

3 Editorial

4 Opinião

- A Convergência Inteligente da Economia

6 Opinião

- Metodologia TRIZ – “Modelagem com Pequenos Seres Inteligentes” (“Smart Little People” - SLP)

7 Estatísticas



- Violação de direitos de autor
- A ascensão do Chrome no domínio dos browsers
- Criadores de conteúdos
- Indústria de videojogos
- BRICS X G7

12 Agenda

12 Notícias



- Revisitando Schumpeter na Europa: inovação baseada no local e política industrial transformadora
- Aproveitar o “Novo Espaço” para o Crescimento Sustentável da Economia Espacial

15 Inovação

- Internacionalização vs. Inovação

Subscreva mais newsletters

As 6 motivações mais poderosas partilhadas por empresários de sucesso



MARTY ZWILLING

CEO & Founder of Startup Professionals, Inc.;
Adjunct Professor at Embry-Riddle University.
Tem publicações na Inc., Forbes, Entrepreneur e
Huffington Post.
Artigo publicado sob autorização do ISPIM

ter poder e realizar os sonhos dos pais, quando, na verdade, uma concentração na satisfação de interesses e desejos internos conduzirá provavelmente a mais sucesso, bem como a maior satisfação.

Tive o prazer de trabalhar com alguns dos empresários mais conhecidos do nosso tempo e li sobre muitos outros na versão atualizada do livro clássico “Discover Your True North”, do especialista em liderança de Harvard e autor de best-sellers Bill George. Ele apresenta um argumento convincente de que os melhores líderes e empresários seguem as suas motivações intrínsecas e não extrínsecas.

Ele enfatiza o valor de encontrar uma maneira de alinhar seus pontos fortes com suas motivações intrínsecas, o

Na minha experiência como mentor de novos empresários e aspirantes a líderes empresariais, encontro demasiadas pessoas que parecem ser motivadas pelas razões erradas. Toda a gente parece defender motivações extrínsecas, como enriquecer,

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

que ele chama de ponto ideal. Alguns dos pontos fortes e motivações intrínsecas mais eficazes para os empresários de hoje incluem o seguinte:

1. Fazer a diferença no mundo. Quando Bill Gates concretizou o seu sonho de colocar um computador em todas as casas e em todas as secretárias, não fazia ideia da fortuna que isso lhe traria, uma vez que só queria fazer a diferença. As motivações extrínsecas funcionam muitas vezes contra os empresários, levando-os a estabelecer objectivos irrealistas e avassaladores.

2. Encontrar um sentido pessoal na criação de uma empresa. No seu livro, "The Art of The Start 2.0", Guy Kawasaki exorta os empresários a concentrarem-se em criar significado, não dinheiro. Ele já disse muitas vezes que se a sua visão para a sua empresa é fazê-la crescer apenas para a transformar numa grande empresa ou para a tornar pública e ganhar dinheiro, "está condenado". Faça-o pelo significado.

3. Satisfação de fazer algo grandioso. Steve Jobs resumiu a sua motivação intrínseca em 2005, em Stanford, numa palestra intitulada "How to Live Before You Die". Ele disse: "O teu trabalho vai preencher uma grande parte da tua vida, e a única forma de estares verdadeiramente satisfeito é fazeres o que acreditas ser um grande trabalho. E a única maneira de fazer um grande trabalho é amar o que você faz."

4. Para ser um empresário de sucesso, nunca se pode ficar parado. Os melhores empresários apreciam tanto a viagem como o destino. Têm uma sede de conhecimento que os ajuda no seu negócio, bem como no seu próprio crescimento pessoal. Essa sinergia cria um ponto ideal que maximiza o seu impacto.



5. Ver o valor real das próprias crenças. Quando lhe perguntaram porque é que criou o Facebook, Mark Zuckerberg respondeu: "Não foi por causa da quantidade de dinheiro. Para mim e para os meus colegas, o mais importante é criarmos um fluxo de informação aberto para as pessoas. Ter empresas de comunicação social pertencentes a conglomerados não é uma ideia atraente para mim".

6. Ajudar os outros a atingir os seus objectivos. Se quer atingir os seus objectivos, ajude os outros a atingirem os deles. Os grandes empresários mantêm os olhos abertos para outras empresas num espaço relacionado que possa complementar o seu. Elon Musk abriu as patentes das baterias dos automóveis Tesla para serem utilizadas por qualquer pessoa, o que obviamente beneficiará tanto a sua empresa como a deles.

A maioria dos empresários dir-lhe-á que, quando descobriram o verdadeiro objetivo dos seus esforços, encontraram um novo sentido de empenho e liderança que lhes permitiu inspirar e dar poder aos outros, bem como dirigir as suas próprias ações. Nesta altura, podem tomar as decisões estratégicas de que necessitam para fazer realmente a diferença, desfrutar da satisfação e deixar um legado duradouro.

Muitos descobriram que o fracasso inicial é um dos melhores professores neste domínio. Aconselho os novos empresários a esperar o fracasso e a usá-lo como um distintivo de orgulho, em vez de o tentar esconder. De facto, a maioria dos investidores desconfia de quem afirma nunca ter fracassado, considerando essa afirmação como uma indicação de demasiada cautela ou de incapacidade para enfrentar a sua própria realidade.

A principal mensagem aqui é não esconder a sua verdadeira motivação de si próprio, da sua equipa ou dos seus investidores. Não os conseguirá enganar a todos durante muito tempo e não será feliz a tentar. Se não consegue encontrar nenhuma motivação intrínseca para o que está a fazer agora, provavelmente está na altura de analisar bem o seu estilo de vida e o seu futuro. A vida é demasiado curta para se ser infeliz e insatisfeito durante uma parte dela. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

EDITORIAL

JORGE OLIVEIRA TEIXEIRA
jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

Caros leitores,
Para a maioria certamente, setembro é o mês de regresso após merecidas férias para quem teve oportunidade.

O mundo não parou, afinal a inflação não baixou (como se previa) em termos económicos nada aconteceu nesta ida a banhos do país.

No entanto as preocupações dos empresários nacionais, em geral permanecem iguais, apoios comunitários permanecem atrasados no seu pagamento, àqueles que já investiram com os seus capitais e aguardam o respetivo reembolso na parte do subsídio a que concorreram.

