

ARTIGO

Festival de inovação

20TH OCTOBER - 14 NOVEMBER 2014

DISRUPTIVE INNOVATION FESTIVAL

JOIN US FOR THIS GLOBAL ONLINE EVENT

O Disruptive Innovation Festival (DIF) foi apresentado pela Fundação Ellen MacArthur, é um festival online de quatro semanas juntando inovadores, empreendedores, empresários,

criadores, estudantes e realizadores para catalisar mudanças ao nível de sistemas para a economia futura. Oferecendo uma mistura de eventos online e reais em todo o mun-

do, o DIF vai explorar ideias como inovação em negócios, reformas em cidades, economia compartilhada, pensamento sistémico e ciência do século XXI.

Participantes de todo o mundo podem assistir a sessões transmitidas por múltiplos formatos em diversos fusos horários e podem até apresentar sessões próprias como parte do programa "Microfone Aberto" durante o Festival.

O primeiro Disruptive Innovation Festival vai acontecer de 20 de outubro a 14 de novembro de 2014.

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

ÍNDICE

Artigo.....	1
Opinião.....	2
Editorial.....	2
Opinião.....	3
Opinião.....	4
Redes sociais.....	5
Notícias.....	8
Agenda de eventos.....	8
Financiar a inovação.....	9

PUB

Praveen Gupta

INNOVATION

Portugal Seminars



Praveen Gupta

Founding Editor
of the International Journal
of Innovation Science

Lisboa 22/23 Setembro

MAKING Innovation Management WORK

Increasing Innovation with Brinnovation methodology applied to NP4457

Porto 25/26 Setembro

MAKING Made in Portugal PERFECT

A Global Competitive Advantage Through Six Sigma

Coimbra 24 / Porto 27 Setembro

Entrepreneurship in Portugal

Pursue Your Passion

OPINIÃO

“DESAFIOS PÓS-TROIKA”

Depois da saída formal da troika, impõem-se novos desafios para a sociedade e a economia portuguesa. A sociedade portuguesa encontra-se bloqueada e impõe-se um sentido de urgência na emancipação cívica do país. Por isso é tempo de um novo contrato de confiança estratégico centrado numa nova ambição competitiva para o país. Aqui vão cinco desafios para o Pós / Troika:

1 - O DESAFIO DA 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 contribuinte de todos. Um Programa para a Inclusão Social tem que saber “integrar de facto”.

2 – O DESAFIO DA NOVA COMPETITIVIDADE – Está mais do que consolidada a mensagem da ur-



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

gência da dimensão tecnológica na matriz de desenvolvimento nacional. Um Programa para a Competitividade 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.

3 – O DESAFIO DA EXCELÊNCIA TERRITORIAL – 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 parti-

cipativa, 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.

4 – O DESAFIO DA DIMENSÃO CULTURAL – Portugal tem uma forte cultura alicerçada no potencial histórico da língua. É um ativo único. Um Programa Intelectual da Cultura Portuguesa tem que saber dinamizar de facto nos grandes circuitos internacionais a apetência pela prática e consumo dos muitos “produtos culturais” nacionais disponíveis. A “cultura da língua portuguesa” tem que ajudar na criação de valor para o nosso país.

5 – O DESAFIO DA MAIORIDADE CÍVICA – Tudo passa por no princípio e no fim saber estar e participar. Impõe-se para Portugal uma cultura de participação cívica ativa positiva. É assim que se faz a riqueza da matriz europeia. É assim que se tem consolidar a atuação dos grandes objetivos para este novo ciclo de “integração europeia”.

EDITORIAL

A INOVAÇÃO SOCIAL

Certamente que começaremos a ouvir esta designação com maior frequência, parecendo que esta será a próxima palavra-chave para a resolução de todos os problemas da sociedade, associada ao empreendedorismo social.

