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

www.vidaeconomica.pt

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

NEWSLETTER N. 116 | NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

2 **Podcast**
- Christian Bason on Designing Solutions as a way to Innovate
- Bettina von Stamm about Exploring Innovation with Philosophical Observation

3 **Editorial**

4 **Opinião**
- Um novo compromisso com o futuro

6 **Opinião**
- Matriz Ponderada de Decisão

7 **Estatísticas**
- Que países estão a cumprir as metas do Acordo de Paris?
- A era dos gigantes da tecnologia

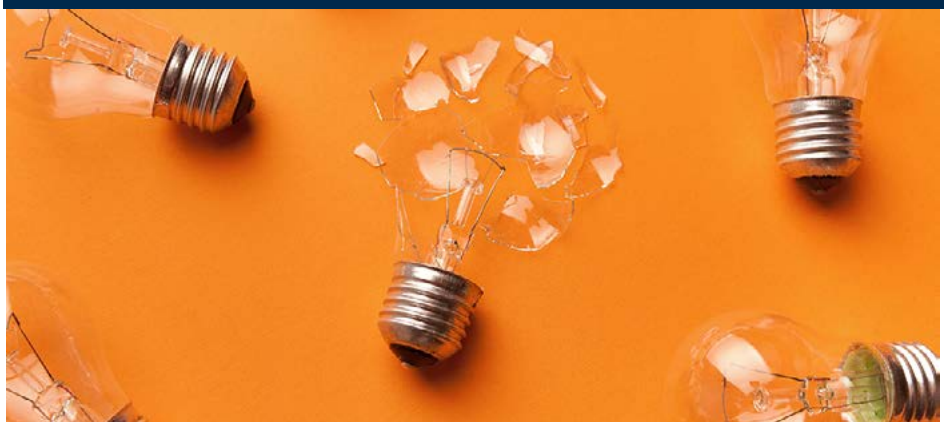
- A enorme pegada de carbono da desflorestação tropical

- Porque é que Berlim atrai talento de toda a parte?
- Meta atinge 3,6 mil milhões de pessoas mensalmente
- A grande tecnologia continua a crescer

14 **Agenda**

Subscreva mais newsletters

A atual crise energética



ALBERTO CASAL
Industrial engineer, Socio Fundador/Founding Partner Inova Labs

O aumento dos preços da eletricidade é agora mais um problema a acrescentar às consequências já graves das crises pandémicas. É insustentável e injustificável que as companhias de eletricidade tirem partido de aumentos injustificados no preço do gás como fonte de produção para esvaziar os reservatórios, deixando os habitantes das cidades vizinhas sem os recursos hídricos de que necessitam para a sua subsistência normal, e assim embolsando os lucros injustificados derivados da cobrança da eletricidade ao preço derivado do recurso mais caro. É uma distopia das regras do mercado. O pagamento de licenças de emissão não é justificação.

Na situação atual, a natureza da energia como bem público, ou bem de mercado, está mais uma vez em jogo, mas os cidadãos não podem esperar que esta questão complexa seja resolvida. O que a UE e os Estados Membros devem fazer agora é apoiar e facilitar o direito dos cidadãos a desenvolverem comunidades energéticas locais.

As energias renováveis, sejam elas eólicas ou solares fotovoltaicos, independentemente do seu maior ou menor grau de eficiência, são já as fontes de energia mais competitivas, e não emitem CO_2 para a atmosfera. Os cidadãos devem dispor de todas as facilidades necessárias da UE, autoridades públicas nacionais e regionais para levar a cabo estes projetos, como forma de materializar a livre autonomia de acesso à energia, e também para contribuir para reduzir significativamente as emissões de efeito de estufa que estão a prejudicar o nosso planeta.

É necessária uma ação política determinada para facilitar às comunidades locais o exercício do seu direito de acesso a um bem que, se não for considerado um Bem público, deve ser considerado um bem de livre acesso para as comunidades locais de cidadãos que o desejem. ■

#electricenergyopenaccessgood
#localenergycommunities

NEWSLETTER N. 116
NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

PODCAST: Christian Bason[1] on Designing Solutions como uma forma de inovar

ENTREVISTA COM CHRISTIAN BASON É FORNECIDA PELOS NOSSOS PARCEIROS NA COLLABWITH/ISPIM

O nosso anfitrião, Jara Pascual, fundador & CEO da Collabwith, tem hoje o verdadeiro prazer de falar com Christian Bason, CEO do Danish Design Center, uma antiga organização pública que está a ajudar as empresas a inovar e a pensar holisticamente com uma mentalidade de design dinamarquesa. "O nosso futuro tecnológico não é fixo, podemos desenhar o nosso futuro e o mundo que queremos ter, e recordar as pessoas e o planeta quando se inova".
Neste episódio do podcast "Business of Collaboration", falaremos sobre o que é design, liderança do design, ADN do design dinamarquês, como inovar com uma mentalidade transformadora, incluindo ser sustentável, belo, socialmente responsável e prático. É pensar como uma totalidade ao desenhar. Tem sido uma conversa muito inspiradora sobre como é possível fazer as coisas de uma forma diferente.

"A colaboração é essencial para a inovação"

"Precisamos de uma abordagem mais progressiva do design"

"O futuro da sociedade é que as empresas inovem e façam o mundo funcionar, mas com respeito ao planeta e às pessoas a um nível diferente"

"Quando se quer fazer tecnologia de uma forma positiva e significativa, é preciso fazê-lo a partir de uma perspetiva do utilizador e da perspetiva do planeta"

"A inovação é uma capacidade de enquadrar os problemas de uma forma diferente, vir com soluções e torná-los reais"

"Collaboration for innovation, because you need to combine different kind of knowledge to create value"

1. CEO of the Danish Design Center

PODCAST: Bettina von Stamm sobre a exploração da inovação com observação filosófica

O NOSSO ANFITRIÃO, JARA PASCUAL, FUNDADOR & CEO DA COLLABWITH, TEM HOJE O VERDADEIRO PRAZER DE FALAR COM BETTINA VON STAMM, FILÓSOFA DA INOVAÇÃO.

Bettina von Stamm é uma filósofa da inovação, autora, conferencista e membro do conselho de assessores do Instituto Global de Inovação. Foi uma das oradoras na conferência do ISPIM "Innovating our Future" nos dias 20-23 de Junho de 2021, como evento virtual. Neste episódio do podcast "Business of Collaboration", falaremos da sua jornada na inovação, desde a gestão do design aos processos de inovação, à liderança, à diversidade, ao lado obscuro da inovação, à holística e à complexidade.

