriso infantil e desarmante no seu rosto, John entra no seu escritório, "Chefe, eu pensei um pouco e de repente surgiu esta brilhante ideia"... Não novamente, pensa. Mas fica quieto. "Creative leadership and stuff".

Adiar o seu julgamento, ouvir e colocar questões, pensar sobre a ideia. Esse é o caminho certo para dar uma oportunidade justa de crescer. Claro, é a primeira e talvez a mais importante "skill" básica do pensamento criativo. Chega de "sim, mas", agora devemos afirmar "sim e"! É o que aprendeu. E é assim que deveria ser.

Mas, novamente, nem todas as ideias são boas. Pelo menos não imediatamente, devemos valorizá-las um pouco, ou "greenhouse", como é chamado. Quando derrama ideias num processo criativo, pode adiar o seu julgamento para a fase de seleção. Ótimo para Jolly John, porque dessa maneira as suas ideias terão uma oportunidade muito maior de evoluir.

Infelizmente, essa não é uma realidade diária na maioria das organizações, devido a restrições de tempo e outros fatores. Mas, como superior, como consegue avaliar ideias no local? Em que critérios se baseia para

Quando derrama ideias num processo criativo, pode adiar o seu julgamento para a fase de seleção.

INDICE

Opinião *p. 3*
- A Cloud e a IoT tornam os PCs, Laptops e Tablets irrelevantes?

Opinião *p. 5*
- Uma Agenda de Confiança em 2018

Editorial *p. 5*

Opinião *p. 6*
- Fundamentos de Axiomatic Design. Parte 2 – Perspetiva Axiomática de Projeto

Redes Sociais *pp. 8-11*
- Ano "difícil" mas rentável para o Facebook
- Impressionante crescimento a longo prazo da Amazon
- Publishing. Quais são os riscos para o sucesso do editor?
- Diferença dos preços dos smartphones em todo o globo
- Todas as gerações "Think America" estão num ponto baixo
- Sistema iOS perde em mercados-chave, exceto a China
- A Netflix termina 2017 com um lucro recorde
- The Golden Age of TV Fiction
- Video on Demand
- A Airbnb é realmente mais económica do que um quarto de hotel?
- Países onde as pessoas pensam que as notícias são publicadas com exatidão
- Como os utilizadores de smartphones beneficiam da Inteligência Artificial

Notícias *pp. 12*
- As cinco principais questões para os programas de pesquisa da UE em 2018
- Conectar os pontos: rumo a uma estratégia coerente e abrangente para a inovação do setor da saúde na Europa
- Regulating the Digital economy: Are we moving towards a "win-win" or a "lose-lose"?

Financiar a Inovação *p. 13*

Subscreva mais newsletters

INOVAÇÃO & empreendedorismo
www.vidaeconomica.pt
NEWSLETTER N. 90 | FEVEREIRO | 2018

DESTAQUE

fazer um julgamento correto?
"Quando derrama ideias durante um processo criativo, pode adiar o seu julgamento para a fase de seleção".
Esses critérios são frequentemente específicos do problema. "Discovering the accurate 'why' question", é uma parte essencial do processo criativo. Devemos então assumir que as qualidades das ideias são relativas, apenas dependendo dos critérios do problema? Sim e não. Porque há algumas condições básicas que todas as boas ideias devem atender.

1. Diferente e melhor

Pelo menos uma boa ideia deve trazer uma certa mudança. Alterar isso, ao mesmo tempo, contém um certo nível de melhoria. A própria ideia não deve necessariamente ser completamente nova e única.
Na maioria dos casos, são apenas pequenas alterações, pequenas melhorias a um produto, um serviço, uma estrutura, um processo. E está tudo bem. Grandes ideias disruptivas não aparecem todos os dias.

2. Entrega de valor

A melhoria mencionada acima também deve fornecer valor. Alguém – ou um determinado grupo-alvo – deve ser beneficiado e também permitir e aceitar a melhoria que acompanha a ideia. O último pode parecer um pouco estranho, mas aceitar a mudança e a melhoria é crucial no sucesso ou na quebra de uma ideia.
Em consequência, muitos lançamentos comerciais de produtos ou serviços inovadores falharam.

3. Realista

Destruição permanente do mundo da guerra e da fome, construção de uma máquina de teletransporte ou desenvolvimento de um comprimido que nos torna imortais... Ideias brilhantes onde pessoas inteligentes em algum lugar deste mundo estão certamente a trabalhar agora. Mas estes encaixam-se na sua estrutura, no seu contexto e nas suas possibilidades? Não é uma grande oportunidade. E, portanto, tais ideias – pelo menos para si – são de pouco valor, então dificilmente podemos classificá-las como boas ideias. Os sonhos são feitos para apreciar, mas boas ideias são feitas para implementar."

Quando uma ideia precisa de mais tempo, energia e dinheiro para a desenvolver do que o benefício ou lucro que gerará, é melhor livrarmo-nos dela

4. Balanço custo-benefício

Quando uma ideia precisa de mais tempo, energia e dinheiro para a desenvolver do que o benefício ou lucro que gerará, é melhor livrarmo-nos dela. A menos que seja apenas uma experiência, ou uma parte indispensável de um conceito maior. O custo e benefício sempre devem estar em equilíbrio. E também do lado do mercado, nenhum consumidor sensato está disposto a pagar uma quantidade ridícula de dinheiro, nem mesmo por uma inovação mundial. Parece lógica, mas novamente esta é uma das razões de muitas falhas de produtos.

5. Simplicidade

No mundo atual, somos bombardeados com estímulos. A nossa capacidade de atenção está a ficar cada vez mais curta. Intuitivamente, procuramos simplicidade. Uma boa ideia é simples, direta e compreensível. Pelo menos é assim que o utilizador deve experimentá-la. Palavras como utilidade e pensamento de design tornaram-se bastante populares com o desenvolvimento de cada novo produto ou serviço. A simplicidade ganhará sempre comparativamente à complexidade.
Espero que esses cinco critérios básicos lhe ofereçam as alavancas certas na avaliação de ideias. Obviamente, cada desafio tem os seus próprios aspetos e requisitos exclusivos. É conveniente determinar esses requisitos com antecedência com a sua equipa. Dessa forma, evitará enormes deceções e isso irá ajudá-lo a treinar o seu próprio Jolly John em ideias boas e valiosas.

Quando uma ideia precisa de mais tempo, energia e dinheiro para a desenvolver do que o benefício ou lucro que gerará, é melhor livrarmo-nos dela

OPINIÃO

A Cloud e a IoT tornam os PCs, Laptops e Tablets irrelevantes?

Innovation, Lifecycle

ADAM HARTUNG
Managing Partner,
Spark Partners
www.adamhartung.com

Lembra-se da última vez que uma grande empresa de tecnologia lançou um dispositivo novo ou atualizado? Parece que cada vez mais ninguém se importa?

As vendas de dispositivos não-telefónicos estão em declínio, enquanto as vendas de smartphones aceleram.

Este gráfico compara dados de vendas IDC e previsões, com ajustes na previsão realizada pelo autor. Os ajustes oferecem uma correção para as subestimações históricas de IDC sobre as quedas de vendas de computadores e tablets, ao mesmo tempo que subestimam o crescimento das vendas em smartphones.