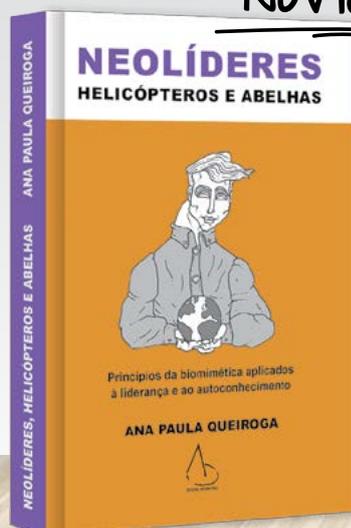
Esta demora persistente, origina constrangimentos de tesouraria principalmente nas pequenas e médias empresas, portanto esta é uma situação que deveria ter atenção especial por aqueles que decidem.

Se nos pedem para inovar e internacionalizar as nossas empresas e ganharem dimensão, temos de ter a resposta adequada dos organismos, quer na celeridade dos processos de decisão, quer na sua agilização processual.

Acreditamos que os temas selecionados para esta edição como as 6 dicas partilhadas pelos empresários de sucesso, talvez alguns digam e com razão que são mais do mesmo, mas por vezes esquecemos o mais elementar, mas que aqui nos são recordadas.

Recomendamos uma leitura mais atenta ao “Paper” que disponibilizamos “Revisitando Schumpeter na Europa: inovação baseada no local e política industrial transformadora”, que na sequência das teorias “Schumpeterianas”, na necessidade de uma abordagem aberta relativamente à transformação industrial que a Europa necessita, esquecendo a velha política industrial dos principais países europeus, e criando uma nova visão para a inovação industrial baseada nos territórios e no reforço da resiliência europeia a longo prazo das suas políticas económicas e tecnológicas, para que sejamos uma vez mais ultrapassados por outros locais, como por exemplo na produção de chips, que são o suporte de toda a indústria atual e cada vez mais do futuro. ■

Novidade



Este livro é fruto da atitude afirmativa e de descoberta pessoal da autora:
- Sim, e porque não?

E é neste processo de questionamento constante que ela impulsiona as suas próprias capacidades e abarca os desafios que outros lhe lançam. Aos neolíderes, deixa uma mensagem de futuro, sugere o caminho do autoconhecimento, uma visão mimacronectada da realidade humana e uma liderança biomimética e humanizante.

Autora Ana Paula Queiroga

Págs. 256 **PVP** € 35



VidaEconómica

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

🌐 <http://livraria.vidaeconomica.pt> | ✉ encomendas@grupovidaeconomica.pt

☎ 223 399 400 (chamada para a rede fixa nacional)

Subscreva aqui outras newsletters ➡

FICHA TÉCNICA: Coordenador: Jorge Oliveira Teixeira | Consultor Editorial: Praveen Gupta
Colaboraram neste número: John Bessant, Stefan Lindegaard, Rui Pedro Quental,
Francisco Jaime Quesado, Helena Navas e Luis Archer
Tradução: Rui Quental | Paginação: Flávia Dias | Vida Económica
Contacto: jorgeteixeira@vidaeconomica.pt

A Convergência Inteligente da Economia

**FRANCISCO JAIME QUESADO**

Economista e Gestor, Especialista em Inovação e Competitividade

Nunca como agora foi tão importante trabalhar numa verdadeira convergência inteligente da Economia Portuguesa. O Orçamento para 2024 e as políticas públicas associadas deverão ser o primeiro sinal na construção duma verdadeira Agenda de Convergência Inteligente. A Agenda da Convergência Inteligente deverá assentar na Inovação e Criatividade como factores centrais de uma nova confiança, de uma ambição global, de uma capacidade de construir soluções para novos problemas. Uma Sociedade da Inteligência. Precisamos dessa atitude em Portugal e por isso impõe-se uma cultura de mudança. Portugal tem que acreditar que há um momento depois da troika e que a sociedade está preparada para os seus desafios.

Os conhecidos baixos índices de “capital estratégico” no nosso país e a ausência de mecanismos centrais de “regulação positiva” têm dificultado o processo de afirmação dos diferentes protagonistas desta Agenda de Convergência Inteligente. Independentemente da riqueza do acto de afirmação individual da criatividade, numa sociedade do conhecimento, importa de forma clara “pôr em rede” os diferentes actores e dimensioná-los à escala duma participação global imperativa nos nossos tempos. Apesar dos resultados de iniciativas diversas

na área da política pública, vocacionadas para posicionar o território no competitivo campeonato da inovação e conhecimento, falta uma estratégia transversal.

Novas Redes de Confiança

A consolidação do novo papel da Agenda de Convergência Inteligente entre nós passa em grande medida pela efectiva responsabilidade nesse processo dos diferentes actores envolvidos – Estado, Universidade e Empresas. No caso do Estado, no quadro

A consolidação do novo papel da Agenda de Convergência Inteligente entre nós passa em grande medida pela efectiva responsabilidade nesse processo dos diferentes actores envolvidos – Estado, Universidade e Empresas

do processo de reorganização em curso e de construção dum novo paradigma tendo como centro o cidadão-cliente, urge a operacionalização de uma atitude de mobilização activa e empreendedora da revolução do tecido social. A Reinvenção Estratégica do Estado terá que assentar numa base de confiança e cumplicidade estratégica entre os “actores empreendedores” que actuam do lado da oferta e os cidadãos que respondem pela procura.

Cabe naturalmente às empresas um

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

O pensador espanhol Daniel Innerarity tem toda a razão. Precisamos de um Novo Espaço Público em Portugal. A sociedade portuguesa encontra-se bloqueada e impõe-se um sentido de urgência na emancipação cívica do país. Por isso, em tempo de crise, o Novo Espaço Público terá que ser capaz de responder de forma positiva aos desafios de uma Sociedade Civil ansiosa por respostas concretas aos desafios do futuro. Trata-se duma Nova Ambição, em que a aposta na participação e a valorização das competências, numa lógica colaborativa, têm que ser as chaves da diferença.

O Novo Espaço Público deverá ser capaz de apresentar novas soluções de inclusão social. Um país moderno tem que saber integrar de forma positiva os seus cidadãos. A coesão social faz-se pela participação construtiva e tem que haver uma atitude clara de mobilização para esse esforço nacional de convergência de actuação. 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 dinami-

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

zadas “acções de demonstração” do apoio à vontade do contributo de todos. Um Programa para a Inclusão Social tem que saber “integrar de facto”. O Novo Espaço Público deverá ser capaz de projectar novas ideias de competitividade. Está mais do que consolidada a mensagem da urgência da dimensão tecnológica na matriz de desenvolvimento nacional. Um Programa para a Competitividade tem que forçar dinâmicas efectivas de aposta na tecnologia, seja ao nível da concepção 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 activa em redes internacionais de comercialização e transacção de produtos e serviços.