NEWSLETTER N. 116
NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

EDITORIAL

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

A inovação e as cadeias logísticas

Nestes últimos tempos temos assistido às mais diversas afirmações relacionadas com as cadeias de abastecimento, que realçam a escassez de produtos, somos confrontados com imagens de portos marítimos a transbordar de contentores, os custos dos fretes nas mais diversas formas a aumentarem e estas imagens e análises contribuem para criar um clima de desconforto, tanto para fabricantes, revendedores e nos consumidores finais, que teme a falta de produtos.

No entanto, devemos refletir e pensar no problema de uma forma mais global e verificamos que as cadeias logísticas estão a adaptar-se à nova realidade, tal como já o fizeram em 2013, quando o mercado ainda não tinha assimilado a nova realidade do comércio eletrónico, podendo dar o exemplo da Amazon (que mais tarde foi replicado por outras empresas de logística), acrescentando capacidade de expedição sob o seu controlo.

As questões atuais podem também estar relacionadas com níveis de stock extremamente baixos, sem stock de segurança, uma vez que a logística assegurava a sua reposição para níveis de acordo com a procura, só que o momento presente, talvez tenha esquecido, a crescente redução da vida útil dos produtos, o aumento repentino da procura no pós pandemia e a dependência de componentes críticos, que por si só são responsáveis pela paragem de cadeias de montagem.

Se as empresas procuram assegurar a sua crescente presença no mercado, com a introdução de inovações nos seus produtos, do lado das infraestruturas é necessário que sejam criadas condições, para que as cargas possam fluir nos Portos e estradas sem estrangulamentos e que estejam adequadas à crescente procura, só que estas alterações ainda vão levar alguns anos a surtirem o efeito esperado, na melhoria da cadeia logística.

A pandemia alterou hábitos e formas de consumir, as pessoas em casa, tiveram mais tempo para aumentarem formas de consumo e consumirem mais eletrónica para melhorarem o seu ambiente e a sua nova experiência.

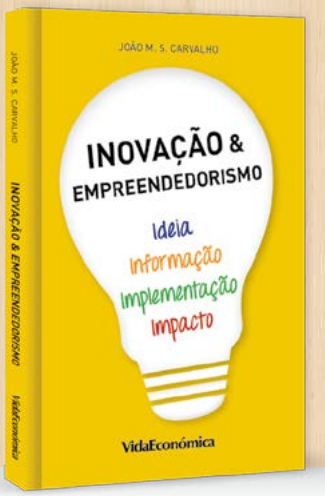
Podemos considerar que uma grande parte dos problemas verificados nas cadeias de abastecimento devem-se a uma capacidade de antecipação das alterações dos perfis de procura.

Esta lição deverá ser integrada cada vez mais nos manuais, pensando que o planeamento da procura está para além de ser um dos processos da cadeia de abastecimento, é integrante do planeamento empresarial e tem um papel estratégico primordial nas empresas.

A inovação tem de ser vista de uma forma mais abrangente e integrante de todos os intervenientes na sua implementação. ■

Boa leitura
Jorge Oliveira Teixeira

PUB



INOVAÇÃO & EMPREENDEDORISMO - 2ª EDIÇÃO

Um Manual com características inovadoras.
Está dividido em função das quatro grandes fases de desenvolvimento de um negócio em qualquer setor de atividade:

MODELO DOS 4i
Ideia
Informação
Implementação
Impacto.

O autor apresenta vários modelos que ajudam os empreendedores e os intraempreendedores nas suas necessidades de inovação, análise de informação, implementação de novos projetos, e na avaliação interna e externa dos impactos organizacionais.

Autor João M. S. Carvalho
Págs. 182 | **PVP** €16

TAMBÉM DISPONÍVEL EM INGLÊS!

Encomende já em http://livraria.vidaeconomica.pt ou encomendas@vidaeconomica.pt

Subscreva aqui outras newsletters

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

NEWSLETTER N. 116
NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

Um Novo Compromisso com o Futuro

FRANCISCO JAIME QUESADO
Economista e Gestor, Especialista em Inovação e Competitividade

Portugal vive tempos complexos com esta crise imprevista e como sempre uma vez mais vai ser fundamental o imperativo estratégico da mudança para agendar uma base sustentada de competitividade para a economia e a sociedade portuguesa. As opções de gestão orçamental e as políticas públicas associadas deverão ser o primeiro sinal na construção dum verdadeiro Novo Compromisso com o Futuro. Um Novo Compromisso com o Futuro deverá assentar na Inovação e Criatividade como fatores centrais de uma nova confiança, de uma ambição global, de uma capacidade de construir soluções para novos problemas. Uma Sociedade da Inteligência. Precisamos dessa atitude como resposta à crise e por isso impõe-se uma cultura de mudança. Temos que acreditar que há um momento depois de futuro e que a sociedade está preparada para os seus desafios na sequência desta crise nunca antes vista.

Este Novo Compromisso com oFuturo vão exigir mudanças profundas. Os conhecidos baixos índices de capital estratégico no nosso país e a ausência de mecanismos centrais de regulação positiva têm dificultado no passado o processo de afirmação dos diferentes protagonistas com capacidade de participarem numa agenda de futuro. Independentemente da riqueza do acto de afirmação individual da criatividade, numa sociedade do conhecimento, importa de forma clara pôr em rede os diferentes atores e dimensioná-los à escala duma participação global imperativa nos nossos tempos. Apesar dos resultados de iniciativas diversas na área da política pública, vocacionadas para posicionar o território no competitivo campeonato da inovação e conhecimento, falta uma estratégia transversal. Esta estratégia vai ser necessária daqui para a frente.

Uma nova atitude

A consolidação do novo papel associado a este Novo Compromisso com o Futuro entre nós passa em grande medida pela efetiva responsabilidade nesse processo dos diferentes atores envolvidos – Estado, universidade e empresas. No caso do Estado, no quadro do processo de reorganização em curso e de construção dum novo paradigma tendo como centro o cidadão-cliente, urge a operacionalização de uma atitude de mobilização ativa e empreendedora da revolução do tecido social. A Reinvenção Estratégica do Estado terá que assentar numa base de confiança e cumplicidade estratégica entre os atores empreendedores que atuam do lado da oferta e os cidadãos que respondem pela procura.

Cabe naturalmente às empresas um papel claramente mobilizador na afirmação deste Compromisso com o Futuro em Portugal. Pelo seu papel central na criação de riqueza e na promoção de um processo permanente de reengenharia de inovação nos sistemas, processos e produtos, será sempre das empresas que deverá emergir o "capital expectável" da distinção operativa e estratégica dos que conseguirão ter resultados com valor alavancado na competitiva cadeia do mercado. Aqui a tónica tem, mais do que nunca, que ser pragmática, como demonstram as sucessivas ações externas realizadas recentemente.

