



Digital Business Community



N.º 221 • DEZEMBRO 2016

COMUNICAÇÕES

ANO 30 • PORTUGAL • 3,25€

O SEDUTOR DAS STARTUPS

O secretário de Estado da Indústria é conhecido pelo seu carácter obstinado, irrequieto e nada conservador. Eis o João Vasconcelos que poucos conhecem

**O 26º DIGITAL BUSINESS CONGRESS
ANALISOU A ECONOMIA E
CIDADANIA DIGITAL EM PORTUGAL**

COMO A BETA-I ESTÁ A CUMPRIR A SUA MISSÃO

Falar da SIBS é falar da Vodafone

Há cada vez mais empresas a trabalhar com a Vodafone. Como a SIBS, que ligou milhares de caixas MULTIBANCO através de redes fixas e móveis de última geração. E se a Vodafone é capaz de fazer isto por um dos mais avançados sistemas de pagamento do mundo, pense no que pode fazer pela sua empresa.



Seja também um Ready Business.
Prepare a sua empresa
em negocios.vodafone.pt

Vodafone
Power to you





FAZER ACONTECER



Eduardo Fitas

eduardo.fitas@accenture.com

**HÁ HOJE UMA
MOTIVAÇÃO
GENERALIZADA PARA
QUE PORTUGAL
SE TRANSFORME
E ASSUMA UM
PAPEL DE RELEVO
ENQUANTO POLO
AGREGADOR
DE STARTUPS E
PRESTADOR DE
SERVIÇOS BASEADOS
EM TECNOLOGIA**

A PRIMEIRA EDIÇÃO da Web Summit em Lisboa tem de ser considerada um sucesso. Primeiro, porque comprovou a capacidade de excelência do nosso país na organização de eventos desta magnitude que, sejamos honestos, nem todos nos reconhecem. Depois, porque permitiu criar uma dinâmica à volta da economia digital, que fez com que todos os que têm responsabilidades no desenvolvimento da economia e sociedade a discutissem, sem exceção.

Há hoje uma motivação generalizada para que Portugal se transforme e assuma um papel de relevo enquanto polo agregador de *startups* e prestador de serviços baseados em tecnologia, pelo menos para a Europa, o seu mercado natural. Mas isto significa que o desafio que temos pela frente é grande, garantindo que não nos ficamos pelas intenções e que trabalhamos as condições de base para sermos competitivos na luta por este apetecível papel. É que os concorrentes abundam e a janela de oportunidade é agora.

Tal como as “revoluções industriais” anteriores, também esta “quarta revolução” obrigará a repensar princípios finan-

ceiros, estratégias de gestão de recursos humanos, modelos de operações, abordagens ao mercado. Governo, empresas, entidades de ensino e os demais agentes relevantes do ecossistema nacional precisam de contribuir efetivamente para esta transformação. A rapidez com que nos adaptarmos a esta nova realidade será a nossa principal vantagem competitiva.

O desafio é conseguirmos identificar os pontos menos fortes e trabalhá-los para que se tornem uma referência. Como se pode ver nesta edição, há estratégias bem definidas, casos de sucesso a multiplicarem-se, projetos concretos, mais intenções de colaboração e de fazer parcerias. Agora, há que fazer acontecer, para nos podermos posicionar nesta revolução e aproveitar todas as oportunidades que ela traz.

As condições de base – qualidade da infraestrutura tecnológica, clima, hospitalidade natural, flexibilidade dos recursos ou capacidade de comunicação, entre outras – existem. O que se pede agora é algum “inconformismo positivo”, para continuarmos e acelerarmos a nossa transformação.♦



À CONVERSA

João Vasconcelos diz que "ter sorte dá muito trabalho". Perceba quem é e o que move o Secretário de Estado da Indústria, numa entrevista realmente reveladora **12**



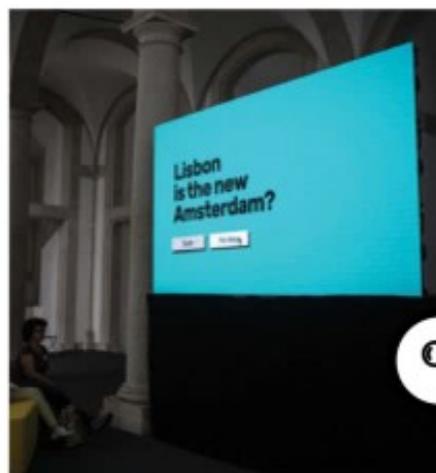
EM DESTAQUE

Como foi estar na Web Summit? Empresas e startups fazem o balanço da experiência **022 e 027**



NEGÓCIOS MADE OF LISBOA

O ecossistema empreendedor de Lisboa antecipa o futuro **032**



A ABRIR	006
5 PERGUNTAS A	010
Chris Lu, CEO da Huawei	
À CONVERSA	012
EM DESTAQUE.....	022
NEGÓCIOS	032

I TECH	038
EMPREEND. DIGITAL	040
SECÇÕES APDC	
SMARTCITIES	046
OUTSOURCING	048
ÚLTIMAS	052

ESPECIAL CONGRESSO.....	054
26º Digital Business Congress	

APDC NEWS	062
As principais iniciativas da Associação	
CIDADANIA DIGITAL	068
Genoveva Bastos e Ana Duarte, utentes do Netsénior	

FICHA TÉCNICA



ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA O DESENVOLVIMENTO DAS COMUNICAÇÕES



Propriedade e Edição

APDC – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações

Diretora executiva
Ana Gonçalves Pereira
ana.pereira@apdc.pt

Rua Tomás Ribeiro, 43, 8.º
1050-225 Lisboa
Tel: 213 129 670
Fax: 213 129 688
Email: geral@apdc.pt

NPC: 501 607 749

Diretor

Eduardo Fitas
eduardo.fitas@accenture.com

Chefe de redação
Isabel Traveira
isabel.traveira@apdc.pt

Secretária de redação
Laura Silva
laura.silva@apdc.pt

Comunicações online
Nuno Vidal
nuno.vidal@apdc.pt

Publicidade
Isabel Viana
isabel.viana@apdc.pt

Conselho editorial

António Lagartijo; Carlos Leite; Célia Reis; Madalena Sutcliffe; Eduardo Fitas; Fernando Braz; Francisco Maria Balsemão; Joaquim Nunes Correia; José Carlos Gonçalves; José Correia; José Manuel Paraiso; Marina Ramos; Manuel Castelo-Branco; Manuel Eanes; Nuno Santos; Olivia Mira; Paula Panarra; Pedro Queirós; Rogério Carapuça; Rolando de Oliveira; Sofia Tenreira; José Rui Felizardo; Sérgio Moraes

Edição

Have a Nice Day – Conteúdos Editoriais, Lda
Av. 5 de Outubro, 72, 4.º D
1050-052 Lisboa

Coordenação editorial
Ana Rita Ramos
anar@haveaniceday.com

Edição
Teresa Ribeiro
teresaribeiro@haveaniceday.pt

Design
Mario C. Pedro
Margarida Girão
Sofia Catarina

Fotografia

Vitor Gardo/Syncview

Periodicidade
Trimestral

Tragem
3 000 exemplares
Preço de capa
3,25 €

Depósito legal
2028/83

Registo internacional
ISSN 0870-4449
ICS N.º 110 928

A HP recomenda o Windows 10 Pro



keep reinventing

HP Elite x3

O dispositivo que é todos os dispositivos.

O HP Elite X3 é o primeiro dispositivo móvel concebido para as empresas a assegurar de forma simples uma experiência de trabalho como tablet, portátil e desktop num único equipamento.¹



Saiba mais em hp.com/go/elitex3

Leve na viagem, robusto na docking

Altera de forma simples entre os modos smartphone, desktop e portátil.²



Segurança total

Funcionalidades de segurança de classe empresarial protegem os dados mais sensíveis.



Concebido para as empresas

Tire partido do acesso às suas aplicações empresariais através do HP Workspace.³



 Windows 10

©2016 HP Inc. Todos os direitos reservados. Todos os produtos e nomes de empresas aqui referidos são marcas comerciais dos respectivos proprietários.

Aplicações comercializadas separadamente. A disponibilidade pode variar.

Nem todas as funcionalidades estão disponíveis em todas as edições ou versões do Windows. Os equipamentos podem necessitar de atualizar ou adquirir em separado hardware, controladores, software ou atualizações da BIOS para tirarem total partido das funcionalidades do Windows. O Windows 10 é atualizado permanentemente, e essa funcionalidade está sempre ativada. Podem ser aplicáveis custos de dados móveis e serem necessários requisitos adicionais para atualizações. Consulte www.microsoft.com.

¹ Baseado nas análises internas da HP em 14 de Janeiro de 2016 dos dispositivos móveis pré-instalados com o Windows 10 Mobile, concebidos para serem certificados pela norma MIL-STD-810G e pelo teste IP67, com capacidade de executar aplicações corporativas virtualmente num ecrã de grandes dimensões através de uma docking opcional e com uma solução biométrica de segurança.

² É necessária uma docking opcional comercializada separadamente. Os periféricos são comercializados separadamente.

³ É necessária a actualização da aplicação HP Workspace para Windows 10, planeada para uma versão futura. É necessária uma subscrição. A aplicação corporativa deve estar licenciada na rede corporativa para a virtualização

Microsoft e Windows são marcas registadas da Microsoft Corporation nos Estados Unidos e em outros países.

N



CONSUMIDORES ELEGEM MARCAS PREFERIDAS

O **NETFLIX É A MARCA** mais apreciada pelos consumidores. Seguem-se a Apple, Google, Microsoft e YouTube. A conclusão é do 'The Love Index 2016', da Accenture Interactive e da Fjord, a sua unidade de *design* e inovação, que identifica as marcas que as pessoas gostam mais e o que as empresas podem fazer para aumentar a sua popularidade junto dos consumidores. Mais: as interações das pessoas

com estas marcas estão a aumentar as suas expectativas em relação a outros produtos e serviços que utilizam, num fenómeno que a Accenture chama de "expectativas líquidas". Este trabalho mostra que as pessoas têm em conta cinco características na sua relação com as marcas: diversão, envolvimento, relevância social e utilidade. E muito do que procuram nos seus relacionamentos humanos também se aplica à sua relação com as marcas. Para o estudo foram entrevistadas mais de 26 mil pessoas nos Estados Unidos, Reino Unido e Brasil sobre mais de 70 marcas em áreas como automóvel, retalho e banca. Nos EUA, o top 3 inclui a Apple, Microsoft e Netflix. Já no Reino Unido, as preferidas são o Netflix, Google e Apple. No Brasil também lidera o Netflix. •

O PODER DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)** pode duplicar a taxa de crescimento económico anual em 2035 e aumentar a produtividade nas organizações até 40%, graças à sua capacidade para alterar a natureza do trabalho. A conclusão é de um estudo da Accenture, em parceria com a Frontier Economics, que avaliou o impacto da IA em 12 economias desenvolvidas responsáveis por mais de 50% da produção económica mundial. O efeito combinado de IA e *cloud* e outras tecnologias está a mudar a forma como o trabalho é feito por humanos e computadores, assim como a forma como os consumidores interagem. O estudo da

Accenture demonstra que as tecnologias de IA permitem que as pessoas utilizem o seu tempo com mais eficiência, usando-o para gerar novas ideias. Este aumento de produtividade reduz o número de anos necessários para os países analisados duplicarem a sua dimensão económica. Quanto maior for a capacidade de cada país disseminar estas inovações na infraestrutura económica, mais expressivos serão os resultados. •

CONTINUAM A FALTAR EMPREGOS TIC

HÁ QUASE OITO MILHÕES de pessoas na Europa que trabalham como especialistas em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). No total, representam 3,5% dos empregos no espaço comunitário. Em cinco anos, entraram para esta área mais 1,5 milhões de profissionais. Mas, apesar disso, persiste o *gap* entre o que o mercado precisa e a oferta existente. Os números são do Eurostat e referem-se a 2015. Países como a Finlândia e a Suécia têm a mais alta taxa de especialistas, enquanto o Reino Unido e a Alemanha lideram os números em termos absolutos, com cerca de 1,5 milhões de pessoas em cada um desses mercados empregadas nas TIC. Portugal está entre os países



onde o emprego TIC mais cresceu, mas mantém-se no grupo que apresenta as mais baixas taxas de penetração face ao emprego total: apenas 2,3% do total do emprego. •

CLIENTES QUEREM SERVIÇOS FINANCEIROS DIGITAIS

A **TRANSFORMAÇÃO** digital dos serviços financeiros precisa de acelerar, para responder às expectativas dos consumidores. O estudo da CGI, "Global 1000", que se baseou no inquérito "Rutura das FinTech com os serviços financeiros", mostra que os bancos enfrentam desafios sem precedentes, incluindo novos concorrentes em tecnologia financeira, que se esforçam por ficar com uma parte dos clientes, produtos e receitas das instituições. Neste trabalho, que envolveu mais de 1600 consumidores de oito grandes mercados, concluiu-se que mais de 75% preferem adquirir novos serviços digitais na sua própria instituição financeira ou outro fornecedor tradicional. Entre outras conclusões, 78%

identificaram a proteção digital como um serviço altamente valorizado, 83% disseram que estão cientes deste serviço e 52% disseram que pretendem usá-lo. •



CURIOSIDADES

PAÍSES QUE MAIS APROVEITAM TIC...

O Networked Readiness Index 2016, do World Economic Forum, que mede a forma como as economias usam as TIC para a competitividade e bem-estar, pôs Singapura no topo do *ranking*. Seguem-se Finlândia, Suécia e Noruega. Os EUA estão em 5º lugar, seguidos da Holanda, Suíça e Reino Unido e Luxemburgo.



... E QUE MAIS IMPACTOS GERAM NA ECONOMIA

O mesmo índice mostra o *ranking* dos países que mais criaram impacto económico dos investimentos realizados em TIC. Finlândia, Suíça, Suécia, Israel, Singapura, Holanda e Estados Unidos são os mais avançados. Estão 33% acima dos demais países ditos desenvolvidos, sendo mercados *early adopters* e entusiastas da tecnologia. Tal prova que a adoção das TIC, aliada a um ambiente favorável em áreas como a regulação, infraestruturas e competências, conduz a benefícios de muito maior dimensão.

85,4 MIL MILHÕES

Montante, em dólares, que a AT&T vai dar pela Time Warner. É a terceira maior operação de sempre nos media e a 11ª maior do mundo desde 1995. Junta a 3ª maior operadora de cabo dos EUA a um gigante de media com ativos como a CNN, TNT, HBO e Warner Brothers. Muitos duvidam da aprovação do negócio pelos reguladores. Ambas querem a fusão até final de 2017.



25 MIL MILHÕES

É o valor em dólares que poderá alcançar a dona do Snapchat, que prepara entrada em bolsa. O IPO da Snap, a nova designação da tecnológica, para mostrar que não tem só a app de partilhas instantâneas, deverá ocorrer até final do 1º trimestre de 2017.



17,8 MIL MILHÕES

Recorde de vendas online, em dólares, da gigante de e-commerce Alibaba no 'dia do solteiro', que se comemora na China a 11 de novembro, o maior feriado anual de compras online do país. A plataforma chinesa bateu em 20 horas o valor conseguido em 2015, de 14,3 mil milhões. Na primeira hora conseguiu vender cinco mil milhões de dólares.



1000 MILHÕES

É quanto a Apple vai investir, em dólares, na "Uber chinesa", a Didi, que afastou a própria Uber do mercado chinês. A estratégia visa reforçar presença na indústria automóvel.



5G É GRANDE OPORTUNIDADE PARA A UE...

O INVESTIMENTO em 5G vai potenciar a criação de ganhos de 113,1 mil milhões de euros por ano, a partir de 2025, para a economia europeia. As previsões são de um estudo encomendado pela CE, que antecipa ainda que a próxima geração móvel criará 2,3 milhões de novos empregos



na Europa. Os valores foram calculados tendo em conta os impactos em quatro indústrias verticais – automóvel, saúde, transportes e utilities – que valem benefícios de 62,5 mil milhões de euros. Seguem-se os impactos em quatro ambientes – smart cities, smart homes, posto de trabalho e não-urbano – com ganhos de 50,6 mil milhões. O estudo pretende ser uma base para reguladores, stakeholders e outras entidades públicas planear futuras.

...E CONSEGUIRÁ TER 550 MILHÕES DE CLIENTES EM 2022

AS SUBSCRIÇÕES globais de 5G deverão alcançar os 550 milhões em 2022, sendo que a América do Norte liderará, com 25% dos clientes. A Ásia-Pacífico terá uma fatia de 10%, cabendo à Europa 5%. Nessa altura, as redes deverão ter uma cobertura de 10% da população mundial.

As previsões são da Ericsson, no seu mais recente Mobility Report, onde se destaca, no entanto, que se há um crescente interesse entre os operadores no lançamento dos pré-standards das redes 5G, fazer

previsões é ainda um exercício difícil, tendo em conta que está definido um standard global. As redes 4G já ganham terreno às redes 3G no que respeita a clientes. A fabricante estima que as subscrições 4G/LTE alcancem no final deste ano os 1,7 mil milhões, ficando o 3G/HSPA com 2,3 mil milhões. Em 2022, as ligações 4G vão ultrapassar largamente as de 3G: as primeiras serão usadas por 4,6 mil milhões de clientes e as segundas por 2,8 mil milhões.

