

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

www.vidaeconomica.pt

NEWSLETTER N. 99 | DEZEMBRO | 2018

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

DESTAQUE

“Nenhum homem é uma ilha...” - questões de rede!



JOHN BESSANT
Responsável pelo
ISPIM's Teaching &
Coaching Special
Interest Group

No seu trabalho como reitor da catedral de St Pauls no século XVII, em Londres, John Donne estaria bem ciente do mundo da inovação – transformando ideias em valor ao virar da esquina, teria sido capaz de entrar numa ou outra das muitas cafeterias que surgiam na capital – talvez Jonathan em Change Alley ou Edward Lloyds na Tower Street. Lá, John encontrava empresários a partilharem ideias, criando novos modelos de negócio, lançando novos projetos – um centro de conversas barulhentas, um chei-

ro de café no ar, fumo a entrar nos olhos. Lotado, barulhento, acima de tudo interativo – essa não era uma biblioteca silenciosa onde estudiosos solitários se debruçavam sobre os seus livros e faziam anotações cuidadosas. Era um lugar onde as conexões importavam, colisões inesperadas, relacionamentos em desenvolvimento – o que nós reconhecíamos hoje como um modelo de rede. Portanto, não é surpreendente que um dos seus poemas mais famosos comece com o poderoso lembrete de que: *“Nenhum homem é uma ilha, inteira de si mesma. Todo homem é um pedaço do continente, uma parte do principal ...”* Os seres humanos são criaturas sociais e a sua história criativa está mergulhada na tradição de

rede. Inovação não é um ato isolado, é um jogo multiplayer. Avancemos rapidamente para o contexto da atualidade e recebemos essa mensagem – a história da “inovação aberta” tem vindo a desenrolar-se nos últimos vinte anos, à medida que as organizações aprendem a reorientar os seus modelos de inovação ao longo destas linhas. Num mundo repleto de conhecimento, até mesmo a maior organização tem de reconhecer que, nas palavras imortais de Bill Joy, “nem todos os especialistas trabalham para nós”. Assim, o jogo mudou para onde o conhecimento flui e a dinâmica do conhecimento domina o nosso pensamento. É claro que, se todos os especialistas não trabalharem para nós, precisaremos das “skills” e dos processos para garantir que o

INDICE

- Opinião p. 4**
 - A aposta na Economia da Sustentabilidade
- Editorial p. 4**
- Opinião p. 5**
 - Fundamentos de Axiomatic Design
- Redes Sociais pp. 7-9**
 - Máquinas inteligentes na cidade inteligente
 - A China domina o financiamento global de startups de IA
 - Uma queda assustadora para os investidores da FAANG
 - Bragging e Boasting nas redes sociais
 - Microsoft alcança o seu velho rival – a Apple
 - A disparidade global nas pegadas de carbono
 - As músicas natalícias e quem as ouve
 - Países com mais membros do LinkedIn
 - O uso redes sociais pelos adolescentes está em drástica ascensão
 - O Facebook e Twitter são notícias antigas para os jovens
- Notícias p. 11**
 - “Brexit”: 4 etapas para a ciência e tecnologia
 - Porque o Horizon Europe não vai corrigir as lacunas de inovação da UE: o caso da Romênia
 - Tornar as ideias úteis para a sociedade: cooperação universitária na transferência de conhecimento
- Financiar a Inovação p. 12**
 - Inovação

Subscriba mais
newsletters

DESTAQUE

que sabem de alguma forma conseguir entrar na nossa organização. Precisamos “da capacidade... reconhecer o valor de novas informações externas, assimilá-las e aplicá-las para fins comerciais”. Felizmente, temos um rótulo desse conjunto de capacidades, devido a dois investigadores, Wesley Cohen e Daniel Levinthal, que, num artigo muito influente, em 1990, designaram de “capacidade de absorção” e a sua análise sugeriu que esta capacidade não é uma questão simples de ir às compras para o conhecimento. É imperativo saber coisas antes de poder entender novas coisas - e isso significa que é necessário construir a sua própria capacidade de criar e usar conhecimento. Na sua pesquisa encontrou uma clara correlação entre o nível de I&D que uma empresa já desenvolveu e a sua “capacidade de absorção” - a sua capacidade de encontrar e usar novos conhecimentos.

A CA⁽¹⁾ dá-nos um rótulo para os recursos de que precisamos - mas o que realmente fazemos relativamente a isso? Uma contribuição valiosa para responder a essa pergunta, “o que eu faço na segunda-feira de manhã?”, surgiu de outros investigadores, Shaker Zahra e Gerry George, que sugeriram que a CA não era uma coisa simples, mas sim um conjunto de comportamentos ligados. Embora possa existir um grande potencial de novos conhecimentos, percebeu que isso dependeria da realização de quatro aspetos - aquisição, assimilação, transformação e exploração.

Os dois primeiros prendem-se com o potencial - encontrar e obter novos conhecimentos para a organização - e os dois segundos prendem-se com a perceção desse potencial, utilizando o novo conhecimento para criar valor. O seu trabalho desencadeou uma onda de pesquisas em torno do tópico CA e como isso aconteceu em diferentes circunstâncias. A

principal lição que deveremos retirar desta investigação reside na necessidade de vermos a inovação como um processo social. Em lugar de simplesmente ser algo mecânico, um tipo de atividade de processamento de dados realizada por uma máquina com quatro programas-chave, o processo real de encontrar e usar novos conhecimentos é sobre seres humanos de sangue quente que operam de maneiras específicas. Os processos sociais



são importantes - o conhecimento não flui simplesmente de A para B, mas é mais um processo “esparguete”, tecendo diferentes vertentes. Flui através das pessoas e através das redes - e esse modelo tem algumas implicações importantes sobre como abordar a gestão da CA.

Por exemplo, a aquisição depende de saber ou reconhecer o que se está a procurar. E isso funciona bem para a inovação incremental - essencialmente, concentrar-se em conseguir o melhor negócio e em trazer algo que já conhece. Mas não é tão fácil, quando se vive nesse mundo ambíguo, explorar no escuro e sem ser totalmente claro o que se procura. Este “front end” difuso de inova-

ção é um espaço difícil e explorá-lo requer abordagens e “skills” muito diferentes.

