

DESTAQUE

## Opportunities in Over The Top

**RAJ SINKAR**

administrador na Weber Capital Management, uma empresa de investimento centrada na tecnologia e nas micro empresas da área de saúde pública.\*

Lembra-se quando a internet TV começou a chegar a quase todos os lados e prometeu inaugurar uma nova era na televisão? Esses dias já estariam ultrapassados com ofertas de pacotes de TV. Em vez disso, os consumidores teriam menus à la carte com opções interativas. A TV do jeito que você quer e quando quiser. Embora a experiência de TV tenha melhorado com a oferta em

DVR, não é nada comparada com os prognósticos efetuados nesses dias.

A revolução da TV tem sido uma evolução lenta, em parte devido ao aumento do over-the-top (OTT) que são os fornecedores de conteúdos de vídeo. Com OTT, os conteúdos são entregues através da Internet sem um operador de rede (por exemplo, uma empresa de cabo) envolvida no controle ou distribuição desse mesmo conteúdo. Os serviços OTT - que podem ser livres, como o YouTube, ou através de assinatura premium, como o Netflix - mudaram a nossa forma de consumir vídeo e proliferaram com o aumento do consu-

mo através de dispositivos móveis pelos consumidores.

A rede tradicional de TV por assinatura já começou a ser escrita "na pedra". Os últimos 6 meses vão ser recordados na história como o momento em que a evolução da TV quebrou barreiras e se tornou mais aberta. No dia 15 de outubro de 2014, a HBO lançou uma bomba quando anunciou que iria lançar um serviço de streaming independente em 2015,



A rede tradicional de TV por assinatura já começou a ser escrita "na pedra"



### ÍNDICE

**OPINIÃO** 4

Debate – Economia & Competitividade  
A Agenda do PORTUGAL 2020

**EDITORIAL** 4

**OPINIÃO** 6

• Fundamentos do TRIZ  
Parte X - Evolução de Sistemas

**OPINIÃO** 7

Inovação aberta: uma moda ou uma abordagem indutora de valor?

**REDES SOCIAIS** 8

• Relatório da Deloitte analisa o impacto do Facebook na criação de emprego na economia global

**NOTÍCIAS | EVENTOS** 9

**FINANCIAR a INOVAÇÃO** 10

• Inovação

Subscriva mais newsletters



CATÓLICA PORTO  
ARTES

À frente do Tempo

MESTRADO **GESTÃO DE**  
**INDÚSTRIAS CRIATIVAS**

www.artes.ucp.pt

que não requer uma assinatura por cabo. Um dia após este anúncio, a CBS anunciou o lançamento de seu serviço de streaming, o CBS All Access. Para um pagamento de 5,99 usd por mês, o serviço oferece transmissões ao vivo de 14 dos maiores mercados da CBS (jogos da NFL não fazem parte do serviço), temporadas completas de 15 séries que ocupam horário nobre, logo após irem para o ar, temporadas passadas de 8 séries populares e milhares de episódios de antigos programas de TV.

Algumas semanas mais tarde, a CBS anunciou que haveria um serviço de streaming de stand-alone do Showtime em 2015. E, finalmente, na CES em janeiro deste ano, a Dish Network anunciou que irá lançar a Sling TV, disponibilizando o ESPN e outros 11 canais através da Internet com um custo mensal de 20 usd.

Não constituindo uma surpresa, a mudança de paradigma criou um novo conjunto de oportunidades na intersecção da tecnologia e conteúdos que está a ser objeto de atenção por startups inovadoras. Algumas destas startups estão a abordar os desafios de infraestrutura que surgem com mais e maior oferta de serviços de vídeo streaming. A Quilt, com sede em Redwood City, desenvolve software aberto de "cache" de vídeo para operadoras de rede que reduz significativamente a sua largura de banda e melhora a experiência de visualização. A WebTuner desenvolveu uma set-top box de bolso que se conecta diretamente em qualquer tomada e permite que você assista TV ao vivo pela Internet no seu televisor. A empresa está à procura de parcerias com empresas de cabo e emissoras.

Outras startups estão focados na distribuição de conteúdos. Os principais exemplos são a Vuclip e a TV4 Entertainment. A Vuclip vê-se como a Netflix para os mercados emergentes. Os mercados emergentes representam um conjunto único de desafios que exigem um portfólio totalmente diferente para lançando um serviço ao estilo da Netflix. Nickhil Jakatdar, CEO e fundador,

explica que, nesses mercados, "o dispositivo principal para a maioria dos consumidores é o dispositivo móvel, para que qualquer serviço idêntico ao da Netflix precisa ser muito focado no que está disponibilizado para dispositivos móveis."