IoT E VÍDEO FAZEM DISPARAR TRÁFEGO CLOUD

TENDÊNCIAS COMO o vídeo, IoT ou *big data* estão na base de um acelerado e significativo crescimento do negócio da *cloud* e do conseqüente tráfego de rede. Nos próximos quatro a cinco anos, o tráfego global de *cloud* deverá multiplicar-se quase por quatro, alcançando um total de 14,1 zettabytes (ZB) anuais em 2020. Em 2015, eram 3,9 ZB (um zettabyte equivale a mil milhões de gigabytes). Já o tráfego dos *data centers* tradicionais alcançará 1,3 ZB anuais em 2020. As previsões são do relatório anual Cisco Global Cloud Index (2015-2020), que antecipa ainda que 92% das cargas de trabalho serão nessa altura processadas em *data centers cloud* e apenas 8% em *data centers* tradicionais. O relatório antecipa um crescimento mais rápido da *cloud* pública - em 2020, 68% das cargas de trabalho *cloud* serão processadas em *data centers de cloud* públicas, com um número crescente de consumidores a recorrer à nuvem para armazenamento. Em quatro anos, 59% dos utilizadores individuais de *internet* utilizará serviços pessoais de armazenamento na *cloud* (em 2015 eram 47%), tendo cada um 1,7GB de armazenamento (513MB mensais em 2015). Para responder à migração de dados de consumo, a capacidade de armazenamento dos *data centers* vai multiplicar-se por quase cinco até 2020. •

PORTUGUESES LIDERAM EUROPA NO MÓVEL

PORTUGAL é um dos três países da UE com maior penetração de dispositivos móveis. De acordo com dados do 'Mobile Shopping, Banking and Payment Survey', da Nielsen, 96% dos portugueses têm este aparelho. O estudo mundial,



que abrangeu 63 países, revela que os portugueses são fortes adeptos das novas tecnologias e aparelhos móveis: 69% valorizam a liberdade de estarem contactáveis a qualquer momento e 65% dizem que os dispositivos móveis vieram melhorar a sua qualidade de vida. No entanto, admitem que as relações *face-to-face* estão a ser substituídas por relações "eletrónicas" (69%) e que se sentem sobrecarregados de informação (67%), valorizando os momentos em que não estão conectados (55%). •



SOUND BITES

"Cabe à Europa contribuir para reinventar a democracia para a era da globalização, até porque a Europa não é só parte dos problemas, mas também da solução, dando aos países mais controlo sobre políticas que se tornaram globais."

Jorge Sampaio, Público,
2016/11/14

"O sistema está tão podre, tão descontrolado e incapaz de se reformar que a vontade do povo americano de mudá-lo musculou o braço de quem prometeu esmurrá-lo. Não é derrota política, é derrota da política."

Pedro Guerreiro, Expresso
Online, 2016/11/09

"O ambiente que se vive é único, cheio de visitantes dos cinco continentes que vieram ao sul da Europa, procurar não só o sol mas talento, tecnologia, futuro. (...) A Web Summit tem tudo para contribuir para a melhoria da imagem de um país, que é o nosso e do qual nos devemos orgulhar."

Rosália Amorim, Dinheiro Vivo,
2016/11/09



ABERTO A NOVOS DESAFIOS

Habitado a ser um "expatriado" num grupo global, o CEO da Huawei gosta de trabalhar em Portugal. Chegou num ano único para a subsidiária nacional, que está comprometida em formar talentos TIC, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade digital.

Lidera desde abril a Huawei Portugal. O que mudou?

Foi com orgulho que assumi a posição de CEO, num ano único para a Huawei. Com o sucesso do lançamento do P9, atingimos a marca dos 10 milhões de *smartphones* vendidos na Europa ocidental e 20% de quota em Portugal. A relação com os operadores nunca esteve melhor e somos um parceiro de referência. O posicionamento no mercado empresarial consolidou-se e temos desenvolvido projetos em setores estratégicos.

O que representam as parcerias com a NOS e a PT?

Na última década, a Huawei Portugal desenvolveu uma estreita cooperação com os operadores, fornecendo as mais avançadas soluções tecnológicas e serviços profissionais para implementar projetos que chegam a mais de 10 milhões de utilizadores, através das redes móveis 2G/3G/4G e da rede fixa de fibra (FTTx). Num mundo

conectado, incluindo a M2M, é necessário trabalhar mais próximo, cooperando e olhando para o futuro em conjunto.

Qual é a importância para grupos mundiais como a Huawei da aproximação às universidades?

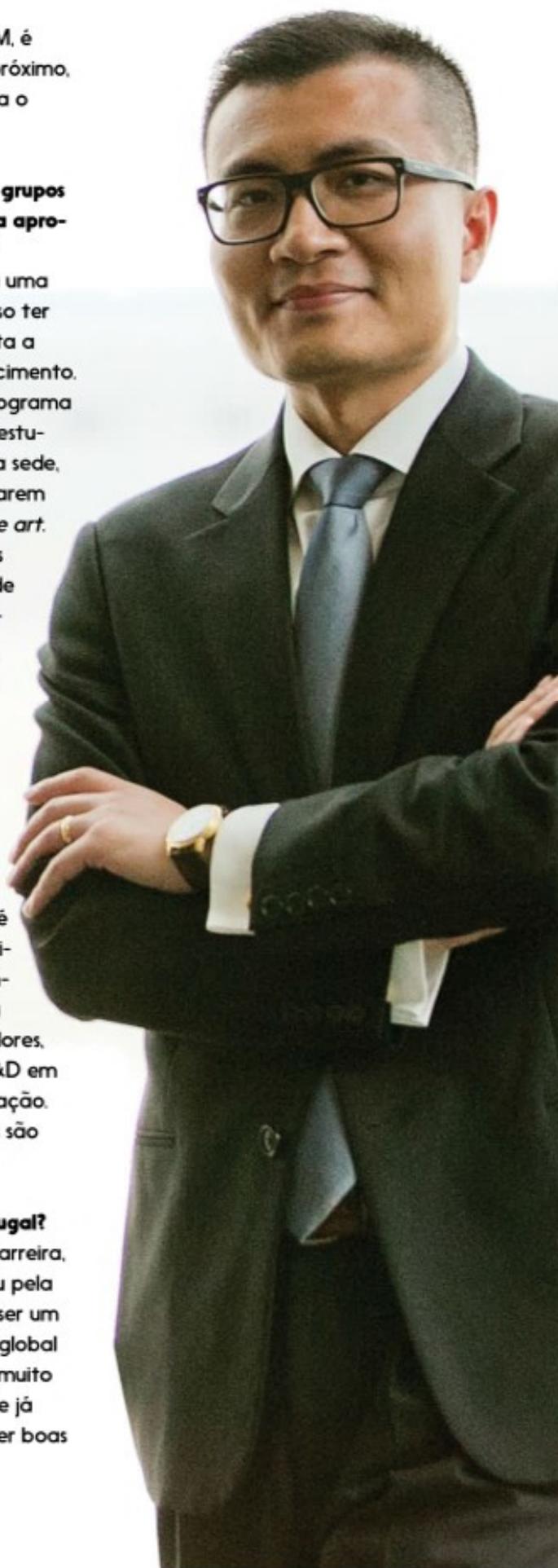
A sociedade digital evolui a uma velocidade enorme. É preciso ter capital humano que garanta a sustentabilidade desse crescimento. Há dois anos iniciámos o programa "Seeds of Future", que leva estudantes universitários à nossa sede, em Shenzhen, para trabalharem em tecnologias *state of the art*. Este ano assinámos acordos com o IEFP e Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, ao abrigo do programa HAINA (Huawei Authorized Information and Network Academy).

Na era digital, a imaginação é o limite?

A Huawei acredita que não existem limites para a imaginação. O nosso lema é "Dream it Possible", concretizado no elevado investimento e empenho colocado na I&D. Dos 176 mil colaboradores, 79 mil estão dedicados a I&D em mais de 16 centros de inovação. Cerca de 10% das receitas são reinvestidas em inovação.

Como é trabalhar em Portugal?

Tendo em conta a minha carreira, que nos últimos anos passou pela Europa, estou habituado a ser um expatriado numa empresa global como é a Huawei. Aprecio muito trabalhar em Portugal, onde já tive a oportunidade de fazer boas amizades. • IT



Vamos dar lugar à Inovação



A NOS, o Expresso e a SIC Notícias apresentam-lhe o Círculo da Inovação, uma iniciativa para a valorização da temática Inovação enquanto prioridade para as empresas e para o país. O desafio foi lançado a **100 gestores** que, com os CEO de algumas das principais empresas portuguesas, vão trazer para debate **5 temas estruturais sobre inovação nas empresas**:

**GERIR E GERAR TALENTO | DIGITALIZAR | TRABALHAR EM REDE |
CRIAR VALOR | FOCO NO CONSUMIDOR.**

**Está aberto o debate.
Acompanhe a iniciativa durante os próximos meses,
no Expresso e na SIC Notícias, e em www.circulodainovacao.pt.**



Um projeto:



Expresso



Talent Advisory:



Criação e design: Paralelos e São Sócios



O Presidente da República



O SEDUTOR DAS *STARTUPS*

O secretário de Estado da Indústria, João Vasconcelos, é conhecido pelo seu carácter obstinado, irrequieto e pouco afeito a conservadorismos. Não é um governante muralhado – prefere fazer pontes para que as coisas aconteçam. E elas acontecem mesmo.

Texto de Ana Rita Ramos e Isabel Travessa Fotos de Vítor Gordo/Syncview



"Quero que as pessoas tentem, que me proponham as ideias mais malucas. Aqui valoriza-se a tentativa", diz João Vasconcelos, fotografado na entrada da exposição que criou no Ministério da Economia, com o melhor da indústria portuguesa

JOÃO VASCONCELOS é amante e colecionador de carros antigos, mas o meio de transporte que mais utiliza ultimamente é o avião. Secretário de Estado da Indústria, tem-se desdobrado em esforços para que o talento “*made in Portugal*” ultrapasse fronteiras. “Ter sorte dá muito trabalho”, diz, com o olhar vivo e provocador de um adolescente. Na semana em que nos concedeu esta entrevista, no Ministério da Economia, em Lisboa, tinham passado poucos dias da Web Summit e, apesar do indisfarçável cansaço, brindou-nos com o sorriso manso dos otimistas.

Definitivamente, não tem o perfil de governante que dirige as operações comodamente sentado no seu gabinete. Todas as pessoas com quem falámos revelaram, em polifonia, o seu carácter lutador e obstinado. Além disso, é conhecido como um fazedor – totalmente focado nas operações no terreno – e adepto de decisões rápidas. O seu principal desafio no Governo é fazer com que a máquina do Estado avance ao mesmo ritmo. Por isso, não é um homem de consensos, nem uma pessoa que está ali para agradar. Está ali para fazer as coisas acontecerem.

“Não faço nada sozinho. As estratégias de *one man show* não vão longe”, afirma, convicto, João Vasconcelos. De facto, uma qualidade que lhe é apontada é o facto de saber trabalhar em equipa. Três cabeças pensam melhor do que duas, especialmente se a

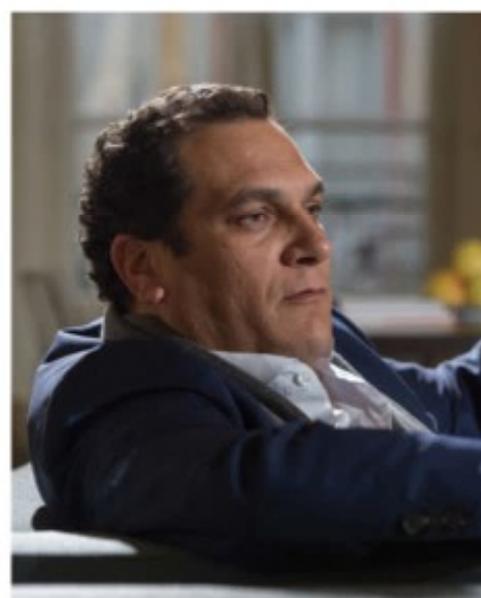
terceira for a dele. Filho de um empresário e de uma professora, João Vasconcelos nasceu em Leiria – mas é um cidadão do mundo. Há coisas da sua infância que não esquece: viver em total liberdade numa cidade relativamente pequena, colecionar amigos que o acompanham desde sempre, fazer todas as asneiras que podia, no tempo certo. Apesar das recordações, João Vasconcelos não pertence ao grupo dos que, como náufragos, precisam de se agarrar a uma reminiscência banal. É feliz em Lisboa – de

A POLÍTICA É FAVORÁVEL A QUEM NÃO FAZ NADA. EU NÃO SOU ASSIM. NÃO CONSIGO SER. ERRAMOS PORQUE FAZEMOS MUITAS COISAS. O QUE É PRECISO É QUE OS ERROS SEJAM PEQUENOS, BARATOS E RÁPIDOS DE CORRIGIR

resto, é daqueles que seria feliz em qualquer lugar.

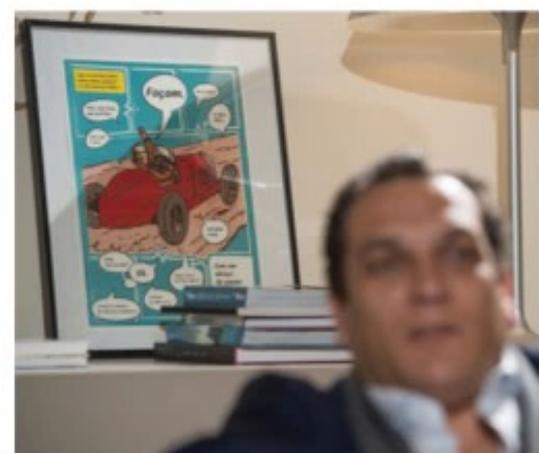
Eis o João Vasconcelos que o leitor provavelmente não conhece.

Ter sorte dá muito trabalho? Durante a Web Summit, por exemplo, não parou de fazer contactos, dar entrevistas, voar de um lado para o outro. Para quem o ouve falar na televisão, até parece fácil...
Sim, dá muito trabalho! No último ano, tivemos dezenas de





Como membro do Governo, João Vasconcelos pode fazer o que mais gosta e o que, de resto, já fazia no mundo empresarial: realizar projetos com impacto, sejam eles quais forem



reuniões de preparação da Web Summit, foi criada uma *task force* com inúmeras entidades que reuniu periodicamente com os representantes do evento, foi uma loucura! O que sobressaiu foram aqueles três dias, mas houve um trabalho de centenas de pessoas durante um ano inteiro. Há uma parte, por exemplo, que ninguém viu: o trabalho do SEF, a rede consular na emissão de vistos, registos, credenciação, segurança, centenas de eventos que apoiámos fora da Web Summit. O Venture Summit, por exemplo, maior encontro de *venture capital* do mundo, aconteceu em Lisboa uns dias antes. Sorte? Sim, houve algo em que tivemos muita sorte: estava um sol fabuloso naqueles dias de novembro. O resto, foi a sorte que dá trabalho.

Uma das características que lhe reconhecem é a de ser um fazedor – além de um *workaholic* incorrigível. Gosta de se ver assim? Sim. Eu sou um fazedor. Sempre fui um homem do terreno. Um executivo. Mais do que delinear grandes estratégias, prefiro ir fazendo e emendando, e em cada patamar que é atingido decido o passo seguinte. Foi assim que aprendi no setor privado. Nas empresas vamos experimentando, adaptando o modelo de negócio, ajustando a estratégia de um produto... Estou a tentar fazer isso aqui, como secretário de Estado.

E está a conseguir?

Não é fácil. Porque ao fazer-se assim também se cometem erros. É

normal. Para cometer erros basta fazer alguma coisa. Como sou de fazer, a probabilidade de cometer erros é grande.

O que na política não é muito bom...

A política é favorável a quem não faz nada. Eu não sou assim. Não consigo ser. Às vezes gostaria. Erramos porque fazemos muitas coisas. O que é preciso é que os erros sejam pequenos, baratos e rápidos de corrigir. Sempre me habituei a fazer – e a fazer com as próprias mãos. Na Web Summit aconteceu isso: houve muitas coisas que fui eu a fazer. Acredito que para o ano já terei de acartar com menos cadeiras, caixas ou *roll-ups* (Risos).

Mas não tem problemas com isso...

Não, não tenho. Não me caem os parentes na lama. Ainda este ano fui a Silicon Valley, a um evento a convite do presidente Obama, em Standford, e na minha mala acartei os *roll-ups* a dizer “Startup Portugal” durante 20 e tal horas de voo, para ter lá uma presença decente. Isso faz parte da minha obrigação. As pessoas que criam negócios, que apresentam resultados, que fazem a diferença nas suas comunidades, são todas muito executantes.

Isso corresponde à imagem que se tem de si. Em vez de teorias, relatórios ou títulos académicos, é um homem que faz as coisas acontecerem... e que conhece bem circuitos, códigos de conduta, interlocutores, e anseios dos homens de negócios. Isso só lhe traz vantagens?

Não. Por vezes pode trazer desvantagens, porque o que se apre-

senta como estratégia não se concretiza na prática. Um exemplo disso foi o meu trabalho na Startup Lisboa. O que no início estava nos *power points* foi totalmente adulterado um ano depois de arrancarmos. Nunca nos tínhamos apercebido, por exemplo, que éramos tão atrativos para o digital, que era fácil atrair jovens de todo o mundo, numa das maiores crises de sempre, quando estávamos a perder pessoas todos os dias para a emigração. Coisas que não estavam escritas em lado algum e que encontramos porque fomos para o terreno. Descobrimos coisas inacreditáveis. Eu prefiro dar os parabéns pela tentativa – e digo isso a todos os organismos que tutelo – do que apenas quando as coisas correm bem. Quero que as pessoas tentem, que me proponham as ideias mais malucas. Aqui valoriza-se a tentativa.

Essa valorização do risco fez-se desde tenra idade, já que é filho e neto de empresários?

Sim. O meu pai teve 42 profissões. E tem três cursos superiores. Tirou Topografia quando estava na tropa, Regente Agrónomo e Direito em Coimbra. E acabou empresário em diversos setores, depois de ter exercido advocacia durante muitos anos. Sempre fui educado assim. O meu avô começou com 18 anos, ainda no tempo do volfrâmio, depois tornou-se empresário no Brasil, onde viveu grande parte da sua vida. Sempre fui muito habituado àquilo que

agora toda a gente fala: sair da minha zona de conforto.