Desde 2010, as pessoas compram menos desktops e laptops. E assim que as vendas de tablets aumentaram até 2013, as compras de tablets diminuíram precipitadamente. Enquanto isso, desde 2014, as vendas de smartphones duplicaram, e mais, as vendas de todos os dispositivos não-telefónicos. É bem claro que essas tendências não mostram sinais de mudança.

Qual a razão para tal mudança radical no mercado? Após todas as vendas de desktop e laptop crescerem consistentemente por cerca de 3 décadas. Qual o motivo de estes estarem em declínio? E qual a razão para o mercado de tablets ter sofrido um aumento tão rápido, "then down movement"? Parece bastante claro que as pessoas determinaram que não precisam mais de discos rígidos internos grandes para trabalharem localmente, nem grandes teclados e grandes ecrãs de dispositivos não-telefónicos. "Instead, they can do so much with a phone that this device is becoming the only one they need".

Atualmente, uma nova desktop custa entre 350 $ US e 400 $ US. Os laptops custam 180 $, e os mais poderosos podem ser vendidos por 500 $ US a 700 $ US. Os tablets também começam por custar 180 $ US e a mais nova Microsoft Surface 5 custa 800 $ US. Os smartphones também começam por ser vendidos por 150 $ US, e o mais sofisticado da linha situa-se entre 600 $ US a 800 $ US. Portanto, a decisão de compra atualmente não se baseia no preço. Todos os dispositivos são mais ou menos acessíveis, e com uma variedade de capacidades que não tornam o preço o fator determinante.

Os smartphones permitem que a maioria das pessoas execute o que precisa.

Todos os meses, a Internet-of-Things (IoT) coloca mais dados na cloud. E os desenvolvedores estão a descobrir como aceder a esses dados a partir de um smartphone. Desta forma, as aplicações de smartphones tornam-se cada vez mais fáceis para encontrar dados e interagir com o mesmo, "without doing a lot of typing". E sem fazer muito processamento local, como era comum em PCs. Em vez disso, as pessoas acedem aos dados – seja informações financeiras, vendas de clientes e dados de pedidos, inventário, horários de entrega, desempenho da unidade industrial, desempenho do equipamento, especificações de manutenção, throughput, outros dados operacionais, notícias, clima, etc. através do seu smartphone. E são capazes de analisar os dados com aplicativos que compram, ou que as suas empresas construíram ou compraram, que não dependem de um escritório.

Além disso, as pessoas evitam as formas antigas de conexão – como o e-mail, que beneficia de um teclado – para uma combinação de sites de mensagens de texto e redes sociais. Porquê digitar muitas palavras quando uma foto e alguns emojis podem ter o mesmo significado?

E, atualmente, já ninguém ouve CD, ou assiste a entretenimento através de um DVD. Estes são transmitidos a partir de um aplicativo como Pandora, Spotify, StreamUp, Ustream, GoGo ou Facebook Live, ou então fazem download da cloud para o smartphone.

As pessoas acedem aos dados – seja informações financeiras, vendas de clientes e dados de pedidos, inventário, horários de entrega, desempenho da unidade industrial, desempenho do equipamento, especificações de manutenção, throughput, outros dados operacionais, notícias, clima, etc. através do seu smartphone

Os dados seguintes retratam o quão prevalecente esta mudança para smartphones se tornou. De acordo com a IDC, existem cerca de 1,8 mil milhões de utilizadores de smartphones em todo o mundo. A China tem quase 600 milhões de utilizadores, e a Índia tem mais de 300 milhões de utilizadores - então estes representam pelo menos metade do mercado atual. E esses mercados estão em rápido crescimento, aumentando as compras a cada trimestre no intervalo de 15-25% a mais do que nos anos anteriores.

Os produtores chineses estão a aproximarem-se rapidamente da Apple e da Samsung – haverá perdedores

Clayton Christensen geralmente discute como os desenvolvedores de tecnologia "superam" as necessidades dos utilizadores. Os primeiros líderes do mercado continuam a desenvolver melhorias muito depois de todas as pessoas quererem os seus produtos, produzindo melhorias que oferecem pouco benefício para os utilizadores. E isso aconteceu com os PCs e a maioria dos tablets. Aqueles simplesmente executam mais do que as pessoas atualmente necessitam, devido às capacidades da cloud, IoT e aplicações. Assim, em mercados como a China e a Índia, observamos a rápida aceitação de smartphones, enquanto a procura por PCs, laptops e tablets enfraquece. As pessoas simplesmente não precisam desses recursos quando o smartphone realiza o que precisam – e fornece maiores níveis de portabilidade e acesso 24x7, que são benefícios muito apreciados.

E é por isso que as empresas como Microsoft, Dell e HP realmente precisam de se preocupar. Os seus produtos "básicos", como Windows, Office, PC, laptops e tablets, possuem cada vez menos significado. E essas empresas são apenas concorrentes marginais nas vendas em alto crescimento de smartphones e aplicativos. À medida que o mercado muda, onde serão geradas as suas receitas? Serviços em cloud, versus Amazon AWS? Consolas de jogos?

A Apple e a Samsung também têm motivos para se preocuparem. Na China, a Apple tem uma quota de mercado de 8,4%, enquanto a Samsung tem 6%. Mas os fornecedores chineses Oppo, Vivo, Huawei e Xiaomi têm 58,4%. E, em 2016, os produtores chineses, incluindo Lenovo, OnePlus e Gionee, agarraram mais de 50% do mercado indiano, enquanto a Samsung tem cerca de 20% e a Apple ainda não participa. Quanto tempo a Apple e a Samsung dominarão o mercado global à medida que esses produtores chineses crescerem e aumentarem o desenvolvimento de produtos?

Em mercados como a China e a Índia, observamos a rápida aceitação de smartphones, enquanto a procura por PCs, laptops e tablets enfraquece

Ao refletir sobre as tendências, é fácil perder o trilho da floresta enquanto se concentra em árvores individuais. Não fique atolado nas diferenças e especificações, comparando laptops, híbridos, tablets e smartphones. Reconheça que a grande mudança está longe de todos os dispositivos que não sejam smartphones, que estão a aumentar constantemente as suas capacidades à medida que os serviços da cloud e IoT crescem. Portanto, compre o que se adequa às suas necessidades da sua empresa e sem "overbuying" porque as capacidades simplesmente continuam a melhorar. E mantenha os seus olhos em concorrentes novos e emergentes porque possuem a Apple e Samsung nos seus sites.

PUB

Como Inovar

UM MANUAL PRÁTICO DE EMPREENDEDORISMO

Criado especialmente para jovens dos 14 aos 21 anos.
Um livro que mostra o que fazer e como fazer, repleto de exemplos e ilustrações que complementam o texto.

Saiba mais em **livraria.vidaeconomica.pt**

INOVAÇÃO & empreendedorismo
www.vidaeconomica.pt
NEWSLETTER N. 90 | FEVEREIRO | 2018

OPINIÃO

Uma Agenda de Confiança em 2018

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

Nunca como agora foi tão importante ter uma Agenda de Confiança em 2018. Trata-se dum desafio único, que tem que assentar numa verdadeira dimensão colaborativa de mobilização dos "Atores da Mudança" (Empresários, Académicos, Empreendedores) para uma ação de base coletiva de reinvenção estratégica da base competitiva nacional. Trata-se dum contributo que se pretende possa ter efeitos de alavancagem na percepção da necessidade de reinventar a Economia Nacional. Pretende-se consolidar uma ideia de marca, solidificar as bases de um projeto, protagonizar novas soluções com novas respostas para questões que teimam em ser as mesmas de há muito tempo a esta parte. Em 2018 espera-se que Portugal consolide uma imagem de referência no quadro internacional.