Uma abordagem é fazer uso dos investigadores, enviando exploradores para identificar e trazer de volta o conhecimento, o que pode ser útil para a organização. É fácil o suficiente quando se está a assistir a players cujas “skills” já são visíveis, mas o “front-end” confuso significa que pode encontrar talentos quando não se sabe o jogo que podem

cafeaterias do século XVII - para tentar estar no lugar certo num momento interessante, aguardando pelas conexões. (Os cafés, por sinal, ainda estão por aí e são peças muito importantes na inovação - o Jonathan tornou-se na Bolsa de Valores de Londres, enquanto o Lloyds se tornou um dos mais importantes players a nível mundial).

Eles fornecem as arenas nas quais um novo jogo está a ser jogado, onde a velha lógica de construir fortes alianças estratégicas e de colaborações é substituída por um conjunto que poderia ser designado por “dalliances”. Tais encontros de curto prazo podem ou não levar a algum lugar interessante - mas nunca se saberá exceto se o acompanhar.

Ou pegue num dos problemas com a assimilação - como o conhecimento recebido é acolhido pelos membros da organização. Mais uma vez, quando estamos a lidar com inovação incremental, existe um grande valor na “arquitetura” do conhecimento que já possuímos - as pessoas entendem as conexões entre o que sabem e os novos elementos do conhecimento e podem trabalhar com as mesmas. Como por exemplo ser um construtor experiente de navios com uma longa história de construção de navios à vela, que é capaz de trabalhar com novos materiais e adaptar o seu design a novas ideias mais interessantes, desde que continue a ser um veleiro.

Mas mude a arquitetura - por exemplo, introduzindo a ideia radicalmente diferente de um navio a vapor construído com ferro - e o risco é que a sua arquitetura de conhecimento se torne uma prisão. Não pode pensar para além das grades, não pode expor a novas ideias.

Como os investigadores Rebecca Henderson e Kim Clark mostraram, o mindset organizacional constitui parte integrante da síndrome “not invented here”,

estar a jogar no futuro! Pense na maneira como a indústria automóvel mudou nos últimos dez anos. Passou de um espaço previsível em que os principais players tinham estratégias claras de inovação para um modelo em que toda a mobilidade está em mudança. Ninguém sabe qual será o resultado e todos tentam explorar um “front-end” confuso. Em termos de dinâmica de inovação, passámos para uma “fase fluida”, onde tudo e qualquer coisa se tornam possíveis.

Não é por acaso que os principais atores se concentram em construir uma pegada em Silicon Valley. Mas estão a fazer isso principalmente para ficar perto do equivalente das nossas

que funciona como um travão na aquisição e assimilação de conhecimento produzido no exterior da organização.

O que a organização precisa nessas condições é da diversidade e capacidade de tolerar tais desafios nos seus objetivos. O problema é que isso cria um conflito – um mundo “nós e eles”, no qual os recém-chegados podem achar seriamente limitada a sua capacidade de influenciar o resto da organização. É por isso que as startups geralmente são bem-sucedidas – são livres para criar novas arquiteturas sem esse conflito. E porque a estratégia preferida de muitas grandes empresas é tentar comprá-las e absorver os seus conhecimentos. A questão é que o problema de assimilação de novas arquiteturas de conhecimento não desaparece magicamente!

Nem tudo são más notícias – muito do trabalho da CA destaca formas de melhorar a nossa capacidade de encontrar, assimilar e implantar novos conhecimentos. Em particular, existem muitos “mecanismos de integração social” que podem trabalhar com essa ideia de conhecimento como um processo social. Por exemplo, um elemento chave nas nossas teorias sobre os fluxos de conhecimento é a “chave de fronteira” – o “guardião”, o “intermediário”, a pessoa ou grupo que pode fazer a ponte entre os diferentes mundos do conhecimento e possibilitar novas conexões. Andrew Hargadon escreve muito sobre isso, apontando que essa abrangência de limites não é uma ideia nova – inovadores de sucesso como Thomas Edison foram os primeiros e bem-sucedidos defensores do modelo. E os estudos pioneiros de Tom Allen sobre o programa espacial dos EUA na década de 1970 mostraram novamente o papel fundamental desempenhado por tais indivíduos (proporcionou-nos o termo “gatekeeper tecnológico”) por processos sociais informais, como formas de unir o conhecimento novo e existente. Não é um grande salto para trás no

tempo para as nossas cafeterias de Londres e as interações barulhentas que lá ocorriam.

Com a tecnologia atual, surge um novo conjunto de ferramentas potenciais para facilitar e aprimorar a CA. As plataformas de colaboração utilizam cada vez mais ferramentas de redes sociais, permitindo-nos construir comunidades. Podemos compartilhar ideias e comentários entre organizações e abrir a possibilidade de interação virtual no es-

redes. Os fortes vínculos ajudam-nos a construir confiança e a compartilhar conhecimento de forma eficiente – muito útil quando a tarefa envolve inovação incremental “fazer o que fazemos melhor”. Mas talvez precisemos de procurar planos paralelos, trabalhando com laços fracos e estratégias de “front end” confusas para lidar com inovações mais radicais.

A coordenação analisa essencialmente como construímos pontes

reunir diferentes participantes e os seus conjuntos de conhecimento.

Qualquer um pode ter sorte uma vez, mas inovar significa repetir o truque. E para isso construímos estruturas e sistemas – essencialmente veículos que nos ajudam com os comportamentos que precisamos de repetir para inovar. As “rotinas” desse tipo estabelecem padrões de ação organizacional – são “a forma como fazemos as coisas por aqui” e podem ajudar



tilo coffee-shop, mesmo quando os participantes estão muito distantes fisicamente ou trabalham em diferentes áreas funcionais, podendo iniciar uma conversa com grupo muito mais amplo e diversificado de pessoas fora da organização – o crowdsourcing não apenas aumentou o volume de ideias, mas também aumentou o aumento de perspectivas muito diferentes.

