

4 Opinião

Avaliação das ameaças de mercado

5 Editorial

6 Opinião

Educar a gestão para gerir a educação

8 Opinião

Fundamentos do Robust Design
Parte 3 – DOE – Design of Experiments

9 Tecnologias

- A História da música portátil
- Online shopping: onde as encomendas se acumulam



- Como é que a Advanced Robotics impactará o Mercado de trabalho
- A App Store da Apple mais lucrativa para os criadores de App
- Os cidadãos seniores nos EUA já não estão desligados do mundo digital

15 Notícias

- Israel prepara-se para se tornar o maior *player* da inteligência artificial
- Desempacotando o comércio eletrónico. Modelos de negócios, tendências e políticas



17 Financiar a Inovação

Subscreva mais newsletters ▶

Liderando a inovação num mundo centrado nas pessoas



KARINA JENSEN

Karina é diretora no centro de liderança e organizações efetivas e professora de inovação e liderança global na NEOMA Business School, França.

O contexto para a inovação está evoluindo rapidamente num ambiente cada vez mais internacional, multicultural e digitalmente conectado. Líderes e equipas estão enfrentando contextos de mudança, tecnologias em rápida evolução e necessidades dos clientes em todas as culturas e regiões geográficas. A colaboração glo-

bal, a inteligência de mercado local e a compreensão cultural importam mais do que nunca.

Na criação e lançamento de novos produtos, serviços ou programas, o que é necessário para liderar a inovação a nível mundial?

O novo padrão de gestão de inovação ISO foi desenvolvido a partir de uma perspetiva global com a participação de 50 países e organizações internacionais líderes nos seus segmentos de atividade, a fim de garantir uma visão comum. Avançando, será importante fazer a transição do foco de “o quê” para abordar a inovação para o “como”, líderes e gestores irão orquestrar um processo de inovação global, do conceito ao mercado. Ao mover-se de uma tecnologia orientada para um

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

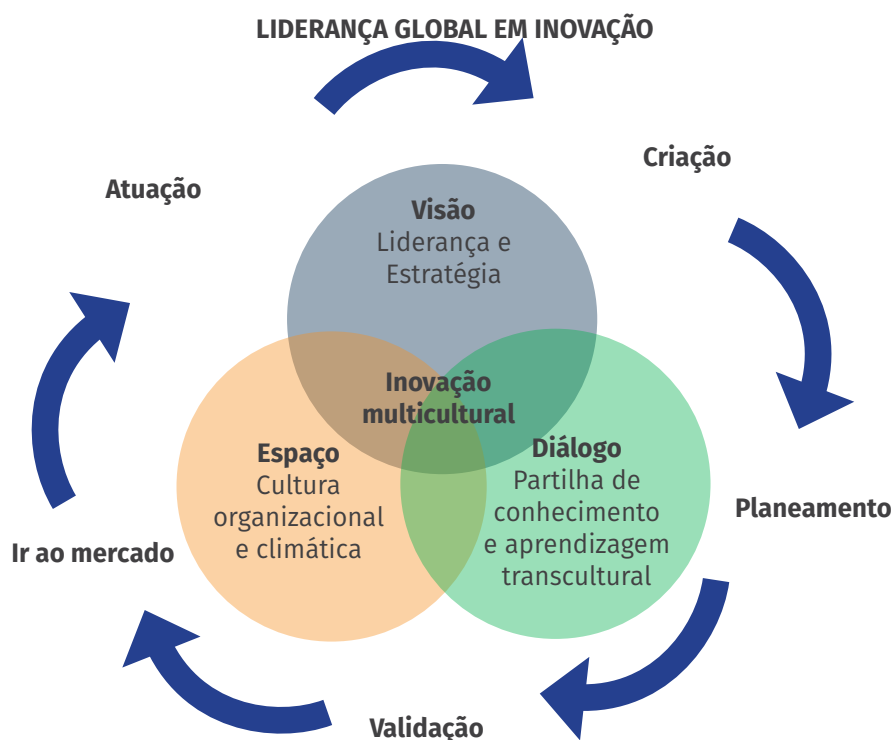
foco humano, a liderança para um cenário de inovação em mudança é cada vez mais necessária para as indústrias e diferentes geografias.

Dominar as novas habilidades de liderança

A fim de efetivamente lançar e sustentar novas iniciativas, habilidades de liderança e comportamentos terão de apoiar os principais impulsionadores do desempenho de inovação global. Considere o quadro de inovação multicultural (Jensen, 2017) que incorpora três *drivers*: visão, diálogo e espaço. A visão aborda o papel da liderança global e da vocação estratégica, o diálogo aborda o papel da partilha de conhecimento e da aprendizagem intercultural na otimização da inteligência coletiva, e o espaço assegura um ambiente aberto e seguro para moldar uma cultura de inovação e clima dentro da equipa.

Navegar num ambiente global, multicultural e digitalmente conectado exigirá habilidades efetivas de facilitação e gestão. Através da minha pesquisa com mais de 200 líderes em 36 organizações multinacionais, descobri quais as habilidades específicas necessárias para a criação dos principais conceitos, planeamento estratégico, validação e execução de novas conceções em todo o ciclo de inovação global. A fim de rever suas necessidades de desenvolvimento de liderança, considere a seguinte pergunta: como você pode melhorar as competências de liderança para fases específicas do ciclo do projeto de inovação global?

Os desafios e as questões enfrentadas pela jornada de transformação global proporcionam oportunidades únicas para facilitar a inovação e a colaboração multiculturais. Os líderes e suas organizações têm oportunidades de partilhar ideias, conhecimentos e talentos que podem beneficiar países, regiões e todo o planeta, em lugar de



Fonte: Multicultural Innovation Framework, Dr. Karina Jensen, Leading Global Innovation, 2017

Os desafios e as questões enfrentadas pela jornada de transformação global proporcionam oportunidades únicas para facilitar a inovação e a colaboração multiculturais

se focarem em conceitos universais e arriscarem um ajuste cultural pobre, as organizações têm a oportunidade de resolver desafios críticos e oferecer soluções com maior valor para os mercados globais e locais. Se você está a trabalhar com inovação global, local, aberta, inversa ou social, os seus projetos sempre exigirão colaboração “cross-functional” e “cross-cultural”.

Líderes de inovação como facilitadores do conhecimento

Um ambiente de negócios dinâmico e em evolução requer equipas ágeis e responsivas para garantir o desempenho organizacional e o sucesso no mercado internacional. Os líderes precisarão de atuar como facilitadores de conhecimento e orquestradores de inovação em culturas e funções. Os líderes têm a oportunidade de ouvir, reconhecer e responder ao conhecimento partilhado por equipas em todo o mundo, facilitando um diálogo inclusivo. Isso capacitará as vozes do mercado local que contribuem com novos conhecimentos e ideias para a criação de soluções globais valiosas. Considere estas questões fundamentais ao avaliar as competências e capacidades de liderança em inovação:

Ideação – como os líderes facilitam a

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

inclusão e o diálogo para incentivar o pensamento criativo e as novas ideias de equipas multifuncionais e transculturais?