O pensador espanhol Daniel Innerarity tem toda a razão. Numa recente videoconferência promovida pela Fundação Calouste Gulbenkian, destacou que precisamos de um novo espaço público como resposta a esta crise sem precedentes. A sociedade portuguesa encontra-se bloqueada e impõe-se um sentido de urgência na emancipação cívica do país. Por isso, em tempo de crise, este Novo Compromisso com o Futuro terá que ser capaz de responder de forma positiva aos desafios de uma Sociedade Civil ansiosa por respostas concretas aos desafios do futuro. Trata-se duma Nova Ambição, em que a aposta na participação e a valorização das competências, numa lógica colaborativa, têm que ser as chaves da diferença.

O Novo Compromisso com o Futuro deverá ser capaz de apresentar novas soluções de inclusão social. Um país moderno tem que saber integrar de forma positiva os seus cidadãos. A coesão social faz-se pela participação construtiva e tem que haver uma atitude clara de mobilização para esse esforço nacional de convergência de atuação. A educação na escola

tem que forçar a pedagogia e a prática da integração dos desfavorecidos, imigrantes, todos aqueles com défices operativos de participação; têm que ser dinamizadas ações de demonstração do apoio à vontade do contributo de todos. Um programa para a inclusão social na sequência desta crise terá que saber integrar de facto aqueles que vão ficar para trás devido a esta pandemia sem precedentes.

O Novo Compromisso com o Futuro deverá ser capaz de projetar novas ideias de competitividade. Está mais do que consolidada a mensagem da urgência da dimensão tecnológica na matriz de desenvolvimento nacional. Um Programa para a Competitividade associado à recuperação desta crise tem que forçar dinâmicas efetivas de aposta na tecnologia, seja ao nível da conceção de ideias novas de serviços e produtos, seja ao nível da operacionalização de centros modernos rentáveis de produção, seja sobretudo ao nível da construção e participação ativa em redes internacionais de comercialização e transação de produtos e serviços. A situação muito frágil em que a economia portuguesa foi colocada vai exigir medidas de grande impacto.

O Novo Compromisso com o Futuro deverá consolidar novas perspetivas para o território. Portugal tem uma oportunidade única de potenciar um novo paradigma de cidades médias, voltadas para a qualidade, a criatividade, a sustentabilidade ecológica. Verdadeiros centros de modernidade participativa, que façam esquecer a dinâmica asfixiante das "âncoras comerciais" que são os modernos shoppings que dominam o país. Um Programa Territorial para a Modernidade é vital para dar conteúdo estratégico à ocupação das cidades médias e à nova vontade de também saber apostar no interior. Serão estes os espaços para a reconstrução de um novo contexto depois da crise.

Um Novo Contrato

Num tempo complexo, em que importa saber pensar e desenhar os contornos de um novo Contrato Social entre o Estado e a Sociedade Civil, numa lógica de competitividade aberta, as pessoas perguntam-se se cabe de facto ao Estado o papel de intervenção ativa no combate à crise ou se, pelo contrário, não caberá à Sociedade Civil a tarefa de reinvenção de um novo modelo de criação coletiva de valor centrado na participação e criatividade individual. Num mundo de incertezas, em última instância, será que há de facto respostas para as perguntas que cada vez mais preocupam os portugueses? Esta crise vai deixar marcas indeléveis e teremos que saber ter as respostas certas no tempo certo.

A gestão de expectativas é hoje fundamental e quando se começaram a agudizar os sinais de descalabro da economia e de rutura da situação social de muitas famílias criou-se o imperativo da necessidade da intervenção. O Estado assumiu a condução do processo, para evitar a contaminação do sistema e a geração de riscos sistémicos com consequências incontroláveis, mas as dúvidas mantiveram-se em muitos quanto à existência de soluções alternativas mais condizentes com o funcionamento das regras do mercado. Em muitas das situações a que estamos a assistir, o que está em causa é a demonstração de que, de facto, neste mundo globalizado, as elites detentoras da inteligência da gestão do capital perderam por completo o sentido da ética social própria de uma democracia aberta e justa.

Este ano e os próximos vão ser decisivos para a economia e sociedade portuguesas. Está em cima da mesa, no contexto da consolidação do processo de integração europeia, a capacidade de o nosso país conseguir efetivamente apresentar um modelo de recuperação estratégica sustentada para o futuro. Em tempo de crise, os recentes acontecimentos à volta da agudização da crise vieram, uma vez mais, demonstrar que existe no nosso país uma minoria silenciosa que de há anos a esta parte mantém o status quo do sistema paralisado e a pretexto de falsas dinâmicas de renovação social e reconversão económica tenta reencontrar o caminho do futuro com as mesmas soluções do passado impensáveis num contexto de mudança como aquele que vivemos.

As perguntas que as pessoas lançam, a propósito da intervenção do Estado num contexto de crise em tempo de globalização, correspondem sem dúvida a um sentimento coletivo de uma nova geração que cresceu e amadureceu numa sociedade aberta onde a força das ideias é central para o desenvolvimento da responsabilidade individual num quadro coletivo. A nova geração que ganhou dimensão global através da força dos instrumentos da sociedade da informação acredita na felicidade e na justiça humana, mas à custa duma adequada aposta na criatividade individual e no reconhecimento do mérito na criação de valor. Por isso, importa que se construam novas ideias que apresentem uma solução diferente para os próximos tempos do país. A oportunidade existe. Mas importa que haja respostas concretas.

A mensagem de mudança é mais do que nunca atual entre nós. Este Novo Compromisso com o Futuro que se quer legitimar em Portugal terá que ser capaz de ganhar estatuto de verdadeiro operador estratégico da recuperação e do desenvolvimento do país. Isso faz-se com convergência positiva e não por decreto. Importa, por isso, mais do que nunca, estar atento e participar com o sentido da diferença. O "laboratório" que Portugal deve constituir neste Novo Compromisso com o Futuro deve mobilizar a nossa capacidade individual e o nosso sentido de inteligência coletiva perante os desafios que aí vêm.■

NEWSLETTER N. 116
NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

Matriz Ponderada de Decisão

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

A Matriz de Decisão é um método de avaliação e comparação de soluções alternativas.

A metodologia da Matriz de Decisão contempla as seguintes etapas:

1. definição de critérios de avaliação;
2. atribuição de fatores de ponderação a todos os critérios;
3. soma das pontuações;
4. obtenção de um ranking final entre soluções consideradas.

No decorrer do processo de aplicação da metodologia, surge a necessidade de converter valores obtidos durante a avaliação segundo diferentes critérios, num conjunto coerente de classificações. Para conseguir lidar com critérios muito diferentes, tanto pela natureza como pelo modo de expressão, é-lhes atribuída uma classificação correspondente a uma das duas escalas de classificação:

• A escala de 5 valores (de 0 a 4), em que a classificação "0" corresponde a um critério que não é satisfeito e a classificação "4" corresponde a uma solução "excelente". Esta escala é usada quando as informações sobre o critério não são muito detalhadas.