O pensamento atual sobre a CA sugere três conjuntos de mecanismos que nos podem ajudar – socialização, coordenação e construção de sistemas. A socialização pega essencialmente em muitos dos temas anteriormente mencionados – como as pessoas formam e trabalham dentro de

entre os limites do conhecimento – e existe uma longa tradição de mecanismos estruturais e operacionais para concretizar este objetivo. Em 1967, Paul Lawrence e Jay Lorsch conduziram pesquisas valiosas mostrando que o desempenho da inovação estava fortemente correlacionado com os mecanismos de integração que as organizações criaram para lidar com esse tipo de desafio – e os seus resultados foram consistentemente replicados. Quer se trate de equipas multifuncionais, interdepartamental, de organizações matriciais ou simplesmente na realização de sessões de desenvolvimento metodológico com todos os envolvidos, os projetos de inovação beneficiam ao

a fornecer um foco para a CA. Mas, como vimos, embora possamos ter rotinas poderosas para a CA apoiar a inovação incremental, talvez também precisemos de experimentar novas rotinas para possibilitar mudanças mais radicais em que a ‘distância cognitiva’ – a lacuna entre o nosso mundo do conhecimento e o novo – é larga.

Então, talvez a grande tarefa enfrentada pelos atuais gestores de inovação seja a de construção – dado que “nenhum homem é uma ilha”, como podemos construir melhor estruturas de apoio para nos permitir ser uma “parte do principal” mais eficaz?

O artigo é publicado com autorização do ISPIM.

OPINIÃO

Importa fazer recentrar a Competitividade em Novos Contextos Abertos

A aposta na Economia da Sustentabilidade

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



Nunca como agora as questões da sustentabilidade e da valorização duma nova economia verde estiveram em cima da mesa e estão de forma central na Agenda Europeia do Horizonte 2020 e de outros Programas Estratégicos Internacionais. A promoção duma Economia Verde passa por muitas dimensões da cadeia de valor económica e social, desde a racionalização de processos industriais a ações de forte promoção e comunicação junto de públicos alvo centrais. Outra importante dimensão da Economia da Sustentabilidade prende-se com a valorização dos recursos naturais. Abordamos, neste contexto, os exemplos da Floresta e do Mar e das dinâmicas a que estão associados.

As indústrias de base florestal (traduzidas pelas indústrias de cortiça, pasta e papel e madeira e mobiliário) atravessam um processo de profunda renovação, diretamente apoiado no aumento da cooperação entre empresas, organizações, universidades e entidades públicas, com vista ao aumento do respetivo volume de negócios, das exportações e do emprego qualificado. Mais globalmente, e tendo por base os princípios da Cadeia de Valor de Michael Porter, definiu-se de forma clara um objetivo de tornar os produtos e serviços associados à fileira florestal globalmente mais competitivos e com uma forte de inovação aberta em constante processos de consolidação ativa. A reinvenção da Fileira Florestal é um processo ativo que assenta muito na capacidade de criar valor a partir de novos projetos estratégicos. De destacar, neste contexto, a sequenciação dos genomas do sobreiro e do pinheiro, a melhoria do material genético

para a renovação da floresta portuguesa e redução dos factores de risco biótico e abiótico (tratamento e seleção de sementes), a criação de um “Carbon Footprint Label” (um rótulo com a pegada do carbono) para os produtos de base florestal, a criação de um Observatório dos Recursos Florestais destinado a fornecer à indústria e aos principais stakeholders (influenciadores / beneficiários) da fileira florestal informação sobre o balanço das disponibilidades dos recursos florestais.

O sucesso da Reinvenção da Fileira Florestal é fundamental para o futuro do País. É um objetivo que não se concretiza meramente por decreto. É fundamental que os diferentes atores agarrem de forma convicta este desígnio e faça da criação desta Nova Fileira Florestal uma das verdadeiras apostas estratégicas coletivas para os próximos anos. O que está verdadeiramente em causa em tudo isto é a assunção por parte da economia nacional dum verdadeiro desígnio estratégico de alterar o modelo mais recente de evolução de desenvolvimento e de se concentrar na consolidação de Valor, Inovação e Competitividade.

Portugal é hoje um país da linha da frente na promoção do Mar como um factor de estratégia competitiva. A aposta que nos últimos anos se tem consolidado de reforço de uma “economia do mar” constitui a melhor evidência do impacto que a “partilha permanente do conhecimento” tem que ter na construção duma plataforma social mais competitiva, mas seguramente mais coesa do ponto de vista social e humano. Apostar no Mar é, desta forma, um ato de primazia à inovação e conhecimento mas sem esquecer a capacidade inclusiva que a natureza tem que saber propiciar a uma sociedade cada vez mais complexa.

A afirmação duma vantagem

competitiva do Mar constitui um claro desafio a um compromisso mais do que necessário entre competitividade e coesão social, voltado para os desafios estratégicos que se colocam ao país. Importa, no quadro da evolução global de Habermas, reforçar a identidade dos territórios e das organizações. A força estratégica da História e de “marcas centrais” como os Oceanos para a marketização internacional do país é um ativo consolidado e através da viagem ao longo do país isso aparece-nos reforçado. Trata-se de fazer da Identidade um factor de diferenciação qualitativa estratégica numa rede global que valoriza cada vez mais estes novos ativos.

No quadro competitivo da Economia do mar, Portugal tem de passar a integrar efetivamente as redes internacionais de excelência e competitividade. Só sobrevive ao desafio global quem souber consolidar mecanismos de sustentabilidade estratégica de valor e aqui os atores do conhecimento no nosso território têm de apresentar dinâmicas de posicionamento. Potenciar uma verdadeira economia do mar implica dominar o paradigma da Informação. Na sociedade aberta do conhecimento, o jogo da informação é central na consolidação de plataformas de competitividade e na melhoria dos padrões de coesão social.