O Novo Espaço Público deverá consolidar novas perspectivas para o território. Portugal tem uma oportunidade única de potenciar um novo paradigma de cidades médias, voltadas para a qualidade, a criatividade, a sustentabilidade ecológica. Verdadeiros centros de modernidade participativa, que façam esquecer a dinâmica asfíxiante 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.

Regresso ao Futuro

Num tempo complexo, em que a nova ordem europeia está a ter implicações em termos de um novo Contrato Social entre o Estado e a Sociedade Civil, numa lógica de competitividade aberta, as pessoas perguntam-se se cabe de facto ao Estado o papel de intervenção activa no combate à crise ou se pelo contrário não caberá à Sociedade Civil a tarefa de reinvenção de um novo modelo de criação colectiva de valor centrado na participação

e criatividade individual. Num mundo de incertezas, em última instância, será que há de facto respostas para as perguntas que cada vez mais preocupam os portugueses?

A gestão de expectativas é hoje fundamental e quando se começaram a agudizar os sinais de falta de controlo na gestão operacional das contas públicas criou-se o imperativo da necessidade da intervenção. O Estado assumiu a condução do processo, para evitar a contaminação do sistema e a geração de riscos sistémicos com consequências incontroláveis, mas

O Estado assumiu a condução do processo, para evitar a contaminação do sistema e a geração de riscos sistémicos com consequências incontroláveis, mas as dúvidas mantiveram-se em muitos quanto à existência de soluções alternativas mais condicentes com o funcionamento das regras do mercado.

as dúvidas mantiveram-se em muitos quanto à existência de soluções alternativas mais condicentes com o funcionamento das regras do mercado. Em muitas das situações a que estamos a assistir o que está em causa é a demonstração de que de facto neste mundo globalizado as elites detentoras da inteligência da gestão do capital perderam por completo o sentido da ética social própria de uma democracia aberta e justa.

O ano de 2024 vai ser particularmente relevante para Portugal. Está em cima da mesa, no contexto da consolidação do processo de integração europeia, a capacidade de o nosso país conseguir efectivamente apresentar um Modelo de Desenvolvimento Estratégico sustentado para o futuro. Em tempo de

crise, os recentes acontecimentos à volta da agudização da crise, vieram uma vez mais demonstrar que existe no nosso país uma “minoría silenciosa” que de há anos a esta parte mantém o status quo do sistema paralisado e a pretexto de falsas dinâmicas de renovação social e reconversão económica tenta reencontrar o caminho do futuro com as mesmas soluções do passado impensáveis num contexto de mudança como aquele que vivemos.

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

A mensagem de mudança é mais do que nunca actual entre nós. A Agenda da Convergência Inteligente que se quer legitimar em Portugal terá que ser capaz de ganhar estatuto de verdadeiro “operador estratégico” do desenvolvimento do país. Isso faz-se com “convergência positiva” e não por decreto. Importa por isso, mais do que nunca, estar atento e participar com o sentido da diferença. O “laboratório” que Portugal deve constituir nesta Nova Agenda Europeia deve centrar-se num Novo Plano de Inovação e Competitividade aberto à participação aberta da Sociedade Civil. ■

Metodologia TRIZ – “Modelagem com Pequenos Seres Inteligentes” (“Smart Little People” - SLP)



HELENA V. G. NAVAS

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

A Teoria da Resolução Inventiva de Problemas, mais conhecida pelo seu acrónimo **TRIZ**, é uma metodologia especialmente apropriada para a resolução de problemas nas áreas da ciência, da engenharia e gestão. A metodologia TRIZ propõe várias ferramentas analíticas que ajudam a superar a inércia psicológica. Com a ajuda destas técnicas, é possível considerar um problema a partir de diversos e inesperados pontos de vista. A **“Modelagem com Pequenos Seres Inteligentes”** ou **“Smart Little People”**, é uma ferramenta do TRIZ que visa auxiliar na resolução de problemas.

Smart Little People é uma ferramenta de criatividade que faz com que as pessoas pensem e analisem um problema de maneira diferente e encontrem uma solução adequada.

A SLP é uma das ferramentas do TRIZ de combate à inércia mental.

A ferramenta pressupõe a modelagem do processo e busca de soluções para situações em conflito, assumindo um “exército de pequenas pessoas” a trabalharem dentro do problema. É uma técnica que pode ser utilizada uma vez identificado o problema, sendo uma técnica especialmente útil em sessões de *brainstorming*. A ideia é

dividir o sistema em partes menores ou até dividir em partes micro, para um melhor entendimento do problema.

Segundo esta técnica, imagina-se que o sistema em análise consiste em muitas minúsculas pessoas inteligentes. Isto ajuda a análise da situação e facilita o processo de busca de soluções para um determinado problema. A ferramenta SLP permite não só entender melhor o conflito que exis-

A SLP é uma das ferramentas do TRIZ de combate à inércia mental.

te numa situação problemática, mas também ajuda a identificar o estado ideal do sistema, auxiliando no desenvolvimento das soluções para o problema.

O Método SLP pode ser aplicado em 4 etapas:

- **Passo 1 – Esclarecimento do Problema** – Análise do problema e das partes do sistema que causam problemas.
- **Passo 2 – Enquadramento em “Pequenos Seres Inteligentes”** - Categorização das “pessoas pequenas” que demonstrarão os requisitos do sistema, todas as funções e sequências.
- **Passo 3 – Resolução do Problema com “Pessoas pequenas”** – Usar a alegoria das “pessoas pequenas” imaginando as possíveis ações delas para que o problema seja atenuado ou eliminado.

- **Passo 4- Estado Ideal** – Identificação do “estado ideal” do sistema.

No fundo, **“Smart Little People”** é uma ferramenta de criatividade da Metodologia TRIZ baseada na observação de pessoas inovadoras e criativas no trabalho. **“Smart Little People”** são minúsculos seres imaginários que representam os vários elementos do problema que se tenta compreender e resolver. Esta ferramenta é de grande utilidade e pode ser aprendida rapidamente.

A ferramenta parece um “truque mental” porque implica empatia e cria algumas analogias pessoais com o caso. O facto de se imaginarem tão pequenos que cabem dentro da área problemática, vendo o assunto detalhadamente, poderá ser de grande utilidade. **“Smart Little People”** ajuda na modelação dos vários aspetos do problema (causas e soluções).

Os seres **imaginários** são inteligentes porque precisam de ter a flexibilidade e a visão para resolver problemas em qualquer sistema e em qualquer processo.

Os seres imaginários são tão **Pequenos** quanto for necessário.