Planeamento estratégico – como os líderes e as equipas se envolvem na tomada de estratégia partilhada por meio do partilha de conhecimento e da aprendizagem transcultural?

Validação – como os líderes e as equipas respondem às diferenças culturais e às preferências dos clientes locais ao desenvolverem e testarem novos conceitos?

Execução – como os líderes e as equipas podem mover ideias do conceito para o mercado através da colaboração ao vivo e digital em todas as regiões geográficas?

Os líderes e organizações têm a oportunidade de transformar desafios em novas soluções que otimizam a sabedoria coletiva de uma rede global. Ouvir e aprender a partir de diversas



Os líderes e organizações têm a oportunidade de transformar desafios em novas soluções que otimizam a sabedoria coletiva de uma rede global

perspetivas nutre uma mente aberta e criativa. Compartilhar conhecimentos e práticas entre funções e culturas possibilita e envolve o sistema ecológico organizacional. Isso abre a porta para novas soluções que proporcionam valor e respondem às necessidades de desenvolvimento, emergentes e economias maduras. É hora de aproveitar a inteligência coletiva e a criatividade de nossas organizações através da liderança que é capaz de facilitar e orquestrar a inovação em todo o mundo. ■

CULTURA & NEGÓCIOS

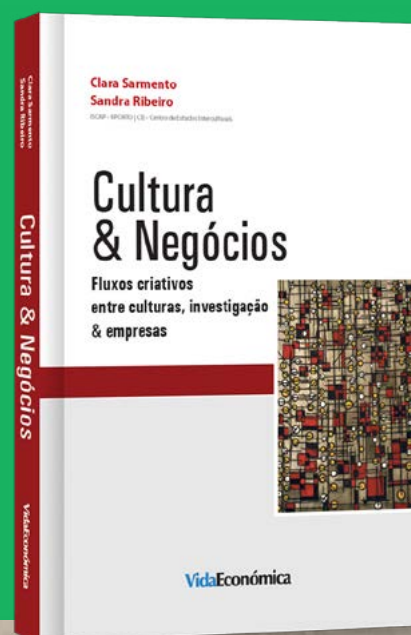
Fluxos criativos entre culturas, investigação & empresas

Este livro liga a investigação científica produzida no ensino superior ao mundo empresarial, em sintonia com a realidade do contexto socioeconómico contemporâneo. Este livro oferece novas abordagens multidisciplinares às competências de comunicação intercultural e viabiliza o intercâmbio e a reflexão crítica e colaborativa entre os conhecimentos académicos e empresariais, de modo a desenvolver novas metodologias de trabalho que constituam exemplos de boas práticas.

Coordenação Clara Sarmento e Sandra Ribeiro

Páginas 280

PVP €17.60



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

Nas encomendas de valor inferior a 20€
acrescem 3€ para despesas de expedição.

Avaliação das ameaças de mercado

**ADAM HARTUNG**

Adam Hartung é colunista da Forbes, autor, consultor de empresas em marketplace disruption, boards of directors, innovation and investing strategy.

Estudos recentes realizados com gestores seniores mostraram que ser surpreendido por uma rutura é a maior preocupação não resolvida no desenvolvimento estratégico na atualidade. Esse medo é muitas vezes real porque a rutura começa tipicamente onde é menos visível na gestão de mercados de menor dimensão, mas representativos em termos globais. E, uma vez que o “navio-pirata” é avistado no horizonte, não só é provavelmente demasiado tarde como também a reação das empresas não será a melhor.

A pesquisa de respostas corporativas à rutura mostrou que a maioria das empresas ignoram a ameaça, fortalecem as posições existentes ou tentam comprar inovação. A primeira escolha não é uma opção para uma empresa em andamento. Fortificação através de mudanças de distribuição, a proliferação do modelo de produto e desconto só consegue comprar algum tempo adicional, enquanto a empresa desperdiça recursos. Logo que uma rutura entra no mercado, há pouco tempo para os esforços de inovação orgânica ou “atos aleatórios de inovação” para que as empresas muitas vezes fa-

çam aquisições tentando comprar inovação.

Infelizmente, tendo em conta o perfil de risco e a experiência limitada em inovação, estas são, muitas vezes, ao sustentarem inovações, varridas pela onda de perturbação causada pelas ruturas.

Um exemplo desta situação foi quando a Microsoft entrou em queda no mercado móvel em 2014 e comprou a Nokia, um player já ultrapassado nos telefones celulares para ter acesso a este mercado. O projeto conjunto, o

“Não planeie para o que conhece. Planeie o que você não sabe.”

Adam Hartung, criar disrupção do Marketplace

telefone Lumina, não conseguiu pegar e as ações da Microsoft caíram cerca de 50%. A Cisco tentou alcançar com a tendência da fotografia adquirindo a Pure Digital, o fabricante de câmaras flip de baixo custo. Infelizmente, logo após a aquisição, os sensores de alta resolução incluídos nos smartphones levaram a fotografia a um novo patamar. Tchau, flip! A monitorização das tendências teria previsto essa evolução natural como uma ameaça de alto risco.

Mesmo em aquisições bem-sucedidas, os fundadores muitas vezes deixam a empresa, perdendo a fonte de ideias inovadoras a longo prazo.

Para antecipar mudanças externas, os departamentos de marketing adotaram o Big data como uma ferramenta poderosa para ajudar as empresas a identificar novos mercados e preferências do consumidor. Essas ferramentas utilizam o passado para prever o futuro de curto prazo com alguma razoabilidade, num mercado estável. O problema é que o Big data não pode prever com precisão interrupções dinâmicas.

Mas você e sua equipa podem.

Identifique pontos de entrada de interrupção para direcionar a inovação. Descobrir oportunidades de mercado que podem oferecer retornos melhorados com um risco controlado para a empresa é o objetivo. Novos produtos também irão gerar uma percentagem crescente de receitas que levam ao crescimento continuado. As empresas que dominam esse processo têm um radar de longo alcance para identificar oportunidades potenciais, num processo chamado “**inovação contínua**”.

A avaliação e assesment são “skills” que qualquer organização pode e deve desenvolver.

Isto acontece de uma forma mais rápida e mais eficiente se as organizações potenciarem as pessoas que na empresa a conhecem melhor e já fizeram acontecer algumas vezes. ■



Adam Hartung

www.vidaeconomica.pt

VidaEconómica

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

EDITORIAL

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA

jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Com esta edição de julho e agosto, entramos num período em que temos alguma disponibilidade para nos dedicarmos a algumas atividades que nos são difíceis de realizar, seja por falta de vontade, de tempo ou por não estarmos com a mente recetiva.