Desde que C.K Prahalad criou a expressão “Bottom of the Pyramid”, passámos a poder resumir de uma forma simplista a possibilidade que os mercados de rendimentos mais baixos poderiam representar para as empresas mais ricas e ao mesmo tempo trazerem maior prosperidade às pessoas de rendimentos mais baixos. Felizmente não estamos numa situação equivalente a países de baixos rendimentos, mas, se nos compararmos com alguns países europeus, o diferencial de rendimento per capita é preocupante e poderemos perceber que a inovação social será certamente um tema a desenvolver e principalmente a não confundir com a filantropia nem com a ajuda pontual à população mais exposta aos impactos resultantes do aumento do desemprego e do grau de habilitações profissionais e académicas dessa mesma população. Importa pois que se estabeleçam políticas adaptadas ao apoio a pequenas ideias que possam ser implementadas, ao apoio a pequenas inovações que possam surgir, sejam no apoio direto aos cidadãos, seja na criação de novas formas de ajudar a consumir a um preço que seja acessível para muitos, podendo ser esta uma forma de este tipo de inovação ser bem-sucedido e com um impacto positivo em termos sociais.

O modelo criado por Prahalad, deveria servir de inspiração para quem quiser debruçar-se sobre esta temática, ou seja, interligar a educação do consumidor com as suas aspirações, apoio a soluções locais adaptadas às diferentes realidades, à criação de sistemas de distribuição e de comunicação que possam aumentar a capacidade aquisitiva dos bens e serviços resultantes das atividades de inovação social.

Entender a realidade social será um fator preponderante para que o apoio a diferentes iniciativas nesta área possa ser efetivamente capaz de gerar mais integração e inclusão social.

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

VidaEconómica

INDEPENDENTE

A newsletter do profissional liberal

INFORMAÇÃO ESSENCIAL E PRÁTICA TODOS OS MESES NO SEU EMAIL

 SUBSCRIÇÃO GRATUITA

<http://mailings.vidaeconomica.pt>

Conheça ainda outras fontes de informação mais alargada do grupo Vida Económica.
Aceda ao site www.vidaeconomica.pt, e entre em *Subscribe Newsletter*.

PUB

OPINIÃO

Fundamentos do TRIZ

Parte IV - Análise de Recursos

Depois de ter sido identificado o sistema técnico e de terem sido definidas as suas contradições, devem ser avaliados os recursos que estão disponíveis para superar a contradição. Para resolver a contradição, a Teoria da Resolução Criativa de Problemas, mais conhecida pelo seu acrónimo TRIZ, recomenda utilizar os recursos do sistema existente.

Na metodologia TRIZ o “recurso” é definido de uma forma bastante ampla. Um recurso é tudo aquilo que pode ser utilizado para resolver um problema e melhorar o sistema sem necessidade de despesas avultadas. Procura-se utilizar recursos de baixo custo e facilmente alcançáveis.

Os recursos de um sistema existente e os seus elementos são a base das soluções mais eficientes. A identificação desses recursos apoia o desenvolvimento de soluções possíveis. Cada recurso pode ser visto como solução potencial do problema. Quanto mais recursos se pode utilizar, maior será o conjunto de soluções.



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

A identificação dos recursos disponíveis e a sua melhor utilização são importantes na busca de soluções com melhor relação custo/eficiência. TRIZ exige que a análise de recursos tenha em conta não só os recursos “negativos”, mas também os recursos “positivos” do sistema.

As melhorias devem continuar até que se consiga uma plena utilização dos recursos.

Os recursos podem ser agrupados de acordo com o seguinte:

- Recursos naturais ou ambientais
- Recursos de sistema
- Recursos funcionais
- Recursos substâncias
- Recursos energéticos e de campo
- Recursos do tempo

Recursos de espaço
Recursos de informação
Altshuller também agrupou os recursos em seguintes categorias:
Baseados na acessibilidade:
internos (limitados aos elementos principais do sistema);
externos (incluindo recursos do meio ambiente em geral e os específicos para um dado sistema);
recursos do supersistema ou outros, recursos de baixo custo acessíveis (incluindo desperdícios).
Baseados na prontidão para a utilização:

recursos prontamente disponíveis;
derivados (recursos modificados facilmente disponíveis).

A chave da sustentabilidade é a produtividade de recursos.
A análise de recursos do TRIZ pode ser útil em iniciativas de inovação relacionadas com o uso mais eficiente e responsável dos recursos, incluindo o uso de energia.