“Smart Little People” é uma excelente ferramenta para modelar qualquer problema do mundo real. Quando se aplica SLP, a zona problemática é ampliada e virtualmente “entra-se” nela. À medida que a situação é modelada, identifica-se o que está a acontecer no local. Tornam-se mais visíveis os pequenos detalhes para que seja possível analisar o local onde o problema está a acontecer. Os **Pequenos Seres Inteligentes** facilitam a busca de soluções. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

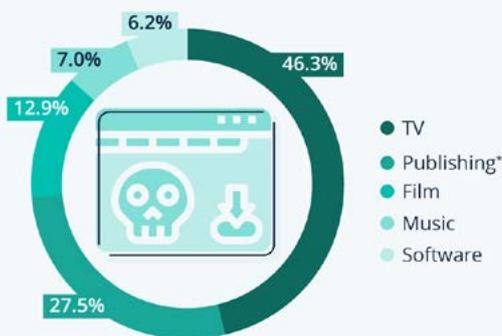
▶ Violação de direitos de autor

Redes de televisão, serviços de streaming, estúdios de Hollywood: Os produtores de conteúdos audiovisuais, como programas de televisão e filmes, são os mais afetados pela pirataria em linha, segundo um relatório recente da empresa antipirataria Muso. Em 2022, 46% de todas as visitas a sítios Web piratas apontavam para sítios que alojavam ou forneciam conteúdos televisivos ilícitos, enquanto cerca de 13% do tráfego era gerado por visitas a sítios de pirataria de filmes. Como mostra o nosso gráfico, a música e o software representam uma percentagem muito inferior do tráfego de sítios Web ilícitos. ■



As indústrias de mídia mais afetadas pela pirataria

Participação do setor de mídia nas visitas globais a sites de pirataria em 2022



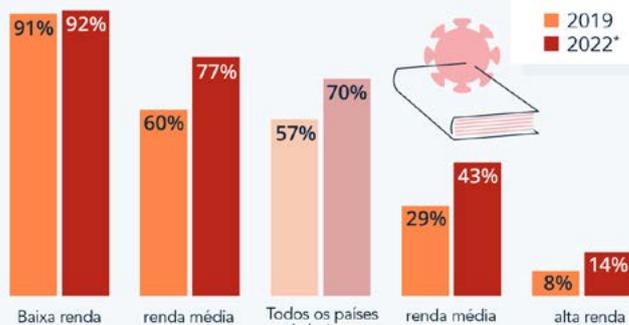
* e.g. books
Source: MUSO

▶ EDUCAÇÃO



A crise da Covid impulsiona o aumento global da pobreza de aprendizagem

Percentagem estimada de crianças de 10 anos que não conseguem ler e compreender um texto simples, por grupo de rendimento do país



Números para 2022 baseados em simulações
Sources: World Bank, Unesco, Unicef

O Dia Internacional da Literacia, celebrado a 8 de setembro de cada ano, é uma comemoração mundial dedicada a promover a importância da literacia como um direito humano e um poderoso motor do desenvolvimento sustentável. A literacia é um ingrediente fundamental do desenvolvimento pessoal e do progresso social, porque permite que as pessoas tenham acesso à educação e à informação, permitindo-lhes

tomar decisões informadas e participar plenamente na sociedade. Desempenha também um papel fundamental na redução da pobreza, na melhoria dos resultados em matéria de saúde e na promoção da igualdade de género. O Dia Internacional da Literacia recorda-nos que a literacia não é apenas um direito humano fundamental, mas também um catalisador de mudanças positivas, tanto a nível individual como social. ■

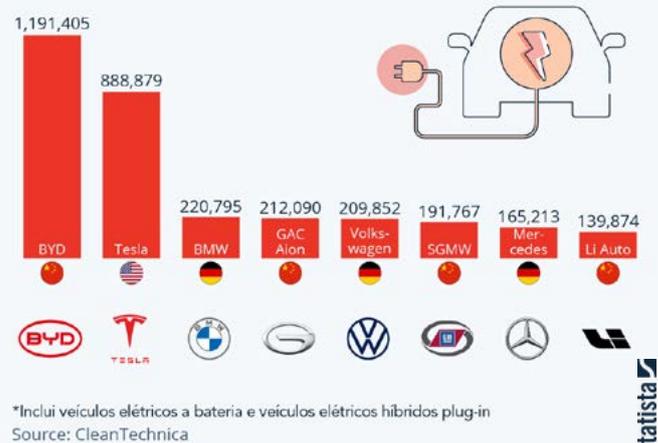
▶ AUTOMÓVEIS ELÉCTRICOS

Alguns dos principais fabricantes de automóveis do mundo estão entre os expositores da IAA Mobility 2023, que se realiza esta semana em Munique, onde o futuro da mobilidade elétrica voltará a ser o centro das atenções. Embora as marcas alemãs de automóveis, como a Volkswagen, a Mercedes e a BMW, tentem impressionar no seu território nacional, ultimamente têm ficado para trás na transição para os automóveis elétricos, uma vez que, compreensivelmente, continuam a trabalhar também em motores de combustão, enquanto

empresas mais pequenas e especializadas, como a Tesla e a líder de mercado chinesa BYD, se adiantaram. No primeiro semestre de 2023, só a BYD vendeu quase 1,2 milhões de veículos elétricos plug-in (incluindo híbridos plug-in), cerca do dobro do total combinado da BMW, Volkswagen e Mercedes. Para piorar a situação dos pesos pesados do sector automóvel alemão (e de outros fabricantes de automóveis europeus), a empresa que recentemente ultrapassou a Volkswagen como marca automóvel número 1 na China tem agora a Europa na mira. ■

BYD e Tesla dominam as vendas globais de veículos elétricos

Vendas globais estimadas de veículos elétricos plug-in no primeiro semestre de 2023, por marca*



▶ A ascensão do Chrome no domínio dos browsers

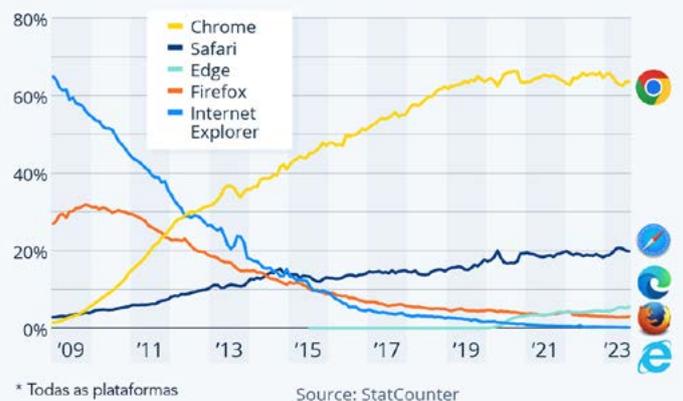
Quando a Google anunciou o lançamento do seu próprio navegador Web, o Chrome, em 2008, muitas pessoas perguntaram-se por que razão a Google es-

tava a criar um navegador Web. Em retrospectiva, a melhor pergunta teria sido: por que razão a Google não tinha criado um navegador Web mais cedo? Afinal, todo o negócio da empresa consistia em as pessoas utilizarem um navegador para acederem aos serviços da Google.