• A escala de 11 valores (de 0 a 10), em que a classificação "0" corresponde à não satisfação do critério e a classificação "10" corresponde a uma solução "ideal". Esta escala é usada quando se dispõe das informações mais completas.

Consideremos agora um exemplo no qual três soluções são estudadas e comparadas entre si:

1) Solução 1;
2) Solução 2;
3) Solução 3.

O primeiro passo é a identificação de critérios em relação aos quais as soluções serão avaliadas. Por exemplo, foram identificados os seguintes seis critérios:

1) Critério 1;
2) Critério 2;
3) Critério 3;
4) Critério 4;
5) Critério 5;
6) Critério 6.

Critério	Fator de Ponderação	Soluções Alternativas					
		Solução 1		Solução 2		Solução 3	
		Classificação Simples	Classificação Ponderada	Classificação Simples	Classificação Ponderada	Classificação Simples	Classificação Ponderada
Critério 1							
Critério 2							
Critério 3							
Critério 4							
...							
Total:			–		–		–
Total Ponderado:	–	–		–		–	

Formato geral de uma matriz de decisão

O passo seguinte é a determinação dos fatores de ponderação para cada critério. A forma sugerida para o conseguir baseia-se na construção de uma árvore hierárquica (Árvore de Objetivos).

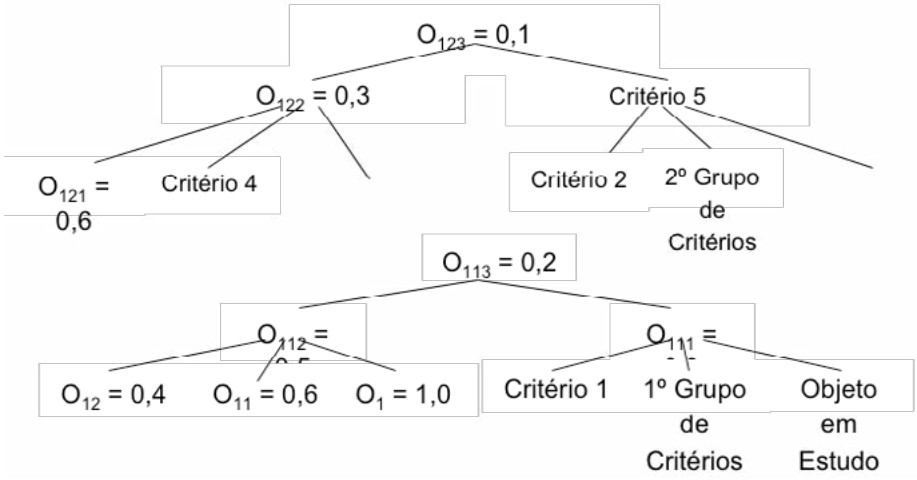
O exemplo apresentado é simples. Pode haver casos com dois ou mais níveis hierárquicos adicionais.

Os pesos dos critérios individuais em cada nível da árvore devem somar 1,0. Para obter o peso de um fator de ponderação de um nível inferior, multiplicam-se os pesos, percorrendo os correspondentes ramos da árvore de baixo para cima. Por exemplo, o fator de ponderação para o critério 1 será:

$$O'_{111} = 0{,}3 \times 0{,}6 \times 1{,}0 = 0{,}18$$

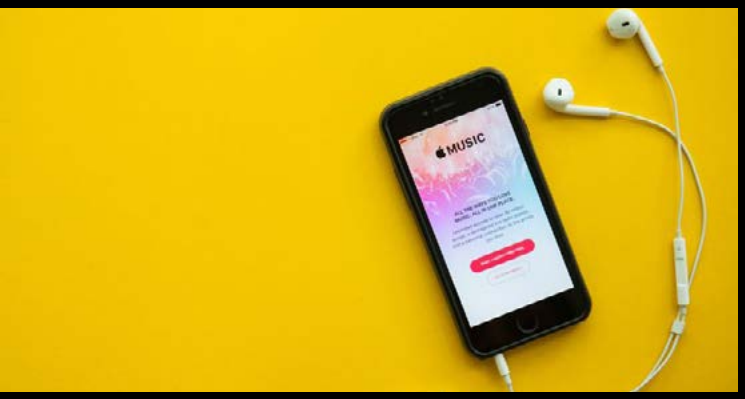
Os resultados finais dependem em grande parte da atribuição dos fatores de ponderação.

A classificação simples para cada critério é atribuída em conformidade com os valores ou níveis de cada solução. A classificação ponderada de cada solução segundo cada critério é obtida pela multiplicação da classificação simples pelo fator de ponderação. A classificação ponderada total para cada solução é a soma das respetivas classificações ponderadas parciais. ■