Os ganhos de eficiência na utilização dos recursos geralmente resultam de melhorias de processos. Assim, as iniciativas esporádicas de inovação devem evoluir para as atividades planeadas e

programadas de forma contínua; a inovação deve tornar-se sistemática.

A melhoria incremental tradicional de tecnologias existentes já não é suficiente. Todas as atividades económicas precisam de aumentar radicalmente a eficiência da utilização dos recursos.

A aplicação das ferramentas analíticas e das técnicas do TRIZ pode ser especialmente útil para a inovação radical, tanto na geração de soluções inovadoras e revolucionárias, como também na análise de recursos e na sua previsão.

Os recursos podem ser usados para resolver os problemas de acordo com o fluxograma de trabalho seguinte:

Formular o problema;
Construir a lista de recursos na seguinte ordem: recursos internos, externos, subprodutos e recursos complexos;

Definir que tipo de recursos é necessário para resolver o problema;

Efetuar uma estimativa de cada um dos recursos existentes e os efeitos de seu uso;

Propor como usar o recurso.

PUB

Com o contributo de vários especialistas em políticas sociais

Alguns temas tratados na obra:

- O papel da reforma fiscal numa estratégia de consolidação orçamental sustentável em Portugal
- Contexto do modelo social europeu
- Estado Social em Portugal: reforma(s) ou revolução?
- Reflexões em torno da reforma das prestações sociais – das pensões em especial
- Democracia e inclusão social
- Public pension reserve funds – evidence from Portugal
- O financiamento da Segurança Social

Título POR ONDE VAI O ESTADO SOCIAL EM PORTUGAL?

Organizadores Fernando Ribeiro Mendes, Nazaré da Costa Cabral

Páginas 368 **PVP** €22,00 **eBook** €17,86

PORTES GRÁTIS



OPINIÃO

O papel da gestão do risco nos projetos de inovação

O papel da inovação no reforço da capacidade competitiva das organizações e, conseqüentemente, na confiança na sua sustentabilidade é um pressuposto inegável, reconhecido e aceite pela generalidade dos investidores, gestores e trabalhadores, sendo muitas as evidências, quer empresariais quer científicas, que comprovam esta afirmação.

Contudo, é também evidente que os riscos associados à inovação, quer no plano económico-financeiro, quer no plano socio-organizacional merecem uma particular análise, avaliação, ponderação e decisão sobre os mesmos.

A decisão de inovar o quê, como, quando e com que objetivo é, quase sempre, um processo complexo, exigente, dinâmico, multidisciplinar e, em particular quando a investigação assume um papel preponderante na concretização da inovação, caracterizado por uma elevada dose de incerteza. O risco, assumindo-o como a possibilidade de um incidente ocorrer, está presente em qualquer decisão de gestão, mas quando o objetivo é decidir favoravelmente, ou não, investir determinado valor, frequentemente num quadro de insuficiência de recursos financeiros, na produção de conhecimento, esperando que o mesmo possa ser valorizado num momento posterior, a sua gestão constitui um fator fundamental para o sucesso da organização.



JÚLIO FACEIRA GUEDES
Professor da Universidade
Portucalense
Administrador da XZ
Consultores SA

A multidisciplinaridade dos riscos exige que os mesmos sejam identificados e avaliados por especialistas das diferentes áreas do conhecimento e da gestão e, não apenas, pelos economistas, erro frequentemente assumido por algumas organizações, demasiado preocupadas com as questões económico-financeiras, desprezando os riscos sociais, os organizacionais, os inerentes à evolução dos concorrentes, do mercado, da ciência,

da tecnologia,

É também evidente que não é suficiente avaliar o

risco e obter um resultado. Analisá-lo, compará-lo com o nível de risco aceitável e decidir sobre o que fazer para vigiar, anular ou minimizar o risco excedentário e o residual, constitui uma atividade relevante na execução de qualquer projeto.

Não inovar, quando os clientes e o mercado o exigem e quando a evolução do negócio o recomenda, pode ser um passo para a crescente e definitiva perda de competitividade.