De facto, o plano para criar um navegador Web da Google já existia há anos, mas o CEO da Google, Eric Schmidt, ainda não

A ascensão do Chrome ao domínio do navegador

Participação no mercado global de navegadores de internet selecionados de janeiro de 2009 a agosto de 2023*



tinha considerado a sua empresa pronta para entrar na “guerra dos navegadores”, que consome muitos recursos. Em 2008, a Google estava a ganhar milhares de

milhões de dólares por ano e tinha finalmente amadurecido o suficiente para enfrentar a Microsoft e o seu Internet Explorer, que dominava o mercado. ■



INOVAÇÃO

& empreendedorismo



FOGOS

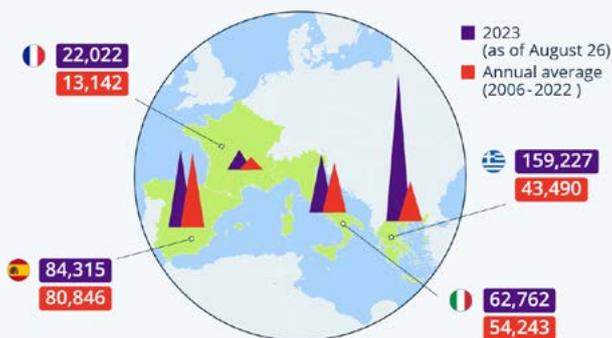
A época de incêndios florestais no sul da Europa costumava decorrer entre julho e setembro, mas os dados atuais mostram que está a tornar-se mais longa e mais intensa. As alterações climáticas estão a provocar ondas de calor mais longas e mais extremas, que secam a vegetação, permitindo que os incêndios se propaguem rapidamente.

De acordo com a base de dados do Sistema Europeu de Informação sobre Incêndios Florestais (EFFIS), em 26 de agosto, a área total ardida nos quatro principais países europeus da bacia mediterrânica (Espanha, França, Itália e Grécia) era já quase o dobro da média dos anos anteriores. Com a época de incêndios ainda por terminar, quase 330.000 hectares de floresta já se desfizeram em fumo na região, em comparação com uma média anual de 190.000 hectares entre 2006 e 2022.

statista

Incêndios florestais devastam o sul da Europa

Área acumulada queimada por incêndios florestais em países selecionados (em hectares)*



* apenas são registados incêndios com mais de 30 hectares
Source: EFFIS

CRIADORES DE CONTEÚDOS

Os criadores mais lucrativos da máquina de conteúdo da Internet

Ganhos estimados dos criadores de conteúdo online mais bem pagos* e plataforma de atividade mais significativa (2021)

Jimmy Donaldson (MrBeast)	YouTube	\$54.0M
Danielle Bregoli (Bhad Bhabie)	OnlyFans	\$51.0M
Jake Paul	YouTube	\$45.0M
Mark Edward Fischbach (Markiplier)	YouTube	\$38.0M
Rhett McLaughlin & Link Neal (Rhett & Link)	YouTube	\$30.0M
Elliot Tebele (Fuck Jerry)	Instagram	\$30.0M
Nathan Johnson Graham (Unspeakable)	YouTube	\$28.5M
Ryan Kaji (Ryan's World)	YouTube	\$27.0M
Alexandra Cooper (Call Her Daddy podcast)	Spotify	\$20.0M
Charli D'Amelio	TikTok	\$17.5M

* dentre aqueles incluídos na lista Top Creators 2022
Source: Forbes

Na edição de 2023 dos Streamy Awards, que foi publicada no YouTube, o criador de conteúdos MrBeast, também conhecido como Jimmy Donaldson, ganhou a categoria principal de Criador do Ano, bem como o prêmio de Melhor Colaboração (com Dwayne "The Rock" Johnson). O jovem de 25 anos, que cresceu na Carolina do Norte, foi o único vencedor a levar para casa vários prêmios, mostrando o sucesso retumbante que tem tido com o seu canal do YouTube, centrado em desafios exagerados (e, ocasional-

mente, em grandes gestos). A última edição da lista da Forbes dos criadores de conteúdos de maior sucesso na Internet inclui Donaldson como o mais bem-sucedido de todos, com um lucro anual de 54 milhões de dólares. O canal MrBeast era também o segundo mais seguido no YouTube em agosto de 2023 - em comparação com a quarta posição no início do ano. Durante este período, Donaldson chamou a atenção por ter pago operações para que 1000 cegos vissem e 1000 surdos ouvissem.

statista

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

INDÚSTRIA DE VIDEOJOGOS

As empresas com as maiores receitas de jogos também são aquelas que não dependem de apenas um pilar para seu sucesso fi-



As empresas de jogos mais lucrativas

Empresas públicas com as maiores receitas de jogos no ano fiscal de 2022*



* excluindo empresas que não listam os jogos como seu próprio segmento. Taxas de câmbio de moeda estrangeira na data de divulgação do relatório anual correspondente
Sources: Company statements

nanceiro. De acordo com os dados da empresa japonesa de multimídia Sony, por exemplo, faturou o equivalente a cerca de 27 bilhões de usd com jogos em seu ano fiscal de 2022 - quase o dobro da maioria de cada uma das empresas

restantes no top 8 do ano passado. Resultados comparativamente bons foram também alcançados pela empresa chinesa Tencent, que ficou em primeiro lugar entre as empresas com as maiores vendas de jogos em 2021. ■