Portugal tem que saber ler as experiências de sucesso internacionais e potenciá-las no futuro. É uma ambição fundamental nesta fase de mudança em tempo de crise. O modelo tradicional de criação de valor mudou por completo e nesta fase crítica da economia portuguesa a aposta tem que ser clara – apoiar novas Empresas, de preferência de base tecnológica, assentes numa forte articulação com Centros de Competência e capazes de ganhar dimensão global. Ganhar o desafio de um Portugal Empreendedor é em grande medida a demonstração da capacidade de uma nova agenda, assente na inovação, conhecimento e criatividade como factores que fazem a diferença, numa ampla base colaborativa e participativa.

Tudo tem que começar pelo Capital Social. Trata-se claramente do vértice mais decisivo do "capital estratégico" que importa construir neste novo tempo. O exercício de maior seletividade dos potenciais promotores de projetos e de maior atenção operativa a uma monitorização dos resultados conseguidos terá que ser acompanhado desta ação global de qualificação sustentada da rede de atores que compõem o quadro de animação social e económica do território. Não se realizando por decreto, não restam dúvidas que esta ação de "competence building" de entidades da administração pública central e local, centros de ensino e saber, empresas, associações e demais protagonistas da sociedade só tem sentido de eficácia se resultar dum exercício de "cumplicidade estratégica" entre os diferentes protagonistas.

Cabe às empresas o papel central na criação de riqueza e promoção duma cultura sustentada de geração de valor, numa lógica de articulação permanente com Universidades, Centros I&D e outros actores relevantes. São por isso as empresas essenciais na tarefa de endogeneização de ativos de Capital Empreendedor com efeito social estruturante e a "leitura" da sua prática operativa deverá constituir um exercício de profunda exigência em termos de análise. Tendo sido as empresas um dos atores fortemente envolvidos nas dinâmicas de financiamento comunitário ao longo destes últimos vinte anos ressaltam indícios de défice de "capital empresarial" em muitos dos protagonistas envolvidos.

Endogeneizar dinâmicas de "inovação proativa" em articulação com o mercado, geradora de novos produtos e serviços; reforçar a responsabilidade individual do empresário enquanto agente socialmente responsável pela criação de riqueza; fazer do trabalhador um "empreendedor ativo" consciente do seu papel positivo na organização; fazer da "empresa" um espaço permanente de procura da criatividade e do valor transacionável nos mercados internacionais; consolidar uma "cultura de cooperação ativa" entre empresas nacionais e internacionais, pequenas e grandes – são estas as palavras chave de uma nova estratégia para um Portugal Empreendedor!

Quando em 1994 Michael Porter elaborou o célebre Relatório, encomendado pelo Governo Português de então, o diagnóstico sobre o que fazer e as áreas estratégicas de atuação ficaram clarificadas. Mais de vinte anos depois, pouco foi feito, a situação competitiva degradou-se em termos globais e Portugal mais do que nunca tem pela frente a batalha da mudança estrutural. Assumidas as prioridades dum "Novo Paradigma" de Desenvolvimento para o país, a aposta numa "Agenda de Mudança" torna-se prioritária. Ou seja. Torna-se um imperativo nacional mobilizar um Contrato de Confiança para o Futuro, centrado em novas ideias e novas soluções para as quais toda a Sociedade Civil dê um contributo ativo. Portugal como Economia Start Up é uma resposta aos desafios que Porter nos deixou. Pretende-se com esta Iniciativa trazer a lume duas ideias centrais para uma Nova Ambição em Portugal – profunda renovação organizativa e estrutural dos setores (sobretudo) industriais e aposta integrada na utilização da Inovação como factor de alavancagem de criação de valor de mercado. O Start Up Portugal assenta a sua base em Cinco Factores Criticos de Competitividade – Instituições Abertas e Eficientes, Talentos e Excelência, Novos Modelos de Negócio e Redes Globais, Empreendedorismo e Capacidade Inovadora, Ética e Sustentabilidade. São eles a base de uma Nova Aposta Estratégica para Portugal.

EDITORIAL

Neste número de fevereiro, importa destacar dois artigos que, pela sua simplicidade, nos devem fazer refletir, o primeiro da autoria de Walter Vandervelde, professor de criatividade que se relaciona com a questão dos pequenos passos que nos levam a tornar as boas ideias, a tornarem-se na realidade em boas ideias. Algumas empresas dedicam-se, e bem, a exercícios que fomentem a criação de ideias aos mais diversos níveis, para que com este exercício possam diversificar negócios, mudar atitudes e comportamentos com o objetivo de aumentar a sua performance, seja financeira ou da sua imagem ,por exemplo. Mas até que ponto os que fomentam estas sessões ou de uma forma mais informal podem ser os verdadeiros culpados para que limitem a capacidade criativa dos seus colaboradores, não conseguindo seguir as cinco regras básicas que nos apresenta para de uma forma simples extrairmos o melhor que existe dentro das nossas organizações.

Por outro lado, Adam Hartung alerta para uma crescente alteração na utilização de dispositivos móveis, que gradualmente tenderão a substituir os dispositivos mais tradicionais, como os computadores de secretária, pois a evolução crescente de dispositivos que integram funcionalidades conhecidas como internet das coisas (iot) e o recurso à "nuvem" para alojamento de informação e, principalmente nesta última, a crescente confiança na utilização de software assente na tal "nuvem" (cloud), obrigado de certa forma ao desenvolvimento de aplicações para os smartphones, permitindo assim uma alteração na forma como nos relacionamos com as alterações tecnológicas.

Até aqui, acho que todos nos apercebemos destas alterações e da sua crescente importância nas nossas vidas. Estarmos atentos a estas alterações e aos seus impactos deve ser uma prioridade de todos.

Jorge Oliveira Teixeira
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

OPINIÃO

Fundamentos de Axiomatic Design

Parte 2 – Perspetiva Axiomática de Projeto

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

Tal como se pode admitir, lado a lado, diversos sistemas de postulados incompatíveis entre si, sem perguntar qual é verdadeiro e aceitando-os como igualmente válidos, também se podem aceitar diferentes sistemas de regras lógicas e, por conseguinte, diversos modos de desenvolver uma mesma axiomática. A grande vantagem do método axiomático consiste em não excluir a intuição, mas sim em contê-la e confiná-la ao terreno limitado no qual é insubstituível.

Se o formalismo axiomático não resolveu definitivamente o problema das bases das ciências, conseguiu, porém, tanto em si mesmo, como nas reações que suscitou, dar uma achega importante. Há como que uma lei do desenvolvimento das ciências que faz com que estas atravessem quatro etapas sucessivas: descritiva, indutiva, dedutiva, axiomática, de acordo com o lugar que ocupam na hierarquia das ciências.

Convidando-nos a aprofundar as relações entre o lógico e o intuitivo, a investigação axiomática dá assim o seu contributo para a resolução de um problema que, através de todo o sistema das ciências, constitui um dos temas principais da reflexão filosófica. A linha divisória entre o racional e o experimental, o lógico e o intuitivo, não passa portanto apenas pelo interior de uma ciência: o desdobramento axiomático verifica-se em todas as ciências, ou pelo menos naquelas que estão suficientemente avançadas para se prestarem à organização dedutiva.