Deixou o curso de Relações Internacionais para segundo plano e assumiu o primeiro cargo de administração aos 18 anos, na Mariparque, para gerir o parque aquático do seu pai em Vieira de Leiria. Arrepende-se dessa opção?

Não, nada. Chegámos a ter mais de 100 colaboradores. Fazia um pouco de tudo: tanto estava na

HÁ UMA GRANDE INCOMPATIBILIDADE ENTRE A VELOCIDADE A QUE EU QUERIA FAZER AS COISAS E A VELOCIDADE A QUE EU TENHO DE AS FAZER. HÁ PROJETOS QUE ESTOU A TENTAR IMPLEMENTAR HÁ UM ANO...

caixa como a apitar na piscina, a servir cafés ou a gerir os artistas nos concertos noturnos... Servi muitos milhares de cafés e de hambúrgueres. Foi uma experiência em que aprendi muito. Mesmo no secundário, sempre tive uma ação ligada ao mundo dos negócios. Entro para a ANJE em Leiria com 18 ou 19 anos – e cheguei a vice-presidente nacional, onde estive vários anos.

É muito irrequieto...

Sim, serei sempre. E sempre tive uma participação cívica. O meu





"Quem trabalha comigo sofre um pouco. Todos os dias temos ideias novas e há quem não goste disso. Mas com os empresários entendo-me bem!"



pai era presidente da Assembleia Geral de dezenas de associações e IPSS em Leiria. Eu ia sempre com ele aos eventos. Com cerca de 23 anos organizei o Inova Leiria, em que premiávamos os empresários do ano, as empresas mais inovadoras. Aquilo era completamente inovador.

Aos 18 assume o primeiro cargo de responsabilidade e aos 40 chega a secretário de Estado da Indústria. O caminho entre estes dois momentos forjou a vida que tem hoje? Ou o que a forjou verdadeiramente foi a sua infância em Leiria?

A educação em casa foi determinante. A minha mãe era professora de grego, latim e português. O meu pai era empresário. Beneficiei de uma educação muito rara. De um lado, um espírito prático, executivo, de negócios; do outro, a cultura. Aos 15 anos já tinha visitado todos os principais museus da Europa, ao mesmo tempo que lidava com faturas e notas de crédito. Isso deu-me enorme riqueza de experiências. Muito do que sou hoje vem daí.

E a sua visão global vem de onde? Quase toda a minha família viveu no estrangeiro. Isso moldou a minha personalidade. Nunca fiquei agarrado às fronteiras.

Ao mesmo tempo, nasceu em Leiria – e é a Leiria a que volta quando se quer sentir em casa. Que recordações tem desses tempos?

Tive uma infância muito feliz. Vivi numa cidade média, muito organizada, rica, sem criminalidade. Tenho muito boas memórias. Os meus melhores amigos ainda hoje são os aqueles que me acompanharam a vida toda. Tínhamos grande liberdade. Ainda na primária atravessava a cidade inteira a pé para ir para a escola. Havia um único polícia, e toda a gente o conhecia. Fiz muitas asneiras – mas na idade e no momento certo. Isso permite-me estar descansado com o meu passado.

Hoje, definitivamente, não tem o perfil de governante que dirige sentado comodamente no seu gabinete...

Aqui no gabinete bem se queixam! Ontem vim ao ministério e já cá não entrava há duas semanas. Eu só tomo decisões depois de ouvir quem está no terreno. Hoje de manhã, por exemplo, fui inaugurar as novas instalações da Bold na Expo (sete anos, 500 funcionários), uma empresa giríssima, que está a vender para vários países. Falo muito com os empresários do setor. Às vezes isso não agrada a especialistas ou associações, porque lidamos diretamente com os donos das empresas. Para a "Indústria 4.0" falámos com mais de 100 empresas. E isto deveria ser obrigatório!

Outra característica que lhe é reconhecida é a sua assertividade. Isso cria-lhe resistências?

Quando se tem opiniões firmes cria-se resistências em muita gente. É muito mais fácil não

tomar posição. Mas não é para mim! Em termos de carreira política é extremamente cómodo não fazer nada. Se não fizer nada, garanto-lhe: toda a vida vão dizer que fui um bom membro do Governo (Risos).

Os seus assessores aqui dentro queixam-se de que peca por excesso. Bem sei que detesta encenações, mas isso não lhe trás dissabores?

Quem trabalha comigo sofre um pouco. Todos os dias temos ideias novas e há quem não goste disso. Mas com os empresários entendo-me bem.

Porquê?

Um empresário, ao fim de 20 anos, depois de mais de 6 mil vezes a entrar na empresa, ainda tem uma lista de *to do*, ainda sabe o que quer alterar e melhorar. Entra todos os dias inconformado na sua empresa. Comigo acontece o mesmo. Entro todos os dias insatisfeito no ministério. O que para alguns é uma chatice!

E a informalidade? Ajuda ou desajuda?

As pessoas gostam disso, com exceção do Protocolo de Estado. Desde que entrei, fizemos algumas patifarias desconcertantes. Começámos com a campanha da Apiccaps na sala de reuniões, com uns cartazes arrojados da Sara Sampaio com os sapatos do Luís Onofre. Na cave do ministério temos três alemães a trabalhar na “Startup Portugal” – num sítio que mal dava para arquivo. Na entrada do ministério fizemos uma exposição com o que de mais ino-

vador se produz na indústria portuguesa. O interessante é que as pessoas, quando percebem o que estamos a fazer, abraçam as decisões. Isto prova que a imagem que temos da Administração Pública está totalmente errada. Se perceberem o que está a ser feito, são dos melhores colaboradores que se pode ter.

Tem sido surpreendido positivamente, já percebebi...

Sim. Tenho encontrado pessoas fantásticas. Tenho aqui gente a trabalhar sábados, domingos, gente apaixonada. Na Web Sum-

**NESTE MOMENTO
SOMOS O PAÍS MAIS
EMPREENDEDOR DA
EUROPA. PONTO.
DURANTE A CRISE
MAIS DE 400 MIL
PORTUGUESES
EMIGRARAM. ISSO
NÃO É PROVA
SUFICIENTE DE
QUE SOMOS
EMPREENDEDORES?**

mit tive centenas de funcionários públicos a trabalhar noites inteiras, a fazer diretas, sem receber um euro extra. Apenas orgulhosos por trabalhar num projeto com este impacto para a imagem do país. As pessoas quando são mobilizadas e respeitadas correspondem. Em novembro do ano passado enviei um *mail* a todos os funcionários de todos os organismos que tutelou a desejar-lhes Boas Festas e a explicar-lhes a

nossa ambição para este ano. Tive pessoas a responder-me: “Trabalho aqui há mais de 20 anos e nunca tinha recebido as Boas Festas do secretário de Estado da tutela”. Depois queixamo-nos...

Ou seja, não precisou de aprender a ser um homem de consensos. Ou sente necessidade de ser um homem de consensos?

Essa é a pior parte. Quando se faz muitas coisas, quando se vai em excesso de velocidade, não se respeitam algumas regras. O meu maior medo – mais do que a sensibilidade das pessoas – são as regras do funcionamento da Administração Pública, dos procedimentos. Às vezes apetece passar por cima disto, mas não se pode. Há uma incompatibilidade muito grande entre a velocidade a que eu queria fazer as coisas e a velocidade a que eu tenho de fazer as coisas. Há projetos que estou a tentar implementar há um ano e ainda não consegui. Mas vou conseguir!

Para si, há vida depois do trabalho? O que mais o move na sua vida pessoal?

Neste momento não tenho tempo para nada. Mas encaro isto como uma passagem. Ninguém tem a profissão de governante para sempre. Quero fazer o melhor que sei, porque a passagem por este Governo vai-me marcar para o resto da vida. É algo que eu quero que a minha filha de cinco anos se orgulhe. Agora, claro que estou a perder muitas coisas.



“Quando se tem opiniões firmes criam-se resistências em muita gente. É muito mais fácil não tomar posição”, diz João Vasconcelos

Ela percebe as suas ausências?

Percebe! Diz que o emprego que o pai arranjou é horrível. Gostava mais do emprego que tinha antes. É muito duro. A família é quem tem sofrido mais. Exige sacrifício. Vejo os meus amigos a passar fins-de-semana fabulosos fora, ir ao cinema, e eu não consigo. Mas não me estou a queixar. Tudo isto faz parte deste tremendo desafio.

Falando da estratégia pós Web Summit, o que perguntamos é o seguinte: e agora?

Portugal evoluiu muito com a Web Summit. Começámos a perceber que o digital é algo que está a transformar a nossa vida, a maneira como nos relacionamos, fazemos negócios, vivemos. A partir de agora, vamos lançar a nossa medida mais estrutural e menos

mediática que é a “Indústria 4.0”, que são dezenas de medidas, mais de mil milhões de euros de apoios públicos para a digitalização da economia portuguesa, em que vamos tocar a vida de mais de 50 mil empresas. Não é só tecnologias de produção, como robótica, Internet of Things... É também comércio eletrónico, logística, mecanismos que vão transformar o país. No caso da “Startup Portugal” já temos resultados para apresentar. O Vale de Incubação já tem candidaturas abertas, o investimento de 18 milhões de euros – a que juntámos mais 10 milhões esta semana – com *business angels* já foi lançado e adjudicado, temos 100 milhões de euros para 25 capitais de risco.

Estamos a criar uma nação de empreendedores?

Muita coisa já existia. Estamos a

agregar, a organizar. Fiquei muito admirado quando lançámos o Vale de Incubação. Abrimos candidaturas para que as incubadoras se inscrevessem. Candidataram-se mais de 100! Há mais de 200 incubadoras inventariadas. Mas ninguém fazia ideia que existiam. A “Startup Portugal” está a mostrar-me que há um ecossistema completamente desconhecido. Há uma incubadora fabulosa em Oliveira do Hospital, por exemplo! A incubadora de Torres Novas tem uma agência de *marketing* digital que me deixou de queixo caído. Estamos a organizar tudo isto e a criar uma estratégia que não existia. No primeiro trimestre deste ano, por cada empresa que fechou, foram criadas 3,3 novas.

Mas durante anos venderam-nos a história de que éramos avessos ao risco e não tínhamos espírito empreendedor.

É mentira. Neste momento somos o país mais empreendedor da Europa. Ponto. E vamos ser sinceros: durante a crise mais de 400 mil portugueses tiveram que emigrar para países menos desenvolvidos que Portugal. Isso não é prova suficiente de que somos empreendedores? É muito mais difícil ir com a família viver para o interior de Angola do que montar uma empresa em Lisboa.

Uma das principais metas da Indústria 4.0 é a formação. Porquê?

Porque não podemos deixar à margem da sociedade os milhões de portugueses que não têm *skills* digitais. Indústrias como a dos moldes, por exemplo, não podem despedir os colaboradores que não têm competências digitais – têm de os reabilitar. Hoje entra-se nas fábricas de moldes e a maior parte dos colaboradores estão à frente de um computador. A mudança está a ser muito rápida. Eu não tinha noção, mas já temos fábricas de calçado que vendem 100% da sua produção *online*.

O digital já está na agenda dos principais CEO?

Sim, está. Claro que depende dos setores. Na semana passada fui visitar uma fábrica de confeções portuguesa, com 500 costureiras, em Paços de Ferreira. Todas elas têm um *tablet*, com um *software* feito pela própria fábrica, que as coloca em contacto com o cliente final. Esta empresa tem

um departamento de TI com dez engenheiros! Tem clientes como a Chloé, Dior, Chanel, Louis Vuitton. Os clientes estão nas lojas em Paris ou Nova Iorque em contacto direto com a costureira! Esta fábrica passou de 500 referências de produtos por ano para 10 mil, por causa do digital. Isto está a acontecer. E esta empresa não teve apoios do 2020! Ainda ontem apresentei este exemplo ao vice-presidente da Google e ele quer ir visitar esta fábrica.

**NO DIGITAL SÓ NÃO
HÁ MAIS VAGAS
PREENCHIDAS
PORQUE NÃO
HÁ GENTE PARA
PREENCHÊ-LAS. NÃO
HÁ OUTRO SETOR
DA ECONOMIA
ONDE ISTO ESTEJA
A ACONTECER. SÃO
CRESCIMENTOS
MUITO SEDUTORES**

Portanto, estamos no caminho certo?

Sim, não tenho dúvidas. Mas para isso é preciso ouvir as pessoas. Juntámos, por exemplo, 50 incubadoras nesta sala, e foi a primeira vez que houve uma reunião desta natureza. Parece que há medo em ouvir.

Preocupa-o algo em concreto?

Sim, por exemplo as relações laborais na era digital. Temos de garantir que o modelo social europeu se mantém. Mas temos de estar abertos a novas formas de trabalho e

de remuneração. Uma das sugestões é criar um grupo de trabalho na concertação social. Poderemos ter, já para o ano, trabalhadores fabris portugueses a trabalhar a partir de casa, com realidade aumentada. E a legislação laboral não está preparada para isso, a higiene e segurança no trabalho, etc... Temos um grande caminho para nos adaptarmos a esta nova realidade. Felizmente no mundo digital valoriza-se imenso os recursos humanos. Com o Brexit, o Trump e esta realidade estranha em que vivemos, Portugal está-se a assumir como uma referência de tolerância, de abertura aos outros. Para indústrias que valorizam os seus recursos humanos, em que a principal preocupação seja a qualidade de vida, isto é único. É isto que tenho andado a promover lá fora – e com grande sucesso. No digital só não há mais vagas preenchidas porque não há gente para preenchê-las. Não há outro setor da economia onde isto esteja a acontecer. São crescimentos muito rápidos, com remunerações muito acima da média. E digo-lhe mais: só atrai empresas exclusivamente pelos benefícios fiscais quem não tem mais nada para oferecer.

O seu sucessor à frente da Startup Lisboa, Miguel Fontes, considera-o uma força da natureza? O que diz disto?

O Miguel está a fazer um excelente trabalho, é o que posso dizer. Quanto ao comentário dele: sou uma pessoa com iniciativa. Sou um inconformado. Se vejo alguma coisa que pode ser melhorada, só descanso quando consigo melhorá-la.◊

UM PASSO À FRENTE

Com um processador Kirin 960 de nova geração e EMUI 5.0 com algoritmo de aprendizagem inteligente que garante a máxima performance ao longo do tempo.

HUAWEI Mate 9

CO-ENGINEERED WITH



consumer.huawei.com/pt

Cor, formato, interface e funções são para referência apenas. O produto real pode variar. Baseado em resultados dos laboratórios HUAWEI e uma utilização normal. Ambiente de laboratório em testes de bateria: temperatura a 25°C, humidade relativa: 45% a 80%. Usando o carregador HUAWEI SuperCharge, o telemóvel carregou dos 1% de bateria em modo de rede 4G standby. Velocidade do equipamento, vida de bateria e efeito Zoom Híbrido dependem da utilização real.

[f/huaweideviceportugal](https://www.facebook.com/huaweideviceportugal)

☎ 800 100 066



UM *TSUNAMI* DE OPORTUNIDADES

E finalmente aconteceu. Aguardada com a maior expectativa, sobretudo pelas *startups*, a Web Summit cumpriu-se como um destino. Registámos, para memória futura, o testemunho de alguns dos participantes, todos portugueses.

Texto de **Teresa Ribeiro** Fotos cedidas

DURANTE QUATRO DIAS entraram em “modo *web summit*”. Dormiram pouco, alimentaram-se mal, mas em compensação quase todos conseguiram estabelecer um número recorde de contactos, algo que em circunstâncias normais demorariam muito tempo a alcançar. Para os empreendedores que contactámos, estar na primeira edição da cimeira tecnológica em Portugal foi uma experiência única. A repetir.

“Tenho um monte de cartões”, comenta Marta Veiga, CEO

e co-fundadora da *startup* My Nurse na hora de fazer o balanço da sua participação na Web Summit. Em *health tech* já existe muita coisa, mas nada que se assemelhe à oferta de My Nurse, que permite aos seus clientes escolher prestadores de serviços de saúde com base no currículo, perfil e nas opiniões e classificação que lhes atribuem os seus utilizadores. Marta confessa que não estava com grandes expectativas, em parte porque a sua empresa é muito recente e só há pouco tem-



A man with dark hair and a beard, wearing a white button-down shirt, blue jeans, and red sneakers, is sitting cross-legged on a light-colored wooden bench. He is smiling slightly and looking towards the camera. Behind him is a vibrant, colorful mural of a cityscape with various buildings, trees, and patterns in shades of blue, green, yellow, red, and purple. The background is a bright blue sky with a pattern of small, dark blue dots.

"No dia do stand foi uma loucura. Fui para lá às 6h e sai às 22h", partilha André Ramos, CEO da Tripaya

po começou a prestar os primeiros serviços, mas a experiência do evento foi muito além do que podia imaginar: “Tivemos muita gente a visitar-nos. No nosso *stand* e através da *app* da Web Summit. Fomos contactados por incubadoras, aceleradoras, investidores”, diz.

A sua agenda ficou cheia, “com reuniões marcadas para as semanas que se seguiram à cimeira tecnológica”. O evento, sublinha, “prolonga-se no tempo muito para lá dos dias em que decorre”, começando também a ser preparado com muita antecedência: “Candidatámo-nos ao programa Alpha cerca de três meses antes”. Este programa, exclusivo para *startups* em *early stage* foi a porta de entrada de My Nurse no evento, algo que desde logo lhe deu visibilidade e a hipótese de estabelecer os primeiros contactos com possíveis parceiros e investidores. “As *startups* que entram na Web Summit ficam a constar do seu banco de dados e ao mesmo tempo ganham acesso a uma plataforma através da qual podem comunicar com empresas e fundos de investimento”. Desta forma foi possível a My Nurse entrar em cena no Parque das Nações já com muito “trabalho de casa” feito. Agora é só surfar a onda.