Além disso, os conteúdos nestes mercados são de natureza regional e, portanto, a Vuclip tem de "passar por um monte de ofertas de conteúdo regional." Jakatdar diz que a logística de recebimento de pagamentos são também um desafio, já que os cartões de crédito não são predominantes nesses mercados e a maioria das pessoas não possui contas bancárias.

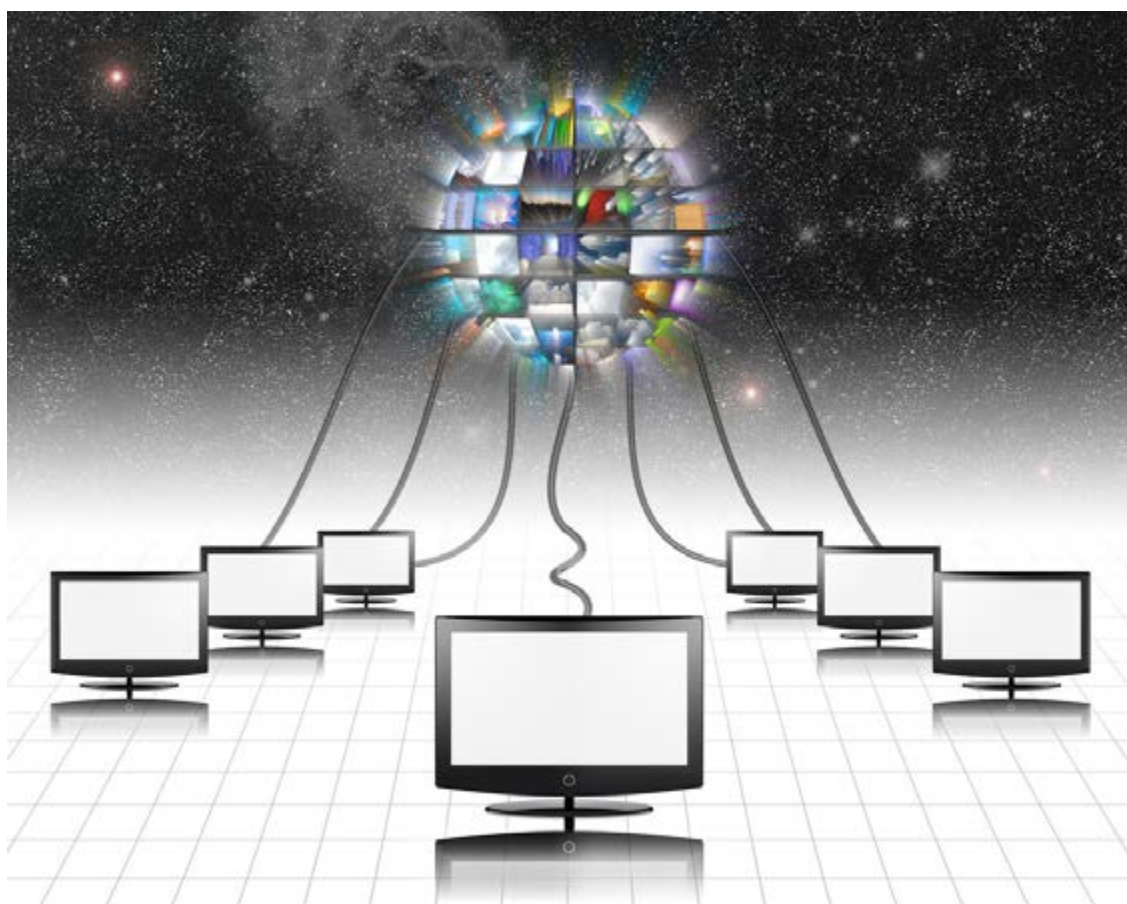
A TV4 Entertainment, baseada em Los Angeles, agrega conteúdos de vídeo de alta qualidade e distribui esta oferta para os diferentes dispositivos, web e móvel. A empresa procura conteúdos em cinco grandes categorias: estilo de vida, não-ficção, desporto, entretenimento e viagens.

Não constituindo uma surpresa, a mudança de paradigma criou um novo conjunto de oportunidades na intersecção da tecnologia e conteúdos que está a ser objeto de atenção por startups inovadoras.