Nesta edição destacamos o acesso a 3 relatórios que achamos serem importantes, como é o caso da análise do empreendedorismo e os artigos relacionados com a inteligência artificial e

a crescente robotização da sociedade. Este tema da robotização tem entrado, de modo crescente, na ordem do dia, se bem que ainda com algumas cautelas dos diferentes atores envolvidos, pois o tema implicará em algumas situações a eliminação de postos de trabalho, mas, por outro lado, impulsionará outros, com mais qualificações e de maior valor acrescentado, tanto para as empresas como para os próprios protagonistas que são as pessoas.

Nessa ordem de ideias, achamos que o artigo de capa da nossa newsletter deveria ter como foco principal as pessoas e como as empresas que querem inovar devem centrar essa al-

teração estratégica, centrando a sua atividade nas pessoas.

Karina Jensen, professora de inovação na NEOMA, faz uma análise baseada no seu trabalho de pesquisa a cerca de 36 organizações de diferentes países, abrangendo cerca de 200 líderes, apresentando assim um modelo sobre o qual deveríamos refletir e que poderia ajudar-nos a estabelecer novas formas de abordar a inovação.

Espero que seja um tema para reflexão e aproveitamento para desejar aos nossos leitores umas boas e merecidas férias cheias de pensamentos inovadores.

Até setembro ■

VIAGENS SEM JULGAMENTOS

Novidade!

Este livro reúne um conjunto de 31 crónicas com o relato de detalhes e episódios reais vividos pelo autor em viagens por si efetuadas nos cinco continentes.

Apesar das referências a diferentes geografias, as personagens principais são as pessoas com que o autor se cruzou e procurou observar sem quaisquer julgamentos.

“Era inevitável que, em algum tempo da sua vida, o Rafael publicasse um livro. Mas tinha de ser um livro como este. Um livro em que consegue conciliar precisamente as 3 coisas que mais o encantam na vida: as viagens, a literatura e as pessoas.”

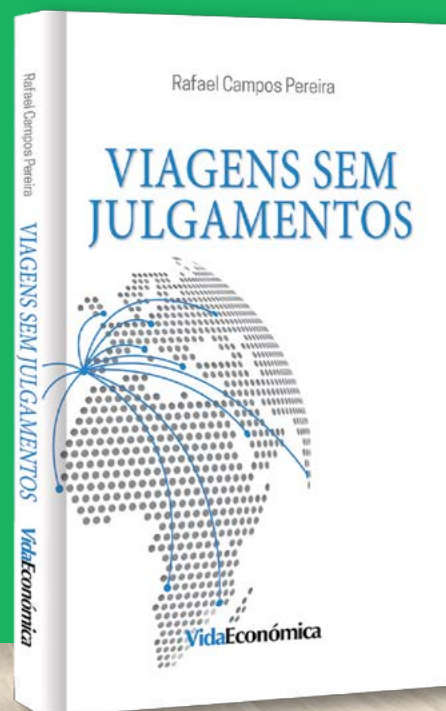
Mariana Campos Pereira, in prefácio

Autor Rafael Campos Pereira

Págs. 160

PVP € 11.90

PVP c/desconto € 10.81



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

✉ encomendas@vidaeconomica.pt ☎ 223 399 400

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

Subscreva aqui outras newsletters ➡

Educar a gestão para gerir a educação

**FRANCISCO JAIME QUESADO**

Economista e Gestor, Especialista em Inovação e Competitividade

Nunca como agora foi tão importante o papel da educação na gestão para termos uma melhor gestão da educação. O sucesso de Portugal ao nível das diferentes escolas de gestão – de claro nível mundial – lança novos desafios para as bases da competitividade futura da economia portuguesa. O sucesso da educação na gestão assenta em novas variáveis estratégicas de mudança, muito viradas para os novos fatores críticos de competitividade, como a inteligência competitiva, a inovação aberta e a educação colaborativa. São eles a base de uma nova aposta coletiva voltada para uma verdadeira ambição de excelência, crítica para o futuro da sociedade portuguesa.

A grande palavra de ordem hoje é a “inovação aberta”. O sucesso do Centro de Inovação e Laboratorial da Fundação Champalimaud, mesmo junto ao Tejo, é um exemplo muito concreto do que devem ser a aposta na inovação aberta. O Investimento da Fundação Champalimaud veio demonstrar que há uma capacidade muito concreta de Portugal e dos seus principais protagonistas conseguirem “agarrar” com sucesso a decisiva Rota da Inovação e desta forma alterar duma vez por todas o modelo de desenvolvimento económico para o futuro. Por isso, com esta escolha de Champali-

maud fica claro para todos que só há um regresso possível – o do futuro e protagonizado por todos.

A “inovação aberta” desempenha no momento presente um papel de alavancagem da mudança único. Portugal precisa de forma clara de conseguir entrar com sucesso no roteiro do investimento de inovação associado à captação de empresas e centros de I&D identificados com os setores mais dinâmicos da economia – tecnologias

**A “Inovação Aberta”
desempenha no momento
presente um papel de
alavancagem da mudança
único**

de informação e comunicação, biotecnologia, automóvel e aeronática, entre outros. Trata-se duma abordagem distinta, protagonizada por “redes ativas” de atuação nos mercados globais envolvendo os principais protagonistas setoriais (empresas líderes, universidades, centros I&D), cabendo às agências públicas um papel importante de contextualização das condições de sucesso de abordagem dos clientes.