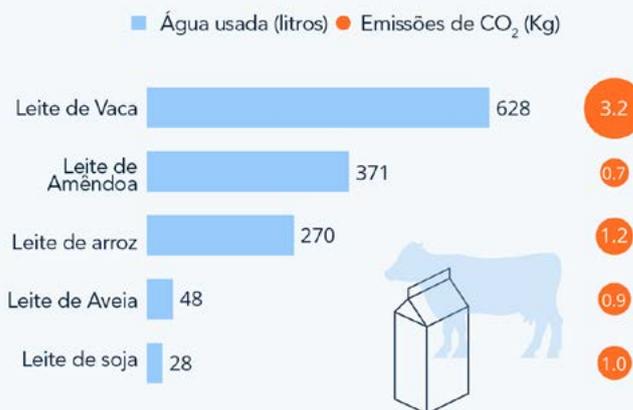
DIA DO LEITE VEGETAL

Não surpreende que, entre as opções de leite, o leite de vaca seja o menos sustentável em termos de emissões de dióxido de carbono e consumo de água associado à sua produção. Mas a sustentabilidade dos leites vegetais também varia, como reportou numa comparação da revista Science e do The New York Times. Cada litro de leite de vaca produzido consome 628 litros de água e gera 3,2 kg

de CO₂. O leite de amêndoa é o mais faminto de água entre os leites vegetais, o leite de amêndoas, atinge apenas 60% do uso de água e o maior poluidor entre eles, o leite de arroz, não causa nem 40% das emissões geradas pelo leite de vaca. O leite de soja e aveia são opções ainda mais sustentáveis quando o assunto é uso da água, exigindo apenas uma fração da água utilizada na produção do leite de vaca. ■

Qual leite (vegetal) é o mais sustentável?

Quantidade média de água utilizada e CO₂ produzido por litro de diferentes tipos de leite



INOVAÇÃO

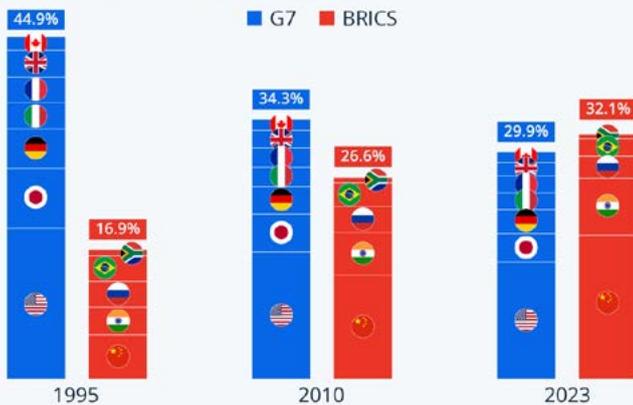
& empreendedorismo

BRICS X G7

statista

A ascensão dos BRICS

Participação dos países do G7 e do BRICS no PIB global em paridade de poder de compra



Dados de 2023 baseados em estimativas do FMI de abril de 2023
Source: IMF World Economic Outlook

nas últimas duas décadas, o mundo testemunhou uma profunda mudança no cenário económico e geopolítico global, à medida que a ascensão dos BRICS introduziu um contrapeso crescente ao domínio tradicional do G7. Os líderes do Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul reuniram em Joanesburgo, na África do Sul, para a 15ª reunião anual do Brics, com a possível expansão dos blocos sendo

um dos pontos de discussão no topo da agenda. Durante muito tempo, o G7, composto pelos Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemanha, França, Itália e Japão, dominou a economia a nível global e a tomada de decisões. No entanto, à medida que as nações integrantes dos BRICS experimentaram um rápido crescimento económico e desenvolvimento e a sua influência e ambição coletivas começaram também a crescer.

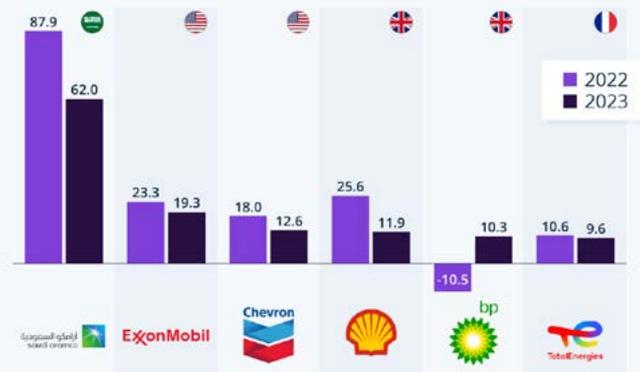


PETROLÍFERAS

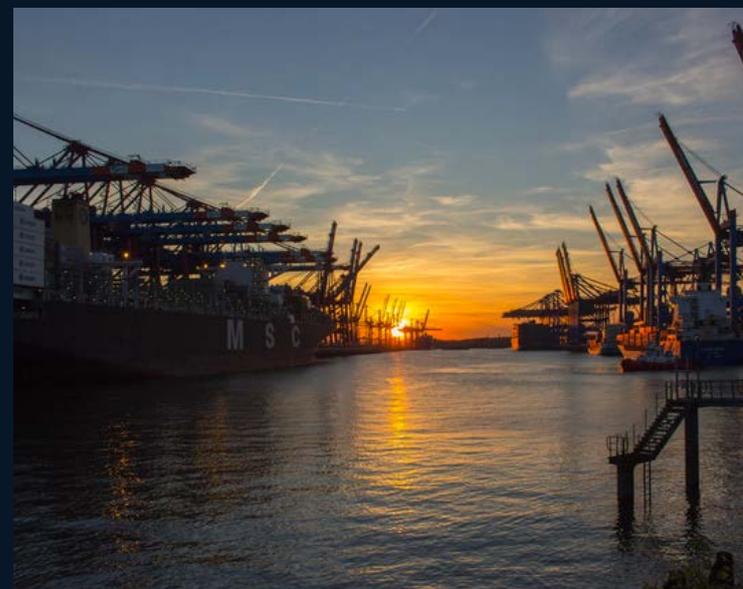
Embora as principais empresas de petróleo e gás do mundo tenham visto uma queda em relação às máximas do ano passado, elas ainda têm a capacidade de gerar grandes lucros. O gráfico a seguir mostra como nos primeiros seis meses de 2023, a Saudi Aramco obteve um lucro líquido de 62 bilhões de usd, o que representa uma queda de 30% comparativamente com o mesmo período do ano anterior, mas ainda consegue superar os seus concorrentes internacionais.