A Floresta e o Mar são dois exemplos muito concretos de como uma aposta estruturada nos recursos naturais é uma das dimensões mais relevantes da nova economia da sustentabilidade. Ao apostar em projetos estruturantes concretos a partir destes (e doutros) recursos naturais, a nossa economia reforça a valorização da dimensão sustentável ao nível da cadeia de valor, da integração em redes internacionais e da construção de novos contextos competitivos de base colaborativa para o futuro.

EDITORIAL

Chegados ao final do ano e em jeito de balanço, surgem de uma forma mais ou menos avulsa conferências, seminários ou workshops que abordam as mais diversas temáticas, principalmente temas relacionados com a Inovação.

Muitas destas conferências são agendadas por razões de obrigatoriedade de cumprimento de programações de projetos incluídos no Portugal 2020, originando uma concentração no calendário deste tipo de eventos. Claro, podemos sempre dizer que é melhor existir oferta diversificada do que não existirem alternativas, o problema para os assistentes é a disponibilidade para assistir a múltiplos eventos.

Nesta edição gostava de destacar o artigo de capa do Prof. John Bessant, que, de uma forma muito exemplificativa, aborda a temática da inovação aberta e a capacidade de absorção das nossas empresas, mostrando que este é um dos caminhos que as empresas devem explorar, alterando as suas metodologias colaborativas e de trabalho com diferentes parceiros.

Nas estatísticas que apresentamos nesta edição, entendemos que merece uma profunda reflexão o que se passa na China, quer ao nível do financiamento das startups, quer ao investimento em Inteligência artificial, matérias onde a China parece liderar, como comprovam os dados apresentados, sendo o 3º país com mais membros registados na rede social profissional LinkedIn.

De país da produção intensiva, estamos a assistir a um país que está a alterar o seu paradigma em termos de evolução para novos tipos de desenvolvimento industrial e de investigação.

É importante estar atento ao que se passa à nossa volta e retirarmos as melhores lições.

Votos de Bom Natal e de um Bom Ano de 2019

Jorge Oliveira Teixeira
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

OPINIÃO

Fundamentos de Axiomatic Design

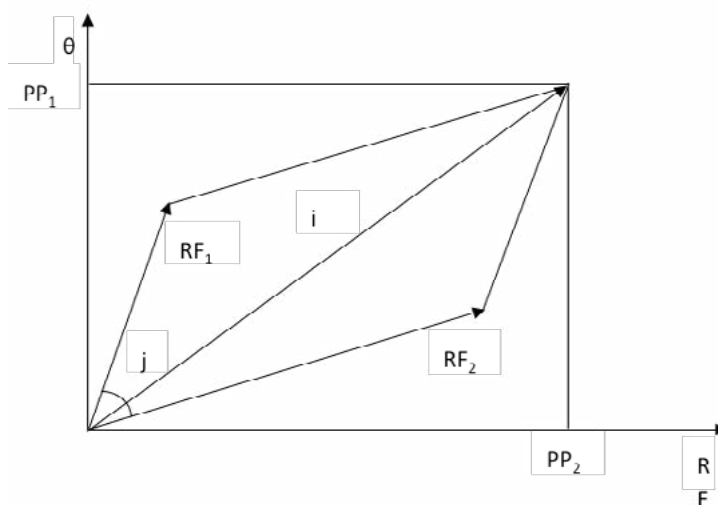
Parte 7 – A Reangularidade e a Semangularidade Segundo a Teoria Axiomática de Projeto

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



Segundo a Teoria Axiomática de Projeto, a *reangularidade* mede a ortogonalidade entre os Parâmetros de Projeto (PPs), enquanto que a *semangularidade* mede o posicionamento angular entre os correspondentes eixos de PPs e Requisitos Funcionais (RFs).

A reangularidade e a semangularidade possibilitam a medição quantitativa da independência funcional.



Representação Gráfica da Relação entre PPs e RFs

A reangularidade é definida como:

$$R = \sin \theta = (1 - \cos^2 \theta)^{1/2}$$

onde:

R – reangularidade;

θ – ângulo entre os PPs.

No caso n-dimensional, a Equação pode ser apresentada da seguinte forma:

$$R = \prod_{i=1, n-1}^{n-1} \left(1 - \frac{\left(\sum_{k=1}^n A_{ki} A_{kj} \right)^2}{\left(\sum_{k=1}^n A_{ki}^2 \right) \left(\sum_{k=1}^n A_{kj}^2 \right)} \right)^{1/2}$$

onde:

A_{ij} – um elemento da matriz de projeto.

A semangularidade pode ser calculada do seguinte modo:

$$S = \prod_{j=1}^n \left(\frac{|A_{jj}|}{\left(\sum_{k=1}^n A_{kj}^2 \right)^{1/2}} \right)$$

PUB

VidaEconómica

ESTRATÉGIA, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO
Ferramentas essenciais para si ou para a sua empresa.



<http://livraria.vidaeconomica.pt> ☎ 223 399 400
VidaEconómica R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO

Encomende já:
encomendas@vidaeconomica.pt

Portugal 2020

Candidaturas Abertas

**Sistema de Incentivos Inovação
Produtiva (31/SI/2018)**

Prazo: 11.12.2018 a 15.03.2019

**Sistema de Incentivos Qualificação e
Internacionalização das PME
(32/SI/2018)**

Prazo: 11.12.2018 a 08.02.2019

**Sistema de Incentivos
Empreendedorismo Qualificado e
Criativo (33/SI/2018)**

Prazo: 12.12.2018 a 15.03.2019

Para mais informações contacte-nos

info@accelperiberia.com

www.accelperiberia.com

351 220 994 785

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

Máquinas inteligentes na cidade inteligente

AI Start-ups in Germany. Berlin ranks first

Distribution by state of German start-ups focusing on artificial intelligence



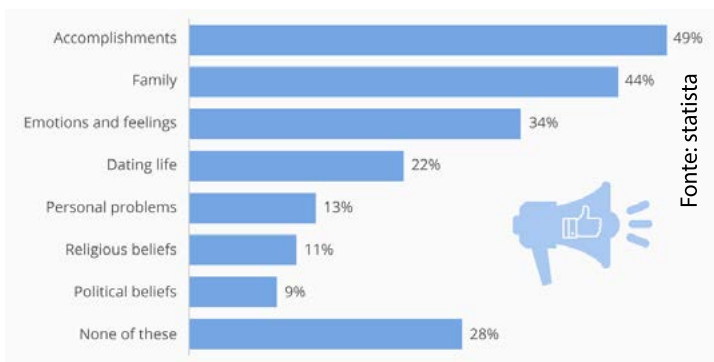
Fonte: statista

Mesmo que Silicon Valley ainda seja um nome familiar e a maioria das empresas no ramo de IA esteja centrada nos EUA ou na Ásia, a Alemanha é um mercado em rápido crescimento, com instalações de i&d, startups e empresas tecnológicas que implementam diversas aplicações de IA com sucesso e com atenção internacional.