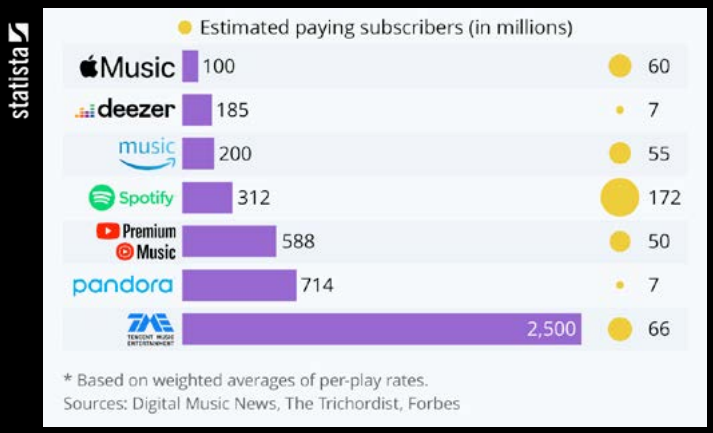
Exemplo de uma Árvore de Objetivos

O desequilíbrio do modelo de *streaming* de música

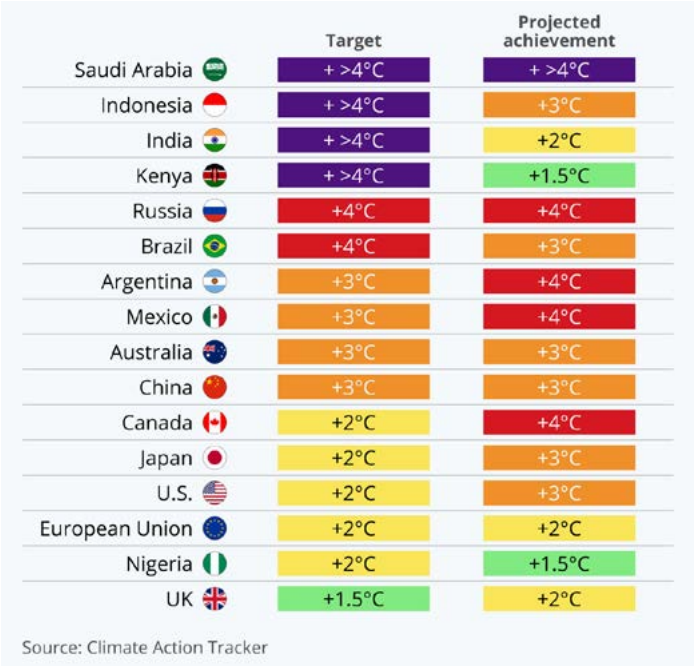


Os fornecedores de *streaming* de música são conhecidos por manterem os detalhes sobre os seus modelos de *royalties*. A única exceção notável nos últimos meses foi a gigante tecnológica Apple, que lançou uma declaração sobre o seu modelo de pagamento em Junho. De acordo com este documento, a sua taxa média por reprodução é de $0,01, o que significa que cada fluxo é contado como um cêntimo para o pagamento à editora que detém os direitos sobre o material. Embora esta seja uma taxa comparativamente baixa no esquema maior das coisas, ainda coloca a Apple Music no topo do *ranking* de pagamentos.

Embora a mecânica e os modelos de pagamento ainda possam requerer melhorias, a transmissão de música tornou-se a fonte de receitas mais importante no segmento de música gravada. Em 2020, 62,1% das receitas vieram dos serviços de *streaming*, com registos físicos e *downloads* a totalizarem 19,5% e 5,8%, respetivamente. ■



Que países estão a cumprir as metas do Acordo de Paris?



	Target	Projected achievement
Saudi Arabia	+ >4°C	+ >4°C
Indonesia	+ >4°C	+3°C
India	+ >4°C	+2°C
Kenya	+ >4°C	+1.5°C
Russia	+4°C	+4°C
Brazil	+4°C	+3°C
Argentina	+3°C	+4°C
Mexico	+3°C	+4°C
Australia	+3°C	+3°C
China	+3°C	+3°C
Canada	+2°C	+4°C
Japan	+2°C	+3°C
U.S.	+2°C	+3°C
European Union	+2°C	+2°C
Nigeria	+2°C	+1.5°C
UK	+1.5°C	+2°C

Source: Climate Action Tracker

Quando se trata de reduções de emissões, alguns países visam alto, mas falham a meta a longo prazo, enquanto outros rejeitam grandes compromissos na cena internacional, mas ainda recebem boas notas pelos seus registos de gases com efeito de estufa. Infelizmente, a história para a maioria das nações é um caso de "demasiado pouco, demasiado tarde". Objetivos suficientes, como os associados à limitação do aquecimento global a um máximo de 2° Celsius, são frequentemente falhados e mesmo os objetivos insuficientes de limitá-lo a 3° Celsius não são frequentemente atingidos.

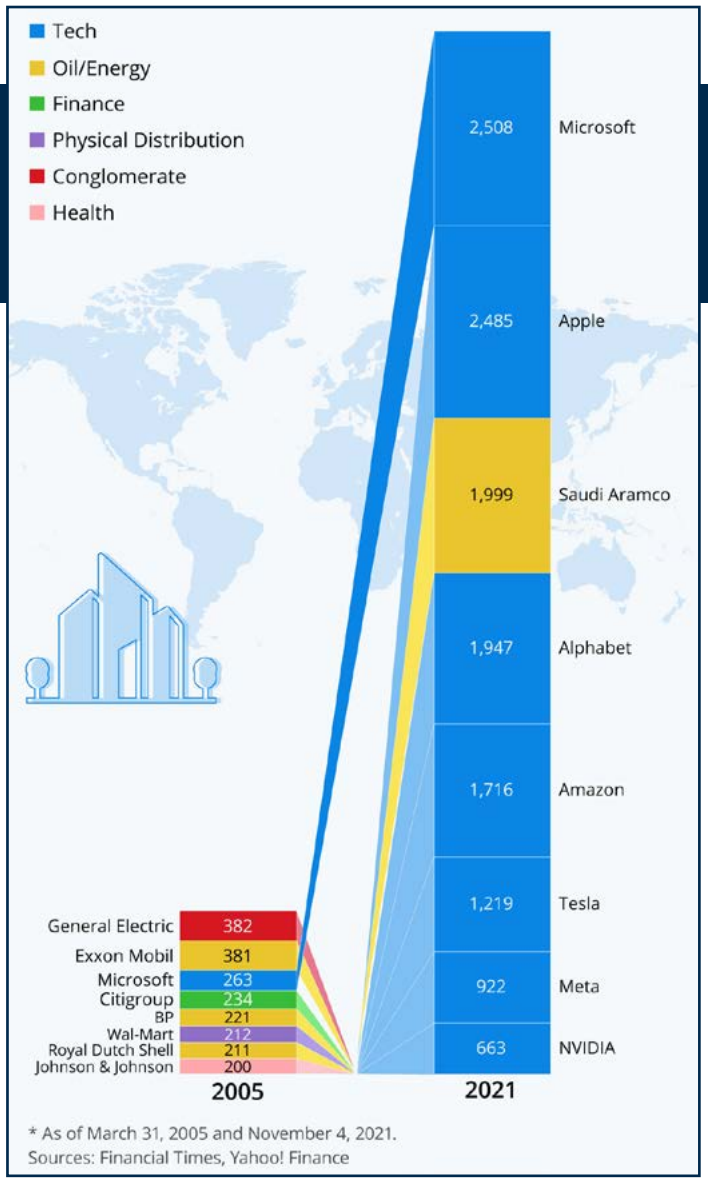
Os cientistas acreditam que um aquecimento global de 2° Celsius no total já aumentaria o nível do mar em 56 centímetros, aumentaria os dias de calor em 25% e ameaçaria períodos de seca de quatro meses. Acredita-se que um aquecimento de 3° Celsius levaria a perturbações maciças dos ecossistemas, da produção alimentar e dos padrões climáticos, enquanto um de 4° Celsius poderia limitar seriamente as zonas habitáveis do planeta. ■