ATRÁS DOS CRACHÁS VERMELHOS
“Falámos nas rádios e nas televisões, até um *pitch* ao Presidente

da República fizemos!” – é neste tom festivo que Sérgio Ribeiro, CEO e co-fundador de Planetiers, plataforma que pretende vir a ser “o Google da sustentabilidade”, refere a sua presença na Web Summit. Tal como a My Nurse, também a Planetiers entrou na cimeira tecnológica através do programa Alpha: “O nosso objetivo era o *networking*. Andámos atrás dos crachás verdes, os dos media, para ganharmos visibilidade, e dos crachás vermelhos, os dos investidores”, resume Sérgio.

A Planetiers é um projeto tão novo que ainda nem funciona *online*. O lançamento da sua plataforma deverá ocorrer, segundo

APESAR DOS
SEUS NEGÓCIOS
DECORREREM
ONLINE, O
CONTACTO
PESSOAL AINDA É
UM ICE BREAKER,
ADMITEM OS
JOVENS QUE
PARTICIPARAM
NA CIMEIRA
TECNOLÓGICA

Sérgio, “daqui a quatro meses”. O objetivo é fazer dela a maior agregadora de informação, mentora de projetos e potenciadora de negócios na área da sustentabilidade. Uma ideia que criou empatia junto da vasta audiência da Web Summit: “Houve pessoas que se ofereceram como voluntárias para colaborar connosco e órgãos

de informação que se interessaram pelo nosso conceito”, partilha o CEO da Planetiers.

Balanço da sua participação no evento? “Superou as expectativas”, responde. “Abrimos portas, criámos pontes e ficámos com dez países na nossa agenda”.

MILAGRES À VOLTA DE UMA GARRAFA

João Ferro Rodrigues, CEO e co-fundador da Sabe Online, tinha plena noção do que fazer. Para rentabilizar os recursos que a Web Summit pôs à sua disposição, logo que foi selecionado através do programa Alpha segmentou a lista de potenciais clientes, parceiros e investidores.

O conceito da Sabe Online é produzir, editar e distribuir cursos *online* que respondam às necessidades mais atuais da aprendizagem profissional e valorização pessoal: “Oferecemos as melhores práticas de *web learning*, incluindo formação em *extend learning*”, explica João.

Através da *app* da organização ele e a sua equipa multiplicaram os contactos *one to one* de modo a chegarem à feira com a agenda bem preenchida. Só que a taxa de respostas superou as expectativas: “Ficámos com uma agenda louca”, recorda.

Uma das lições que retirou da experiência é que em eventos como aquele “a gestão do tempo é crítica”. Apesar de representar uma empresa especializada em *online training*, admite que nada se compara “ao contacto presencial”. Isso e o programa social da feira, que favoreceu o talento na-



“Falámos nas rádios e nas televisões, até um *pitch* ao Presidente da República fizemos” – recorda Sérgio Ribeiro (à esquerda), CEO e co-fundador da Planetiers

tural dos portugueses para fazer amizades “à volta de uma garrafa de vinho”, produziram milagres num acontecimento que na opinião de João marca uma fronteira: “Acho que haverá um antes e um depois da Web Summit, no sentido em que tudo isto vai acelerar em termos de volume de negócios”.

Apesar de fazer um balanço positivo da experiência, João não esconde algumas críticas à organização: “Os *stands* das *startups* ficaram em zonas periféricas, de onde os investidores fugiam, e das centenas de visitantes que recebemos, os interessantes contavam-se pela mão. Nesse sentido os *stands* não acrescentaram valor”.

A Inviitia, *startup* que desenvolveu uma aplicação que cria automaticamente roteiros em qual-

quer cidade do mundo de acordo com o estado de espírito do utilizador, fez-se representar na Web Summit através de uma parceria com a Microsoft e o Grupo Pestana.

Bernardo Véstia, seu fundador e CMO, teve retorno positivo da feira, mas saiu da experiência com a convicção de que “a atenção que se consegue nestes eventos é muito curta”. Na sua memória ficaram imagens de muitos investidores a esconderem o crachá para não serem assediados, de um ritmo demasiado frenético, com um exército de gente de atenção dispersa por uma infinidade de coisas. Mas registou também o sucesso de *startups* que apostaram “em técnicas de guerrilha”, como *freak shows* que capturaram au-

diências e, atrás delas, negócios. Foi uma lição: “Tenho a certeza de que para o ano haverá muitas *startups* a usar a mesma estratégia, incluindo nós”, desabafou.

APROVEITAR AO MÁXIMO

“Fantástico”, foi o primeiro comentário que se soltou do discurso de Miguel Carvalho sobre a sua experiência na Web Summit. Ainda no rescaldo da cimeira tecnológica, a gerir os contactos que estabeleceu no terreno, o CEO da Yubuy não podia estar mais empolgado: “Quando as pessoas vêm à nossa casa, as coisas têm outro impacto”, refere. Apesar da muita comunicação *online*, para



A My Nurse teve muita gente a visitar o seu stand, e despertou o interesse de incubadoras, aceleradores e investidores

Miguel “o contacto pessoal ainda é um *ice breaker*”. No seu caso algumas oportunidades de negócio surgiram ou consolidaram-se assim, depois de um aperto de mão e dois dedos de conversa. A Yubuy também entrou na Web Summit através do programa Alpha da Microsoft. Miguel nunca pensou chegar a tanta gente em tão pouco tempo para apresentar a aplicação da Yubuy, que permite aos consumidores fazer as suas compras através da televisão. Para o ano quer mais: “As oportunidades são tão rápidas, tão fulminantes... o tempo é sempre muito curto, mas vamos repetir a experiência para o ano e aproveitar ao máximo”.

Entre as 67 startups portuguesas que tiveram acesso à Web Sum-

mit através do programa Alpha, concurso promovido pelo governo português a que concorreram mais de 300, esteve a Tripaya. Detentor do passe Alpha – atribuído pelo programa do mesmo nome – o CEO e co-fundador André Ramos decidiu, contra a corrente, não preparar nada: “Não estava à espera que o evento mudasse a nossa vida, por isso decidi ir na ótica do utilizador. Fui ouvir e ver o que se passava”.

Nessa lógica também decidiu não passar muito tempo no *stand* a que tinha direito por um dia. Só que a dinâmica do evento trocou-lhe as voltas: “No dia do *stand* foi uma loucura. Fui para lá às 6h e só saí às 22h. Foi o dia inteiro a dis-

tribuir informação sobre a empresa”, conta.

A Tripaya concebeu uma aplicação que cria, em segundos, roteiros turísticos em qualquer parte do mundo à medida dos gostos e capacidade financeira do cliente. Sugestiva, esta proposta seduziu muitos dos que tomaram conhecimento da existência da empresa através da Web Summit. Segundo André a feira ditou um aumento de visitas ao site da Tripaya de 600% e um aumento de vendas de viagens de 300%. Durante os dias em que durou o evento saíram nos media 50 menções à *startup*.

Para quem queria deslocar-se à feira só para assistir à *movida*, este impacto no negócio não podia ter sido mais surpreendente.

Depois deste batismo, André ficou convertido e acredita que o efeito Web Summit deixará marcas indeléveis no país: “Portugal não era visto como um *hub* tecnológico, mas acredito que essa perspetiva mudou. A Web Summit pôs o país no mapa do empreendedorismo”.♦



COLOCAR PORTUGAL NA ROTA DO MUNDO

O balanço que os líderes das empresas TIC nacionais fazem da realização da Web Summit em Lisboa é muito positivo. Depois da experiência deste ano, já preparam a presença na edição de 2017. Prometem mais desafios e novas experiências.

Texto de Isabel Travessa Fotos cedidas

POUCAS EMPRESAS QUISERAM ficar de fora daquela que é já considerada a maior conferência global de empreendedorismo, tecnologia e inovação. Quem apostou numa presença na Web Summit teve acesso a mais de 53 mil participantes, quase 1.500 *startups*,

1.300 investidores, sete mil CEO's e 663 oradores de referência mundial. Falou-se de temas como a inteligência artificial, emprego, segurança nas redes sociais, tecnologia, música, empreendedorismo, investimento, media e até amor. Que apren-

Na cimeira tecnológica falou-se de IA, emprego, segurança nas redes sociais, tecnologia, música, empreendedorismo, investimento, media e até de amor

dizagens retiraram as gigantes mundiais e as empresas portuguesas da sua presença nesta primeira edição em Portugal? Ouvimos alguns dos líderes das empresas que apostaram na sua presença no evento.

PROSPEÇÃO DE *STARTUPS*

“Esta primeira edição da Web Summit em Lisboa foi um sucesso”, diz José Gonçalves, presidente da Accenture Portugal. Participar no evento faz “todo o sentido”, uma vez que “vai de encontro à nossa estratégia de aposta no digital, em todas as suas vertentes”.

A consultora foi patrocinadora platina desta 6ª edição e o objetivo foi “divulgar os mais recentes estudos sobre inteligência artificial e a transformação digital e dar voz aos especialistas internacionais sobre estes temas, que irão transformar as nossas vidas”, explica. Pela primeira vez, esteve em Portugal o Chief Technology Officer da Accenture, Paul Daugherty, que participou como orador, assim como o responsável da Accenture Technology na Europa, África e América Latina, Yves Bernaert. Mais de 30 executivos vieram a Lisboa, para “aproveitar esta excelente oportunidade de *networking*”.

No *stand* da marca, o foco foi disponibilizar informação sobre as várias possibilidades de carreira na Accenture Portugal. A subsidiária, para capitalizar a presença em Lisboa de alguns dos *speakers* mais disruptivos que passaram pela Web Summit, organizou uma conferência exclusiva sobre “New IT – Power the Future”, que permitiu, segundo José Gonçalves, reforçar “o posicionamento enquanto parceiros dos nossos clientes na sua jornada de transformação digital”. Para 2017, a aposta passa por “manter o enfoque no digital e no New IT, onde cada vez mais a criação de ecossistemas de parceiros inovadores é fundamental”.

Também a gigante norte-americana Cisco “esteve ativamente envolvida na Web Summit, demonstrando o seu forte compromisso com a promoção de um ecossistema inovador e aberto, a

aceleração da aquisição de novas competências digitais e a ajuda às organizações na implementação de soluções digitais”, explica Sofia Tenreiro, diretora-geral da Cisco Portugal. Destacando as presenças de peso do grupo, como o *chairman*, John Chambers, e um dos vice-presidentes, Rowan Trollope, considera que “a realidade é que, tal como defendeu John Chambers, a digitalização é cada vez mais dominante, sendo a chave para aumentar a competitividade global e a criação de emprego”.

A líder da subsidiária nacional acredita que “com a Web Summit conseguimos mostrar que Portugal tem boas condições para tirar partido do seu potencial de transformação digital. Bastando, para isso, que desenvolva ainda mais as suas capacidades digitais, fomentando uma comunidade de *startups* tecnológicas inovadora”. A Cisco anunciou ainda no evento os resultados do “Cisco Innovation Grand Challenge”, um dos seus mais importantes programas de co-inovação.

RESPONDER À REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

“Éxito” é o que António Lagartixo, *partner* responsável pelas Indústrias de Produtos, Serviços, *Utilities* e Recursos da Deloitte, considera ter sido esta edição da Web Summit. “*Technology is changing our world faster and further than at any previous point in human history*”. Foi com esta frase que Paddy Cosgrave começou inúmeras comunicações. E foi bem-sucedido, porque o teor da frase é verdadeiro”, salienta, destacando que se tentou “responder às questões colocadas pela revolução tecno-





Quem esteve na Web Summit teve acesso a 1.500 startups, 1.300 investidores, 7.000 CEO's e 663 oradores de referência mundial



lógica”, assim como partilhar ideias e inspiração.

A Deloitte Digital voltou a marcar presença no evento, dando a conhecer a sua visão “de como as tecnologias irão ocupar um papel ainda mais decisivo nas nossas vidas. IoT, o *big data* e biométrica estão a alterar radicalmente a forma como vivemos”.

Estando a Deloitte a reunir “competências criativas e tecnológicas, experiência de negócio e conhecimento da indústria”, para “acelerar a transformação do negócio das empresas e simplificar a vida das pessoas”, o gestor salienta a apresentação da *smart identity*, uma plataforma desenvolvida com base em tecnologia *blockchain*, “que permite aos utilizadores criar, gerir e partilhar elementos de identidade de modo seguro, possibilitando que qualquer pessoa participe no desenvolvimento do ecossistema de identidade do futuro”.

“Daqui a um ano”, antecipa António Lagartixo, “podemos fazer o balanço da evolução da tecnologia e do impacto na vida das pessoas e novas ideias, novas pessoas e novos negócios voltarão a Lisboa”.

Começando por destacar que “a inovação depende da colaboração”, Pedro Queirós, presidente executivo da Ericsson Portugal, salienta que “a Web Summit

constitui um importante *melting pot* entre grandes empresas inovadoras, *startups* e potenciais investidores e parceiros”. Impressionou-o ver na cimeira de Lisboa “a ebulição de ideias e interação entre os participantes”, que contou com a presença de uma executiva global, membro do Leadership Team do grupo Ericsson.

“Gostamos de chamar à Ericsson uma *startup* de 140 anos: fomos fundados numa oficina mecânica de 13 metros quadrados, que na realidade era uma cozinha, por dois amigos, Lars Magnus Ericsson e Carl Johan Andersson. A partir desse pequeno espaço, temos vindo a inovar continuamente”, diz o gestor. Por isso, o grupo reconhece “o valor na participação em eventos como a Web Summit”, assim como a promoção de iniciativas próprias como a Ericsson Garage, incubadora que explora oportunidades e desenvolve protótipos em novas áreas.

Patrocinadora da Web Summit, a Microsoft faz também um balanço positivo. Mais de 30 efetivos, de 10 equipas, representaram o grupo no evento, com o objetivo de mostrar o seu compromisso global no apoio a *startups*. Uma estratégia desenhada para mostrar, nas palavras de Paula Panarra, diretora-geral da Microsoft Portugal, “uma mudança fundamental na forma como trabalhamos com as *startups*”.

Além da presença direta no evento, com vários oradores como Mark Russinovich, CTO do Microsoft Azure, e um *stand* onde estiveram em *showcase* mais de 20 *startups* de 13 países, a Microsoft criou também a iniciativa Micro-

soft “Pop-Up Reactor”, um espaço na sede de Lisboa que contou com mais de 850 visitantes e acolheu *startups*, investidores, aceleradores e VCs à procura de um espaço para reuniões privadas, uma festa de *networking* exclusiva, bem como vários eventos de comunidades do ecossistema. Já com o programa ‘Journey to the Web Summit’, disponibilizou nas seis semanas anteriores à Web Summit mais de 20 *masterclasses online* gratuitas para *startups* e programadores, bem como um Startup Challenge (em parceria com a Embaixada dos EUA), que deu oportunidade a uma *startup* portuguesa, a Prodsmart, de estar presente no *stand* da empresa, sendo selecionada entre mais de 140 candidatas.

“A presença na Web Summit foi fundamental. Mostrámos como podemos ajudar o ecossistema a desenvolver os seus negócios e os programas e soluções inovadoras que disponibilizamos”, diz Paula Panarra. Para o ano, o grupo tem como objetivo maximizar ainda mais o impacto da sua presença, com várias novidades.

DISCUTIR E MOSTRAR INOVAÇÃO

Para a NOS, a Web Summit “foi uma grande experiência”. O seu administrador, Jorge Graça, diz que se tornou “evidente que seria importante marcar presença e fazer parte do movimento global de partilha de conhecimento e de discussão de inovação”. O desafio foi “assumido para dentro e para fora da NOS, com um balanço po-

sitivo e um número alargado de colaboradores a participar”.

Tendo em conta a dimensão da iniciativa, a NOS definiu uma agenda e estruturou a sua presença alinhada com a “diversidade e riqueza do ecossistema”. Assim, através do espaço “NOS Augmented Reality TV Experience”, demonstrou a forma como “está a testar soluções de realidade aumentada, uma das megatendências tecnológicas do momento”.

“Encarámos o evento como um momento de partilha e de discussão sobre tecnologias

PARALELAMENTE À SUA PARTICIPAÇÃO NA CIMEIRA TECNOLÓGICA ALGUMAS EMPRESAS APOSTARAM EM EVENTOS EXCLUSIVOS

emergentes que nos vai permitir alavancar o nosso trajeto de inovação contínua”, explica Jorge Graça.

Esta discussão iniciou-se mesmo antes do arranque da Web Summit, com iniciativas que “colocaram em contacto oradores e fundadores da conferência com colaboradores, que ouviram na primeira pessoa como é possível construir o futuro”. Tendo em conta o balanço de 2016,

“contagiados pelo crescimento anual da Web Summit e alinhados com estes movimentos de *performance*” Jorge Graça espera que a edição de 2017 seja “ainda mais desafiante”.

Uma das tecnológicas nacionais que “desde a primeira hora” se associou à Web Summit foi a Novabase. “Como maior tecnológica do mundo com sede em Lisboa, e dado o nosso ADN empreendedor”, esta era uma parceria óbvia, diz o seu presidente, Luís Paulo Salvado. A parceria materializou-se em várias iniciativas, algumas ainda antes do evento, como a presença de elementos da equipa da Web Summit no concurso anual de ideias, o Novabase Gameshifters, em maio. Já em novembro foi acolhido o Web Summit Lisbon Meetup na sede da Novabase, na que foi a última paragem da Road Trip que percorreu 30 cidades da Europa até chegar a Lisboa.

Várias outras iniciativas, que envolveram *workshops*, momentos de mentoria e presença direta no *stand* da Novabase, foram outras apostas. Segundo Luís Paulo Salvado, “a Novabase procurou, acima de tudo, absorver tendências, descobrir talentos e identificar oportunidades de novas parcerias, investimentos e modelos de negócio”.