Berlim tem uma vantagem IA já em meados dos anos 2000,

as empresas do sector de IA localizavam cada vez mais os seus negócios em Berlim-Brandemburgo. Das 458 empresas de TIC da Alemanha, um total de 28% está agora centrada na região. Considerando a distribuição de startups de IA no país, a iniciativa baseada em Munique para inteligência artificial aplicada contou com 51 desses inovadores de tecnologia na capital alemã.

Bragging e Boasting nas redes sociais

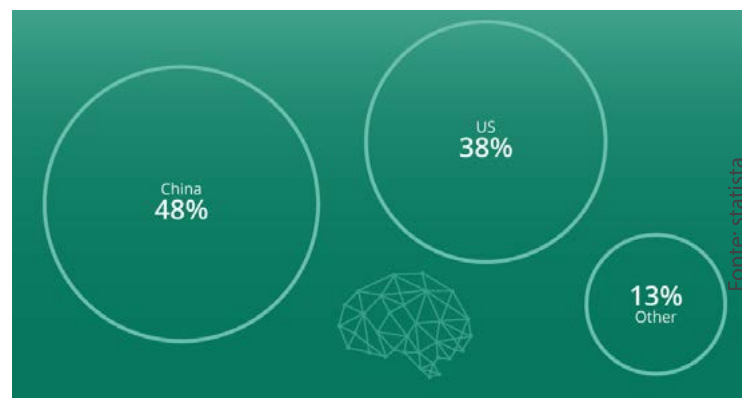


Fonte: statista

Não é nenhum segredo que os adolescentes despendem muito tempo nas redes sociais, mas o que realmente fazem lá pode ser um mistério para os adultos. Felizmente, os investigadores interessam-se sempre pela camada jovem e fornecem-nos um vislumbre das atividades nas redes

sociais dos adolescentes de vez em quando. Um relatório recente do Pew Research Center analisou o que os adolescentes publicam nas redes sociais, confirmando um preconceito comum sobre as redes sociais serem um lugar para se vangloriar e se gabarem de qualquer outra coisa.

A China domina o financiamento global de startups de IA

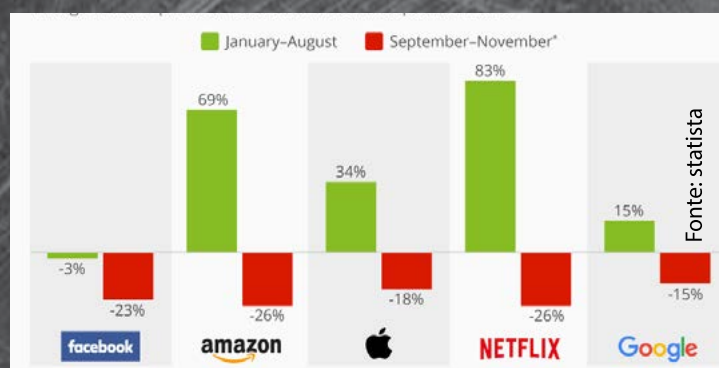


Fonte: statista

A aplicação mais intuitiva da tecnologia de inteligência artificial é trazer conveniência para as nossas vidas diárias. Até agora, o mundo tem visto uma infinidade de assistentes ativados por voz, que reservam hotéis, lidam com logística, incorporam a tecnologia de reconhecimento facial e permitem que os veículos conduzam de forma autónoma. O número de novas empresas de

inteligência artificial cresceu rapidamente nos últimos anos e a China está em segundo lugar no mercado global, com cerca de 1.500 empresas de inteligência artificial em todo o país. Não admira que o jornal francês "Le Monde" tenha publicado um artigo declarando que o "Silicon Valley" da inteligência artificial desenvolver-se-á na China.

Uma queda assustadora para os investidores da FAANG



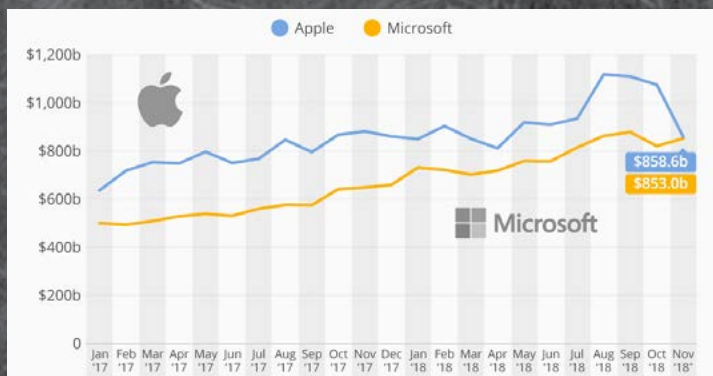
Fonte: statista

As coisas foram de mal a pior para os acionistas da FAANG na segunda-feira, já que os preços das ações do Facebook, Amazon, Apple, Netflix e Google sofreram uma queda de 4% a 6%, o que representa uma queda terrível para os pesos pesados de tecnologia dos EUA. Desde o início de setembro, todos os membros do grupo FAANG sofreram perdas signifi-

cativas no valor de mercado, e a Amazon foi atingida de forma significativa. Depois de a gigante do comércio eletrónico alcançar uma avaliação de 1 biliões usd a 4 de setembro, as coisas rapidamente desceram. A empresa está atualmente avaliada em 736 mil milhões usd, um decréscimo de mais de 250 mil milhões usd comparativamente com a sua última avaliação.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