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

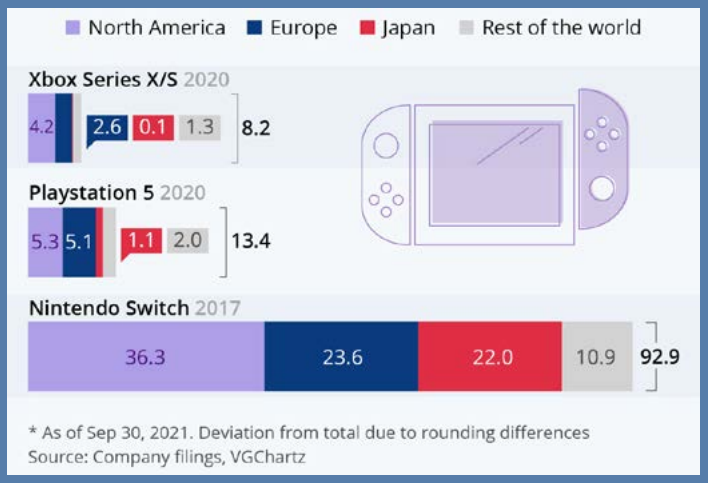
A era dos gigantes da tecnologia

Há dezasseis anos atrás, a vida quotidiana era muito diferente: os smartphones como os conhecemos hoje ainda não tinham sido inventados, o Facebook tinha acabado de ser fundado, e a ExxonMobil valia dez vezes mais do que a Apple. Mais de uma década mais tarde, a ascensão dos gigantes digitais da América mudou radicalmente este panorama.
Como ilustração do crescimento inabalável do GAFAM (ou será agora AMAMA?), a Apple ultrapassou pela primeira vez no ano passado o limiar de capitalização de mercado de 2 biliões de dólares - um marco histórico que apenas o gigante petrolífero Saudi Aramco tinha atravessado antes. Desde então, porém, a Microsoft juntou-se à Apple nos dois biliões de dólares, ultrapassando mesmo o seu rival na altura em que foi escrito. ■



As guerras de consolas da geração atual

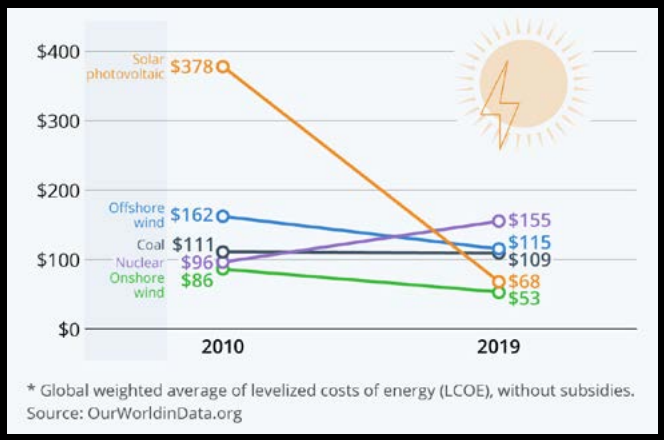
Com a atual série Mario Kart a tornar-se a entrada mais vendida da sua história e a Nintendo a acumular um lucro líquido de $1,5 mil milhões, todos estão à procura da empresa japonesa de videojogos. Isto é complementado pelo facto da sua consola atual, a Nintendo Switch, ser de longe a consola de videojogos mais vendida desta geração, com 93 milhões de unidades desde o seu lançamento em 2017. Como o nosso gráfico indica, os seus concorrentes têm muito a recuperar. ■



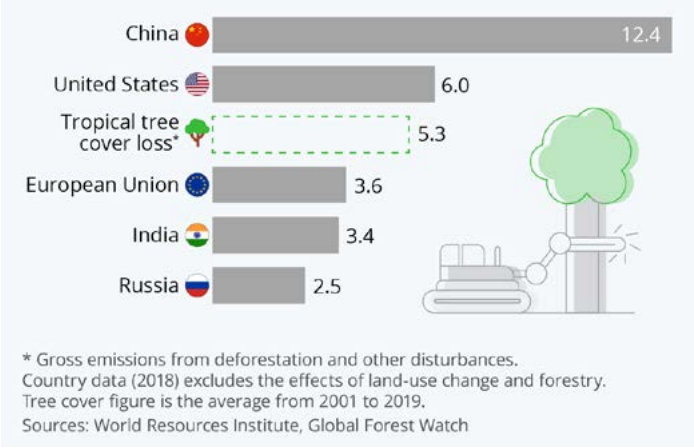
A queda do custo da energia renovável

O mundo está ainda muito longe de produzir toda a sua eletricidade necessária através de fontes renováveis, mas os números cobertos pelo Our World in Data revelam que, pelo menos no que diz respeito aos custos, as coisas estão certamente a avançar na direção certa.

Em 2010, uma megawatt-hora de eletricidade obtida a partir de energia solar fotovoltaica custou uma média global de 378 dólares para gerar. Isto sem o efeito de quaisquer subsídios que possam ter sido aplicáveis em algumas áreas. Em 2019, esse custo tinha baixado para apenas $68 – mais barato do que o nuclear e o carvão e apenas um pouco atrás da opção economicamente mais eficiente analisada neste gráfico – onshore wind. A energia eólica, tanto onshore como offshore, também registou diminuições de custos desde 2010, enquanto os métodos mais estabelecidos do nuclear e do carvão ou aumentaram de preço ou registaram apenas uma ligeira queda. ■



A enorme pegada de carbono da desflorestação tropical



Na COP26 que decorreu em Glasgow, mais de 100 líderes mundiais comprometeram-se a pôr fim à desflorestação até 2030. Os países combinam-se para representar cerca de 85% das florestas mundiais e incluem a China, Brasil, Rússia, Estados Unidos, Indonésia e a República Democrática do Congo. Embora a forma como este compromisso será aplicado continue a não ser clara, esta infografia realça o enorme significado do desenvolvimento na luta contra as alterações climáticas.

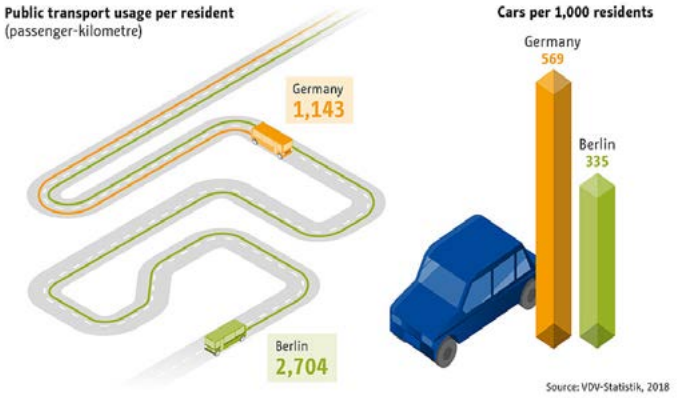
Se a desflorestação tropical fosse um país, este teria a terceira maior pegada de carbono do mundo. De acordo com dados e imagens da Global Forest Watch, analisados em pesquisas recentes publicadas pela *Nature*, a perda de cobertura arbórea tropical levou a uma média anual estimada de emissões de CO_2 equivalente de 5,3 gigatoneladas entre 2001 e 2019 – segundo apenas a China e os Estados Unidos quando se excluem os efeitos da alteração do uso do solo e da silvicultura. ■

Partilhar é cuidar - uma nova mobilidade urbana

Não importa que horas sejam, há sempre uma forma de contornar Berlim. O sistema de transportes públicos é um dos melhores do mundo e permite deslocações na cidade a qualquer hora do dia. Isto facilita aos *freelancers* que saltam da empresa para o espaço de *coworking*, aos empregados que se deslocam para as *startups* (mas por vezes fora do caminho), e aos fundadores que procuram recrutar de todos os cantos da cidade.
O processo de passar de A para B está a mudar profundamente e a palavra de ordem para esta onda multifacetada do futuro é mobilidade. Quando se trata de mobilidade, Berlim já está numa via sustentável e a trabalhar para o ser ainda mais nos próximos anos.