As exigências de rigor que deram origem à axiomática foram por sua vez como que exacerbadas pela sua prática, refletindo-se nela para a levar sempre mais longe na via em que se colocara. A axiomatização e a formalização tornaram-se hoje em dia obrigatórias. A ciência transformou-se num sistema hipotético-dedutivo.

Engenharia e projeto são quase sinónimos. O projeto tem sido intuído como uma arte, embora tenham surgido, ao longo da História, diversas tentativas de ordenamento do processo de projetar. Na sua maioria, esses métodos são empíricos e representam uma seleção das melhores ideias sobre aquilo o que se pode e deve fazer para aperfeiçoar a prática do projeto. Desta forma, surgiu a necessidade de eliminar esse empirismo através do desenvolvimento de teorias de projeto.

Tais teorias devem colocar a intuição e a experiência num patamar inferior, proporcionando sistemas coerentes – e tanto quanto possível universais – para a avaliação das soluções do projeto, isto é, para responder a perguntas como: um dado projeto é bom? Porque é que um dado projeto é melhor do que outros? Quantos parâmetros de projeto são necessários para satisfazer os requisitos funcionais? Deve-se abandonar uma dada solução ou modificar a sua conceção?

A atividade de projetar tanto pode ser abordada de uma perspetiva axiomática como de uma algorítmica. A abordagem algorítmica é útil para certos tipos repetitivos de projeto. Contudo, é difícil encontrar respostas para todas as situações usando algoritmos, especialmente nos níveis de conceção mais elevados, ou seja, mais abstratos. A abordagem axiomática pode ser um dos caminhos possíveis para atingir as metas acima enunciadas.

Muitos dos campos da ciência e da tecnologia devem a sua consolidação à transição das práticas baseadas na experiência para o uso de teorias científicas e metodologias que se baseiam em axiomas. O projeto axiomático segue essa tendência histórica e durante as últimas décadas alguns investigadores fizeram pesquisas relacionadas com este ponto de vista.

O processo de projeto é cada vez mais complexo e difícil de gerir. A Teoria Axiomática de Projeto (Axiomatic Design) é baseada na afirmação de que o projeto é uma atividade que pode ser descrita em termos científicos. O autor da Teoria Axiomática de Projeto, Prof. Suh Nam Pyo, vê o processo de projetar na área de engenharia como uma constante interação entre aquilo que queremos alcançar e o modo de o conseguir.

PUB

THE (NON) COMPETITIVENESS OF THE EUROPEAN UNION

FACTS, CAUSES AND SOLUTIONS

This book focus on the European economy. Not on its political aspects. And it states facts, shying away from judgments and opinions.
Why is the European GDP per capita only 34/ of the USA's?
And the productivity per hour 13% below?
And the productivity per person 22% below?
And the rate of unemployment almost the double of the USA's?

Autor Jorge Vasconcellos e Sá
With the collaboration of Fátima Olão, Magda Pereira and Cristina Fidalgo

PVP € 8,90

Compre já em http://livraria.vidaeconomica.pt

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

Impressionante Crescimento a Longo Prazo da Amazon

O fundador e CEO da Amazon, Jeff Bezos, é conhecido pelo foco implacável no crescimento a longo prazo. Tendo ignorado os críticos há anos, a vontade de Bezos de sacrificar os lucros a curto prazo para o sucesso a longo prazo parece ter frutos.

Além disso, a Amazon consolidou a sua posição como líder em retalho online em grandes partes do mundo, também construiu um negócio de computação em cloud líder no setor, estabeleceu-se como um importante player de transmissão de música e vídeo e construiu uma liderança impressionante no crescimento do mercado de smart speaker.

A empresa alcançou tudo isto reinvestindo constantemente a maior parte do dinheiro que aufere. Nos últimos doze meses, o lucro líquido da Amazon foi de 3,03 biliões $ US. Embora esse seja o seu maior lucro anual, ainda parece minúsculo em comparação com a receita da empresa de quase 180 biliões $ US. O gráfico abaixo ilustra a estratégia da Amazon, contrastando o crescimento explosivo de receita de longo prazo da empresa com o crescimento de lucros relativamente modesto.

Publishing. Quais são os riscos para o sucesso do editor?

Os "media" sociais e, acima de tudo, o Facebook, "took a lot of heat" pelo seu papel percebido na disseminação de boatos e notícias falsas, mais proeminentes durante a campanha eleitoral dos EUA em 2016. Recentemente, a empresa anunciou que dará aos editores menos espaço para promover os seus conteúdos na plataforma. Estas são, naturalmente, más notícias para os editores.

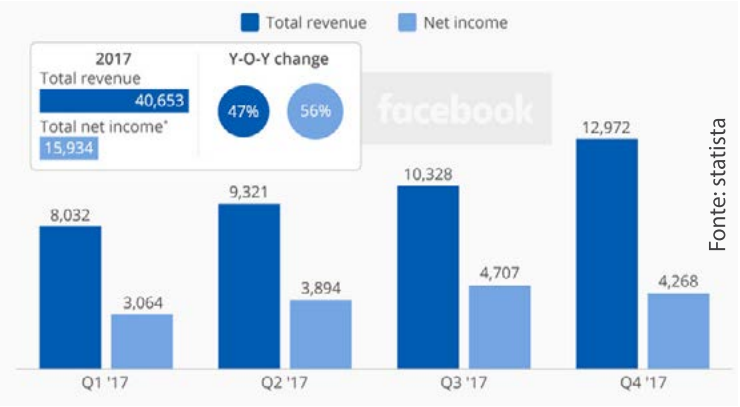
Este tipo de decisão é provavelmente uma das razões pelas quais os editores classificam as plataformas como uma das maiores ameaças ao sucesso comercial em 2018. Dos principais editores de "media" entrevistados pelo Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ), 21% pensam que as plataformas são um risco real para os negócios.

No entanto, além de editores irritados, a decisão do Facebook tem consequências muito maiores: enquanto a empresa argumenta que quer priorizar atualizações de amigos, familiares e outros contactos, na realidade, não encerrará as notícias sobre outros eventos mundiais disseminados. A voz daqueles que filtram e verificam as notícias de forma profissional, os chamados guardiões dos "media" sociais, serão sintonizados, possivelmente tornando a propagação de falsas notícias e rumores ainda mais prevalentes. É quase como se o Facebook estivesse a afastar-se das suas responsabilidades reais.

Ano "difícil" mas rentável para o Facebook

O Facebook saiu de 2017 a superar as expectativas, pois os seus relatórios de ganhos trimestrais forneceram consistentemente resultados sólidos, enfraquecendo o ano 2016. Como mostra o gráfico, os valores do ano completo divulgados ontem, a empresa registou um aumento ano a ano no lucro líquido de 56%. Melhorando os 10,2 mil milhões $ US em 2016, no ano passado, colocaram 15,9 mil milhões $ US em cofres do Facebook. Relativamente à receita, a história é semelhante, com um aumento ano-a-ano de 47%, correspondendo a 40,7 biliões $ US. A queda no lucro líquido do terceiro trimestre para o quarto trimestre deve-se a uma cobrança de impostos de 3,19 mil milhões $ US, decorrente da Lei de Seguros e Emprego de 2017 do presidente Trump.