REFORÇAR MARCA E PROPOSTAS

Também para a PT a Web Summit foi “um evento único. O ambiente que se viveu entre *startups*, inves-

tidores, empresas e profissionais da área de tecnologia foi não só profícuo em contactos e partilha de conhecimento, mas permitiu cimentar o posicionamento de Portugal como *innovation hub*", refere o seu CEO, Paulo Neves.

Destacando a tradição do grupo em inovação e o seu histórico como "parceiro por excelência dos grandes eventos que se realizaram no país" e parceiro de todas as empresas, a PT "não poderia deixar de estar associada à iniciativa", onde foi responsável pela infraestrutura de comunicações. Através das suas redes *wifi*, móvel e fixa, foram descarregados mais de 20 Terabytes de dados, "o que equivale a 30 anos de utilização contínua de *internet* por um só utilizador e registadas um milhão de sessões *wifi*".

O grupo apostou ainda num espaço Altice|PT onde partilhou "novidades, soluções, projetos e a nossa visão para um mundo cada vez mais empreendedor e conectado". E trouxe ao evento seis *startups* nacionais, no âmbito da estratégia de "criar um ecossistema de *startups* com novas ideias que fazem a diferença. É esse espírito disruptivo que procuramos nos novos projetos", acrescenta Paulo Neves. O CEO da PT fez também, com a Huawei, a primeira demonstração nacional e uma das primeiras no mundo, de rede móvel 4,5G. Atingiram-se velocidades de 1.7 Gbps, mais de cinco vezes a velocidade atual da rede móvel e 2 vezes a velocidade *premium* de fibra.

"Portugal nunca tinha recebido um evento tão desafiante, em termos tecnológicos. Uma vez mais, a PT demonstrou que é o parceiro incontornável dos momentos de grande relevância para o país e de grandes exigências tecnológicas e de comunicações", destaca o líder da PT, garantindo que em 2017 o grupo voltará a estar "empenhado em colocar Portugal na rota do empreendedorismo mundial".

Já a Randstad destaca na sua presença na Web Summit o seu "*dream elevator pitch*", um elevador que permitiu ao ocupante

AS EMPRESAS PRESENTES PARTILHARAM NOVIDADES, SOLUÇÕES, PROJETOS E A SUA VISÃO PARA UM MUNDO CADA VEZ MAIS CONECTADO

escolher o seu sonho e fazer um *pitch* sobre a sua *startup* ou o seu emprego de sonho. Tratou-se, segundo José Miguel Leonardo, diretor-geral da Randstad Portugal, de uma "ativação de marca" que teve dois propósitos: o facto do grupo concretizar "o sonho de muitos candidatos, ao colocá-los no seu emprego de sonho", já que o *core business* da empresa é "encontrar as ofertas que mais se adequam a cada candidato"; e a

visão "*tech & touch*", que em 2014 levou à criação do fundo Randstad Innovation Fund, focado na inovação e na participação financeira em projetos de base tecnológica em recursos humanos.

"Já investimos em mais de dez *startups* e adquirimos duas, a Brazen e a RiseSmart. Localmente, temos um programa de aceleração de projetos ou *startups* em recursos humanos. Por isso, não faria sentido não dar este palco também aos empreendedores para que possam fazer os seus *itches*", explica o gestor, salientando ainda que a empresa foi mentora de cinco *startups*.

Na Web Summit esteve presente o CEO da Randstad, Jacques van den Broek, como orador e moderador. E realizaram-se dois *workshops* do grupo: um com Florian Chilla, do Randstad Innovation Fund, sobre como fazer um *pitch* e outro sobre as "dores de crescimento" das *startups* na gestão de pessoas, com a equipa portuguesa.

"O balanço foi muito positivo. Acreditamos que conseguimos reforçar o conhecimento da nossa marca e interagir com os principais públicos", diz o diretor-geral. Quanto a 2017, "é cedo para dizer como vai ser, mas é com orgulho que vemos o evento considerado o 'Davos for geeks' a ser um sucesso em Portugal". Para já, promete não desistir dos sonhos registados na Web Summit: "Temos um conjunto de ações não apenas para lhes dar destaque, mas para continuar a dar voz a todos os que procuram um emprego de sonho".



MUDAR DE PELE COM A MADE OF LISBOA

É a marca e a plataforma agregadora do ecossistema empreendedor de Lisboa. Com o *'Made of Lisboa'*, a autarquia quer incentivar a inovação e a criatividade, envolvendo todos os atores na ambição de tornar a cidade mais relevante no país e no mundo.

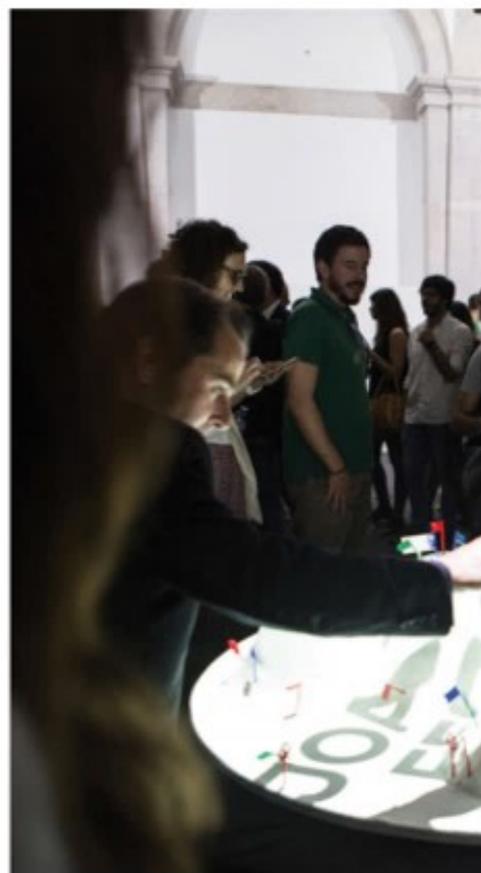
Texto de Isabel Travessa Fotos cedidas

O **'MADE OF LISBOA'** surgiu como a evolução natural da estratégia global lançada pela Câmara Municipal de Lisboa, a partir de 2011, no âmbito do empreendedorismo e inovação, e para posicionar a cidade como um *hub* europeu. Tudo começou com a Startup Lisboa, incubadora que nasceu em 2012 do orçamento participativo da autarquia para fomentar a criação de empresas e emprego. Um ano depois, já havia seis. Agora, são 15.

Mas a cidade inclui hoje toda uma multiplicidade de novos atores, além das incubadoras, que constituem um "ecossistema muito vibrante que era preciso

federar e ligar em rede", como explica Paulo Soeiro de Carvalho, diretor municipal de Economia e Inovação da autarquia. O primeiro passo, perante esta nova e ampla comunidade, foi criar uma nova identidade, através de um "processo co-criativo para chegar a uma nova marca e uma nova plataforma".

Com o nome *'Define Lisboa'*, a iniciativa foi delineada e avançou já este ano. Durante sete meses, ouviram-se pessoas e recolheram-se ideias. O resultado final é a marca *'Made of Lisboa'*, apresentada pela autarquia no final de outubro, e uma nova plataforma – <https://madeoflisboa>.







Lisboa já lançou o seu projeto de dados abertos, através do Smart Open, para acelerar o desenvolvimento de soluções

ABRIR DADOS PARA GARANTIR SOLUÇÕES

Lisboa está apostada numa estratégia de dados abertos, que está a agregar num portal, para os abrir à comunidade empreendedora. O objetivo é promover a utilização do crescente volume de informação que recolhe – não só a partir da autarquia, mas de um conjunto de entidades públicas e privadas com as quais realizou protocolos – para o desenvolvimento de soluções, facilitando a vida aos cidadãos. Neste âmbito, decorreu recentemente a 1ª edição do Smart Open Lisboa, “um programa de aceleração em que as equipas selecionadas desenvolvem soluções concretas”, como explica o diretor municipal de Economia e Inovação da autarquia. Foram definidas quatro áreas – mobilidade, envolvimento dos cidadãos, cultura e turismo e sustentabilidade – e identificados um conjunto de desafios a dar resposta através da utilização de dados para criar

soluções.

O projeto www.smartopenlisboa.com, coordenado pela Beta-i, com o apoio do Turismo de Portugal, PT, Cisco e StartUp Lisboa, contou nesta primeira edição com uma fase de experimentação, para a qual foram selecionadas nove *startups*, e com um demo ‘Demo Day’, onde chegaram oito *startups*. Para 2017, já está prevista uma segunda edição, onde se pretende agregar mais parceiras e lançar “desafios muito concretos que pedem soluções também muito concretas”, explica o autarca. Para Sofia Tenreiro, Diretora Geral da Cisco Portugal, este projeto “representa uma oportunidade única. Tendo acesso aos dados da cidade, abrem-se milhares de hipóteses de criação de soluções e serviços que respondem aos desafios e ajudam a melhorar a vida de milhares de pessoas”. As finalistas deste ano vão

agora entrar no mercado, procurando parceiros, clientes e investidores. E há soluções em várias áreas. A aidHound quer usar dados de georreferência para ajudar sem-abrigo e outras comunidades desfavorecidas, enquanto a Visor.ai quer encontrar as melhores formas de combater o isolamento dos cidadãos mais seniores. Também a Medcore se dedica a encontrar soluções para o envelhecimento ativo.

Já a Fi-sonic processa e analisa o som da cidade para gerar soluções integradas para a cidade e a a eKoneksa criou uma plataforma para monitorizar os níveis de consumo de energia dos edifícios em tempo-real, gerando relatórios, identificando pontes fortes de poupança e gerindo operações de manutenção. Reduzir o consumo de água e energia, com recurso a um sistema *cyber-físico* e a técnicas de gamificação é a meta da Optishower. A 360waste criou um serviço integrado para gestão da recolha de resíduos. E a Load Interactive foca-se no desenvolvimento de soluções *smart*, *web* e de mobilidade. •

truir algo que permita apresentar e potenciar o ecossistema e lhe dê identidade, reforçando o conjunto”.

COMUNIDADE CONSTRÓI A COMUNIDADE

Dados da autarquia mostram que o ecossistema empreendedor de Lisboa, para além das 15 incubadoras, tem atualmente seis aceleradoras, quatro *fab labs*, 24 espaços de *cowork* e 10 *hubs* criativos que suportam todos os empreendedores, empresas e projetos que vão surgindo na cidade. Até agosto, existiam cerca de 475 *startups* alojadas em incubadoras e aceleradoras, representando mais de 3.160 postos de trabalho diretos. Contabilizando os últimos três anos, mais de 1340 *startups* foram fundadas nas incubadoras e aceleradoras lisboetas, criando 5730 postos de trabalho diretos e envolvendo 180 milhões de euros de investimento, segundo o valor agregado de informação pública e informação enviada por incubadoras e aceleradoras.

É este universo que o portal ‘Made of Lisboa’ quer agora agregar, organizar e interligar, criando uma verdadeira comunidade que resulte do contributo de todos. Representa um “verdadeiro salto em frente”, nas palavras de Paulo Soeiro de Carvalho, dependendo o seu impacto da proatividade de todos os atores do ecossistema – entidades de apoio e suporte, *startups* e pessoas. Em meados de novembro já estavam registados 160 atores da comunidade empreendedora e muitos mais deverão surgir, garante o autarca, para quem a “tarefa é ligar todos em rede”.

Até final de janeiro, serão adicionadas novas funcionalidades

O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DE LISBOA, ALÉM DE 15 INCUBADORAS, TEM SEIS ACELERADORAS, QUATRO FAB LABS, 24 ESPAÇOS DE COWORK E 10 HUBS CRIATIVOS

à plataforma, já construídas pela própria comunidade. Com toda a informação possível que envolva este universo, nomeadamente eventos, casos de sucesso, dicas, opinião dos próprios atores. O município surge como uma “espécie de curador da plataforma” em três áreas: federar o ecossistema, contribuir com projetos concretos da autarquia e com projetos onde são parceiros.

A prazo, a câmara pretende também trabalhar “ao nível das falhas de mercado”, aproximando grandes empresas a *startups* e ligando universidades e faculdades ao ecossistema, como explica o diretor municipal. No fundo, trata-se de “fazer pontes entre todas as entidades e organismos e com o próprio município”, com uma marca distintiva que posicione internacionalmente Lisboa como uma cidade única. >

com – que arrancou no início da Web Summit, para mostrar ao mundo a comunidade empreendedora.

“É impossível fazer crescer a cidade pela inovação, criatividade e empreendedorismo se não trabalharmos todos em conjunto, de forma colaborativa. Somos ainda muito pequenos, mas já fizemos um caminho de sucesso”, garantia Duarte Cordeiro, vice-presidente da Câmara de Lisboa e vereador da Economia e Inovação no lançamento, onde estiveram presentes *co-founders* do ecossistema empreendedor como a Uniplaces, Science4You, Startup Lisboa, Caixa Capital e Coworklisboa.

O autarca relembrou o caminho de sucesso percorrido no sentido de “posicionar Lisboa como uma *startup city*”, um verdadeiro “trabalho com pioneiros” com o qual a cidade foi conquistando o seu espaço. O facto de Lisboa ter sido nomeada em 2015 ‘European Entrepreneurial Region’, reconhecimento atribuído pela primeira vez pelo Comité das Regiões, ou de acolher a partir deste ano a Web Summit, evidencia a sua crescente relevância.

Mas ganhar uma maior dimensão impõe o reforço da colaboração, o que passa por “cons-



PORTUGAL IDENTIFICADO COMO DESTINO DE ELEVADO POTENCIAL

As alemãs Siemens e Bosch estão a reforçar a aposta em Portugal e contam com o apoio de um ecossistema onde universidades e autarquias promovem mais talento, inovação e parcerias.

Texto de Isabel Travessa
Fotos de Arquivo Siemens

"INGENIOUS PORTUGAL" foi o mote do encontro promovido pela Siemens Portugal no arranque da Web Summit. Reuniu os *players* do ecossistema, vindos especificamente da Alemanha, para analisar a inovação como fator-chave de sucesso e o potencial de atratividade nacional na captação de investimento estrangeiro. E não houve dúvidas: o país tem condições únicas para fazer mais e melhor.

"É boa altura para investir em Portugal", garante Pedro Miranda, o novo CEO da Siemens Portugal. Para o gestor, até agora Corporate Vice President da Siemens AG, o grupo está empenhado em investir de forma sustentável, apostando no mercado português.

No nosso país, a Siemens dispõe de um total de 23 centros de competências nas áreas de mobilidade, serviços partilhados, energia e TI, que exporta serviços de alto valor acrescentado para quase todo o mundo, empregando cerca de mil trabalhadores. O mais recente, inaugurado em meados de julho, é o Centro de Cibersegurança Industrial. O grupo tem mais dois, nos EUA e Alemanha.

Andy Maertz, Siemens Director of Global IT Delivery Centers, confirma a atratividade de Portugal no processo de seleção dos

centros de competências. O país "oferece uma proposta de valor única" em termos de disponibilidade de talento de qualidade, aumento de produtividade e eficiência, afinidades linguísticas e culturais, proximidade e perfil de risco. Acrescem as infraestruturas, condições legais favoráveis, formação complementar com apoio de Bruxelas e do governo e o clima moderado.

Vantagens que são reconhecidas pela Bosch Portugal: "Temos boas razões para convencer os investidores a vir para Portugal", afirma Carlos Ribas, o seu líder.

A Bosch tem hoje três unidades industriais em Braga, Ovar e Aveiro, emprega mais de quatro mil pessoas e antecipa encerrar o exercício com mil milhões de receitas, das quais 90% resultam de exportações, o que faz da subsidiária um dos maiores exportadores nacionais. As parcerias, nomeadamente com a Universidade do Minho na Bosch Academy, são consideradas fundamentais.

No encontro, onde participaram autarquias, universidades, empresas e entidades públicas, ficou claro que todo o ecossistema está a trabalhar no sentido de reforçar a atratividade do país. Braga é um bom exemplo, como explica Carlos Oliveira, CEO da InvestBraga.

Tirando partido das vantagens locais, a cidade trabalha com todos os *stakeholders* para se posicionar na captação de investimento e na atração de *startups* tecnológicas. E o gestor garante: "Investigação, desenvolvimento e *test labs* são uma enorme oportunidade para o país".♦



UM EARLIER ADOPTER MUITO DISCIPLINADO

Aos 11 anos fazia circuitos elétricos, aos 16 programava. Apesar deste fascínio por tecnologia, nunca se deixou aprisionar. Nesta relação é ele que manda.

Texto de **Teresa Ribeiro**
Fotos de **Vitor Gordo/ Syncview**

JOSÉ CORREIA, diretor-geral da HP, faz a sua primeira aproximação às tecnologias assim que estas aparecem no país, nos anos 80, andava então no ensino secundário: “Frequentei um dos primeiros cursos técnico-profissionais de informática que surgiram em Portugal e quando acabei o 12º ano já tinha uma série de propostas de emprego”, recorda, com um sorriso.

Começa, de facto, a trabalhar como programador informático, tinha 18 anos. Nada que não se adivinhasse: aos 11 já gostava de improvisar circuitos elétricos com pilhas e lâmpadas, aos 15 teve o seu primeiro computador, um Timex, na linha do Z Spec-

A tecnologia é, para José Correia, sinónimo de liberdade: “Permite gerir o nosso tempo da melhor forma”, diz.





José Correia foi fiel ao iPhone, desde que surgiu no mercado, mas agora está a fazer a transição para o HP X3



Mesmo em férias nunca se separa do seu portátil, o HP Elite X2



As *apps* dos media estão entre as que mais utiliza porque faz questão de estar sempre a par das notícias

trum, e aos 16 destacou-se num concurso de programação de jogos. Nunca perdeu o gosto por tecnologia: “Fascina-me a surpresa, o fazermos mais, melhor, diferente, a possibilidade de quebrarmos com o passado”.