Transporte público vs. automóvel

Berlim é pioneira da mobilidade urbana, com transportes públicos extensivos e baixa dependência do transporte privado motorizado. A capital tem, de longe, o menor número de carros por habitante na Alemanha. Ao mesmo tempo, os residentes de Berlim percorrem anualmente as maiores distâncias em autocarro e comboio: os comboios de metro percorrem um total combinado de mais de 2,5 mil milhões de quilómetros por ano. ■

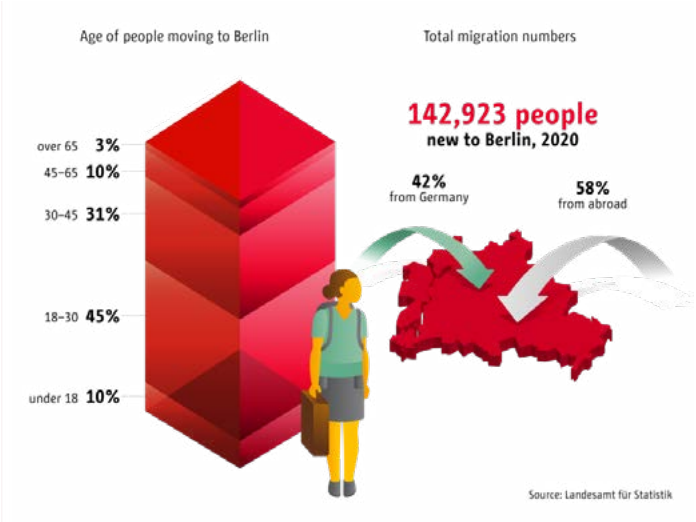


Porque é que Berlim atrai talento de toda a parte?

Se procura trabalhar na capital alemã, encontrará muitas oportunidades para especialistas e jovens profissionais trabalharem em tecnologia, serviços, indústrias criativas e muitas outras áreas. As *startups*, empresas de média dimensão e, claro, alguns grandes *players* estão sempre à procura de talento! A disponibilidade superior de especialistas e gestores formados em comparação com outras cidades alemãs é também um dos fatores mais importantes para as empresas que optam por se estabelecer em Berlim.
Com uma área urbana de cerca de 892 km² e 3,7 milhões de habitantes, a capital oferece espaço para cada estilo de vida, idade e tipo de família. As ofertas únicas de lazer, culturais e educacionais da cidade oferecem aos residentes muitas oportunidades de desenvolvimento pessoal e de vida individual. Pessoas de mais de 170 nações moldam a atmosfera animada deste destino global.

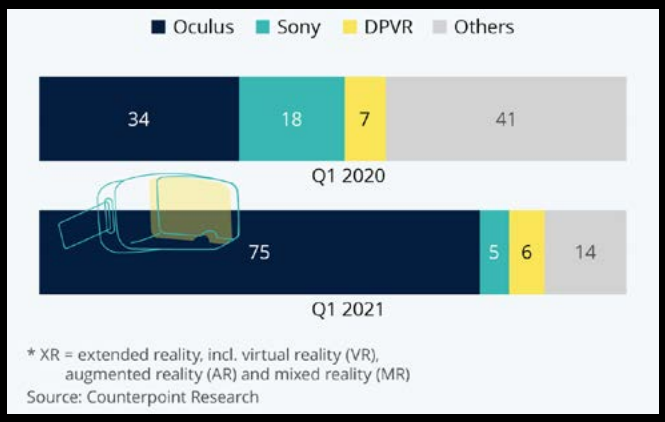
Um centro para jovens criativos internacionais

Berlim atrai muitas pessoas de todo o mundo. Mais de 60.000 jovens entre os 18 e 30 anos de idade mudam-se todos os anos para a capital alemã, sendo a idade média da cidade de apenas 42,7 anos. Dos novos residentes, quase 60% provêm do estrangeiro. ■

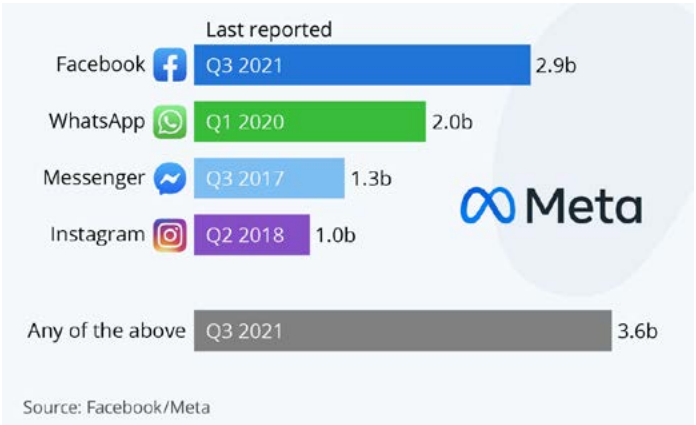


Oculus da Meta lidera remessas de *headset* de realidade virtual ?

É o produto de realidade virtual que supostamente irá transformar o Facebook no Meta(verso). Meta Inc., então chamada Facebook Inc., começou o seu empreendimento em realidade virtual em 2014 quando comprou o fabricante de auscultadores VR Oculus. Com o lançamento do seu mais recente *headset*, o Oculus Quest 2, a empresa conseguiu captar uma quota crescente do mercado nascente anteriormente dominado pela Sony e os seus *headsets* PlayStation VR. De acordo com a *Counterpoint Research*, os novos óculos de proteção ajudaram a empresa a ganhar uma quota de 75% dos envios de fones de ouvido XR no primeiro trimestre de 2021, contra apenas 34% no primeiro trimestre de 2020. Em 2018 e 2019, a quota de mercado da Sony em cerca de 40% tinha ainda excedido a da Oculus na altura. ■