O CEO, Mark Zuckerberg, disse que a empresa teve um ano "difícil", acrescentando: "Em 2018, estamos focados em garantir que o Facebook não seja apenas divertido na sua utilização, mas também seja bom para o bem-estar das pessoas e para a sociedade". Tendo sido apanhado na interferência russa na eleição dos EUA de 2016, a empresa advertiu que um afastamento do consumo passivo de notícias e vídeos para um foco na construção de conexões mais pessoais entre os seus utilizadores



poderia afetar negativamente a quantidade de tempo que as pessoas gastam na rede social. Admitiu que "o mundo se sente ansioso e dividido e that has played out on Facebook", Zuckerberg assegurou que "ajudar as pessoas a conectarem-se é mais importante do que maximizar o tempo gasto no Facebook".

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

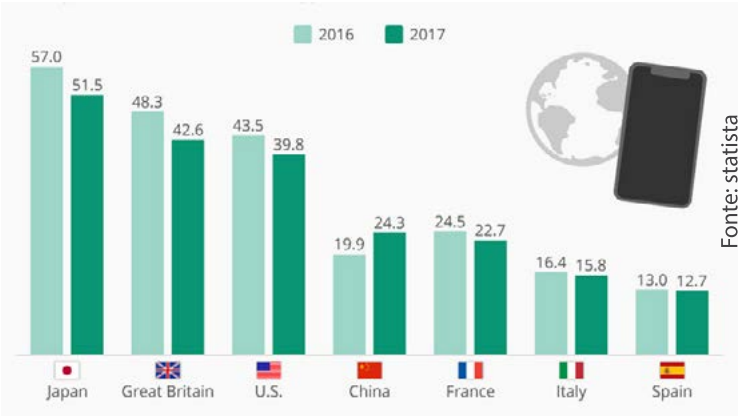
Diferença dos preços dos smartphones em todo o globo

Impulsionada por um aumento na procura por smartphones premium, o preço médio de venda de smartphones aumentou para 328 $ US no ano passado.

No entanto, como mostra o quadro a seguir, faz sentido olhar para os preços dos smartphones a um nível mais regional.

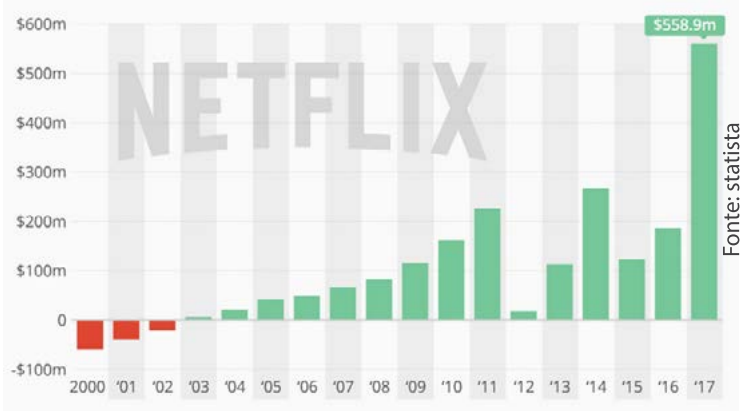
De acordo com os dados do ponto de venda da GfK de 75 países, o preço médio de venda para smartphones variou de 645 $ US na Ásia desenvolvida (incluindo Austrália, Hong Kong, Japão, Nova Zelândia, Singapura, Coreia do Sul e Taiwan) para 183 $ US na Ásia emergente (incluindo Bangladesh, Índia, Camboja, Malásia, Myanmar, Filipinas, Tailândia, Vietnam) no ano passado.

Sistema iOS perde em mercados-chave, exceto a China



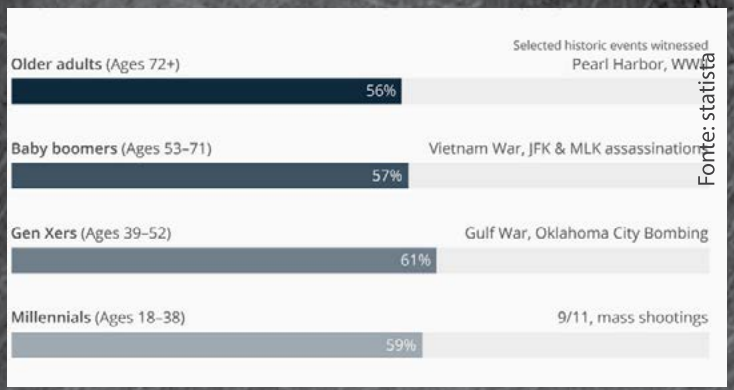
De acordo com a análise de Kantar Worldpanel, o iOS da Apple está a perder terreno no mercado de smartphones em vários países-chave. Como mostra o gráfico, diminuiu nos EUA e na Grã-Bretanha de 3,7 e 5,7 pontos percentuais, respetivamente, o que tipifica a situação atual para o iPhone e o seu sistema operacional, pois luta para manter o mercado mais dominado por Android. A principal exceção, porém, é a China. Com um aumento de 4,4 pontos percentuais, dos mercados avaliados, este é o país de crescimento mais forte da Apple. Pequenos ganhos também foram observados no Brasil, no México e na Alemanha.

A Netflix termina 2017 com um lucro recorde



Ter atingido os seus objetivos de crescimento de subscritores não foi o único motivo para a Netflix comemorar um final bem sucedido no seu ano fiscal. Contrariamente ao "trade-off" frequentemente observado entre crescimento e lucro, a empresa de streaming conseguiu crescer significativamente sem perder de vista a linha de fundo em 2017. Tendo gerado receita de 11,7 mil milhões $ US, a Netflix registou um lucro recorde de 559 milhões $ US nos últimos 12 meses, ultrapassando facilmente o seu recorde anterior a partir de 2014, conforme o gráfico ilustra.

Todas as gerações "Think America" estão num ponto baixo



A América está a viver momentos stressantes. De acordo com a Associação Americana de Psicologia, a maioria das pessoas de cada geração concordaria que o seu país está num ponto baixo comparativamente à sua experiência de vida. Isso aplica-se mesmo à geração com mais de 72 anos de idade que testemunharam eventos tão devastadores como o ataque japonês a Pearl Habor e a Segunda Guerra Mundial. De todas as gerações, são os "Xers" que são os mais pessimistas sobre esse tempo e idade, de acordo com os resultados publicados no relatório "State of our Nation" em novembro de 2017.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

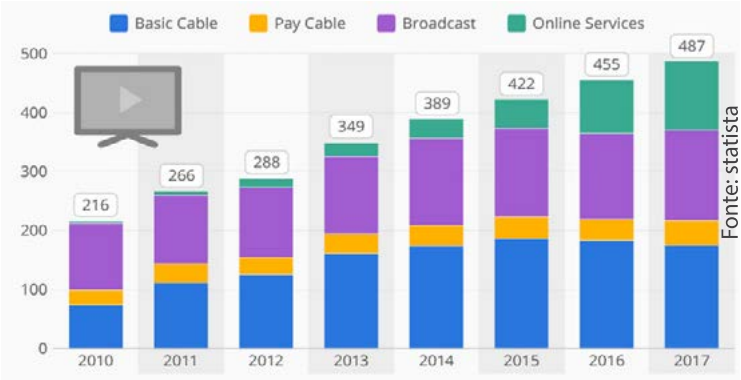
A Airbnb é realmente mais económica do que um quarto de hotel?