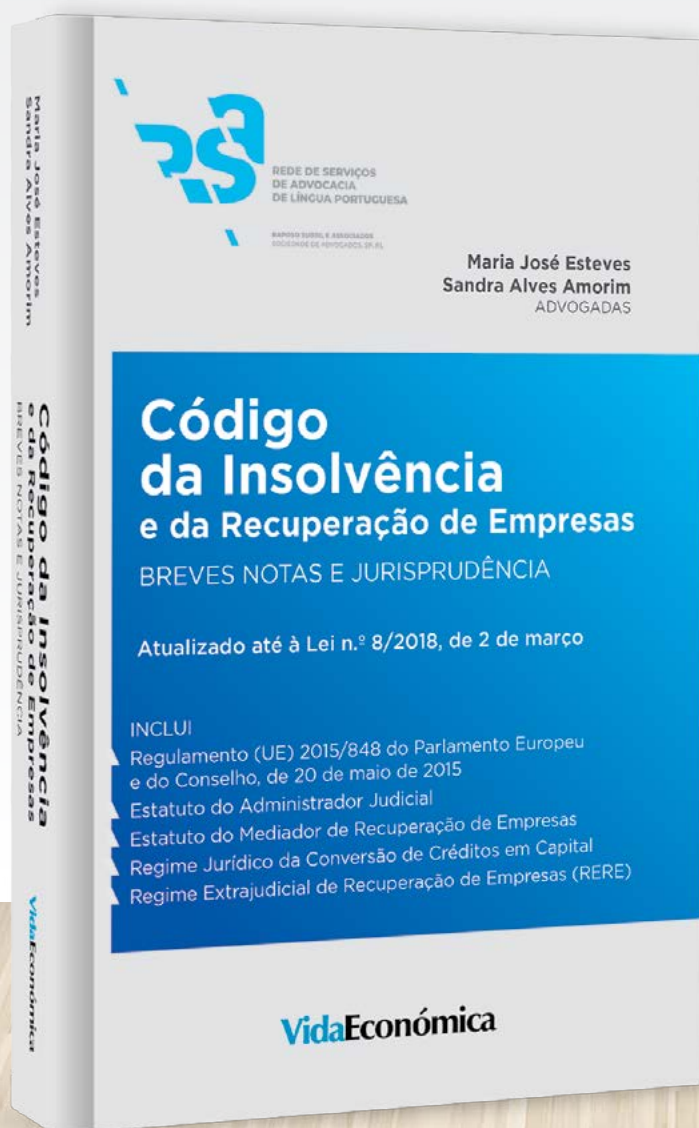
Na nova sociedade aberta de Karl Popper, estudar é uma condição essencial para garantir a liberdade do exercício da cidadania. De facto, só com o domínio do conhecimento o indivíduo pode assegurar a sua intervenção cívica numa sociedade coletiva complexa e global cada vez mais exigente. A questão é que a liberdade que Karl Popper defende implica uma mudan-

ça no paradigma da educação. De facto, num tempo de crise e de falta de soluções, a escola tem de encontrar novas respostas. A nova ambição para a escola é também a nova ambição que queremos para uma sociedade bloqueada e que precisa de se reencontrar com o futuro. Precisamos por isso de apostar numa educação colaborativa.

Na “educação colaborativa” de que o país precisa tem de se ser capaz de dotar as “novas gerações” com os instrumentos de qualificação estratégica do futuro. Aliar ao domínio por excelência da tecnologia e das línguas a capacidade de com criatividade e qualificação conseguir continuar a manter uma “linha comportamental de justiça social e ética moral”, como bem expressou recentemente Ralph Darhendorf em Oxford. Tem de se ser capaz de desde o início incutir nos jovens uma capacidade endógena de “reação empreendedora” perante os desafios de mudança suscitados pela “sociedade em rede”. Precisamos de um Portugal voltado para o futuro e apostado no papel das novas gerações.

O papel das novas gerações é decisivo. São cada vez mais necessários “atores do conhecimento”, capazes de induzir dinâmicas de diferenciação qualitativa um pouco por todo o país. Capazes de conciliar uma necessária boa coordenação das opções centrais com as capacidades de criatividade local. Capazes de dar sentido à “vantagem competitiva” do país, numa sociedade que se pretende em rede. É assim que se garante a liberdade que Karl Popper defende e que todos nós queremos cada vez mais para um Portugal 2030 positivo.■

Novidade



Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas BREVES NOTAS E JURISPRUDÊNCIA

Atualizado até à Lei n.º 8/2018, de 2 de março

Uma obra que surge na sequência das alterações efetuadas no âmbito do “Programa Capitalizar” do Governo, cujo objetivo principal foi o relançamento da economia portuguesa e que estabeleceu como prioritária a alteração do Código das Sociedades Comerciais (CSC) e do Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas (CIRE).

Inclui:

- Regulamento (UE) 2015/848 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio de 2015
- Estatuto do Administrador Judicial
- Estatuto do Mediador de Recuperação de Empresas
- Regime Jurídico da Conversão de Créditos em Capital
- Regime Extrajudicial de Recuperação de Empresas (RERE)

Autoras Maria José Esteves
e Sandra Alves Amorim

Páginas 528

PVP €28,90

PVP c/ desconto € 26,01

Fundamentos do robust design

Parte 3 – DOE – Design of Experiments

**HELENA V. G. NAVAS**

Professora da Universidade Nova de Lisboa,
Investigadora do UNIDEMI, Especialista em
Inovação Sistemática e TRIZ

Na ótica do Robust Design, a qualidade é definida de um modo negativo: “A qualidade é a perda imposta à sociedade a partir do momento em que o produto é expedido”. Esta definição de qualidade pode parecer contrária às definições tradicionais porque a palavra “qualidade” normalmente tem conotação de “desejável”, enquanto a palavra “perda” transmite a ideia de “indesejável”.

A perda inclui custos da insatisfação dos clientes, que, por sua vez, conduzem a custos da reputação da empresa. Esta definição da qualidade é bastante diferente da definição tradicional orientada para o produto, em que a qualidade era avaliada através de métricas que incluíam custos de trabalho, sucata, garantia e serviços. Segundo Taguchi, a aplicação dos métodos estatísticos é necessária durante todo o processo de projeto de engenharia, desde a conceção do produto até à sua utilização pelos clientes. A metodologia foi das primeiras a salientar a importância do planeamento estatístico e da análise de experiências, que ajudam a identificar e a medir fontes da variação e sensibi-

O método DOE – Design of Experiments – permite a mudança sistemática de vários fatores simultaneamente, garantindo o estado independente de todos os fatores (características) do produto

lidade, com o objetivo de auxiliar na resolução de problemas.

O método mais tradicional de melhoria da qualidade de um produto consiste em ajustar um fator de cada vez durante as experiências. Ao aplicar o método tradicional, observa-se o resultado de uma experiência após ter mudado somente um fator (parâmetro). As principais desvantagens do método são os custos elevados de preparação de cada experiência e o tempo necessário para realizar todas as combinações possíveis até encontrar uma combinação ótima de parâmetros do projeto.

Num processo em que haja um conjunto de fatores (parâmetros) diferentes e em que cada um deles tenha vários graus de liberdade (ou seja, um número considerável de níveis de trabalho), o número de experiências necessárias para cobrir todas as hipóteses possíveis torna-se incontrolável. Por exemplo, se o sistema estudado tiver 13 parâmetros de controlo e cada um tiver três níveis, variando um fator de cada vez, significaria estudar 1.594.323 configurações experimentais (313).

É óbvio que o tempo e os custos envol-

vidos na condução de um estudo tão detalhado são proibitivos. Em muitos casos, devido às pressões existentes do mercado e à falta de tempo, o resultado representa um produto que está longe de ser considerado ótimo. Além disso, quando se faz intervir a variação originada pelos fatores de ruído, podem aparecer fenómenos que o projeto tradicional de experiências não consegue revelar.