Meta atinge 3,6 biliões de pessoas mensalmente



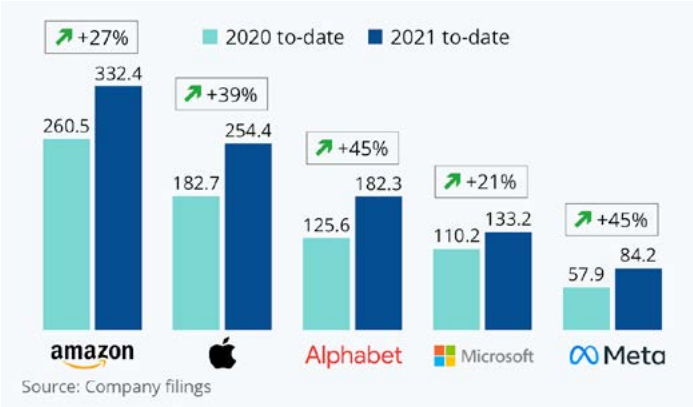
Na sua Conferência anual Connect, Facebook Inc. anunciou a alteração do seu nome para Meta Inc. A empresa-mãe do Facebook, Instagram e WhatsApp foi renomeada em correspondência com a última situação do império Zuckerberg para criar o metaverso, um mundo de realidade virtual visionado que, segundo a empresa, "se sentirá como um híbrido das atuais experiências sociais online, por vezes expandidas em três dimensões ou projetadas para o mundo físico". A empresa tem vindo a aumentar a sua presença na realidade virtual após a aquisição do fabricante de auscultadores Oculus, em 2014. O recente lançamento do bem-sucedido headset Oculus Quest 2 traduziu-se numa quota de três quartos do mercado de headset XR no quarto trimestre de 2020 e no primeiro trimestre de 2021, de acordo com a Counterpoint Research.

A empresa começou a reportar a métrica dos produtos da família em 2019 e não partilhou publicamente novos dados de utilizador para Messenger ou Instagram desde 2017 e 2018, respetivamente. O último lançamento oficial do WhatsApp aconteceu no primeiro trimestre de 2020, quando a plataforma atingiu dois mil milhões de utilizadores. Com base nos dados publicitários Instagram divulgados em Julho, o número de utilizadores mensais ativos do Instagram poderia estar mais próximo dos 1,4 mil milhões neste momento. ■

A grande tecnologia continua a crescer

O facebook chama-se agora meta. A empresa por detrás de serviços de comunicação social como o instagram, whatsapp e facebook rebatizou-se para anunciar um mundo onde o encontro no mundo real pode ser substituído ou pelo menos complementado por soluções de realidade alargada como a RV e RA. Isto é muito provavelmente parte de uma estratégia para mudar a consciência das recentes revelações da denunciante Frances Haugen e das investigações anti-trust em curso para um futuro aparentemente mais brilhante. No que diz respeito à geração de receitas, esta visão do futuro pode vir mais cedo do que previsto para a meta.

A única empresa que não conseguiu melhorar a sua percentagem de crescimento foi a Amazon. Claro que isto não quebrou de forma alguma o banco de Jeff Bezos, mas a diminuição do crescimento de 35 para 27% pode ser vista como sintomática de interrupções da cadeia de abastecimento e de os serviços de mercado da Amazon se terem tornado menos importantes devido à flexibilização das restrições relacionadas com a pandemia da covid-19 nos principais mercados. ■



PUB

Gestão de Pessoas a Preto e Branco

- **Os desafios geracionais são verdadeiros e ou serão apenas uma categorização estereotipado?**
- **O que a Gestão de Pessoas pode aprender com o Marketing?**
- **As neurociências serão a nova gestão de pessoas?**
- **A (in)felicidade nas organizações: quem quer realidade quando pode ter magia?**
- **Big Data, Better Data, or No Data?**

Baseado na simplicidade do preto e do branco, caberá ao leitor reflectir e formar a sua própria opinião sobre cada um dos temas.

Coordenadores Pedro Ferreira e Cândida Santos
Págs. 160
PVP €13.90

Compre já em http://livraria.vidaeconomica.pt
encomendas@vidaeconomica.pt 223 399 400

LIGAMOS A INOVAÇÃO À GESTÃO DA SUA EMPRESA

Inovação

Transformação Digital i 4.0

Clean Energy - Economia Circular

Projetos de Investimento – Incentivos

accelper
consulting iberia

Avenida da Boavista, 1588 – 2º sala 297
4100-115 PORTO
www.accelperiberia.com
info@accelperiberia.com

NEWSLETTER N. 116
NOVEMBRO/DEZEMBRO | 2021

www.vidaeconomica.pt
VidaEconómica

INOVAÇÃO
& empreendedorismo

AGENDA

Dezembro 2021

1 **6th International Conference and Workshops on Recent Advances and Innovations in Engineering**
online

1 **iSCSi - International Conference on Industry Sciences and Computer Sciences Innovation**
Gaia/Porto, Portugal online e presencial

2 **INSPIRE Conference on Innovation and Investment in Luxury Hospitality**
Santa Monica, EUA online e presencial

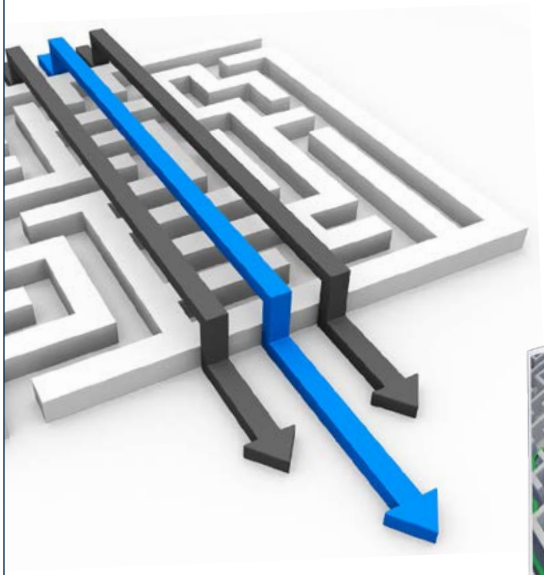
3 **World Conference on Innovation in Technology and Engineering Sciences (ITESCONF)**
Atenas, Grécia, online e presencial

9 **3rd International Conference on Recent Innovations in Business, Management & Entrepreneurship**
Roma, Itália online e presencial

13 **3rd International Conference on Innovation Dynamics of Management Economics Business and Social Sciences**
Male, Maldivas online e presencial

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

TRIZ SIMPLIFICADO



NUEVAS APLICACIONES DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PARA INGENIERÍA Y FABRICACIÓN

ISBN 978-84-8408-576-8

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, 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!

SITE VEBS

VENHA APRENDER CONNOSCO

CURSOS DE FISCALIDADE, CONTABILIDADE E DIREITO

VidaEconómica
Business School

Venha aprender connosco
https://vebs.pt/

Vida Económica - R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO | Tel. 223 399 400 | E-mail: encomendas@vidaeconomica.pt