Uma combinação de fatores, incluindo as companhias aéreas low cost e a troca de viagens, tornaram a viagem mais acessível do que nunca. Ainda assim, quando se trata de encontrar estadia, os quartos de hotel tendem a custar uma pequena fortuna. Atualmente, existem soluções para as pessoas que tentam economizar graças ao aumento da economia compartilhada, particularmente sites como o couchsurfing e o Airbnb. Both services give hotels a run for their money, mas será que a Airbnb está realmente a salvar pessoas nas principais cidades?

O site alemão de reservas de hotéis HRS divulgou dados sobre os preços dos hotéis nas principais cidades do mundo. A cidade de Nova Iorque está posicionada como a mais dispendiosa, uma vez que um quarto tem um custo médio de 306 $ US por noite. O AirDNA é um site que rastreia e analisa o mercado Airbnb e de acordo com os seus dados, um quarto Airbnb em Nova Iorque custaria 187 $ US por noite, em comparação com um quarto de hotel. Desta forma, os viajantes poupariam 119 $, os quais poderiam gastá-lo em todas as atrações que a Big Apple tem para oferecer. Cozinhar num apartamento Airbnb e evitar restaurantes também pode economizar ainda mais dinheiro para viajantes com um orçamento limitado.

A tendência de o Airbnb vencer o hotel repete-se na maioria das cidades, como pode ser visto no seguinte gráfico, que mostra como as coisas se acumulam em oito principais destinos turísticos. Escolher um Airbnb em Tóquio, por exemplo, poderia poupar 127 $ US por noite. Claro, alguns viajantes ainda preferem ficar num hotel, apesar dos custos mais elevados, ressaltando que anula o stresse de procurar um apartamento Airbnb adequado, recolher a chave e ter que se integrar e conversar com estranhos.

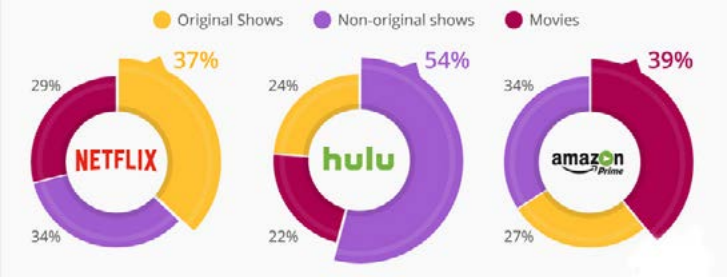
The Golden Age of TV Fiction



Apesar do facto de que o modelo de TV "tradicional" (ou seja, TV em direto, cabo premium, etc.) é desafiado por serviços de transmissão e mudança nos hábitos de consumo de "media" nos dias de hoje, muitas pessoas argumentam que atualmente estamos a testemunhar a era de ouro da TV. Essa é a idade de ouro do drama de TV com scripts, que goza de um nível de atenção e apreciação como nunca antes. Apenas há uma década, teria tido dificuldade em encontrar um ator estabelecido e bem-sucedido em Hollywood disposto a desempenhar um papel importante numa série de TV. O ator da TV foi usado como um termo depreciativo para aqueles que não conseguiram fazer uma impressão no grande ecrã. Atualmente, as produções elaboradas, como o sucesso da HBO, "Game of Thrones", provavelmente atraem mais atenção do que a maioria dos blockbusters de Hollywood e não só a atuação televisiva perdeu o seu estigma como agora é um programa de prestígio que muitas estrelas de Hollywood procuram.

A crescente estima do drama de TV, um apetite aparentemente insaciável pelo consumo de novos conteúdos para devorar e, claro, a entrada de novos players, como a Netflix e a Amazon, levaram a um aumento acentuado na produção de conteúdo original de TV com scripts. De acordo com as estimativas da FX Networks Research, o número de séries de TV originais com scripts (excluindo re-runs) exibidos nos Estados Unidos atingiu 487 no ano passado, ultrapassando os 216 no início da década. Curiosamente, o crescimento da produção entre 2010 e 2013 foi em grande parte impulsionado por players da indústria de TV tradicionais, enquanto grande parte do crescimento desde então pode ser atribuído a players online, como a Netflix.

"Video on Demand"

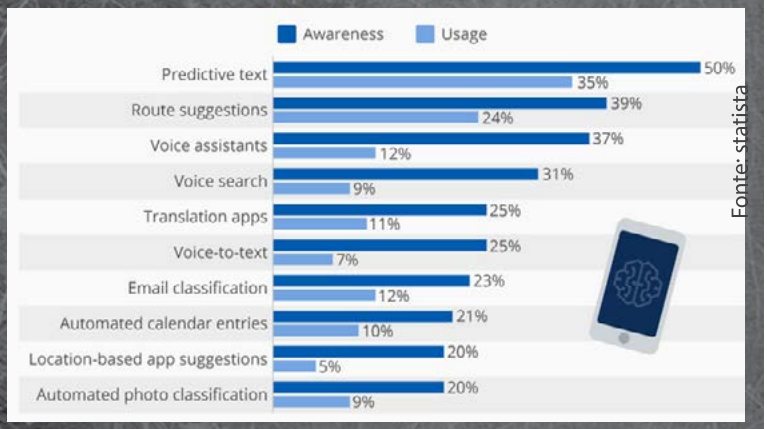


Um novo relatório da Hub Entertainment Research mostrou que, apesar do domínio da Netflix no mundo da subscrição do "video on demand", os três principais players podem, de certa forma, desempenhar papéis complementares. Como mostra o gráfico, os utilizadores da Netflix, Hulu e Amazon Prime nos EUA passam a maior parte do tempo nos serviços assistindo a diferentes tipos de conteúdo.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

Um dos principais temas da CES deste ano provavelmente será a inteligência artificial (IA). Como estamos rodeados de smartphones, casas inteligentes, cidades inteligentes e muito mais coisas supostamente inteligentes, inteligência artificial e machine learning já nos ajudam de uma forma que talvez nem possamos perceber.

De acordo com o Inquérito global ao consumidor móvel da Deloitte, 65% dos proprietários de smartphones em 16 mercados desenvolvidos utilizaram uma aplicação que descrevia machine learning no passado. Muitas dessas aplicações, tal como sugestões preditivas de texto e

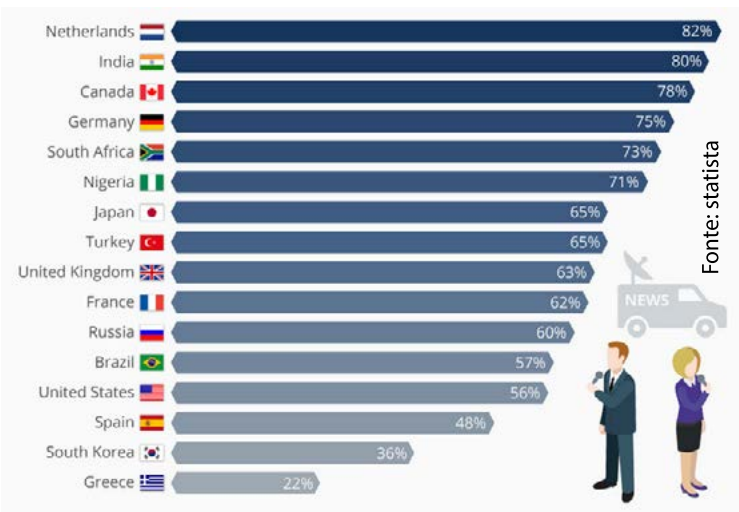


rota, por exemplo, são projetadas para tornar a nossa experiência móvel mais personalizada e conveniente; e à medida que os algoritmos, o hardware e os conjuntos de dados subjacentes melhoram ao longo do tempo, podemos esperar que os serviços infundidos por IA sejam muito mais inteligentes.