A indústria japonesa foi a primeira a descobrir o potencial de um outro método, chamado DOE – Design of Experiments. Contrariamente ao método tradicional, o DOE permite a mudança sistemática de vários fatores simultaneamente, garantindo o estado independente de todos os fatores (características) do produto. A maior parte das ideias para as técnicas de controlo de qualidade foi proposta por W.E. Deming e posteriormente desenvolvida por Genichi Taguchi.

Enquanto o feito principal de Deming foi o de ter convencido as empresas a usarem o controlo estatístico nos processos produtivos, Taguchi dá um passo atrás, recuando da produção para a conceção, reajusta produtos e torna-os imunes à variação tanto dos sistemas produtivos como das condições finais em que o produto vai ser utilizado pelo consumidor. Em contraste com o método tradicional, o projeto robusto de Taguchi dá-nos um sistema eficiente na condução de experiências, com o intuito de determinar o conjunto ótimo de parâmetros de projeto tanto a nível do desempenho como de custos. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ A história da música portátil



Grças aos smartphones, os serviços de streaming e auscultadores sem fio, a música agora é mais portátil do que nunca. A tabela a seguir mostra vários marcos na jornada que começou com o primeiro Walkman em 1979 e parece estar quase concluída em 2019: a libertação total da música. ■

▶ O crescimento do e-commerce nos EUA

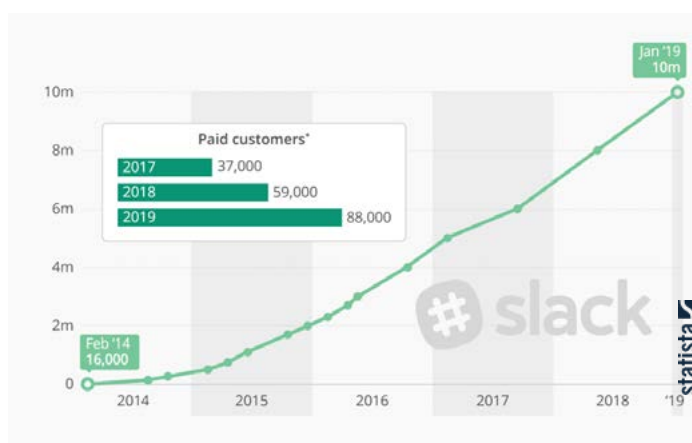


Nos últimos 20 anos, o comércio eletrônico aumentou em dimensão e alcance. De acordo com o Digital Market Outlook da Statista, cerca de 270 milhões de americanos

farão uma compra on-line este ano, gastando um total de 548 mil milhões de usd. Mas qual é na realidade a dimensão do comércio eletrônico no grande esquema das coisas? ■

▶ O crescimento da Slack não revela nenhum “abrandamento”

Desde o seu lançamento, em 2013, a base de utilizadores do Slack tem crescido constantemente. Em janeiro de 2019, a empresa tinha 10 milhões de utilizadores ativos diários e 88.000 empresas pagando pelos seus serviços. ■

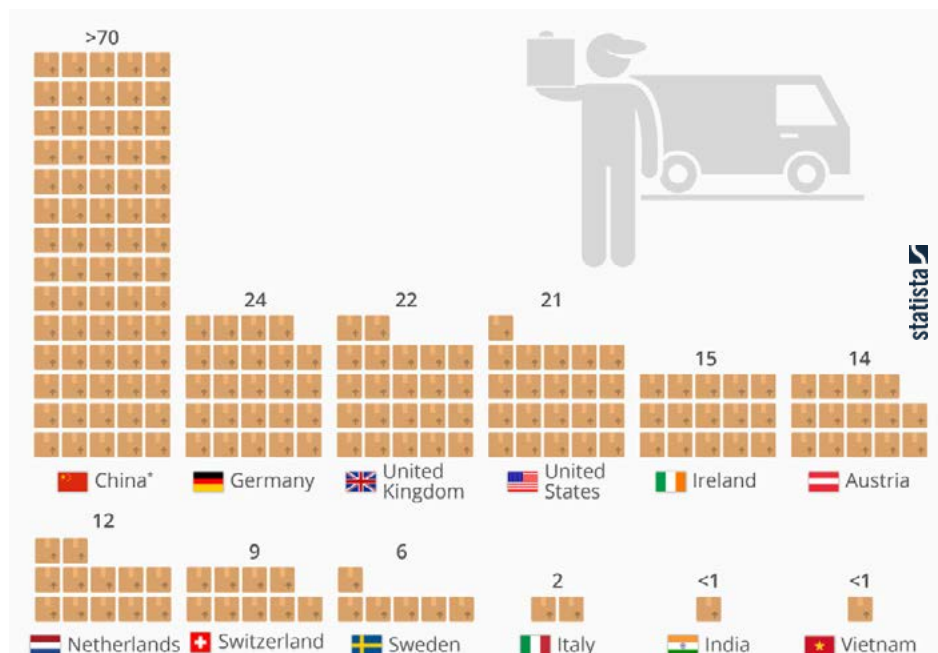


INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ Online Shopping: onde as encomendas se acumulam

Embora pareça que os americanos têm uma sede insaciável de efetuarem compras on-line, os EUA certamente não são os maiores potenciadores quando se trata do número de pacotes que as pessoas encomendam todos os anos. A Spiegel Online publicou recentemente algumas descobertas importantes de um relatório da McKinsey sobre as tendências de comércio eletrónico B2C em 17 países, que se concentraram no volume de encomendas enviadas. Descobriu-se que, em média, alguém nos EUA recebe 21 encomendas por ano, muito atrás da China, onde uma pessoa recebe, em média, 70 ou mais. Deve-se ressaltar, no entanto, que a pesquisa cobriu apenas as cidades de Beijing e Shanghai. ■



▶ Durante quanto tempo a Apple mantém a atualização de modelos mais antigos

Após a apresentação do iOS 13, centenas de milhões de utilizadores do iPhone estão ansiosos para colocar seus dispositivos em dia com os recursos mais recentes, incluindo o tão esperado dark mode. Ao contrário do ano passado, quando o iOS 12 era suportado por todos os dispositivos que também rodavam o iOS 11, alguns utilizadores ficarão desapontados quando a Apple lançar o iOS 13 para o público em setembro.