Microsoft alcança o seu velho rival – a Apple

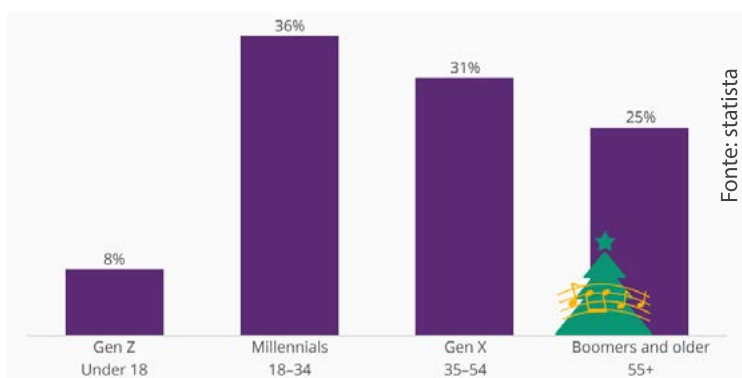


Fonte: statista

Impulsionado por relatos da fraca procura do iPhone e temores de uma desaceleração geral no mercado de smartphones, o preço das ações da Apple tem sofrido uma queda nas últimas semanas. Desde o início de novembro, o preço das ações da empresa decresceu mais de 18%, diminuindo 200 mil milhões usd na sua capitalização de mercado.

Menos de quatro meses depois de se tornar a primeira empresa avaliada em mil milhões de dólares na história corporativa dos EUA em agosto passado, a Apple até perdeu o título não oficial de ser a empresa mais valiosa do mundo por um breve período. E de todas as empresa, foi a Microsoft que destronou a gigante tecnológica de Cupertino.

As músicas natalícias e quem as ouve



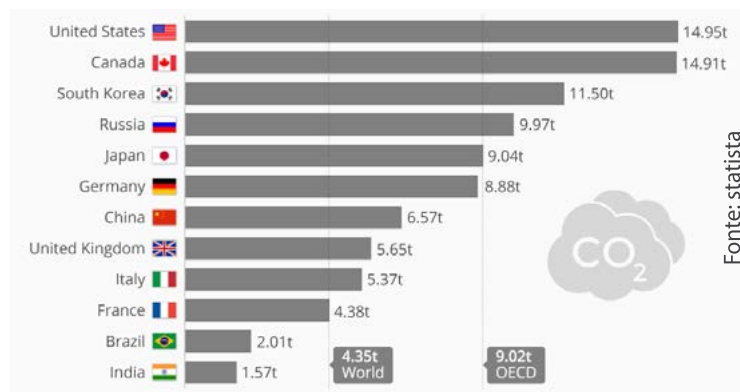
Fonte: statista

Considerando que a música de fim de ano é muitas vezes equivocadamente reduzida a um par de “sempre-as-mesmas”, é fácil subestimar o apelo das músicas sazonais para os jovens.

De acordo com o relatório Music 360 da Nielsen, a popularidade da música natalícia não é de forma alguma limitada a pessoas mais velhas, no entanto, os “millennials” surpreendentemente gostavam do “jingle bell rock”. De acordo com

as descobertas da Nielsen, 36% dos americanos que afirmaram ouvir música natalícia com idades entre 18 e 34 anos, fazem dos “millennials” o maior grupo entre os fãs de música natalícia. Enquanto o Natal parece ter o potencial de unir gerações em termos de gosto musical, esse poder mágico não se aplica aos americanos mais jovens. Os menores de 18 anos representam apenas 8% dos fãs de música natalícia.

Emissões De Dióxido De Carbono A disparidade global nas pegadas de carbono



Fonte: statista

Falando na cerimónia de abertura da Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas COP24 em Katowice, Polónia, Sir David Attenborough, mais conhecido como apresentador de documentários sobre a natureza, chamou a mudança climática de “a nossa maior ameaça em milhares de anos”. Nas próximas duas semanas seguintes, os líderes mundiais reuniram-se na Polónia para negociar como lidar com essa ameaça e combater as mudanças climáticas a nível global.

Na semana passada, um relatório da ONU descobriu que as emissões globais de dióxido de car-

bono aumentaram pela primeira vez em quatro anos. “Agora, mais do que nunca, é exigida uma ação sem precedentes e urgente por todas as nações. A avaliação das ações dos países do G20 indica que esse tipo de ação ainda está para acontecer”, afirma o Relatório de Lacunas de Emissões de 2018 da ONU, advertindo que as metas estabelecidas no Acordo de Paris - limitar o aquecimento global a 2 graus acima dos níveis pré-industriais este século, com o objetivo de ficar abaixo de um aumento de temperatura de 1,5 graus - estão a ficar cada vez mais difícil de alcançar.

Países com mais membros do LinkedIn



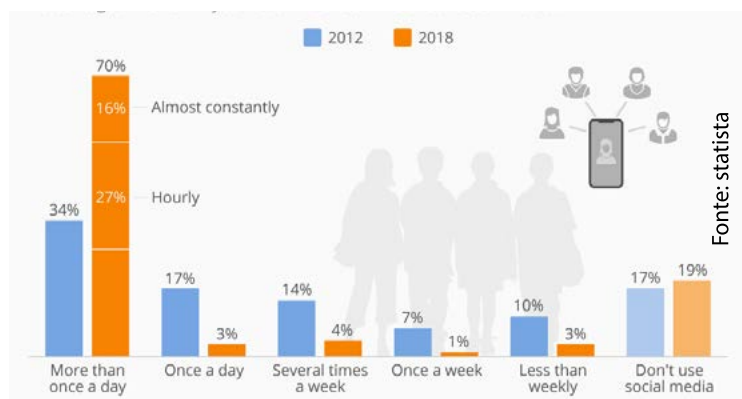
LinkedIn currently has 562 million members across 200 countries

Com mais de 500 milhões de membros em 200 países, o LinkedIn tornou-se a rede profissional indispensável. O LinkedIn tem mais subscrições nos Estados Unidos,

onde existe mais de 150 milhões de utilizadores. A Índia e China completam os três primeiros, com cerca de 52 milhões e 44 milhões de utilizadores, respetivamente.