Mas hoje, a tecnologia também é um sinónimo de liberdade: “Há quem diga que é uma prisão, porque estamos sempre *online*, mas acho exatamente o contrário: é uma liberdade porque nos permite gerir o nosso tempo da melhor forma. Nunca me senti controlado pela tecnologia porque sou sempre eu a escolher o momento”. E exemplifica: “Não atendo um terço dos telefonemas, embora não fique nenhum por responder”.

O diretor-geral da HP recusa-se também a ser um *email victim*. Consulta-os apenas quando considera oportuno, pois acredita que só assim o trabalho é produtivo.

A ideia de se desligar do mundo digital não o enerva. Só há uma coisa de que não consegue prescindir: de notícias. Por isso as *apps* dos media estão entre as que mais utiliza. Como adora cinema é cliente do Netflix e consulta a IMDB. Compra muito na Amazon. Recorre ao Tripadvisor, Zomato e Booking para organizar as suas viagens e embora tenha conta no Facebook, LinkedIn e Instagram não é muito ativo nas redes sociais. Música? Ouve-a no Spotify e fazer ginásio sem *podcasts* para ele não é a mesma coisa. ♦

IR PARA FORA CÁ DENTRO

Este bem poderia ser o lema da Beta-i, organização criada em 2010 por empreendedores e para empreendedores, cuja missão é promover a inovação e o empreendedorismo em Portugal. Porque de repente o país parece que se voltou a abrir ao mundo.

Texto de Ana Rita Ramos Fotos Vitor Gordo/Syncview

HÁ MUITO QUE SE SABE que o empreendedorismo de base tecnológica vale mais do que a maioria das pessoas imagina. A diferença é que agora – depois de anos de investimento e, claro, depois da Web Summit – o mundo e o próprio país ficaram a saber disto.

Não será exagero dizer que a Beta-i é uma das responsáveis por esta mudança de paradigma. Criada em 2010, esta organização contribuiu, e muito, para criar uma cultura de empreendedorismo em Portugal. Mas fez mais: acelerou *startups* com ambição global, facilitou o acesso a investimento e promoveu a inovação dentro das grandes organizações. Pelas suas mãos passaram algumas das *startups* mais bem-sucedidas do país, como a Uniplaces, por exemplo, que atua com estrondoso sucesso num mercado avaliado em 500 mil

milhões de euros anuais.

No âmbito dos seus múltiplos programas – e não é possível descrevê-los todos no espaço desta reportagem – a Beta-i já recebeu acima de 4 mil ideias, acelerou mais de 600 negócios (cerca de 96 deles já recolheram financiamento junto de investidores) e registou mais de 60 milhões de euros levantados pela sua rede *alumni*. Entre as várias iniciativas que já organizou, incluem-se os maiores eventos para *startups* em Portugal: #LIS – Lisbon Investment Summit, Explorers Festival, Silicon Valley Comes to Lisbon, Sandbox Lisbon, Startup Weekend, Tourism Summit e o primeiro TEDx no país. Nota relevante: em 2014, a Beta-i foi considerada o maior promotor de empreendedorismo na Europa pelos European Enterprise Promotion Awards da Co-



beta-i.pt



"Começámos a Beta-I com a vontade de criar impacto na sociedade e de mudar a cultura, ligando Portugal ao mundo. Tínhamos uma lógica altruísta, de fazer qualquer coisa acontecer", afirma o CEO Pedro Rocha Vieira

missão Europeia.

É neste contexto que Pedro Rocha Vieira, *co-founder* e CEO da Beta-i (com os três sócios Ricardo Marvão, Manuel Tangê e Tiago Pinto) acredita que o ecossistema das *startups* em Portugal vale ouro – ele que durante anos andou a pregar no deserto sobre o tema. Nos primeiros tempos esta convicção até podia parecer exagerada, sobretudo porque este potencial risonho era desconhecido não só pelo mundo lá fora como pelos próprios portugueses. Hoje, percebe-se que o empreendedorismo em Portugal deu um salto de qualidade e competitividade. As empresas criaram novas tecnologias, ajudaram a abastecer o mercado interno, aprenderam a competir e, muitas vezes, a ganhar às grandes multinacionais do setor. Por incrível que pareça não há números esclarecedores sobre o valor real deste ecossistema de *startups*, mas de duas coisas temos a certeza: estas empresas crescem bem acima do PIB nacional e as bem-sucedidas são as que abriram verdadeiramente as portas do mundo.

“A minha missão é contribuir para que cada pessoa realize o seu potencial. O empreendedorismo é uma das vias para isso”, diz Pedro Rocha Vieira, lutador e otimista inveterado. “Acredito que a tecnologia e o empreendedorismo são uma arma brutal para o desenvolvimento da humanidade. Podem ser uma alavanca para o impacto social”. Alguém que começou pelo

empreendedorismo social e que esteve sempre envolvido em causas difíceis, teria de ter algo de guerrilheiro. De facto, o seu credo de excelência martela subliminarmente no seu cérebro todos os dias. “Em 2009 Portugal passava por uma fase complexa. Senti que Lisboa poderia ser uma cidade incrível para o empreendedorismo, muito mais aberta, capaz de atrair e reter pessoas de alto nível, e ter uma sociedade mais colaborativa”.

AO NÍVEL DOS MELHORES

Pode parecer estranho na linguagem cínica dos negócios, mas na base da Beta-i esteve um estímulo altruísta, com uma missão clara: aproximar os empreendedores portugueses da comunidade internacional. Simplesmente porque havia vontade de fazer algo diferente. “Criámos a Beta-i como uma organização independente, focada em criar uma nova geração de empreendedores com uma perspetiva global, com a crença de que poderíamos ser tão bons como os melhores do mundo”.

A lógica de Pedro Rocha Vieira? Se permanecermos apenas com incidência local, morreremos aqui dentro. Por isso, desde o primeiro dia, a Beta-i investiu na ideia de colocar Portugal no roteiro internacional do empreendedorismo. E neste momento está a investir na sua própria internacionalização, com presenças em Espanha, França e Peru. A razão para esta estratégia é mais do que concreta: trata-se de ganhar ou perder negócios. Hoje, o mercado é mesmo o mundo inteiro. “Em Portugal estamos também a avaliar outras



“A Beta-i tem uma história feliz. Fomos tomando iniciativas, o país e o mundo foram mudando e nós fomos acompanhando essas mudanças. Hoje todo o ecossistema está muito mais robusto”, diz Pedro Rocha Vieira



idades para diversificar. Estamos à procura de um modelo de crescimento”, explica Pedro Rocha Vieira. A Beta-i tem 35 pessoas, um prédio com nove andares e muita inovação a ferver lá dentro.

Antes da Web Summit, a questão que se colocava era a seguinte: será que as empresas portuguesas na área da tecnologia, com dimen-

**“UMA STARTUP
É UMA
ORGANIZAÇÃO
DESENHADA
PARA CRESCER,
PARA ESCALAR
RAPIDAMENTE,
QUE AGE NUM
AMBIENTE
INCERTO E
QUE TEM DE
PROCURAR
RECURSOS E
EXPLORAR O
SEU MODELO DE
NEGÓCIO. ESTE
É O GRANDE
DESAFIO”**

sões reduzidas, tinham condições de competir no mercado mundial numa área em que Portugal não tinha tradição internacional?

Pedro Rocha Vieira acredita que há vários pontos a favor para Portugal conseguir criar um *hub* empreendedor. Um deles é a massa cinzenta. A nível de conhecimentos técnicos Portugal não está lon-

ge dos padrões europeus, ao contrário do que pensa o comum dos mortais. “As nossas universidades formam bons profissionais. O nosso problema não é de capacidade técnica. É de empreendedorismo e de criação de valor. E isso está a mudar”, diz ele. Um ecossistema de empresas competitivas depende, mais do que qualquer outro setor, de cérebros para absorver e criar conhecimento.

Nos últimos anos o país mostrou ter empreendedores com calibre mundial. O desafio de Pedro Rocha Vieira tem sido construir uma marca que alie Portugal à ideia de empreendedorismo de vanguarda. Um esforço em que ele colocou toda a sua energia, toda a sua capacidade de subverter.

Por que é que esse esforço deve ser feito? Por, pelo menos, dois motivos. O primeiro: é nesta área que Portugal pode diminuir o seu atraso, já que o digital premeia todos os setores produtivos. Tecnologias são essenciais para a competitividade de empresas que vão das telecomunicações, a fábricas de sabonetes ou a supermercados. Segundo motivo: é um negócio em que Portugal não fica prejudicado por ser um país periférico. O negócio da tecnologia não tem periferia.

E a Beta-i sabe bem disso. “Fomos adaptando a nossa atividade à medida do que era necessário para colocar Portugal no centro. Começámos pelos eventos, porque era isso que achávamos ser eficaz numa mudança de cultura. Depois passámos para os programas de pré-aceleração e capacitação, com o Beta Start, para apoiar ideias embrionárias, em que não



A Beta-i já apoiou mais de 600 negócios e cerca de 96 deles já recolheram financiamento junto de investidores

havia competências, ferramentas e *mind set* de empreendedores”.

A fase seguinte para a Beta-i foi perceber que faltava um programa de aceleração de relevância – e por isso criou o Lisbon Challenge, que vai na sua sexta edição. “Viajámos imenso, inspirámo-nos em muitos modelos diferentes”, diz Pedro Rocha Vieira, entusiasmado. “Tivemos mais de 700 candidaturas de todo o mundo só na primeira edição, 400 delas internacionais”. Resultado? O Lisbon Challenge é um dos programas de aceleração mais dinâmicos da Europa.

Passada a fase empreendedora, é preciso pensar em como financiar o crescimento das empresas. Esta foi e continua a ser uma das grandes missões da Beta-i. O estímulo ao capitalismo de risco, uma

das molas mestras da indústria das *startups* em qualquer país do mundo, está na agenda mental de Pedro Rocha Vieira. Sempre que pensamos em capital de risco vem-nos à cabeça Silicon Valley. Mas é bom lembrar que foram necessários 50 anos para o Vale do Silício chegar ao que é hoje.

INVESTIDORES PROCURAM-SE

Para criar uma indústria saudável, que tenha vida própria, Pedro Rocha Vieira sempre soube que eram precisos investidores que fizessem o primeiro aporte de capital. A injeção de dinheiro pelas instituições de capital de risco faz com que o crescimento das *startups* dispare. O exemplo de empresas como a Outsystems é importante. Surgiu em 2000, desenvolveu-se, conquistou um fluxo de receitas interessante – mas insuficiente para dar o salto. Ao longo do seu caminho foi fechando rondas de financia-

mentos que foram vitais para o seu desenvolvimento – recentemente conseguiu levantar mais 50 milhões de euros através da empresa norte-americana North Bridge. Nos últimos dois anos mais de 200 milhões de euros foram investidos em Portugal.

Para as grandes empresas este também é um tempo de desafios. Muitas começam a perceber que conseguem resolver o seu problema de inovação através da ligação às *startups*. “O custo de não apostar em inovação é tremendo”, alerta Rocha Vieira. É por isso que a Beta-i criou também programas verticais de aceleração nas grandes empresas, com enorme sucesso.

Com tudo isto, percebe-se que a janela de oportunidade para as *startups made in Portugal* está aberta. Mas há muito a fazer para que ela não se feche como no passado. E o tempo é curto.♦



VueForge® for Electric Grid Asset Management

MONITORIZAR A CONDIÇÃO
DOS ATIVOS, GERIR OS RISCOS E
RENTABILIZAR O INVESTIMENTO



UM "ACELERADOR" DE *SMART CITIES*

O novo Centro de Inovação Tecnológica, inaugurado no mês passado em Viseu, reforça no interior do país a oferta da solução integrada da IBM que permite monitorizar e gerir todos os sistemas e serviços numa cidade. O Intelligent Operations Center vai pôr as forças vivas da urbe a mexer.

Texto de Teresa Ribeiro Fotos cedidas

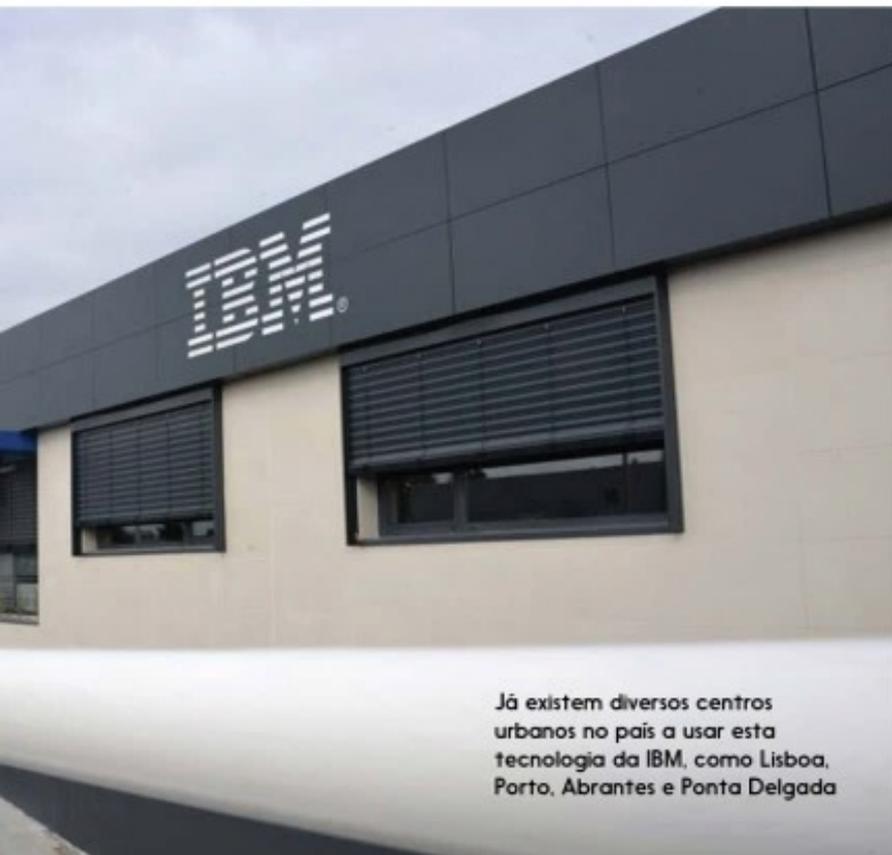
INTEGRADO NO Centro de Inovação Tecnológica, o Intelligent Operations Center – o novo *nearshore* que o Grupo IBM abriu no mês passado em Viseu sob a gestão da Softinsa – promete monitorizar todos os sistemas e serviços da cidade de forma mais inteligente. Segundo António Pires dos Santos, diretor de Desenvolvimento de Negócios na área das cidades inteligentes da IBM Portugal, o novo centro é “uma solução com características únicas, pois consegue concentrar toda a informação que existe na cidade”.

Na realidade, trata-se de uma plataforma que combina o que António Pires dos Santos caracteriza como “três conceitos fundamentais”: IoT, *big data* e analítica. Uma vez cruzadas, estas ferramentas permitem supervisionar as operações de toda a cidade em tempo real e até prever

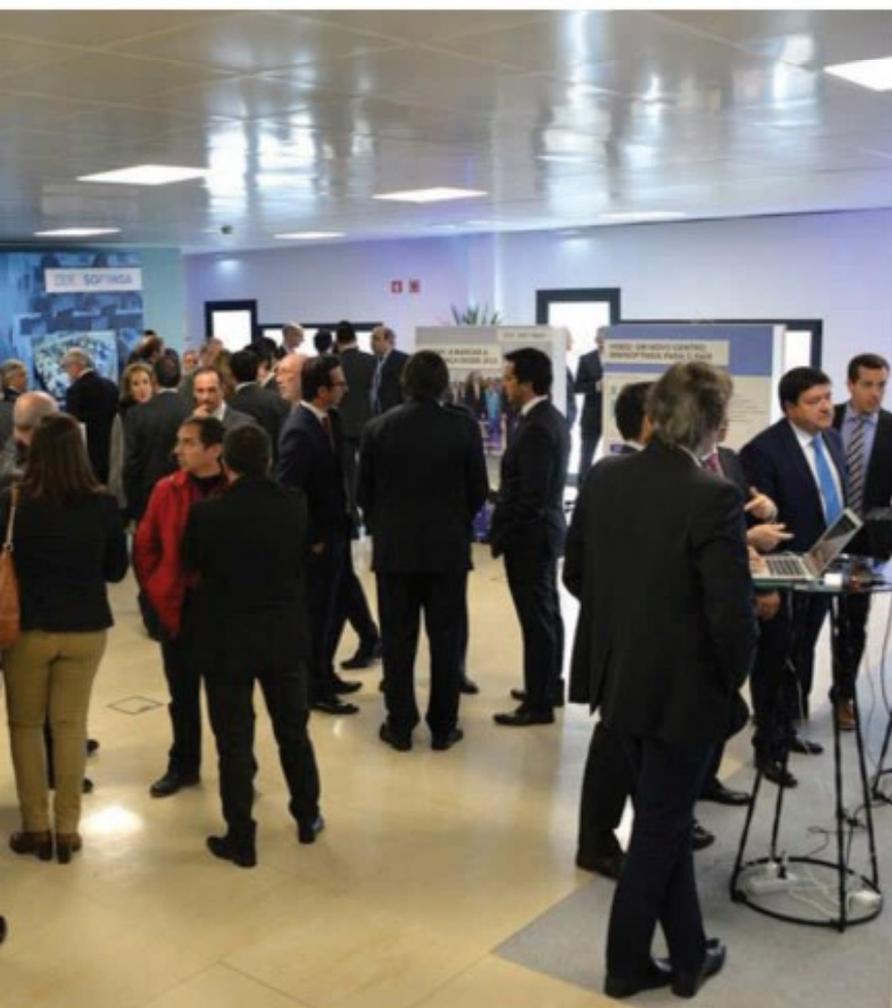
o que pode acontecer em determinados contextos. O diretor de Desenvolvimento de Negócios da IBM dá um exemplo: “Chuva forte e obras nas ruas podem dar origem a inundações e a trânsito congestionado, previsão que favorecerá a tomada de medidas de prevenção, atenuando ou mesmo evitando os problemas que se antecipam, com todas as vantagens daí resultantes”.