Os canais atuais incluem o Motorland (um canal para entusiastas dos automóveis) e o Undisputed Champion Network (um canal de boxe).

A empresa espera adicionar mais 20 canais deste ano, elevando assim para um total de 30. A TV4 Entertainment também funciona como um estúdio onde podemos encontrar empresas de produção com experiência e domínio em um determinado gênero e ao mesmo tempo tê-los a produzir conteúdos originais através de joint-venture que permitirá a estas empresas a repartição dos direitos de propriedade intelectual.

Na parte visível destes distribuidores de conteúdos podem ser vistos como concorrentes puros dos operadores de redes tradicionais, mas na realidade eles podem ser seus parceiros valiosos. A Vuclip já tem parcerias com operadoras de rede móvel para fornecer o seu serviço. Estas alianças tiveram de ser feitas para assegurar a logística de pagamentos. Através destas parcerias com este tipo de operadoras, o serviço está integrado nos seus sistemas de faturação. As operadoras de rede móvel utilizam a oferta da Vuclip como uma forma de atrair



clientes para seus planos de dados. Podem existir oportunidades de parceria para a TV4, e, de acordo com o CEO e co-fundador Jon Cody, acredita que a sua empresa vai licenciar algumas das suas redes para os operadores de cabo tradicionais até ao final deste ano.

As oportunidades OTT têm “acendido alguns rastilhos” mas estar num ambiente quente não significa

garantia de sucesso. A Aereo, que retransmite em modo “over-the-air” os seus canais de TV através de uma taxa mensal, entrou com um pedido de falência pouco depois de o Tribunal ter decidido que a empresa violou os direitos autorais das empresas de radiodifusão. Jakatdar adverte os aspirantes a empreendedores “se você estiver a iniciar a sua empresa num momento em que algo já está

Jakatdar adverte os aspirantes a empreendedores “se você estiver a iniciar a sua empresa num momento em que algo já está muito badalado, é normalmente muito tarde. Agora não é o momento para começar, mas pode ser um grande momento para se aliar a um player do mercado over-the-top”.

muito badalado, é normalmente muito tarde. Agora não é o momento para começar, mas pode ser um grande momento para se aliar a um player do mercado over-the-top”.

Jon Cody (CEO da Vuclip) também adverte que “o negócio de conteúdos é muito difícil e, sinceramente, eu não acho que ninguém quer financiá-lo no meio empresarial tradicional, fará mais sentido através das empresas de venture capital.”

Ele acredita que existe espaço para aqueles que podem unificar experiências entre os dispositivos. Além disso, ele acredita que os

direitos de utilização e restrições podem representar uma oportunidade atraente, explica: “Algumas pessoas têm direitos mundiais. Algumas pessoas dizem não ao YouTube, mas você pode levá-lo para qualquer outro lugar. Existem regras e permissões que fazem parte do negócio que muitas pessoas não entendem. Mas existem soluções e tecnologias que ajudam os gestores a resolver estes temas para quem estiver interessado.

Este artigo é parte integrante na newsletter mensal Entrepreneur’s Edge sob a direção de Praveen Gupta.



PUB

**Imagine um mundo onde a maioria das transações financeiras não são efetuadas nem decididas por humanos. Imagine que consegue, antes de todos os outros investidores, ficar a conhecer os valores das cotações de ações. Imagine que é possível processar milhares de operações financeiras em menos de 1 segundo.**

Não. Não é ficção científica nem sequer uma previsão de um futuro longínquo. É um cenário bem real e que já se encontra entre nós há mais de uma década.

Bem vindo à Negociação Algorítmica de Alta Frequência.

**Título** Negociação Algorítmica de Alta Frequência

**Autor** Fernando Gilberto

**Páginas** 152 **PVP** €14.90 **eBook** €12.10

PORTES  
GRÁTIS



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

## OPINIÃO

## DEBATE – ECONOMIA &amp; COMPETITIVIDADE

## A Agenda do PORTUGAL 2020

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



O novo pacote de fundos Portugal 2020 é um desafio para a economia portuguesa. No contexto da atual situação económica e no meio de uma profunda crise financeira internacional, continua a ser evidente no nosso país a falta de um modelo de desenvolvimento que seja partilhado sob a forma de contrato estratégico entre o Estado e a sociedade civil. Os atores económicos e sociais (municípios, empresas, universidades, centros de inovação) preocupam-se unicamente com a sua sobrevivência conjuntural e com isso têm desperdiçado a oportunidade única de fazer do PORTUGAL 2020 uma aposta sustentada para o futuro do país. Por isso, no PORTUGAL 2020 muito tem que mudar!