Neste contexto, uma eficaz gestão do risco constitui um fator fundamental para a concretização dos objetivos estabelecidos para cada um dos projetos e nunca, independentemente da natureza e intensidade dos projetos de inovação, deve ser desprezada e desvalorizada.



PUB



Rent

A

Friend AE

SOBRE NÓS

O NOSSO SERVIÇO

EQUIPA RAF

PARCERIAS

CONTACTOS



Através do programa "A Empresa" proporcionado pela Junior Achievement Portugal, quatro jovens empreendedores criaram a **Rent A Friend**. Impulsionados pela vontade de melhorar as nossas competências como futuros membros do mundo dos negócios, procuramos criar um serviço inovador, capaz de solucionar lacunas existentes no mercado, naquela que elegemos como a nossa área de atuação – o **turismo**.

REDES SOCIAIS

Os sete erros que as marcas persistem em fazer no Facebook



Jennifer Spivak

- 1 - Publicar conteúdos sem interesse e depois reclamar o reduzido alcance.
- 2 - Recusar pagar
- 3 - Ignorar os recursos avançados de publicidade no Facebook
- 4 - Interromper a experiência do utilizador
- 5 - Implorar pelo envolvimento dos utilizadores
- 6 - Esquecer os utilizadores de dispositivos móveis
- 7 - Não aprender e não ajustar as páginas numa base regular

Não deixam de ser interessantes estas 7 dicas, ficamos sem saber se são patrocinadas pelo próprio Facebook, ou da análise livre da autora, no entanto mesmo sendo básicas, assistimos todos os dias a um constante repetir destes pontos.