Já existem diversos centros urbanos no país a usar esta tecnologia da IBM, como Lisboa, Porto, Abrantes e Ponta Delgada, mas a procura tem-se verificado sobretudo ao nível de soluções verticais – como a gestão de edifícios ou da rega de parques públicos. A expectativa da IBM é que o próximo ano, em que se esperam fundos comunitários especificamente para a área das *smart cities*, a procura se concentre nas soluções mais alargadas.♦





Já existem diversos centros urbanos no país a usar esta tecnologia da IBM, como Lisboa, Porto, Abrantes e Ponta Delgada



AUTOCARROS COM INTERNET EM BRAGA

A IBM convidou a Cisco para se associar num projeto piloto em Braga. Desta parceria nasceu uma solução tecnológica que está a revolucionar os transportes urbanos da cidade.

Com a IBM ligada a uma solução informática da Cisco foi possível passar a ter comunicação bidirecional de banda larga nos autocarros de Viseu. Ainda na fase piloto, a experiência decorre no âmbito de uma parceria estabelecida com o município. Na linha 43 dos Transportes Urbanos de Braga (TUB), os passageiros passaram, a partir de junho, a ter acesso à *internet*. Ao mesmo tempo os gestores de frota começaram a receber informação sobre a entrada e saída de passageiros através de sensores visuais. Bem-sucedida, esta foi a primeira parte de um teste que agora se estende à linha 94. Nesta segunda fase experimentam-se outras potencialidades, como o levantamento de dados ambientais e relativos ao funcionamento dos veículos, como, por exemplo, os respeitantes a consumos e avarias. Toda esta informação representa uma importante mais-valia para quem faz a gestão de frotas, pois permite otimizar recursos e aumentar a eficiência, admitiu à Imprensa o administrador dos TUB, Baptista da Costa. Este projeto-piloto utiliza a plataforma Intelligent Operations Center de apoio à gestão de ambientes complexos da cidade da IBM. •



DIGITAL ACADEMY APDC FORMAR À MEDIDA DAS TIC

Portugal tem uma janela de oportunidade para captar mais investimento estrangeiro. Mas para se diferenciar não basta ter infraestruturas e capacidade de prestação de serviços. Precisa de pessoas com as qualificações certas. A Digital Academy APDC vai responder a essa lacuna já em 2017.

Texto de Isabel Travessa Fotos de Vitor Gordo/ Syncview



REFORÇAR A PROPOSTA de valor aos associados, posicionando o país como plataforma para desenvolver processos de *outsourcing*, particularmente no *nearshoring*, é o objetivo da APDC através da Secção Portugal Outsourcing (PO). Nesse sentido, está a alargar atividades aos *players* além das empresas de *outsourcing* e prepara-se para responder ao problema da falta de recursos humanos qualificados para a nova realidade do digital. A Digital Academy APDC nasce de uma parceria e tem metas ambiciosas: através de um modelo de formação inovador,

quer garantir, em três anos, a qualificação até três mil profissionais. Já em 2017, o objetivo é formar até 250 pessoas nas áreas identificadas pelas empresas como prioritárias.

O projeto insere-se na estratégia de “definir um conjunto de iniciativas que possam dar corpo à génese da Secção. Queremos que o *outsourcing*, particularmente no *nearshoring*, seja associado a Portugal como uma plataforma para desenvolver processos de *outsourcing* de outros países”, diz o presidente da PO, Sérgio Moraes. Tendo como pilar de atuação

para 2017 “acrescentar valor aos associados”, a PO tem alargado atividades além das empresas de prestação de serviços de *outsourcing*, abrangendo *players* como as câmaras municipais – Castelo Branco é um exemplo – que assumem “o papel de fornecedores de infraestruturas”.

O passo seguinte, perante “a lacuna muito grande em termos de *skills* em TI”, foi “encontrar soluções para endereçar o tema”, com a aproximação a um projeto de formação liderado por Miguel Moreira, um empreendedor que, nas palavras de Sérgio Moraes,



Luís Dias e Sérgio Moraes, diretor executivo e presidente da Secção P.O., com Miguel Moreira, empreendedor tecnológico

A CAPACIDADE DE GARANTIR PESSOAS COM OS REQUISITOS CERTOS É FUNDAMENTAL PARA CAPTAR MAIS INVESTIMENTO EM PORTUGAL

“tem uma larga experiência e provas dadas nesta área”. Através da Digital Academy, a PO pretende “trazer mais valor acrescentado aos associados e ao mercado” numa área fundamental e onde as dificuldades são óbvias.

POTENCIAR DIFERENCIAÇÃO

A capacidade de garantir pessoas com os requisitos certos é hoje “um dos pontos fundamentais para captar mais investimento em Portugal”, acrescenta Luís Dias, Diretor Executivo da PO. O caminho passa pela diferenciação e por uma “oferta integrada

de infraestruturas, capacidade de prestação de serviços – inerente aos associados da PO – e pessoas qualificadas”. Se Portugal tem “capacidade de entrega, só pela conjugação destes três fatores conseguiremos ter vantagens comparativas face a outros mercados. Em 2017 faremos esforços nesse sentido”, garante Luís Dias.

A PO tem já em curso algumas iniciativas para “divulgar a oferta de *outsourcing* do país” junto de mercados *target nearshore* europeus, que “estejam até três horas e meia de voo direto para Portugal”. Só assim se poderá “trazer

investimentos, gerar negócio para os associados e crescimento económico para o país”. Mas há que garantir a componente de recursos humanos, um “dos pontos fundamentais para o investimento e atração do negócio do Business Process Outsourcing (BPO)”. E a Digital Academy APDC foi a resposta encontrada para adequar a oferta à procura. “O que estamos a fazer é, tendo em conta as necessidades reais do mercado, definir uma oferta formativa para lhes responder. O que faz com que a formação seja efetiva e os níveis de empregabilidade elevados”, acrescenta.

O projeto nasceu do trabalho de um grupo de profissionais, liderado por Miguel Moreira, que vem do mundo das grandes empresas e da contratação e formação de recursos humanos, e que viu aqui uma oportunidade de negócio. Para Miguel Moreira, o sistema de ensino continua incapaz de responder ao que as empresas precisam. É a enorme transformação do mercado de trabalho, fruto do acelerado avanço tecnológico, “traz grandes oportunidades de produtividade para as empresas, mas destrói empregos”. Estima-se que nos próximos dez anos se destruam quatro empregos por cada novo criado. Há, por isso, que “responder às necessidades específicas das empresas e preparar as profissões do futuro”.

O gestor defende que é preciso criar “uma nova linha de formação”, assente em três princípios: componente tecnológica; formação contínua e formação em capacidades humanas, porque “o que é mais humano – como espírito de equipa, criatividade, inovação e empatia – é cada vez mais diferenciador”.

Foi nesta conjugação de fatores que se inspirou a Digital Academy APDC. A iniciativa foi desenhada com objetivos claros: formar o profissional digital do futuro; endereçar os jovens, nomeadamente para empresas que exportam serviços e reconverter profissionais

O SISTEMA DE ENSINO CONTINUA INCAPAZ DE RESPONDER AO QUE AS EMPRESAS PRECISAM

cujo perfil no futuro terá de ser diferente. “Tentámos encontrar um modelo que seja flexível, para se moldar às necessidades, e escalável, para ter capacidade de crescer rapidamente”, explica.

JANELA DE OPORTUNIDADE

Os níveis de iliteracia nacionais e a necessidade identificada de cerca de um milhão de profissionais TIC até 2020 na Europa mostram que há uma janela de oportunidade para avançar. “Quanto mais rápido Portugal progredir, mais se vai posicionar internacionalmente. Se o fizermos dentro de

três anos, o espaço será ocupado por outro país.

A oferta inicial de formação da Digital Academy APDC está definida e resultou de um *survey* feito às empresas associadas da APDC/PO. *Data analysis*, programação em aplicações móveis, cibersegurança, *machine learning*, *web development*, *game development* e *web analytics* foram as áreas consideradas prioritárias.

O projeto assenta num modelo híbrido, combinando formação *online* com presencial, solução que Miguel Moreira diz ser “um bom compromisso”.

Para o *online*, querem parcerias com líderes mundiais de tecnologia e de formação que assegurem os conteúdos atualizados, porque “a formação técnica é algo que se torna obsoleto muito rapidamente”. Já na vertente humana serão envolvidas universidades, politécnicos e entidades de formação profissional. A oferta formativa será disponibilizada não apenas em grandes centros urbanos, mas nas regiões do interior, onde as necessidades de empregabilidade e qualificação são grandes e há grande interesse em formar pessoas para captar investimentos.

Miguel Moreira não esconde a ambição. Quer garantir um projeto com “capacidade de formar pessoas em número significativo”, com cursos de cerca de 300 horas, uma duração de três a seis meses e uma componente prática de estágios em empresas. A meta é formar 15% a 20% dos 15 mil profissionais TIC que serão necessários em Portugal até 2020.♦



Acelerando a previsibilidade

Num mundo repleto de caos, liberte o poder da previsibilidade nas TI.

As soluções Hewlett Packard Enterprise para Automação e Orquestração combinam tecnologia avançada, consultoria especializada e processos comprovados para otimizar a sua transformação digital. Uma solução HPE para A&O permite-lhe dominar ambientes de silos tecnológicos complexos e criar uma estratégia unificada de TI que as torna mais previsíveis. Porque quando as suas TI são previsíveis, consegue superar o caos e acelerar o futuro.

Saiba mais sobre as soluções HPE para Automação e Orquestração em hpe.com/solutions/AutomateOrchestrate

Accelerating next



**Hewlett Packard
Enterprise**



UNIVERSITÁRIOS ELEGEM AS MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR

A **DELOITTE** é a segunda empresa nacional mais atrativa para trabalhar, sendo a líder nas preferências entre as consultoras, mostra um estudo realizado pela Spark Agency junto de mais de três mil estudantes universitários. É ainda uma das organizações mais atrativas para os alunos dos cursos de tecnologia, posicionando-se no top 5, à

frente de várias tecnológicas. Este trabalho baseou-se nas opiniões recolhidas junto de jovens dos cursos de Economia, Gestão, Engenharia e Tecnologia, que destacaram as empresas que mais os atraem e as suas principais expectativas de carreira. O estudo foi realizado em conjunto com a Escola de Economia e Gestão, da Universidade do Minho. A Deloitte foi a primeira escolha dos alunos de gestão e está entre as cinco primeiras para os alunos dos cursos de tecnologias. A empresa tem, em conjunto com a comunidade empresarial e universitária, promovido o debate sobre a valorização do capital humano e incorporado aquelas que considera serem as melhores práticas, como destaca Gonçalo Simões, Partner and Recruitment Leader da consultora. •

ANTECIPAR O ENTRETENIMENTO DO FUTURO

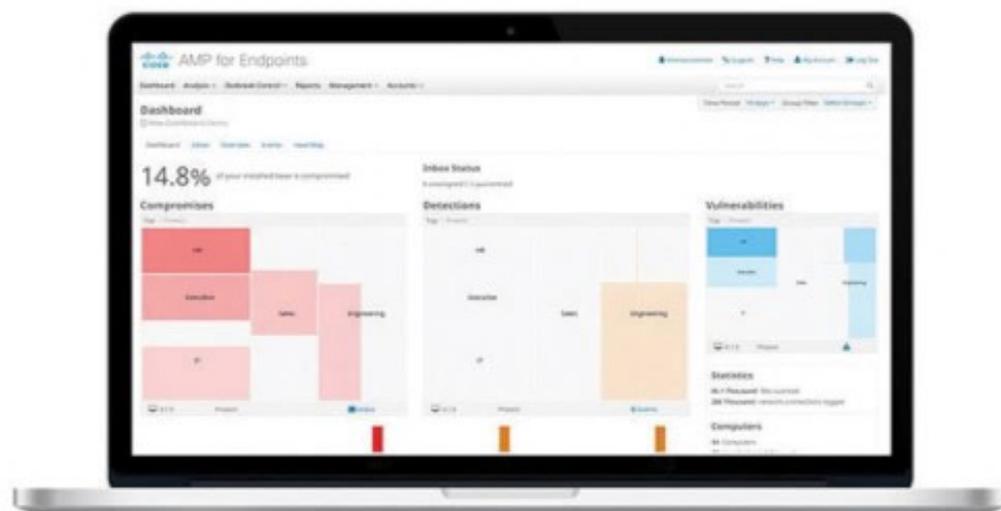
JÁ É POSSÍVEL TER acesso a conteúdos de televisão em realidade aumentada. A NOS foi o primeiro operador a lançar uma *app* de TV online para os HoloLens da Microsoft, permitindo aos clientes usufruir de uma experiência de televisão única por via do novo mundo da realidade aumentada. Com os óculos holográficos desenvolvidos pela Microsoft, é possível aos clientes utilizar a NOS TV aproveitando a sua linha de visão para colocar janelas do serviço onde quiserem e criar e usufruir de uma experiência de interação com a televisão ainda mais personalizada e imersiva. A NOS TV, concebida e desenvolvida de raiz para *multidevice*, está disponível na App Store HoloLens para *download* gratuito. Sendo a realidade aumentada o futuro do entretenimento, permite a interação e integração, com recurso a uma câmara e *software* específicos, de conteúdos do mundo virtual com o mundo real, com uma forte componente interativa, ao estilo de filmes como "Minority Report" que apresentavam uma visão futurista do mundo. •

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DE COMPUTAÇÃO

VÃO SURTIR NO MERCADO novos convertíveis e portáteis que elevam a fasquia em termos de *design*, qualidade e *performance*. A nova gama *premium* da HP foi desenvolvida para responder à procura por parte dos consumidores de equipamentos que inspirem e entusiasmem, quer na utilização em casa ou *on the go*. O objetivo é proporcionar uma experiência de computação. Os novos produtos anunciados incluem o HP Spectre x360, um portátil convertível de referência, e o portátil HP ENVY. Apresentam um *design* sofisticado e são mais autónomos, finos e leves para responder a clientes com expectativas elevadas de *performance* e qualidade dos equipamentos. A fabricante está a reforçar a sua liderança no setor *premium*, com um *portfolio* de PC's redesenhado para juntar uma elevada



potência a *designs* finos e leves, com o objetivo de aumentar a sua portabilidade. Estarão disponíveis em Portugal em janeiro. •



TERMINAIS CADA VEZ MAIS SEGUROS NA CLOUD

HÁ UMA NOVA abordagem à segurança para terminais, mais efetiva e menos complexa. Combina funcionalidades de prevenção, deteção e resposta para simplificar a segurança dos terminais (dispositivos móveis, *desktops*, *laptops* e servidores) e defendê-los contra ameaças avançadas, prescindindo de ferramentas pouco efetivas que só se focam na proteção. Trata-se da Cisco AMP for Endpoints, que se baseia na escalabilidade e potência da *cloud* e na arquitetura de

segurança Cisco centrada nas ameaças. A Cisco garante que transforma a inteligência contra ameaças em poder das organizações para enfrentar os atuais ciberataques, através de uma só solução de *software* como serviço (SaaS) gerida a partir da *cloud*. Esta oferta visa dar resposta às necessidades das organizações que, na sua maior parte, ainda adotam uma estratégia de prevenção baseada em soluções herdadas que não são efetivas contra o *malware* moderno. Tendo em conta que as organizações demoram mais de 100 dias em média a detetar uma ameaça no seu ambiente, é preciso uma nova abordagem de segurança para terminais. •



UM DRAFT PARA O FUTURO

Sob o tema “Economia e Cidadania Digitais”, o 26º Digital Business Congress trouxe à discussão as questões que se colocam com mais urgência na construção da sociedade do futuro. Portugal foi o tópico transversal a todas as intervenções.

Texto de Isabel Travessa e Teresa Ribeiro Fotos Vítor Gordo/ Syncview

FORAM DOIS DIAS INTENSOS. Portugal e a revolução digital estiveram no centro de todas as atenções. Mesas redondas, *workshops*, debates, intervenções que cruzaram experiências e pontos de vista encheram nos dias 28 e 29 de setembro o Centro Cultural de Belém.

O maior evento da economia digital em Portugal, organizado pela APDC, juntou 1681 participantes de 417 entidades diferentes. E pela primeira vez o número de empresas de outros setores (220) que estiveram presentes foi superior ao número das empresas TIC e Media (197).

A 26ª edição do congresso da APDC abriu com um vídeo sobre o tema Economia Digital, com momentos de *video mapping*, logo seguido da intervenção de Mafalda Ribeiro. “Tirar o “D” à Deficiência” foi o mote da sua apresentação. Mafalda nasceu com

osteogénese imperfeita, a “doença dos ossos de vidro” e agradece aos meios digitais que não só trazem o mundo até si, como levam a sua mensagem de inclusão e superação ao mundo.

Mafalda Ribeiro foi a primeira de muitas estrelas que brilharam num programa que contou com a participação de um leque de oradores – 108 no total – muito diversificado.

Fazer o diagnóstico da economia digital em Portugal, principal objetivo do evento, mobilizou os diversos *players* presentes no Centro Cultural de Belém, com particular destaque para os que representam o setor das tecnologias de informação e comunicação, o alfa e o ómega de toda a revolução digital.