O PORTUGAL 2020 foi concebido

como um instrumento inovador para dar resposta às novas exigências que a competição da economia global e os novos fenómenos sociais exigem ao nosso país. O balanço de mais de 25 anos de fundos comunitários em Portugal é muito claro: aposta sustentada na melhoria das infra-estruturas do país, numa lógica não raras vezes pouco coordenada e monitorizada (veja-se a proliferação desnecessária de parques industriais e pavilhões desportivos municipais), falhas sucessivas nas ações de formação empreendidas ao longo das três intervenções levadas a efeito, resultados muito frágeis nas áreas essenciais da inovação, conhecimento e competitividade. Ou seja, passado este tempo, Portugal é um país de autoestradas com menos coesão territorial e crescentes desigualdades sociais numa Europa em grande indefinição de identidade.

O PORTUGAL 2020 não pode ser interpretado pelos atores nacionais como mais um instrumento financeiro utilizável para dar cobertura a uma

crescente falta de financiamento nos circuitos tradicionais. Em tempo de crise financeira, impõe-se, mais do que nunca, um verdadeiro “choque operacional” que conduza a mudanças claras e necessárias: desativação das atividades empresariais sem valor, aposta maciça numa formação / educação que produza quadros reconhecidos pelo mercado, fixação de investimentos e talentos nas regiões mais desfavorecidas, criação de um contexto competitivo moderno voltado para a criatividade das pessoas e a qualidade de vida das cidades. O QREN dispõe dos instrumentos financeiros que poderão ajudar a avançar toda esta agenda de mudança que queremos para o nosso país. É por isso que a aposta numa “estratégia coletiva” para o futuro tem que ser a marca desta nova fase do PORTUGAL 2020. Um sinal de aposta nas políticas do conhecimento, centradas em territórios inteligentes e apostas na dinamização de verdadeiros “trabalhadores criativos”. Ideias muito simples e claras e para as quais mais

não é necessário do que um pacto de “cumplicidade estratégica” e “convergência operacional” entre todos os que têm responsabilidades – atores públicos, empresas, universidades e centros de saber. O PORTUGAL 2020 não pode ser interpretado como um mero instrumento conjuntural de resposta a uma crise estrutural, mas antes como uma aposta estrutural capaz de alterar a conjuntura no futuro.

Portugal não pode perder esta oportunidade de alteração do seu paradigma de desenvolvimento estratégico através da dinamização de um novo ciclo do PORTUGAL 2020. Em tempo de profunda crise financeira, têm que ser acionados mecanismos de rápida absorção das verbas disponíveis. Mas não a qualquer preço. Sob pena de se estar a hipotecar o futuro. O PORTUGAL 2020 tem, de uma vez por todas, que se assumir como um fator estratégico de convergência positiva do país face aos novos desafios duma economia global complexa e exigente.

## Editorial

No corrente mês de Fevereiro, participarei numa sessão de trabalho (organizada pela Comissão Europeia) dedicada ao tema “New Narratives for Innovation”, e espero poder trazer algumas novidades, principalmente no futuro alinhamento do discurso centrado na inovação e no desenvolvimento económico. Na procura da melhor e mais atualizada informação para os nossos leitores, espero poder trazer informação que nos enriqueça nesta área.

A Comissão Europeia confia e acredita no papel da inovação como saída da presente situação económica e que também desempenha um papel importante na redução do nível de desemprego de alguns estados membros. Claro está que o papel “salvífico” da inovação está diariamente sob pressão nos seus mais diferentes níveis, na universidade, nas empresas e na sociedade em geral.

Alguns dos temas que merecem destaque são,

por exemplo, os novos desafios da inovação, a inovação sob uma perspetiva bioeconómica, as relações Europa-China e o seu futuro na economia global, a inovação e a sustentabilidade e as políticas económicas relacionadas com a ciência.

Perante perguntas como “Poderemos melhorar a forma de antevermos o futuro da tecnologia? Poderemos repensar a definição e o papel da inovação e o que será desejável para aliviar as tensões sociais? Poderemos produzir mais imaginação sustentável nas trajetórias tecnológicas que queremos desenvolver?”, o que se espera é que seja estabelecido um diálogo entre os diferentes atores da comunidade europeia e alguns cientistas selecionados para este workshop pela importância que têm no capítulo da inovação.