O quadro a seguir, baseado nas descobertas da Deloitte, mostra quantos utilizadores de smartphones estão cientes e/ou já utilizam diferentes aplicativos alimentados por IA nos seus dispositivos. Sem dúvida, o texto preditivo é a aplicação mais utilizada que envolve machine learning, embora muitos de nós provavelmente tenham questionado a inteligência (artificial) de tais recursos com base na experiência pessoal com mensagens de texto que foram erradas.

Países onde as pessoas pensam que as notícias são publicadas com exatidão

O fenómeno crescente de notícias falsas tem agravado as atitudes fraturadas sobre a precisão dos meios de comunicação, especialmente em questões como política, eventos atuais e quando se trata do envolvimento de indivíduos inocentes. Com preocupações sobre notícias falsas a atingir recordes, quais os países que realmente acreditam na precisão dos seus meios de comunicação?



De acordo com uma pesquisa do Pew Research Center em 38 países, uma média de 62% das pessoas dizem que os seus meios de comunicação executam um bom trabalho relatando as notícias com exatidão

O seguinte gráfico mostra uma seleção dos países da pesquisa do Pew com os holandeses particularmente confiáveis na sua cobertura de notícias. Juntamente com 82% das pessoas na Holanda, 80% das pessoas entrevistadas na Índia também sentem que os seus meios de comunicação fazem um bom trabalho.

O Reino Unido experimentou fortes divisões após o voto do "Brexit" e 63% das pessoas acham que as notícias são precisas. A notícia falsa tornou-se um tema controverso nos EUA e 56% dos americanos sentem que os seus relatórios de notícias podem ser confiáveis. A Grécia tem a pior pontuação na pesquisa, uma vez que apenas 22% dos entrevistados afirmam que a cobertura das notícias é precisa.

INOVAÇÃO & empreendedorismo
www.vidaeconomica.pt
NEWSLETTER N. 90 | FEVEREIRO | 2018

NOTÍCIAS | ARTIGOS

Regulação da Economia Digital: caminhamos para uma situação de ganho ou perda?

A economia digital tem crescido a passos largos nos últimos anos, principalmente como resultado de novas tecnologias digitais que estão a promover uma transformação global para a indústria 4.0. A expansão resultante do comércio digital desencadeou uma controvérsia política e diplomática sobre a economia digital e o comércio eletrónico, onde estão os limites e a melhor forma de regulamentá-lo. As discussões de políticas sobre o assunto, no entanto, não levam em conta a verdadeira extensão do comércio digital, que engloba hardware, software, redes, plataformas, aplicativos e dados como elementos essenciais e estica os limites da política de comércio eletrónico para o comércio de mercadorias, serviços e proteção de propriedade intelectual. Este artigo foca os desafios na regulação da economia digital, com foco particular no desenvolvimento e oferece uma discussão sobre a interdependência entre os aspetos económicos, sociais, pessoais e de desenvolvimento do comércio digital para países em desenvolvimento.

Conectar os pontos: rumo a uma estratégia coerente e abrangente para a inovação do setor da saúde na Europa

A 8 de novembro de 2017, a Science|Business Network de 61 universidades, empresas e organizações do setor público reuniu-se para discutir uma questão vital para o futuro da Europa: como manter um fluxo forte e produtivo de inovações de saúde em toda a Europa nos próximos anos, apesar das crescentes pressões no orçamento, política e demografia? Este relatório baseia-se na experiência oferecida nessa reunião. A Science|Business pretende organizar discussões estratégicas similares durante 2018 sobre as perspetivas de inovação em energia, TIC e outros setores.

As cinco principais questões para os programas de pesquisa da UE em 2018

Análise de notícias: o planeamento do Brexit, as batalhas orçamentais e o papel das empresas multinacionais estão entre as principais questões que dominarão as agendas de Bruxelas este ano.

Quanto vai a Europa despender em ciência e tecnologia nos anos 2020? A indústria vai participar? O que o Reino Unido pagará e para quê? Estas questões estão entre as cinco questões-chave para o futuro dos programas de pesquisa e inovação da Europa, que a Science|Business espera serem esclarecidas em 2018. A partir de 8 de janeiro, quando todos estão de volta ao trabalho em Bruxelas, o planeamento para o próximo orçamento a longo prazo da União Europeia é sério – e, dentro disso, o destino dos 8% dedicados até agora a pesquisa e inovação. Atualmente, a UE gasta mais de 10 mil milhões de euros por ano em pesquisas médicas, estudos climáticos, tecnologia industrial, empresas de arranque e outros campos.

Os fãs da pesquisa querem mais recursos no próximo ciclo orçamental, começando em 2021. Os interesses em competição – na agricultura, desenvolvimento regional, defesa – querem mais para si mesmos. Mas os 28 Estados-Membros da UE existentes têm sido relutantes em permitir novos aumentos nos gastos globais da Comissão além do atual 1% do produto interno bruto da UE. E o aperto de dinheiro piorou quando o Reino Unido saiu da UE, levando a sua contribuição para o orçamento líquido de 10 mil milhões £.

AGENDA DE EVENTOS

SEMANA DAS STARTUPS DA EUROPA

De 5 a 9 de março

Uma das datas mais importantes que terá neste ano, se é um empreendedor tecnológico. Obter investidores para o seu projeto é um dos principais objetivos, então deve estar muito atento. Profissionais e especialistas de mais de 40 países diferentes participarão e durante esta semana milhares de sessões de treino, oficinas, palestras, conferências ... ocorrem em vários lugares ao mesmo tempo. Já se pode registar na web!

startupeuropeweek.eu/

FORINVEST EM VALÊNCIA

7 a 8 de março

A Forinvest é o maior espaço de rede financeira e comercial da Espanha. Aqui pode refletir sobre o futuro do setor juntamente com especialistas, investidores, profissionais e empresários. Mais de 400 personalidades encontram-se neste evento em que os "Prémios Forinvest" também são apresentados a profissionais destacados no mundo da economia e das empresas.

https://forinvest.feriavalencia.com/

GREEN WEEKEND EM VALLADOLID

31 de março

Se está interessado em promover um projeto sustentável, este é o seu evento. Também é destinado a pessoas que procuram emprego neste setor, uma vez participam as empresas interessadas em recrutar pessoal, bem como empresários com ideias verdes inovadoras. Também encontrará mentores especializados no setor ambiental.

http://www.greenweekend.org/

Divulgue os seus eventos relacionados com Inovação e empreendedorismo
Contacte-nos!