Ao contrário dos rumores anteriores, o iOS 13 ainda será suportado pelo iPhone SE, mas qualquer um que ainda estiver utilizando um iPhone 5s, 6 ou 6 Plus ficará para trás. Considerando que o iPhone 5 foi lançado em 2013, os utilizadores não podem reclamar da falta de suporte. ■



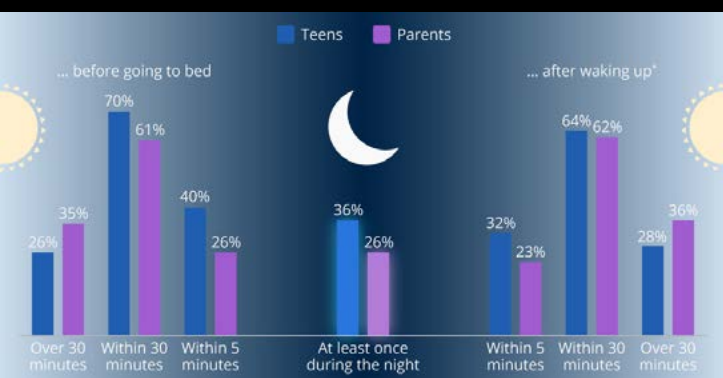
www.vidaeconomica.pt

VidaEconómica

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ Será o melhor companheiro da mesinha de cabeceira?

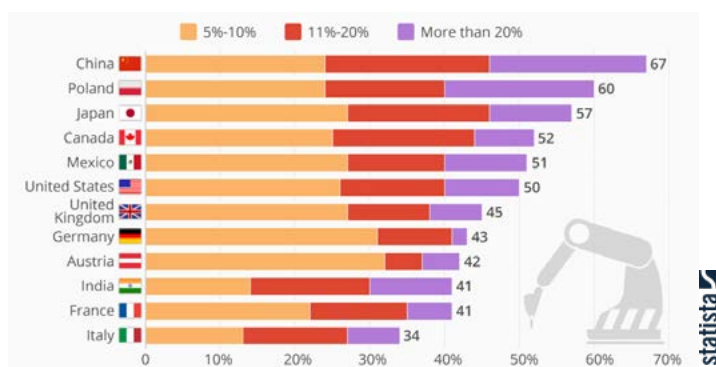


statista

Vários estudos científicos ligaram o uso de smartphones na cama à qualidade inferior do sono e, ainda assim, milhões de americanos não conseguem resistir ao fascínio de verificar sua linha do tempo do Twitter mais uma vez antes de adormecer. De acordo com a pesquisa da Common Sense Media, 40% dos adolescentes e 26% dos pais nos EUA verificam seus smartphones cinco minutos após o ato de dormir e uma proporção significativa de americanos usa o seu dispositivo móvel no meio da noite. Quando se realizar um estudo idêntico na Europa, os números podem ser reveladores da qualidade do nosso sono. ■



▶ Como é que a Advanced Robotics impactará o Mercado de trabalho



statista

A utilização cada vez maior de robôs poderá vir a ter um grande impacto sobre a força de trabalho em todo o mundo nos próximos anos, sendo mais afetadas os trabalhos que envolvem atividades manuais rotineiras com maior risco de automação. A fim de avaliar como a adoção da robótica avançada afetará o mercado de trabalho, a Boston Consulting Group realizou uma pesquisa com executivos

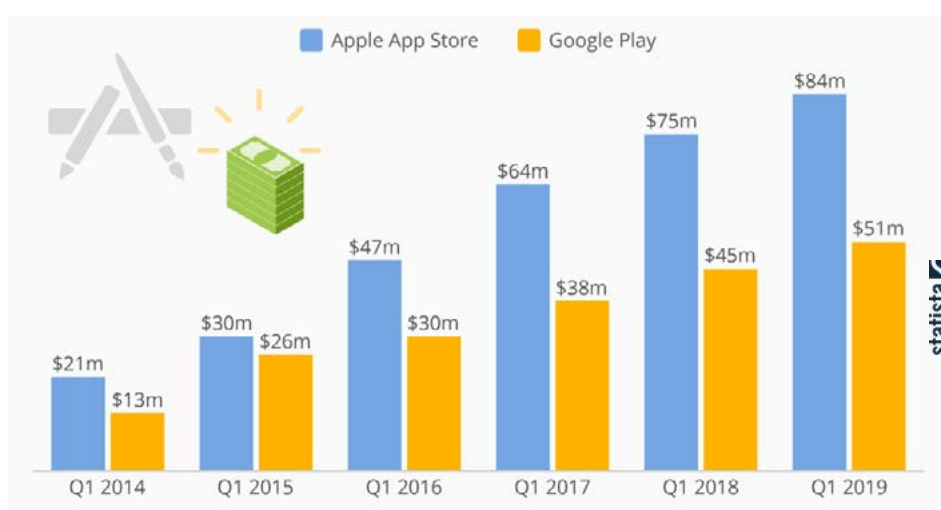
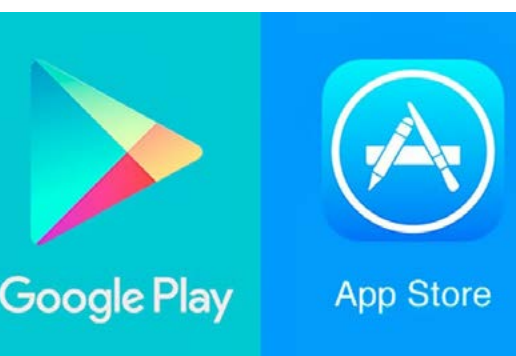
de 1314 empresas a nível global, no início de 2019. A pesquisa revelou que 67 por cento das empresas chinesas esperam uma redução no número de funcionários devido à automação, juntamente com 60 por cento na Polónia e 57 por cento no Japão. Algumas empresas correm mais riscos do que outras, com apenas 34% das organizações na Itália esperando reduções comparativamente. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ A App Store da Apple mais lucrativa para os criadores de App

A pesar do facto de que a base instalada de dispositivos Android é significativamente maior do que para dispositivos iOS, os editores de aplicativos ainda parecem encontrar maior potencial de ganhos na App Store da Apple, em comparação com o Google Play. Isso de acordo com um



novo relatório da Sensor Tower Intelligence, que estima que os 100 editores de aplicativos com maior faturação na

App Store fizeram em média mais 65% do que os 100 principais editores do Google Play. ■

▶ APP ECONOMY: Será a App Store um monopolista?