PUB

Praveen Gupta

INNOVATION

Portugal Seminars

Lisboa 22/23 Setembro

MAKING
Innovation
Management
WORK

Increasing Innovation with
Brinnovation methodology
applied to NP4457

Porto 25/26 Setembro

MAKING
Made in Portugal
PERFECT

A Global Competitive
Advantage Through Six Sigma

Coimbra 24 / Porto 27 Setembro

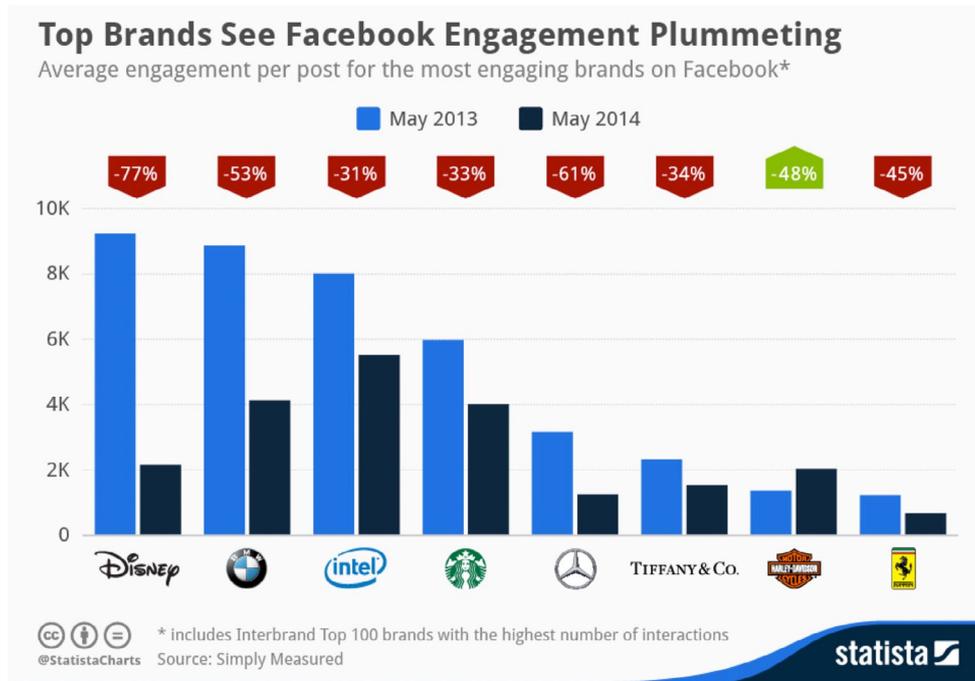
Entrepreneurship
in Portugal

Pursue Your
Passion

Praveen Gupta
Founding Editor
of the International Journal
of Innovation Science

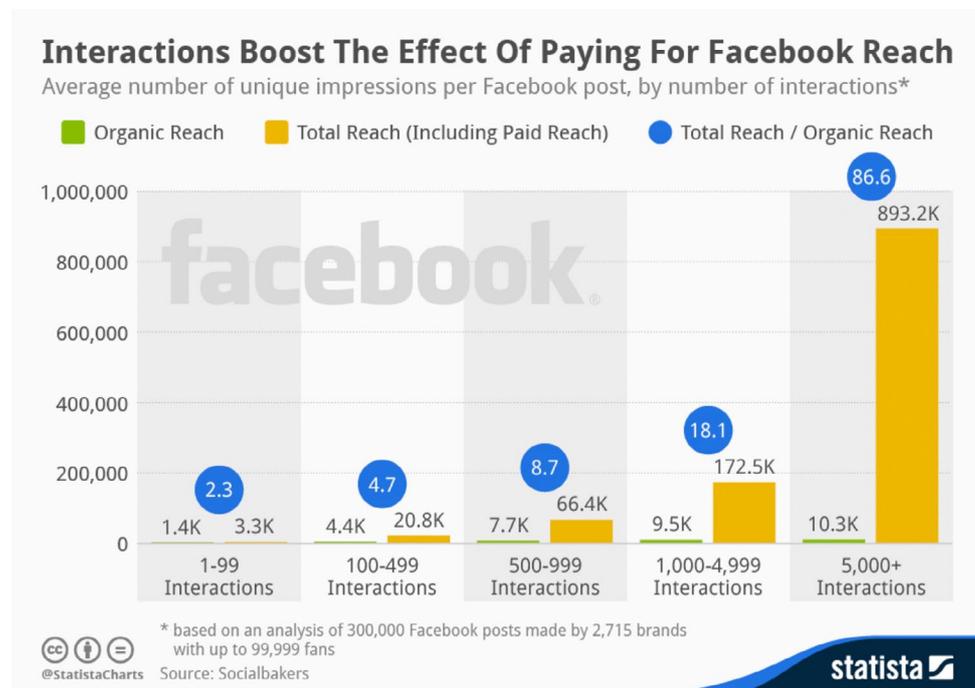
REDES SOCIAIS

Segundo dados recentemente publicados pela empresa Simply Measured, as marcas com maior destaque no Facebook estão a sentir uma quebra no envolvimento dos utilizadores com os seus "posts", nos últimos 12 meses. Este resultado poderá estar relacionado com o facto do Facebook estar constantemente a alterar os seus algoritmos de alcance orgânico (limit organic reach) de mensagens das marcas, em detrimento de histórias patrocinadas.



Este quadro mostra-nos o número médio de iterações por cada Post colocado no Facebook, pelas marcas globais mais envolvidas com esta rede social.

O Facebook está gradualmente a limitar o alcance dos conteúdos colocados pelas marcas, ou seja, as marcas não têm outra alternativa que não seja a de pagarem os seus conteúdos para que sejam promovidos. Segundo um estudo publicado pela Socialbakers report, pagar de uma forma isolada pela divulgação dos conteúdos por si só não será suficiente se estes conteúdos não forem cativantes e envolvam os utilizadores. O efeito gerado pelo pagamento pelo alcance adicional dos conteúdos no Facebook será tanto mais eficaz quanto melhor for o conteúdo ao provocar o maior número de interações entre os utilizadores. Enquanto o alcance total de "posts" com poucas interações é apenas 2,3 vezes maior do que o alcance orgânico em média, o alcance total de "posts" com mais de 5000 interações é quase 90 vezes maior do que o alcance orgânico, o que significa que o efeito de promoção de mensagens é fortemente amplificado, se o nível de interação é maior. Parece-nos evidente a crescente necessidade de as marcas pagarem para terem os seus conteúdos publicados, sendo assim que o negócio das redes sociais evolui.