Big Oil vê queda em 2023

Lucro líquido de empresas selecionadas de petróleo e gás no primeiro semestre (em bilhões de dólares)



Source: Company reports



AGENDA



outubro 2023

- ▶ 09 3rd IEEE-TEMS 2023 Digital Ecosystems for Sustainable Society
Kaunas, Lituania online e presencial



- ▶ 21 1st International Conference on Multidisciplinary Research and Innovative Technologies
Atenas, Grécia Presencial

novembro 2023

- ▶ 07 Innovation Roundtable Summit 2023
Copenhaga, Dinamarca Presencial



- ▶ 08 HR Innovation Roundtable Summit 2023
Copenhaga, Dinamarca Presencial



▶ Revisitando Schumpeter na Europa: inovação baseada no local e política industrial transformadora



LUC SOETE & JOHAN STIERNA

Este artigo oferece uma perspetiva schumpeteriana sobre as respostas políticas ao atual ambiente de policrise com o qual a União Europeia (UE) se defronta. Joseph Schumpeter desenvolveu a maioria de seus insights sobre o desenvolvimento económico e político de longo prazo, ao mesmo tempo em que foi confrontado com grandes mudanças sociais transformadoras: políticas, económicas e tecnológicas. Nessa perspetiva, os tempos turbulentos atuais de crescentes tensões geopolíticas, desenvolvimento insustentável resultando em mudanças climáticas fora de controle e declínio da biodiversidade, e aplicação generalizada de Inteligência Artificial (IA), têm muito em comum com o período em que Schumpeter desenvolveu os seus pensamentos e, portanto, podemos beneficiar de um olhar mais atento sobre esses insights schumpeterianos. Tempos de turbulência exigem políticas transformadoras que integrem várias áreas políticas. No en-

tanto, embora a “transformação” seja muitas vezes percebida como essencial a nível global: “transformar ou ser transformado”, ela também será entendida pelos cidadãos que vivem em lugares concretos como uma ameaça ou um confronto repentino e inesperado com novas incertezas. Nesse contexto, os “lugares” precisam ser cada vez mais reconhecidos como importantes para a política industrial, assim como são para a política climática, energética, agrícola e de inovação. A análise aqui apresentada salienta, na sequência das ideias de Schumpeter, a necessidade de uma abordagem aberta de transformação industrial, menos baseada em velhas noções de política industrial nacional, mas adotando uma nova visão sobre o papel da inovação industrial baseada no local no reforço da resiliência a longo prazo da Europa às mudanças políticas, económicas e tecnológicas. ■

INOVAÇÃO

& empreendedorismo

▶ Identificação de tecnologias da Quarta Revolução Industrial utilizando dados PATSTAT

MERCEDES MENÉNDEZ DE MEDINA, ÖNDER NOMALER
& BART VERSPAGEN

Este documento fornece um procedimento metodológico para identificar as tecnologias da Quarta Revolução Industrial usando dados de patentes. As tentativas de distinguir estas tecnologias basearam-se frequentemente nos métodos do Instituto Europeu de Patentes (2017, 2020a) ou apoiaram-se principalmente em códigos técnicos e classificações de palavras-chave. Frequentemente, esses estudos têm a limitação de identificar tecnologias de forma arbitrária e sem uma justificação mais profunda. Apenas o último relatório do Instituto Europeu de Patentes (EPO, 2020b) tenta detalhar o procedimento para reconhecer as tecnologias da Quarta Revolução Industrial. No

entanto, não oferece a possibilidade de ser replicado por investigadores externos à organização. Este artigo oferece um procedimento para identificar patentes da Quarta Revolução Industrial com base em conceitos-chave de uma revisão detalhada da literatura - focada na sua integração na nova revolução e sua conceptualização ao longo do tempo - e no método de identificação de relatórios EPO (2020b). Posteriormente, são expostas a evolução dessas tecnologias e as principais tendências. Finalmente, as consultas de pesquisa e a lista de patentes identificadas estão disponíveis (no Apêndice) para replicar ou adaptar para outros fins académicos. ■

Palavras-chave: Quarta Revolução Industrial, patentes, identificação patentes sobre tecnologias da Quarta Revolução Industrial
Classificação JEL: O14, O30, O31, O33

▶ Aproveitar o “Novo Espaço” para o Crescimento Sustentável da Economia Espacial

“Novo espaço”, caracterizado por novos players comerciais trazendo negócios de ponta, técnicas e métodos de financiamento para atividades espaciais, trouxeram a inovação disruptiva e democratizaram o acesso ao espaço. Mas também há motivos para preocupação, como isso levou a um uso intensificado do ambiente orbital, criando mais congestionamento e “sucata espacial”. Além disso, a vitalidade do ecossistema do “novo espaço” está sob ameaça de choques económicos e entrenchamento do mercado. O artigo fornece uma definição de atividades de “novo espaço” para uma melhor orientação das respostas e opções políticas para fazer face a estes desafios. ■

Harnessing “New Space” for Sustainable Growth of the Space Economy | en | OECD

▶ The practical side of Digital Transformation: a tool book for practitioners

BEYOND4.0 estudou as situações de doze ecossistemas em seis países (no Pacote de Trabalho 4) e de 30 empresas (no Pacote de Trabalho 8), com a intenção de compreender o desenvolvimento da transformação digital e as suas consequências socioeconómicas, ou seja, os efeitos económicos e sociais no crescimento económico inclusivo (Warhurst et

al., 2020). O objetivo do Entregável D8.2 é transformar as conclusões, os conhecimentos e as experiências num livro de ferramentas para os profissionais sobre a transformação digital que respeita a inclusão. Um livro de ferramentas implica planos passo a passo para chegar à transformação digital e ao crescimento inclusivo. Esta publicação abrange abordagens práticas para decisores

políticos, profissionais e consultores que trabalham ao nível das regiões (ou seja, ecossistemas) e das empresas. Uma vez que as regiões e as empresas são entidades únicas com circunstâncias específicas, as abordagens apresentadas não são, evidentemente, soluções simples, mas sim orientações para os profissionais visados. (H2020 Project Grant Agreement No. 822296) ■

LIGAMOS A INOVAÇÃO À GESTÃO DA SUA EMPRESA

Inovação

Transformação Digital i 4.0

Clean Energy - Economia Circular

Projetos de Investimento – Incentivos

Internacionalização vs. Inovação



LUÍS ARCHER | Consultor
luisarcher17@gmail.com

As empresas estão cada vez mais comprometidas com a aposta nos mercados internacionais, e já perceberam que um dos caminhos para o sucesso e competitividade passa por inovar. De facto, a abertura e alargamento, dos mercados, com o aumento da concorrência e do ritmo de inovação, as empresas não se podem limitar a estar no mercado. Cada vez mais têm de estar aptas a antecipar e reagir aos desafios que se lhes colocam e lhes ameaçam a sobrevivência. Para tal a sua personalidade deve procura projetar qualidade, inovação, permanente atenção ao que se passa no mercado e futuras tendências, devendo significar quer para o mercado atual quer para o potencial qualidade, solução de problemas, empresa com uma face e responsável, não bastando promover tecnologia, produto e/ou serviço, mas é igualmente essencial demonstrar ao cliente a sua importância para a empresa e o desejo de estabelecer uma relação de longo prazo, procurando diferenciar-se no mercado pela inovação, dando relevo à marca como sinónimo de inovação,

qualidade, solução de problemas, empresa com uma face que estabelece relações de longo prazo, “win to win” com o cliente que, até pode pagar mais, mas quer saber porquê. No ADN deve-se procurar inovar no portfólio de serviços e produtos que se coloca à disposição do cliente, a par da estratégia dever privilegiar a inovação, marca e o serviço ao cliente. O networking e as alianças estratégicas são igualmente um fator competitivo