REDES SOCIAIS / TECNOLOGIA

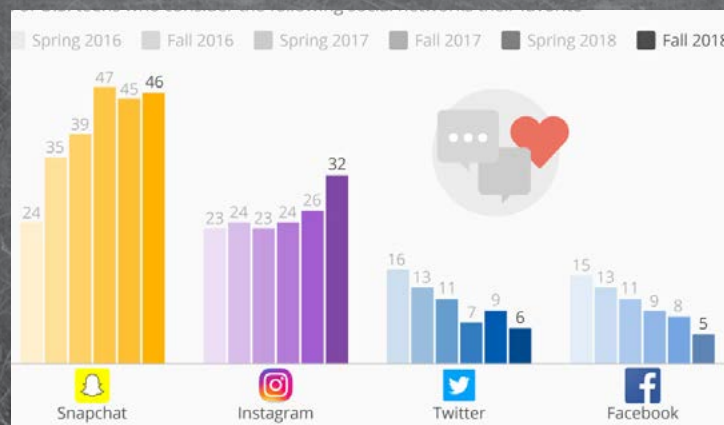
O uso redes sociais pelos adolescentes está em drástica ascensão



A criação do Facebook em 2004 faz dos adolescentes da atualidade a primeira geração a ter crescido com as redes sociais. E enquanto muitos idosos são ávidos utilizadores do Twitter, Instagram e outras plataformas de media social, nenhuma outra geração possui medias e tecnologias sociais tão profundamente enraizadas nas suas vidas quotidianas como aquelas nascidas após a passagem do século. De acordo com um relatório publicado pela Common Sense

Media, a utilização das redes sociais entre as camadas jovens aumentou drasticamente entre 2012 e 2018. Uma pesquisa realizada nos EUA no início deste ano mostrou que 70% dos adolescentes (13-17) verificam as redes sociais várias vezes ao dia, comparando com os 34% registados em 2012. No entanto, o mais surpreendente, 16% dos adolescentes admitem verificar quase constantemente os seus feeds sociais e outros 27% fazem isso de hora em hora.

O Facebook e Twitter são notícias antigas para os jovens



Quando se trata das suas preferências em redes sociais, os adolescentes norte-americanos são tão leais como Brutus a César. Em 2013, o Facebook era a sua rede social eleita. Em 2014, o Instagram assumiu o trono por um tempo antes de ser substituído pelo Snapchat em 2016.

Presentemente, o Snapchat ainda é o número 1 junto dos adolescentes nos Estados Unidos, mas o Instagram está a recuperar. De acordo com a última edição da pesquisa bianual

"Taking Stock With Teens" da PiperJaffray, 46% dos 8.600 adolescentes inquiridos afirmaram que o Snapchat é a sua plataforma de media social favorita, enquanto 32% dos entrevistados escolheram o Instagram como a sua plataforma preferida. Em termos de utilização, o Instagram até superou o Snapchat pela primeira vez, com 85% dos adolescentes utilizando pelo menos uma vez por mês, em comparação com 84% do Snapchat.

PUB

CONHEÇA A LIVRARIA ONLINE DA VIDA ECONÓMICA

Registe-se e acompanhe as **novidades, lançamentos, campanhas** e outras **iniciativas**

Publicações especializadas • Edições técnicas • Formação

<http://livraria.vidaeconomica.pt>

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

NOTÍCIAS

“Brexit”: 4 etapas para a ciência e tecnologia

Enquanto o Parlamento do Reino Unido debate o plano “Brexit”, os investigadores em toda a Europa ponderam algumas questões-chave que afetariam o seu trabalho.

Após quase dois anos de negociações frenéticas, a UE e o Reino Unido chegaram, na noite de quarta-feira, a um acordo sobre a saída da Grã-Bretanha da UE. Mas está longe de ser um negócio encerrado. Os cenários para o que acontece posteriormente



variam de um divórcio suave até

à rejeição do acordo, levando potencialmente ao colapso do Governo do Reino Unido, deixando o bloco sem acordo, ou outro referendo.

“Será um longo e difícil caminho chegar a um acordo de longo prazo”, disse Venki Ramakrishnan, presidente da Royal Society do Reino Unido. A Science|Business, com o seu foco em questões de pesquisa e inovação, resume os quatro pontos restantes. ▶

Tornar as ideias úteis para a sociedade: cooperação universitária na transferência de conhecimento

O crescimento económico sustentável é provocado, de forma mais significativa, por ideias, conhecimento e capital humano do que pelo capital físico, como máquinas, edifícios ou terra. As universidades são uma das fontes de ideias e de capital humano. Concentramos na terceira função das universidades, relativamente à educação e

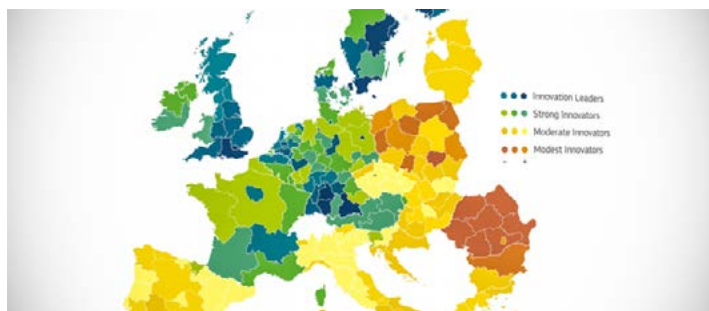
à pesquisa, em particular na transferência de conhecimento. A transferência de conhecimento é altamente visível em localidades como Silicon Valley. Atualmente, muitos países possuem estratégias para aumentar a transferência de conhecimento como fonte de crescimento económico sustentável.