Este gráfico ilustra como as interações com os conteúdos das marcas no Facebook se correlacionam com o seu alcance

OU INOVA OU MORRE.



Uma excelente ideia de pouco vale se não for activada. E numa conjuntura empresarial cada vez mais feroz e competitiva, nenhuma organização se pode dar ao luxo de dispensar as boas ideias, muito menos de não as implementar. A ACCELPER disponibiliza-lhe as ferramentas, os processos e as metodologias que dão vida à sua vontade de inovar. Aposte na massa cinzenta da sua empresa, antes que ela morra. Afinal, mais do que um caminho para o crescimento, a inovação é uma questão de sobrevivência.

accelper
inovação em acção

Estratégias de inovação realistas e exequíveis
Abordagem sistemática para a resolução de problemas
Metodologias inovadoras comprovadas
Excelência nos processos
Formação e Certificação em Inovação Empresarial e Six Sigma

www.accelper.com

NOTÍCIAS/ARTIGOS

PORTUGAL VENTURES ANUNCIA NOVOS INVESTIMENTOS E ABRE A 8ª CALL FOR ENTREPRENEURSHIP

Magnomics, SABE Online e Zuvino são as novas start-ups portuguesas com ambição de se assumirem como empresas de excelência a nível mundial, selecionadas em resultado da iniciativa da Call For Entrepreneurship da Portugal Ventures. O registo para a 8ª Call For Entrepreneurship está agora aberto e a submissão de projetos começa a 28 de julho.

A Call For Entrepreneurship visa possibilitar o acesso a investimento de capital de risco de projetos inovadores ou de base científica e tecnológica nas fases iniciais da sua maturação empresarial. Os projetos selecionados pela Portugal Ventures beneficiarão de um investimento de até 750 mil euros, num máximo

de 85% das necessidades totais de fundos do mesmo. Alguns dos fundos de capital de risco geridos pela Portugal Ventures são cofinanciados pela União Europeia através do FINOVA, gerido pela PME Investimen-

tos, COMPETE e do POR LISBOA.

A 8ª Call For Entrepreneurship está agora aberta e a apresentação de projetos tem início a 28 de julho. As candidaturas são submetidas através do website da Portugal Ventures.

A INDÚSTRIA E O EMPREENDEDORISMO

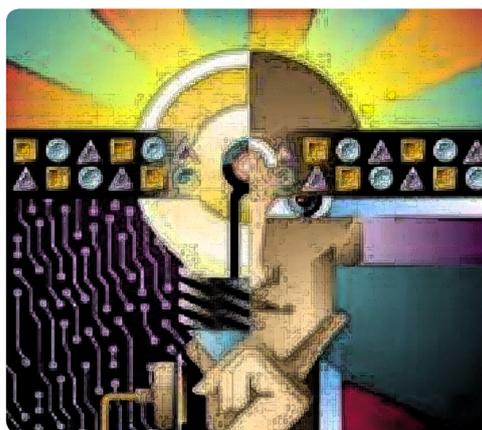
THE DYNAMICS OF EMPLOYMENT GROWTH: NEW EVIDENCE FROM 18 COUNTRIES



A Dinâmica do crescimento do emprego: Novas evidências sobre 18 países

Um novo projeto da OCDE para estudar a dinâmica dos diferentes níveis de emprego, mostra que as empresas mais "jovens" forma a fonte primária na criação de emprego, ma última década e nos 18 países analisados (Portugal incluído). Embora com um peso reduzido na economia, representando em média 17% do emprego, a sua contribuição para a criação de postos de trabalho representa 42% do total e apenas 22% da destruição do emprego, tornando estas empresas os maiores contribuintes líquidos na criação de emprego. Por outro lado as PME mais antigas, são as maiores destruidoras de emprego.