Deve-se procurar inovar no portfólio de serviços e produtos que se coloca à disposição do cliente, a par da estratégia deve privilegiar a inovação, marca e o serviço ao cliente.

fundamental em todo o seu processo de expansão/internacionalização que se deve ser tido devidamente em conta. Por outro lado, quando os recursos financeiros são reduzidos, o estabelecimento de parcerias nomeadamente com distribuidores/agentes, são um ativo muito importante num processo de internacionalização, nunca esquecendo que o mercado é o verdadeiro

driver das mudanças disruptivas, devendo as empresas saber ultrapassar a resistência, nomeadamente interna, e movimentar-se para não ficar para trás, face aos movimentos dos concorrentes e mercado.

Em termos internos, isto é, da gestão, quando se é confrontado com uma pergunta mais arrojada, esta não deve olhada como uma fonte de problemas, mas sim como uma oportunidade de inovação e aprendizagem que essa questão pode trazer para a organização, pois que ao dar-se às pessoas o poder de partilhar, está-se a tornar a empresa mais transparente e competitiva.

Mesmo quando se está lado da gestão temos de compreender a sensibilidade artística, para que possa haver diálogo com o lado criativo, dado que aquilo que somos tem a capacidade de nos levar onde queremos ir e, neste particular, a comunicação, honestidade, humildade, capacidade de liderança, criatividade e unidade são fundamentais nas equipas. Ainda qua a falta de planeamento seja contraproducente para o trabalho, em termos de criatividade, todavia, as equipas têm de estar preparadas para o imprevisto que constitui igualmente uma forma de progresso. ■



**NUEVAS APLICACIONES
DE RESOLUCIÓN
DE PROBLEMAS
PARA INGENIERÍA
Y FABRICACIÓN**



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)

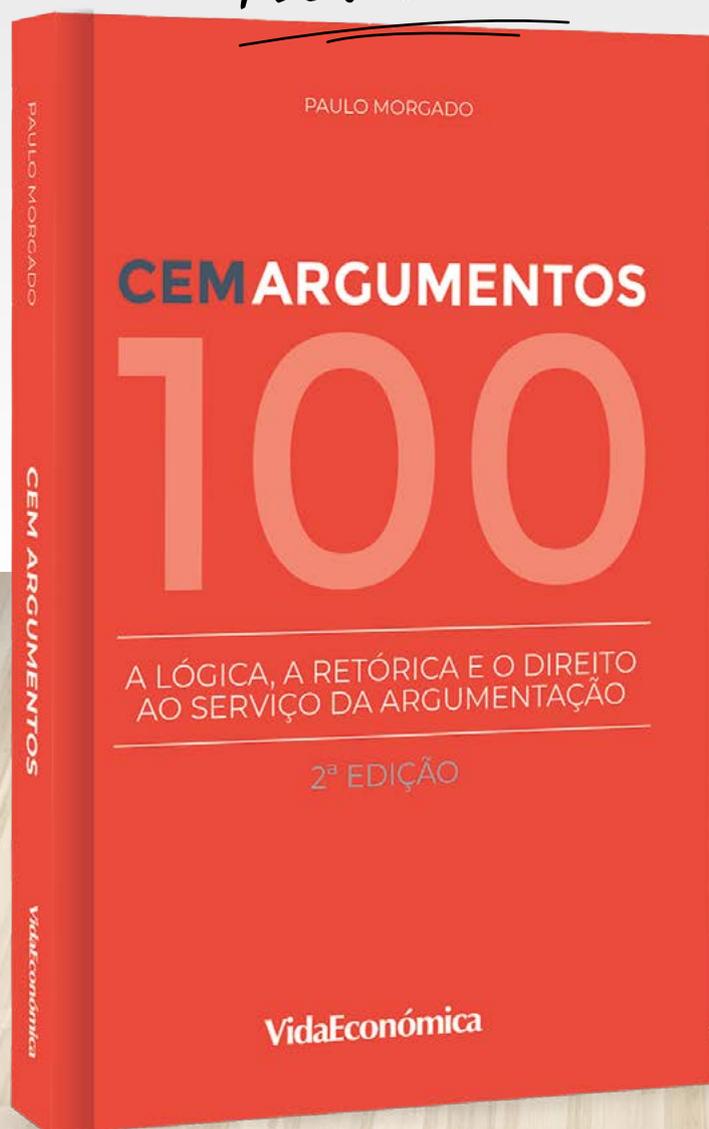
Accelper Consulting Iberia, Lda
info@accelperiberia.com
www.accelperiberia.com

**Compre
Já!**

CEM ARGUMENTOS

A Lógica, a Retórica e o Direito ao serviço da argumentação

Novidade



Hoje, 20 anos passados da 1ª edição do livro Cem Argumentos, a Vida Económica, oportunamente, lança uma 2ª edição.

“Este livro é dedicado a todos aqueles que querem ter o bom senso de não perder tempo com argumentos mal-amanhados – ao mesmo tempo que aprendem algo de Lógica, Retórica e Direito – dando, deste modo, um sinal de

Estrutura da obra:

- **Introdução**
- **Secção I - Breve explicação dos Cem Argumentos**
- **Secção II - Os Cem Argumentos**
 - como podemos recorrer a um conjunto de falácias lógicas já tipificadas
 - como utilizar a certeza matemática nas suas vertentes de “preto ou branco” e de análise
 - como pode um discurso retórico ajudar-nos a melhor convencer
 - como desmontar um processo de inferência mal construído
 - como podemos afirmar que certa acção é criticável
 - como podemos imputar uma determinada acção a um sujeito
 - como podem as pessoas argumentar que tiveram uma razão para fazer o mal que fizeram
 - como podem as pessoas defender que merecem ser desculpadas pelo que fizeram
 - Situações em que podemos usar certas expressões emblemáticas do mundo dos negócios
 - como podemos acusar alguém de falta de princípios



Autor Paulo Morgado

Páginas 232

PVP €16,90

PVP C/ DESCONTO €15,21

VidaEconómica

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

 <http://livraria.vidaeconomica.pt>

 encomendas@grupovidaeconomica.pt

 223 399 400 (chamada para a rede fixa nacional)