O Supremo Tribunal dos EUA decidiu contra a Apple, permitindo que uma ação anti-"truste" prosseguisse contra o fabricante do



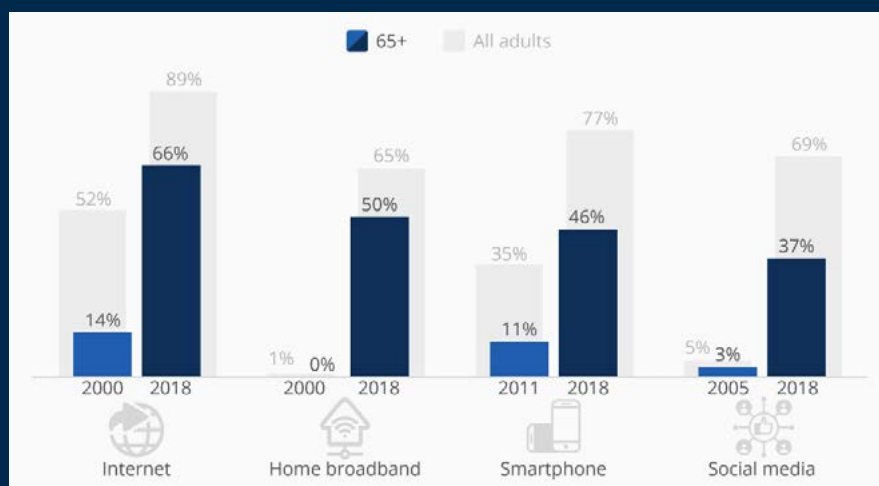
iPhone. A empresa foi processada por quatro proprietários de iPhone por supostamente monopolizar o mercado de aplicativos e aumentar os preços cobrando uma comissão de

30 por cento em compras de aplicativos feitas através de sua própria App Store, o único local onde os utilizadores do iPhone podem legalmente comprar aplicativos. ■

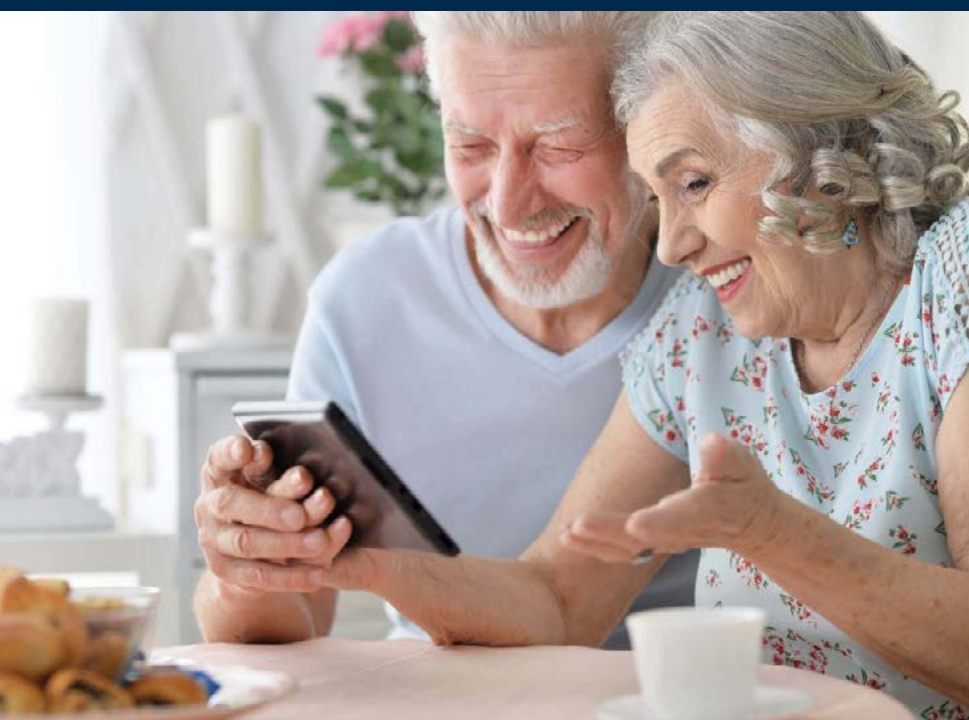
INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ Os cidadãos seniores nos EUA já não estão desligados do mundo digital



statista



De acordo com o Census Bureau dos EUA, o número de americanos com 65 anos ou mais ultrapassou os 50 milhões pela primeira vez em 2017, uma vez que a população dos EUA continua a envelhecer.

Embora os jovens americanos tenham crescido usando a tecnologia e estejam acostumados a passar uma parte substancial das suas vidas on-line, as pessoas de gerações mais velhas não são o que costumam ser chamados de “nativos digitais”.

No entanto, de acordo com o Pew Research Center, a adoção de tecnologia por americanos com 65 anos ou mais está em ascensão. Em 2018, 66% dos idosos dos EUA usavam a internet, em comparação com apenas 14% em 2000. ■



NOVAS REGRAS DE PROTEÇÃO DE DADOS

ESTÁ PREPARADO?

O Regulamento Geral de Proteção de Dados entrou em vigor a 25 de maio e abrange todas as empresas e organizações.

Se pretende mais informações de como adequar a sua empresa ao novo Regulamento entre em contacto com a Accelper Consulting Iberia.

Avenida do Conde, 6338

4465-096 S. Mamede Infesta

Tel. + 351 220 994 785

E-mail: info@accelperiberia.com

accelper
consulting iberia

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

AGENDA

Julho



- ▶ **25** ICVMIP 2019 : 2019 3rd International Conference on Visual Media Innovation and Production
Roma, Itália



- ▶ **26** 6th International Conference on Innovation in Science and Technology
Londres Reino Unido

- ▶ **26** 2nd International Conference on Innovation in Renewable Energy and Power
Londres, Reino Unido

- ▶ **26** 2nd International Conference on Innovation in Computer Science and Artificial Intelligence
Londres, Reino Unido

Setembro 2019

- ▶ **11** 5th Ibero-American Congress of Entrepreneurship, Energy, Environment and Technology
Portalegre, Portugal

Outubro 2019



- ▶ **16** 17th Portugal International Conference on Innovations in Science, Engineering and Technology (PISET-19)
Lisboa, Portugal

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



Israel prepara-se para se tornar o maior player da inteligência artificial

“Aqui ninguém aguarda pelo Governo, fazemos as coisas acontecer de uma forma automática”, afirma o responsável Israelita para a estratégia de inteligência artificial

O Governo israelita está a desenvolver uma estratégia nacional que permita tornar o país líder da Inteligência Artificial (IA), e segundo o investigador envolvido no desenho deste plano, o ponto de partida não poderia ser melhor.