ESTUDO DA OCDE SOBRE AS POLÍTICAS DE INOVAÇÃO EM FRANÇA



A França tem uma já longa tradição em termos científicos e técnicos, mas para acelerar a competitividade e o crescimento económico tem necessariamente de explorar todo o seu potencial inovador. Estes comentários destacam a necessidade de um maior encorajamento do setor privado na área da inovação, aproveitar melhor toda a pesquisa efetuado pelo setor público e canalizar mais fundo para os projetos mais promissores em termos de pesquisa e desenvolvimento. Este estudo destaca também a necessidade de rever a fiscalidade aplicada a este tipo de projetos.

AGENDA DE EVENTOS

JULHO

16

The 5th International Conference on Systematic Innovation
San Jose, Estados Unidos da América

SETEMBRO

23

The Beauty Trends & Innovations Conference – From Insight To Engagement
Londres, Reino Unido

29

28th IPMA World Congress: Innovation through Dialogue
Roterdão, Holanda

22/23

Increasing Innovation with Brinnovation methodology,
Praveen Gupta, Lisboa Hotel Plaza

24

Entrepreneurship in Portugal... Pursue your Passion,
Praveen Gupta no Instituto Pedro Nunes, Coimbra

25/26

Making Made In Portugal Perfect: A Global Competitive Advantage Through Six Sigma,
Praveen Gupta, Tecmaia

27

Entrepreneurship in Portugal... Pursue your Passion
Praveen Gupta na Universidade Portucalense, Porto

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

FINANCIAR A INOVAÇÃO

No mundo dos serviços, o que está em jogo é proporcionar ao cliente uma experiência única e gratificante que o surpreenda e o fidelize, é facilitar-lhe a vida sem ele o esperar ou exigir, é ir ao encontro dos seus desejos e depois ultrapassá-los. Para se oferecer um bom serviço, o cliente tem de sentir que a empresa não é demasiado grande para que cada caso seja tratado como único, e não é demasiado pequena para que cada cliente beneficie do maior profissionalismo.

No caso das empresas de serviços, elas não se podem esquecer que o seu produto são as pessoas, que as suas vantagens passam pela atitude, pela disponibilidade e pelos sorrisos dos seus quadros e que os pontos fracos assentam na má vontade ou na falta de brio dos seus funcionários, tudo se decide nos



SERVIÇO

poucos minutos em que se tem a oportunidade de interagir com o cliente.

Nos serviços, as melhorias nascem das críticas dos clientes e das sugestões daqueles que lidam com eles, até porque estes tendem a ser fundamentais: ou bem que são os melhores advogados da empresa ou terroristas encarregues de minar a imagem ao divulgarem a má impressão que se deixa.

Se quando se está a vender um produto, para refrescar a sua imagem poderá bastar uma mudança de embalagem ou de logotipo, quando se está a oferecer um serviço a Inovação passa por ir ao encontro dos valores, dos ideais e dos sentimentos dos clientes. Efetivamente, servir é dar ouvidos à imaginação, ao entusiasmo, às ideias, às críticas e às reclamações dos clientes, é passar duma postura defensiva a uma

postura construtiva e é considerar a crítica como um favor que o cliente está a fazer, ao dar a oportunidade de corrigir o que se fez.

A relação com o cliente tem de ser constantemente alimentada e acarinhada, para com ele se estar num permanente estado de lua de mel profissional. Quando são pessoas que estão em jogo, não se pode esperar que tudo corra sempre bem, e o teste está em saber como se reage quando algo corre mal, ou seja, há que perceber porque é que o cliente abandona, para passar da cura à prevenção e fazer do cliente um sócio privilegiado da empresa, o que se consegue através dum permanente acompanhamento e capacidade de lhe propor novas soluções, isto é, da capacidade de inovar.

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

Herramientas de Innovación



Pedidos para:
Accelper Consulting Iberia, Ldª

info@accelperiberia.com
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



FICHA TÉCNICA:

Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira

Colaboraram neste número: Adam Hartung, Álvaro Gomez Vieites, Carlos Barros, Dustin Mattison, Jaime Quesado, Júlio Faceira Quedes e Luís Archer

Aconselhamento técnico: Praven Gupta, IIT, Center for Innovation Science

Tradução: Sofia Guedes **Paginação:** José Barbosa

Contacto: jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Subscreva aqui outras newsletters ←