Como existem presentemente diversas narrativas no capítulo da inovação, espera-se que ao nível económico da ciência, da tecnologia e da bioeconomia, quando confrontadas com as narrativas atuais, sejam perspetivadas em termos

dos mercados e da sua concorrência, assim como das tensões existentes entre homem e a máquina e os seus efeitos e constrangimentos no crescimento económico.

Efetivamente, é tempo de repensar todo o discurso em volta da inovação, e analisar os impactos que este discurso tem na sociedade e no seu desenvolvimento, como interage com a sociedade e quais as implicações que daí resultam.

É importante que se altere o discurso e se alinhe com diferentes fatores e variáveis com que diariamente somos confrontados e muitas das vezes não temos resposta para eles. As redes sociais são um bom exemplo da crescente alteração na forma de comunicarmos e que por exemplo pode ser ainda mais importante se o custo das comunicações (dados) diminuir, que tipo de abertura poderá representar para um novo tipo de pequenos negócios, que daí possam surgir.

Boa leitura! ■

Jorge Oliveira Teixeira



# INNOVATION

We believe that innovation should be implemented in companies as a systematic process, which must run with the best tools available if we are to achieve ambitious goals in terms of sales growth with sustainable results over time.

Innovation is a key source of value creation in companies and an important enabler of competitive advantage.  
At XZ Innovation we have the knowledge, tools and methodologies to your innovation process.



## OPINIÃO

## Fundamentos do TRIZ – PARTE X - EVOLUÇÃO DE SISTEMAS

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



A Teoria da Resolução Criativa de Problemas, mais conhecida pelo seu acrónimo TRIZ, afirma que a evolução de sistemas técnicos segue padrões previsíveis. O conceito da Evolução de Sistemas é um dos conceitos fundamentais do TRIZ em busca de soluções para os problemas tecnológicos. O conceito ajuda a identificar as eventuais tendências de evolução de sistemas e produtos. A previsão de tendências é feita com base na análise dos modos de evolução histórica de sistemas tecnológicos. O estudo dos modelos de evolução de sistemas técnicos foi iniciado por G. Altshuller e seus colaboradores no início dos anos 70 do século XX. A investigação incluiu a análise de uma quantidade significativa de informações sobre

patentes e das leis gerais expressas em diversas ciências.

Foram formulados oito modelos de evolução que não só ajudam a prever os eventuais modos de evolução de sistemas ou produtos – como também podem auxiliar na definição de possíveis melhorias que devem ser feitas em diferentes fases de evolução do mesmo produto ou sistema. Os modelos de evolução são os seguintes:

**1. Completar as partes do sistema**

- Uma condição indispensável de viabilidade de um sistema técnico complexo é a disponibilidade e a capacidade de trabalho mínima das partes principais do sistema.

**2. Condutividade de energia dentro do sistema**

- Uma condição indispensável de viabilidade de um sistema técnico é a garantia de passagem de energia por todas as partes do sistema.

**3. Harmonização do ritmo das partes do sistema**

- Uma condição indispensável do rendimento total

adequado de um sistema técnico é a coordenação de ritmos ou cadências de todas as partes do sistema.

**4. Incremento de idealidade** - O desenvolvimento de todos os sistemas que visa o incremento de idealidade através da fiabilidade crescente, simplicidade e eficácia com menores custos em menor espaço e menor gasto de energia.

**5. Desenvolvimento desigual dos elementos do sistema**

- O desenvolvimento dos elementos de um sistema geralmente não ocorre uniformemente. Uma maior complexidade de sistemas pode implicar maior heterogeneidade do desenvolvimento dos seus elementos e subsistemas.

**6. Transição para um supersistema** - Após ter reduzido as possibilidades de desenvolvimento adicional, a função do sistema é transferida para o supersistema como uma das suas partes. O desenvolvimento adicional continua a nível de supersistema.

**a. Dinamização** - O desenvolvimento de sistemas ocorre na direção de uma maior mobilidade e controlabilidade entre os elementos do sistema, adicionando novas ligações.

**7. Transição de macro para o nível micro** - O desenvolvimento de um elemento ativo de um sistema (por exemplo, uma ferramenta) é focado inicialmente no nível macro, passando posteriormente para o nível micro.