“Já existe muito dinheiro investido na investigação relacionada com a IA por empresas globais.” ■



Isaac Ben, responsável pelo programa de estudos de segurança Israelitas na Universidade de Tel Aviv. Fotografia da Tel Aviv University



PME da OCDE e Perspetivas de Empreendedorismo 2019

Este relatório da OCDE apresenta as últimas tendências no desempenho de pequenas e médias empresas (PME) e fornece uma visão abrangente das condições de negócio e dos quadros políticos para as PME e empreendedores. A edição deste ano fornece evidências comparativas sobre dinamismo empresarial, produtividade, crescimento, diferenças salariais e tendências de exportação por dimensão de empresa nos países da OCDE e nas economias emergentes. Explora as implicações da digitalização e da globalização para as condições de mercado e o acesso das PME a

recursos estratégicos, como finanças, competências, tecnologia, dados e outros ativos de inovação. O relatório apresenta uma análise comparativa dos quadros regulamentares e políticas para aumentar os contributos das PME e dos empresários e fornece uma perspectiva prospetiva sobre as oportunidades e os desafios que as PME e os empresários enfrentam ao fazer negócios e ao intensificar as suas atividades. Também inclui perfis de países, descrevendo os mais recentes desenvolvimentos no desempenho nacional das PME e nas condições de negócios, com perfis de país expandidos e disponíveis on-line. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo



Desempacotando o comércio eletrônico: modelos de negócios, tendências e políticas



A medida que a transformação digital se acelerou, o cenário do comércio eletrônico tornou-se cada vez mais dinâmico. Novos atores surgiram ao mesmo tempo que os atores estabelecidos assumiram novos papéis; algumas barreiras ao e-commerce ao nível da empresa, indivíduo e país foram superadas, enquanto outras barreiras surgiram. Modelos de negócios inovadores transformaram as relações entre comprador e vendedor e empurraram a fronteira do que é possível comprar e vender on-line. Este relatório analisa novos modelos de negócios de e-commerce e emergentes, examina as tendências de comércio eletrônico numa variedade de dimensões e oferece novos insights sobre as políticas necessárias para explorar as oportunidades e mitigar os desafios de liberar o potencial do comércio eletrônico para todos. ■



A Inteligência Artificial ainda dá pequenos passos na área da saúde



Na análise de imagens médicas, a IA ultrapassa os especialistas humanos; no caso da diabetes, consegue acionar

um alarme a avisar a ocorrência de um episódio de glicémia. No entanto, as preocupações com a privacidade atrasam a disponibilização destas ferramentas. ■



Inteligência Artificial na Sociedade

O panorama da inteligência artificial (IA) evoluiu significativamente a partir de 1950, quando Alan Turing colocou em primeiro lugar a questão de saber se as máquinas podem pensar. Hoje, a IA está transformando sociedades e economias. Ela promete gerar ganhos de produtividade, melhorar o bem-estar e ajudar a enfrentar os desafios globais, como as mudanças climáticas, a escassez de recursos e as crises na saúde.

No entanto, como os aplicativos de IA são adotados em todo o mundo, seu uso pode levantar questões e desafios relacionados com os valores humanos, justiça, determinação humana, priva-



cidade, segurança e responsabilidade, entre outros. Este relatório ajuda a construir uma compreensão partilhada da IA no presente e no curto prazo, mapeando o cenário técnico, económico de casos de utilização de políticas da IA e identificando importantes considerações de política pública.

Destina-se também a ajudar a coordenação e coerência com discussões em outros fóruns nacionais e internacionais. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

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.

Autores: Ellen Domb, Kalevi Rantanen | **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

**Compre
Já!**

Inovação

– Competitividade



LUÍS ARCHER | Consultor | luisarcher17@gmail.com

Definida e aceite como uma necessidade e uma prioridade para o desenvolvimento das nações, a inovação deve constituir um dos principais vetores estratégicos de qualquer empresa. Apesar de se tratar de um paradigma que inclui uma série de vertentes que convergem para uma atitude aberta ao conhecimento, é, no entanto, capaz de gerar respostas concretas aos desafios, e de constituir um conceito abrangente aplicável às atitudes, aos processos, aos produtos e aos serviços, à ciência e à tecnologia, à organização e à gestão.

A inovação, sobretudo a inovação tecnológica, permite aos agentes económicos aprenderem, desenvolverem-se, progredirem, conquistar novos mercados ou, melhor, resistir à feroz e impiedosa concorrência, assumindo formas que vão desde a invenção proveniente da investigação e do desenvolvimento à adaptação dos processos de produção, à exploração de novos mercados, à utilização de novas abordagens organizacionais ou à criação de novos conceitos de comercialização.

Igualmente importante, e para que a inovação seja levada avante, é necessário saber superar a resistência ao novo, à mudança estrutural, que se observa com alguma frequência nas empresas e constitui um obstáculo e embuste à mudança, ao desenvolvimento e ao progresso.

A inovação também permite obter outros benefícios, como, por exemplo, melhorar a segurança dos produtos, diminuir a poluição devido à existência de métodos de produção mais amigos do ambiente, melhorar a confiança dos consumidores, apoiar a procura de soluções para os problemas de uma população a envelhecer ou tornar os cuidados de saúde mais eficientes.

Inovar não é um círculo fechado. Bem pelo contrário, não conhece fronteiras nem limites. No entanto, mais do que palavras, o que é necessário, isso sim, é ação. Ação na vertente de saber encorajar os demais a não terem medo de falhar, de proporcionar os meios para que a inovação siga o seu caminho, de encorajamento e incentivo e nunca um estilo de desprezo repúdio e crítica. ■

Se a vida te dá limões, faz limonada!

Novidade

LEMON-Umaviagemparaafelicidade



“Bravo pela obra e pelo legado deixado às novas gerações”

Hélder Preza, Presidente do CA da TAAG Linhas Aéreas de Angola

“Para ti leitor, não duvides, vai-te ajudar no dia-a-dia profissional!”

Francisca Adelantado Aliaga, Diretora Geral, ESEM Business School Madrid

“Definindo-o numa só palavra: Visionário!”

Gisela H. Maia, Fundadora da Medibrain

“Trabalhar com o Sérgio torna-nos melhores profissionais mas fundamentalmente melhores pessoas.”

Nuno Ricardo, Diretor de Formação da ANJE

LEMON – Uma viagem para a felicidade faz uma abordagem fresca e profunda sobre o desenvolvimento pessoal e a felicidade individual, num contexto de mudança tecnológica e global. Através de exemplos, dinâmicas, histórias pessoais e ciência, o leitor é desafiado a refletir se vencer ou fracassar depende mais da sua atitude interna ou de fatores externos.

Enquanto seres humanos nascemos para sermos felizes. O que pode então levar, tantos de nós a seguir mais o software cultural do que o líder interior? Ter sucesso é uma consequência, ser feliz é uma decisão.

As respostas aparecem quando colocamos as perguntas certas: como posso alcançar a felicidade e o equilíbrio? Estará o nosso cérebro preparado para os desafios atuais? Existe algum método que nos permita alcançar uma felicidade sustentável?

Título LEMON - Uma viagem para a felicidade

Autor Sérgio Almeida

Páginas 160

PVP normal € ~~13.90~~

PVP c/ desc. € 12.51

Nas encomendas de valor inferior a 20€ acrescem 3€ para despesas de expedição.

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

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

✉ encomendas@vidaeconomica.pt ☎ 223 399 400