A transferência de conheci-

mento não surge isolada. Requer ação e estratégia por parte da universidade, da região e dos atores locais públicos ou privados (empresas e organizações públicas). Parece que as melhores universidades dos EUA e do Reino Unido são mais proeminentes não apenas em realizar a cooperação com os negócios, mas também entre si. ▶

Porque o Horizon Europe não vai corrigir as lacunas de inovação da UE: o caso da Roménia

O país mais pobre da UE é o exemplo do motivo pelo qual os sistemas nacionais precisam de ser corrigidos antes que surja qualquer tratamento preferencial no Horizon Europe. Atualmente, efetuar mais financiamento para I&D na Roménia seria “dinheiro deitado fora”. Segundo o painel de avaliação da inovação da Comissão Europeia, a Roménia possui algumas das regiões menos inovadoras da UE. Os investigadores romenos e especialistas em I&D criticaram a visão “europeia em primeiro lugar” do eurodeputado



romeno Dan Nica, afirmando que, antes de tentar introduzir quotas no Horizon Europe, os políticos devem inicialmente encontrar formas de tornar o sistema de pesquisa mais justo e competitivo. Os críticos declaram que, embora as propos-

tas de Nica possam ser bem-intencionadas, mostram falta de rigor. “Sr. Nica não entende os mecanismos de financiamento da pesquisa”, diz Daniel David, pró-reitor de pesquisa da Babeş-Bolyai, a maior universidade da Roménia. ▶

AGENDA DE EVENTOS

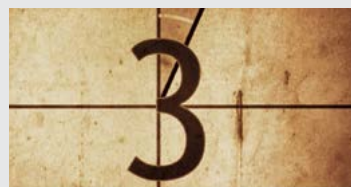
JANEIRO 2019



▶ 9

6th PhD Workshop Economic of Innovation, Complexity and Knowledge

Turin, Italia



▶ 10

EPIC Summit: Global Creativity and Innovation Conference

Ojai, EUA

▶ 12

International Conference Social Sciences, Entrepreneurial Economics and Business Management

Londres, Reino Unido



▶ 22

Innovations in Large-Area Electronics (InnoLAE) 2019

Cambridge, Reino Unido

▶ 22

2nd International Conference on: Excellence, Creativity, Innovation and Originality in Research and Education

Tokyo, Japão

▶ 31

Pediatric Imaging: A Comprehensive Review and Innovations 2019

Scottsdale, EUA

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

FINANCIAR A INOVAÇÃO

Inovação

Interessa compreender que existem dinâmicas impostas em determinados setores que podem ser consideradas comuns, embora seja necessário perceber que este paradigma tem vindo a mudar, com efeitos e impactos decisivos no sucesso alcançado pelas organizações, ou seja, para manter as organizações ativas, competitivas e dinâmicas, a atual e futura geração de líderes é obrigada a promover transformações no modelo de gestão e na estratégia das próprias organizações, tendo em vista a adaptação e renovação dos constantes desafios e paradigmas, em que se deixou de viver na era linear para a não-linear, isto é, vive-se numa sociedade inovadora, complexa, holística, em contínua mudança. A inovação, como ferramenta estratégica para o desenvolvimento, crescimento e criação de



riqueza, através da identificação e exploração de novas oportunidades, é condição “sine qua non” para se continuar ativo e competir neste contexto turbulento, mas repleto de oportunidades. Deste modo, importa ouvir e escutar os demais interessados que ajudem ao desenvolvimento das organizações, passando pela cultura e métodos de trabalho, tendo a vista a geração de melhores e novos resultados, em prol do desenvolvimento de novos conceitos que suportem a re-

novação dos atuais, que podem estar saturados ou em declínio, sendo este o caminho para o sustentável desenvolvimento e, consequentemente, crescimento do negócio. Tudo isto implica novas formas de atuar, mudança de cultura e de abordar negócio no seu todo, podendo conduzir a uma verdadeira “revolução” no modelo de negócio, o que nem sempre é fácil, mas que é o caminho a trilhar e seguir, tudo com o objetivo de marcar a diferença. Assim, importa incutir e promo-

ver uma cultura de consciência no ADN das organizações sobre o papel da inovação, por via de um trabalho conjunto, que suporte a identificação e captura de novas oportunidades de negócio que renovam e sustentam novos ciclos de crescimento.

Efetivamente, não há nada melhor do que citar Darwin: “Não é o mais forte ou o mais inteligente que sobrevive, mas sim o que consegue lidar melhor com a mudança”. De facto, esta curta mas incisiva frase ilustra bem a importância de saber em devido tempo lidar com os desafios e mudanças com que as organizações se debatem.

Aproveitamos para desejar um Bom Natal e um Excelente Ano 2019.

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.



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

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

A Fraude e a Evasão Fiscal na União Europeia: do "Luxleaks" aos "Panama Papers"

Novidade



Autor Miguel Viegas (Deputado no Parlamento Europeu)

Págs. 112 **PVP** €12.90

Escrito a partir da experiência parlamentar do autor no Parlamento Europeu, este livro **convida o leitor para uma viagem ao mundo da vigarice fiscal.**

Através de uma **linguagem simples e acessível**, é desbravado caminho numa área deliberadamente complexa onde o cidadão comum muitas vezes não é bem-vindo.

Este livro contribuindo para uma melhor compreensão por parte dos leitores desta temática, pretende dar passos na mobilização da opinião pública, não permitindo que, como aconteceu no passado, a questão da fraude e da evasão fiscal caia no esquecimento.

Estrutura da obra:

Capítulo 1: Os antecedentes

(A globalização financeira e a desregulamentação; Os paraísos fiscais)

Capítulo 2: Os protagonistas

(As multinacionais; As big four; As instituições políticas; O sistema financeiro; Os lançadores de alerta)

Capítulo 3: Tipologia e mecanismos da fraude e evasão fiscal

(Três exemplos clássicos; Manual de instruções da fraude e evasão fiscal)

Capítulo 4: O papel das instituições europeias

(Antes do "Luxleaks"; Após o "Luxleaks")

NÃO PERCA!

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

 <http://livraria.vidaeconomica.pt> |  encomendas@vidaeconomica.pt |  223 399 400