**8. Incremento do desenvolvimento substância-campo** - O desenvolvimento de sistemas técnicos segue a direção de aumento do número de sistemas "Substância-Campo" e suas ligações.

Os 8 modelos são chamados de "linhas" ou "tendência" da evolução. Altshuller chamou estas tendências de "leis" e classificou-as em três grupos:

I. Leis "estáticas" (modelos 1-3);

II. Leis "cinemáticas" (modelos 4-6);

III. Leis "dinâmicas" (modelos 7 e 8).

PUB

- Como transformar um curso presencial num curso online
- Aprenda com as experiências de e/b-learning nas organizações
- Compreenda os conceitos relacionados com o e/b-learning

Hoje em dia as organizações confrontam-se com o desafio de encontrar soluções de como utilizar as tecnologias como suporte à formação formal e informal, dentro e fora delas. Foi a consciência desta realidade que impulsionou a criação desta obra.

**Título** Guia Prático do e-learning

**Coord.** Paula Peres, Anabela Mesquita e Pedro Pimenta

**Páginas** 224 **PVP** €18.90 **eBook** €15.35

**PORTES  
GRÁTIS**



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

## OPINIÃO

## Inovação aberta: uma moda ou uma abordagem indutora de valor?

JÚLIO FACEIRA GUEDES

Docente da  
Universidade  
Portucalense  
Administrador da XZ  
Consultores SA

A generalidade dos políticos, empresários, investidores, gestores, administradores, investigadores, ..., reconhece a necessidade de as organizações inovarem, assumindo uma relação cada vez mais profunda, inegável e marcante entre a capacidade inovadora das organizações e a sua competitividade, em particular nos mercados mais exigentes, mais maduros, mais abertos à experimentação e à novidade e nos segmentos constituídos por produtos com um elevado valor acrescentado, ciclos de vida curtos e sujeitos a frequentes inovações incrementais e distintas.

Contudo, hoje, perante uma significativa redução dos orçamentos dedicados às atividades de I&D, os gestores são pressionados a melhorar a eficiência dos recursos que são investidos nesta relevante, prio-

ritária, mas também consumidora de recursos financeiros e humanos cada vez mais exigentes e inacessíveis a algumas das nossas PME.

É neste contexto que os investigadores e os gestores equacionam novos modelos de inovação, entre os quais a inovação aberta, cuja simplicidade conceptual contrasta com a complexidade da sua aceitação e implementação.

Aliás, tal constitui um dos maiores paradoxos da gestão: instrumentos de gestão de simples compreensão, de rápida adesão, de fácil implementação técnica, evidenciam, contudo, uma complexa, ruidosa e inexplicavelmente difícil implementação.

Também neste campo a inovação é fundamental e urgente, com o propósito de simplificar a implementação de algumas novas abordagens organizacionais e de novos instrumentos de gestão.

Mais importantes do que um inovador, promissor e poderoso instrumento de gestão são os resultados e sua implementação, face aos recursos envolvidos e às expectativas que induzem.

Mais importantes do que um inovador, promissor e poderoso instrumento de gestão são os resultados sua implementação, face aos recursos envolvidos e às expectativas que induzem.

Contudo, a inovação aberta, exemplificada na figura seguinte, e definida como sendo um "Fluxo de conhecimento entre os limites internos e externos das organizações, para acelerar os processos de inovação das empresas" (Chesbrough, 2003), é catalisadora de uma maior interação com o exterior, captando, mas também cedendo às entidades situadas na envolvente, novas ideias, nova informação e novo conhecimento, adotando estratégias que reforcem as parcerias, a multidisciplinaridade, o networking, a otimização dos recursos, frequentemente diferentes, especializados, mas complementares.

O domínio do segredo, a proteção de todo o conhecimento produzido por cada organização e o des-

prezo e o assassino das ideias irrelevantes para o seu negócio são valores e princípios cada vez mais abandonados pelas organizações, que reconhecem vantagens na redução dos custos da investigação, na partilha dos riscos, na diversificação das fontes de financiamento, no benchmarking e na adoção das boas práticas, na antecipação das necessidades dos clientes, na valorização das inovações incrementais e no reforço da cultura de inovação.

Privilegiar, estimular e potenciar a inovação aberta constitui uma decisão estratégica que, muito frequentemente, exige a adoção de novos comportamentos e atitudes, novos valores e um novo ambiente interno. Mas haverá alternativas?