FORUM DE INOVAÇÃO ISPIM

The Innovation Game: Base Hits, Not Home Runs
25-28 de março de 2018 - Boston, EUA

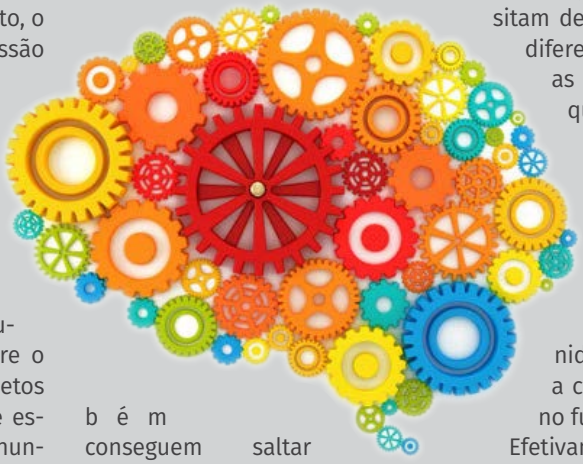
https://www.ispim-innovation-forum.com/

FINANCIAR A INOVAÇÃO

Inovação

Explorar as ortodoxias enraizadas é uma das melhores formas de estimular o cérebro e pensamento de forma a sair do que é familiar e da zona de conforto, o que pode ser feito numa sessão de geração de ideias, num encontro alargado de equipa, ou simplesmente durante um momento contemplativo em que se está sozinho. Qualquer organização tem ideias "feitas" sobre a forma como se fazem as coisas, pressupostos inquestionáveis sobre o que clientes querem, ou aspetos de estratégia supostamente essenciais que raramente ou nunca são postos em causa.

Ao identificar e, depois, ao colocar sistematicamente em causa essas crenças profundas e inviáveis, as empresas não só melhoram a sua capacidade para abraçar novas ideias, mas também conseguem saltar para outro patamar de competitividade, em que as recompensas do sucesso são grandes.



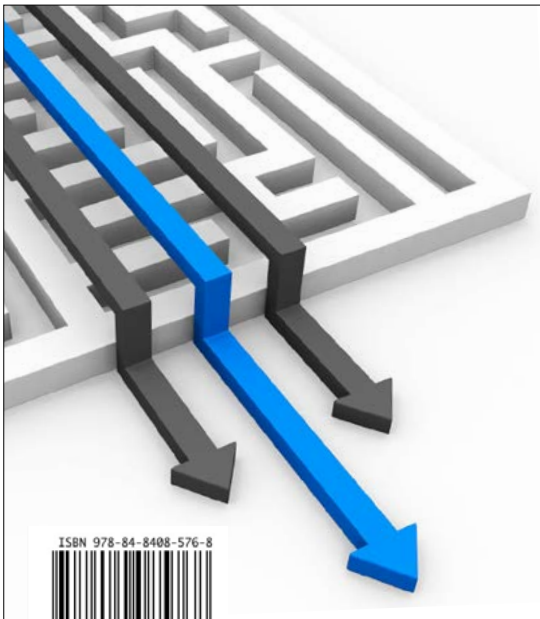
A liderança de qualquer empresa sabe que as atitudes, gostos e desejos dos consumidores mudam num ápice, pelo que necessitam de tentar sempre algo diferente. Para analisar as crenças enraizadas que podem estar a impedir a empresa de evoluir, é necessário identificar e desafiar as ortodoxias, para que se consigam identificar oportunidades interessantes a considerar e explorar no futuro.

Efetivamente, quem ousar libertar a sua "veia" inovadora através da exploração das ortodoxias pode começar por fazer perguntas sobre os clientes, as normas e até o modelo de negócio, e depois, colocar em causa respostas como, por exemplo:

- Qual é o nosso negócio?
- Qual o nível de atendimento que é esperado pelos clientes e fornecedores?
- O que é que os clientes estão dispostos a pagar?
- Qual a estratégia essencial a seguir?

De facto, o processo de desafiar ajudará as empresas a desenvolverem-se, conhecerem-se melhor a elas próprias e mercado, e, acima de tudo, a dar um salto em frente. Certo é que tudo isto só se conseguirá desde que haja uma atitude positiva, e não negativa ou castrante.

Luís Archer – Consultor
luismariaarcher@iol.pt



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.

ISBN 978-84-8408-576-8

Autores: Ellen Domb, KaleviRantanen
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

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

Compre Já!

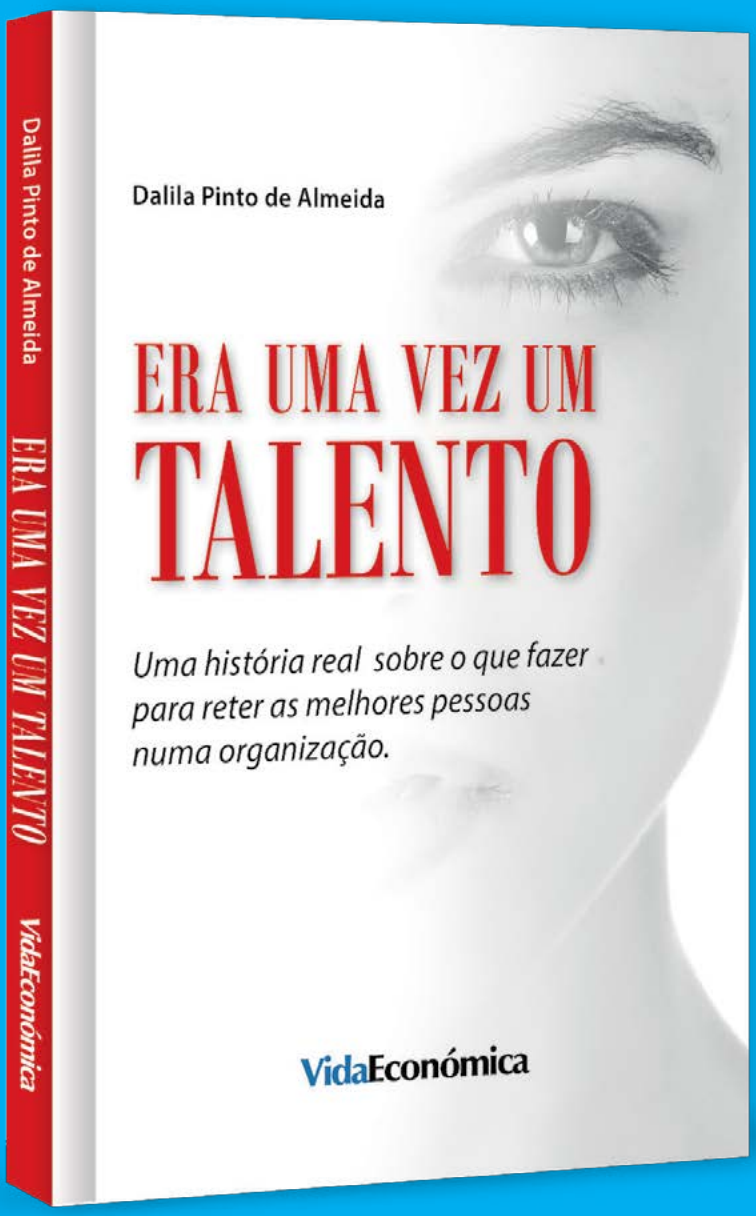
Subscreva aqui outras newsletters

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

VidaEconómica

UMA EDIÇÃO A NÃO PERDER!

Através do percurso proissional de Ana S. podemos perceber que, hoje, as empresas têm que dar cada vez mais atenção às pessoas que acrescentam valor à sua estratégia de negócio se as querem reter.



Uma história que desafia a crença de que apenas as grandes empresas conseguem atrair e reter o melhor talento.

Cada empresa é única, e deve identificar os seus fatores diferenciadores que lhe permitam criar a melhor proposta de valor para competir na atração do talento."

Sofia Tenreiro,
Diretora-Geral da Cisco Portugal

Autora Dalila Pinto de Almeida

PVP €10.90

Compre já em http://livraria.vidaeconomica.pt