PUB



CONHEÇA A NOVA  
**LIVRARIA ONLINE**  
DA VIDA ECONÓMICA

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

Publicações especializadas ■ Edições técnicas ■ Formação e eventos

REDES SOCIAIS

## Relatório da Deloitte analisa o impacto do Facebook na criação de emprego na economia global

Num mundo mais aberto e cada vez mais ligado entre si, não reside somente a facilidade de comunicação entre familiares e amigos. Novas oportunidades são criadas na economia. Um estudo realizado pela Deloitte, intitulado Facebook's Global Economic Impact, analisa como é que os efeitos produzidos pelo marketing, pela plataforma e pela conectividade facilitaram o crescimento de emprego pelo mundo.



### Impacto Total por País e Região

| Região        | País           | Economic impact | Jobs supported |
|---------------|----------------|-----------------|----------------|
| NORTH AMERICA | United States  | \$100B          | 1.1M           |
|               | Canada         | \$5B            | 82K            |
| SOUTH AMERICA | Brazil         | \$10B           | 231K           |
| APAC          | Japan          | \$3B            | 34K            |
|               | India          | \$4B            | 335K           |
|               | Australia      | \$6B            | 62K            |
| EMEA          | EU-28          | \$51B           | 783K           |
|               | United Kingdom | \$11B           | 154K           |
|               | Germany        | \$7B            | 84K            |
|               | France         | \$7B            | 78K            |
|               | Spain          | \$4B            | 52K            |
|               | Italy          | \$6B            | 70K            |
|               | Other EU-28    | \$17B           | 349K           |

**\$227 billion** global economic impact      **4.5 million** global jobs supported

### O Top 10 da despesa efetuada em atividades de "lobby" em 2014 (EUA)

Uma realidade bem diferente da nossa, onde podemos ver o registo dos montantes investidos em atividades de "lobbying" no ano passado nos Estados Unidos da América.

O Google ocupa o 7º lugar neste "top ten" dos maiores investidores "lobistas", só sendo ultrapassada por grupos de interesse (os 6 primeiros) tal como a Câmara de Comércio da Associação Nacional de Retailistas.

#### Google Among Top Lobbying Spenders in 2014

Lobbying expenditure in the United States in 2014

|    |   |          |
|----|---|----------|
| 1  | US Chamber of Commerce                          | \$124.1m |
| 2  | National Association of Realtors                | \$55.1m  |
| 3  | Blue Cross / Blue Shield                        | \$21.3m  |
| 4  | American Hospital Association                   | \$20.8m  |
| 5  | American Medical Association                    | \$19.7m  |
| 6  | National Association of Broadcasters            | \$18.4m  |
| 7  | Google  | \$17.5m  |
| 8  | National Cable & Telecommunications Association | \$17.5m  |
| 9  | Comcast   | \$17.0m  |
| 10 | Boeing  | \$16.8m  |

Source: Center for Responsive Politics

Com cerca de 2,4 biliões de utilizadores, a internet continua a crescer para patamares surpreendentes. Começamos a colocar uma parte do mundo sob determinada perspetiva.

A pobreza e a falta de acesso à tecnologia é crescente e ainda nem sequer metade da população mundial consegue aceder à internet. Isto poderá sofrer uma alteração profunda graças à SpaceX, que é uma empresa criada pelo conhecido empreendedor Elon Musk, que planeia lançar milhares de pequenos satélites, que transformará o acesso à internet a custos que nunca pensámos poderem ser possíveis. Estas estatísticas poderão sofrer aumentos dramáticos caso este projeto consiga os seus objetivos.



Aceda aqui

Estudo aqui



NOTÍCIAS | ARTIGOS

## The 2015 Robert Schuman Lecture no Lisbon Council

Assista na sua integralidade à palestra disponibilizada pelo The Lisbon Council, The 2015 Robert Schuman Lecture, efetuada pelo secretário de estado do Reino Unido responsável pelo departamento para o comércio, inovação e membro do parlamento (democrata liberal). O ministro Cable aproveitou a ocasião para revelar as propostas Britânicas para o Digital Single Market, acrescentando que "a União Europeia é parte da solução, não é parte do problema".



Veja na íntegra!

AGENDA DE EVENTOS

MARÇO 2015

**28**  
Global Health & Innovation Conference  
New Haven, EUA

ABRIL 2015

**1**  
2nd Annual Open Innovation Forum  
Boston, EUA

**13**  
9th Annual American Food Technology & Innovation Summit 2015  
Chicago, EUA

**15**  
Innovation through Knowledge Transfer 2015 (InKT15)  
Staffordshire, Reino Unido

MAIO 2015

**28**  
World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship  
Istanbul, Turquia

JUNHO 2015

**3**  
ISITES2015 - 3rd International Symposium On Innovative Technologies In Engineering And Science  
Valencia, Espanha

**10**  
Innovation and cultural entrepreneurship – the core of a knowledge society Bari, Italia

**18**  
The 8th International Conference for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development  
Sheffield, Reino Unido

## A Internet em 2014 – dados infográficos

THE INTERNET REQUIRES  
APPROXIMATELY  
**50 MILLION**  
HORSEPOWER  
IN ELECTRICITY  
TO KEEP RUNNING  
IN ITS CURRENT STATE



**1.7 BILLION**  
OF THE  
INTERNET  
USERS ARE IN  
**ASIA**



Consulte as infografias



## Porque é que Bill Gates bebeu fezes humanas?

Bill Gates fez a sua fortuna como cofundador da Microsoft, mas fez uma pausa nos seus negócios nos últimos anos para se dedicar à sua fundação Bill & Melinda Gates. A sua fortuna está estimada em cerca de 80 biliões de USD e afirmou que

doará 95% do seu legado.

Um dos seus projetos patrocinados é o "Omniprocessor" criado em Seattle pela empresa Janicki Bioenergy. Este aparelho trata as fezes humanas e transforma-as em cinzas limpas, eletricidade e água potável.

Bill Gates está tão absorvido por esta ideia, que recentemente lançou um vídeo onde é o protagonista, onde bebe a água que cinco minutos antes tinha vindo do esgoto.

Leia mais sobre este tema

**Nota:** Se pretender divulgar um evento relacionado com Inovação e empreendedorismo  
Contacte

## FINANCIAR A INOVAÇÃO

À medida que as diferenças que separam as empresas bem sucedidas vão sendo cada vez menores, torna-se cada vez mais crítico que todos os elementos que as compõem atuem de forma a maximizar a sua contribuição para os resultados e a colaborar para a consecução das vantagens competitivas.

A chave está no enfoque nos aspetos essenciais do negócio. É a forma diferenciada e inovadora de gerir empresas. Este conceito implica que o melhor da capacidade intelectual dos gestores e colaboradores pode, e deve, estar centrado em criar e tirar o maior partido de todas as competências que têm a ver com o negócio em si e que permitam criar fatores claros de diferenciação e inovação no mercado.

Esta forma de gestão conduz a uma questão inevitável: um processo particular de suporte pode ser importante, mesmo crítico, mas se não faz parte das atividades essenciais do negócio porque fazê-lo? Que o trabalho deve ser feito é indiscutível. Mas que uma empresa tenha que contratar, formar e motivar recursos humanos e manter meios ma-

## Inovação



terias para o fazer é outra coisa bem distinta.

Hoje em dia, as tecnologias e os mercados estão em permanente mudança, a uma velocidade, quase insustentável, inimaginável há meia dúzia de anos atrás. Assim, as empresas não podem dar-se ao luxo de desperdiçar recursos nas funções que

são de suporte à atividade do seu negócio. É fundamental, se não vital, não dispersar talentos no acessório e centrar toda a criatividade no essencial do próprio negócio: "A César o que é de César" ■

Luís Archer – Consultor  
luismariaarcher@iol.pt

### Triz Simplificado Nuevas aplicaciones de resolución de problemas para ingeniería y fabricación



#### TRIZ SIMPLIFICADO

nuevas aplicaciones de resolución de problemas para ingeniería y fabricación

Ellen Domb  
Kalevi Rantanen



Pedidos para:  
Accelper Consulting Iberia, Ld<sup>®</sup>

[info@accelperiberia.com](mailto:info@accelperiberia.com)  
[www.accelperiberia.com](http://www.accelperiberia.com)

#### Índice:

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

ISBN 978-84-8408-576-8



9 788484 085768

#### FICHA TÉCNICA:

Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira

Colaboraram neste número: Helena Navas, Jaime Quesado, Julio faceira Guedes, Luís Archer

Tradução: Sofia Guedes | Paginação: Flávia Leitão | Vida Económica

Contacto: jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Subscreva aqui outras newsletters ←