O potencial de transformação da economia portuguesa foi o denominador comum de todas as intervenções.♦



qpdc 26^o
DIGITAL
BUSINESS
CONGRESS

28 e 29 SET
2016 / CCB

#DBC26



O caminho para a igualdade de oportunidades não se faz sem crescimento económico, garantiu o presidente da APDC na abertura do congresso



O Presidente da República, também presidente do 26º congresso, quer fazer chegar a revolução digital ao país



A ministra da Presidência e Modernização Administrativa defende para a AP um modelo para as TIC aberto à sociedade



Mafalda Ribeiro, primeira oradora do congresso, afirmou que tem nas TIC um enorme aliado para viver feliz



Neste jantar, os presentes tiveram a oportunidade de conhecer em primeira mão o estudo sobre Economia Digital em Portugal



Alguns dos autores do estudo: Bruno Ferreira (HP), Inês Veloso (Randstad), Luis Bettencourt Moniz (SAS), Ana Gonçalves Pereira (APDC), Ana Castro (Gfi), Cristina Semião (IBM) e Carla Fernandes (HPE)

Jantar de lançamento do congresso

DESCONTRAÇÃO À MESA

No dia 26 de setembro realizou-se o jantar de lançamento do congresso cujo objetivo foi reunir os principais intervenientes no evento e apresentar o estudo "A Economia Digital em Portugal – O Estado da Nação 2016".

Órgãos sociais da APDC, oradores, moderadores, autores do estudo e patrocinadores, num total de 81 convidados, estiveram presentes neste momento de convívio que tradicionalmente abre os congressos da associação.

O estudo então divulgado foi o primeiro que se propôs caracterizar a economia e a sociedade digitais em Portugal. •

PROGRAMA FOCADO NOS GRANDES DOSSIERS DO MOMENTO

Pela primeira vez foi realizado no congresso da APDC o Estado da Nação das TI, que juntou os *players* tecnológicos nacionais. Esta foi uma das novidades de um programa construído em torno da transformação digital.

ORIENTADO SEGUNDO AS ÁREAS que foram matéria de estudo em “A Economia Digital em Portugal – o Estado da Nação em 2016”, o programa do 26º Digital Business Congress seguiu um guião que começou em “Estratégia Digital”, evoluiu para a “Transformação Digital dos Territórios”, “Qualificações Digitais”, “Cidades Digitais” e “Empreendedorismo Digital”, temas abordados nesse documento de trabalho.



O Estado da Nação das TI juntou os líderes do ecossistema tecnológico nacional



Todos os *players* das TI asseguram estar preparados para responder ao mercado



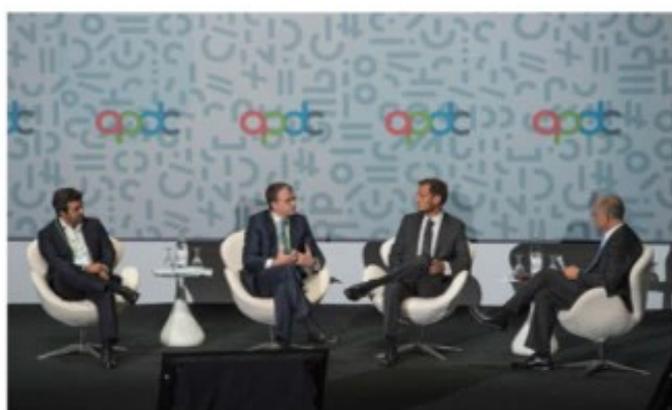
Um dos temas que mais preocupou os participantes da sessão Portugal Outsourcing foi o dos recursos humanos: “É preciso apostar nas novas profissões”, concluíram



Representantes de empresas de várias áreas de atividade demonstraram nas duas sessões da Transformação Digital dos Negócios como está a ocorrer a mudança



Os protagonistas deram exemplos reais de transformação que mostraram de que forma cada setor está a olhar para o digital e quais as grandes tendências



No Estado da Nação dos Media, foi consensual a posição de que o setor é forte, tem talento e potencial exportador



Os líderes dos grupos de comunicações reiteraram os investimentos em Portugal, se forem garantidas condições regulatórias

Destaque para “A Transformação Digital dos Negócios”, onde empresas de referência dos vários setores da economia abordados pelo estudo APDC mostraram como estão a mudar de paradigma, tirando partido do digital. Na AP, infraestruturas e transportes, turismo, setor postal, saúde, banca, energia e meios de pagamento, os exemplos de transformação multiplicam-se.

O Estado da Nação dos Media encerrou o primeiro dia de trabalhos. Durante o debate entre os líderes dos grupos de media nacionais falou-se da crescente concorrência dos gigantes da *internet*,

da estratégia de Bruxelas para o audiovisual e do alargamento da oferta da Televisão Digital Terrestre entre outros temas. Já no segundo dia do Congresso, depois do debate sobre os caminhos para a “Regulação” e da análise do outsourcing, foi tempo de reunir os *players* das principais empresas de tecnologias de informação para o seu Estado da Nação, pela primeira vez no Congresso da APDC.

No Estado da Nação das TI analisaram-se questões como a capacidade de resposta das TI às novas necessidades da era digital, as políticas de captação e re-

tenção de talento e os fatores de atração do investimento.

O Estado da Nação das Comunicações encerrou o congresso, com os líderes dos grupos de comunicações nacionais a debaterem os impactos das políticas definidas por Bruxelas e o novo pacote regulatório para as comunicações eletrónicas. Temas como a extinção do *roaming*, redes de alta velocidade, o 5G ou os OTT’s foram o centro da discussão. A estratégia de diversificação de atividades além do correio físico do operador postal nacional foi outra questão que animou o painel.♦



A APDC lançou nesta edição do congresso uma iniciativa para apoiar a inovação e o empreendedorismo, que permitiu a 11 *startups* marcarem presença no evento

PARCERIAS DINAMIZADORAS

Com o objetivo de estimular o empreendedorismo nacional e de mobilizar os jovens em torno do digital, a APDC estabeleceu parcerias que contribuíram para a movida no congresso.

STARTUPS POWERED BY APDC, uma iniciativa que a associação desenvolveu em parceria com a Beta-i, permitiu a 11 *startups*, selecionadas a partir de um total de 49, apresentar durante os dois dias do congresso os seus projetos. Findo esse período os

participantes do congresso votaram, através da *app* APDC, no projeto que consideraram mais interessante. Essa votação e a apreciação de um júri liderado por Pedro Rocha Vieira, CEO da Beta-i, ditou a *startup* vencedora, a Defined Crowd.

Também o **IGNITE PORTUGAL** se juntou em parceria à APDC para estimular o empreendedorismo nacional. A organização promoveu uma sessão dedicada à inovação tecnológica, em que cada orador teve cinco minutos para fazer uma apresentação.

A iniciativa **HACK FOR GOOD**, resultado de uma parceria com a Fundação Gulbenkian, consistiu na apresentação em formato *pitch* de alguns projetos de cariz social. Com a Outsystems foi possível apresentar no congresso **“Building a Digital**



A Outsystems convidou, no âmbito do congresso, universitários das áreas de engenharia a fazer uma *app* numa hora



A iniciativa Hack for Good, da Gulbenkian, apresentou alguns dos seus projetos em formato *pitch*



A realização da Ignite resultou de uma parceria com a Ignite Portugal e permitiu a apresentação de projetos



A primeira Digital Rock Stars Party reuniu mais de 400 participantes para um momento de descontração e *network*



Pelo segundo ano a iniciativa Apps for Good esteve no espaço de exposições



A APDC contou mais uma vez com os projetos nacionais vencedores WSA-Mobile 2016 em exposição

Journey in 1 Hour", que consistiu num desafio feito a estudantes de engenharia para fazer uma *app* em apenas uma hora.

A "**Digital Rock Stars Party**", uma parceria da Media Capital e Vodafone, decorreu num dos terraços do CCB. Esse momento

descontraído, que juntou cerca de 400 pessoas, teve por objetivo reunir os protagonistas do mundo digital.

Envolver os jovens no congresso tem sido uma das apostas estratégicas da APDC, que voltou este ano a desafiar as principais

universidades portuguesas a trazerem ao evento os seus melhores alunos dos cursos mais diretamente ligados ao digital e às TIC e Media. E a adesão foi significativa. Mais de 100 universitários de 22 faculdades marcaram presença no Congresso.>

CONCEITOS EM EXPOSIÇÃO

A zona de exposições do 26º Digital Business Congress, área destinada à apresentação de conceitos nas cores das marcas e suas organizações, contou com a presença de várias empresas e instituições: Câmara Municipal de Cascais, CTT, Gatewit, HP, Huawei, PT, RTP e SIBS. O Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, fez a abertura oficial deste espaço.



Presidente da República e ministra da Presidência e Modernização Administrativa com o presidente e o vice-presidente dos CTT



O CEO da PT demonstra a oferta de realidade virtual ao Presidente da República



No stand da Huawei Portugal, o seu CEO tira uma *selfie* na visita oficial ao espaço de exposições



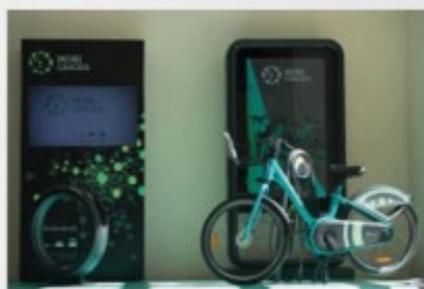
A Gatewit foi uma das empresas que marcou presença no espaço da exposição



Apoiante desta edição do congresso, a SIBS divulgou a sua oferta



O diretor-geral da HP Portugal mostra ao Presidente da República e à ministra da Presidência e Modernização Administrativa as ofertas da empresa



O mobi.Cascais é o novo modelo de mobilidade lançado pelo município



Televisão oficial do congresso da APDC, a RTP divulgou a oferta do RTP Play



PLATAFORMA ACELERADORA DO DIGITAL

Se o digital está na agenda de todas as empresas, há ainda muito caminho a percorrer. A APDC é vista pelos *players* dos vários setores de atividade como a plataforma para acelerar a mudança. Há muitas frentes de ação onde pode fazer a diferença.

Texto de Isabel Travessa
Fotos de Vitor Gordo/ Syncview

O POTENCIAL de ação da APDC, enquanto plataforma agregadora em torno da transformação digital, passa pelas mais variadas áreas, tendo em conta o muito que o país ainda tem por fazer. Na visão dos membros do Conselho Consultivo, que reuniu pela primeira vez no presente mandato a fim de analisar quais as áreas prioritárias de ação da associação durante o triénio 2016/18 e refletir sobre o futuro, a APDC poderá assumir um papel determinante na aceleração do processo, criando um sentido de urgência e capacitando o país como um todo.

O Conselho Consultivo é o órgão de apoio estratégico à Direção da APDC e nele participam os líderes de empresas de referência dos principais setores e áreas da economia nacional: administração



São 13 os setores ou áreas de atividade que estão representados no Conselho Consultivo, através dos líderes das principais empresas ou entidades



Todos os presentes concordaram que a APDC tem um papel fundamental a desempenhar no que respeita ao processo de transformação para o digital

pública, banca, educação, energia, indústria, infraestruturas e transportes, qualificações digitais, retalho, saúde, seguros, *smart cities*, turismo e um representante do empreendedorismo.

No encontro, que decorreu a 28 de novembro, o Presidente da APDC, Rogério Carapuça, apresentou a estratégia definida para o mandato, que tem como eixo de ação o tema da Economia e Cidadania Digitais. Feito um breve re-

sumo das atividades de 2016 pela diretora executiva da associação, Ana Gonçalves Pereira, e apresentados os projetos das Secções Portugal Outsourcing e Smart Cities pelos respetivos presidente e vice-presidente das direções, Sérgio Moraes e Vladimiro Feliz, foi pedido aos membros do Conselho Consultivo uma visão do papel que a APDC poderá assumir enquanto catalisadora e aceleradora da adoção do digital.



O OBJETIVO DA APDC É AFIRMAR-SE CADA VEZ MAIS COMO UMA PLATAFORMA AGREGADORA EM TORNO DA TRANSFORMAÇÃO PARA O DIGITAL

Todos os presentes consideraram a estratégia definida pela Direção da Associação de alargamento de atividades a todas as áreas de negócios, tendo em conta a transversalidade das TIC e Media e o facto de hoje todos os setores serem protagonistas da economia digital, como a mais correta para abordar o mercado e as profundas transformações que estão a ocorrer.

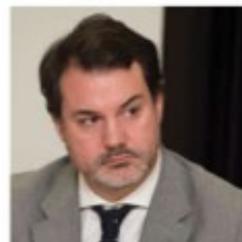
Defendem que a APDC poderá desempenhar um papel essencial,



Miguel Pinto Luz, CM Cascals



José Theotónio, Grupo Pestana



André Ribeiro de Faria, Jerónimo Martins



João Azevedo Coutinho, Brisa



Filipe Araújo, CM Porto



David Ferreira Alves, Grupo Sonae



Isabel Ferreira, Banco Best



Nuno Pinto Magalhães, Central de Cervejas



Pedro Silva Dias, AMA



Francisco Barbeira, BPI



José Pedro Inácio, LOGO



Jaime Quesado, ESPAP



Fernando Santana, FCT



Arlindo Oliveira, IST



Pedro Rocha Vieira, Beta-i

trazendo para a discussão temas fundamentais, com destaque para a definição de uma estratégia nacional para a transformação digital ou a criação de verdadeiros ecossistemas que promovam parcerias e partilha entre empresas e



Paulo Simões, Egon Zehnder



Rogério Carapuça,
Presidente da APDC



Ana Gonçalves Pereira,
Dir. Executiva da APDC



Sérgio Moraes, APDC
Secção PO



Vladimiro Feliz, APDC
Secção Smart Cities



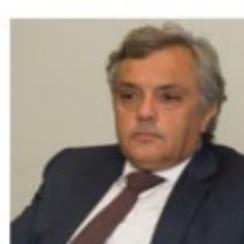
Célia Reis, Altran
Dir. APDC



Fernando Braz, SAS
Dir. APDC



José Correia, HP
Dir. APDC



José Manuel Paraíso,
IBM - Dir. APDC



Olívia Mira, Media
Capital - Dir. APDC



Paula Panarra,
Microsoft - Dir. APDC



Sofia Tenreiro, Cisco
Dir. APDC



Francisco Maria
Balsemão Impresa -
Dir. APDC



Rolando Oliveira
Global Media Group -
Dir. APDC



Robalo de Almeida
Conselho Fiscal APDC



Duarte Durão, NOSSA

setores de atividade. Dinamizar as *startups* e o sistema empreendedor nacional, contribuir para a definição de *standards* tecnológicos e para a adoção de legislação que promova o desenvolvimento sustentável das empresas num ambiente digital ou desenvolver iniciativas que coloquem a disrupção digital nas agendas dos CEO's foram também áreas de atuação defendidas pelos presentes.

A associação poderá ainda assumir, na visão dos membros do Conselho Consultivo, um papel decisivo como agregadora das várias iniciativas na área da formação e qualificação de recursos humanos ou no diálogo entre os diferentes *players* do mercado, nomeadamente com o Estado ou entre autarquias e empresas. Realizar eventos mais segmentados, vocacionados para questões

concretas de setores ou de áreas específicas, nomeadamente as estratégias e tecnologias mais adequadas a adotar pelas empresas, demonstrar soluções de sucesso e desenvolver iniciativas de literacia estiveram também entre as iniciativas sugeridas para a APDC, enquanto plataforma aceleradora da transformação para o digital.

Depois deste encontro, onde participaram também os membros da Direção da APDC, será feita uma reflexão interna sobre todas as contribuições dadas pelos membros do Conselho Consultivo. O objetivo é definir objetivos concretos de atuação, com destaque para o plano de atividades que será desenvolvido no próximo ano.♦

PORQUE É QUE A AGÊNCIA DIGITAL DO ANO FAZ UM ANÚNCIO DE IMPRENSA TRADICIONAL?

Nós acreditamos em ideias. Vivam elas no Youtube, num Outdoor, na Tv ou num GIF.

É isso que fazemos todos os dias. Criamos ideias que aproximam marcas e pessoas. Ideias que surpreendem, envolvem, entretêm e comunicam.

Porque comunicar é pôr em comum. Seja um produto, um serviço ou até uma promoção. Não interessa o meio ou a plataforma. O que interessa é a ideia. E que seja interessante para as pessoas e relevante para as marcas.

Foi assim que fomos eleitos Agência Criativa do Ano no mais importante festival de criatividade digital. E que fomos distinguidos ainda com o prémio para a Campanha do ano entre outros Ouros e Shortlists.

Se quer saber como podemos tornar a sua marca mais interessante ligue-nos, mande-nos um mail ou até uma carta. Qualquer meio é bom para começarmos a comunicar.

duarte.durao@nossa.pt
964662111
Rua Mestre de Aviz nº 29, Algés



NOSSA™
www.nossa.pt

NETWORK É FUNDAMENTAL

Só através das *startups* as grandes empresas podem dar resposta às novas exigências do digital, avançando para negócios verdadeiramente disruptivos. Para que estas parcerias nasçam, o *network* é o caminho.

Texto de Isabel Travessa
Fotos de Vitor Gordo/Syncview

A APDC juntou-se à Beta-i numa *happy hour* que reuniu algumas das *startups* que estiveram presentes no 26º Digital Business Congress e os membros do júri de seleção da iniciativa *Startups Powered by APDC*, assim como vários responsáveis da incubadora e aceleradora lisboeta e dos projetos que integram o seu ecossistema. Com o mote “Thank God is Friday *powered by APDC*”, este encontro informal teve como objetivo potenciar o *network* entre todos os intervenientes do ecossistema do empreendedorismo e inovação.

Considerando que o digital é hoje transversal a toda a economia, Rogério Carapuça, presidente da APDC, destacou a “importância da disrupção digital”.



Este encontro informal teve como objetivo potenciar o *network* entre todos os intervenientes do ecossistema do empreendedorismo e inovação



As *startups* são o caminho que permite às empresas de maior dimensão avançarem para novos negócios inovadores – foi uma ideia debatida durante o evento



Trata-se da “maior disrupção da história da humanidade”, tendo em conta o perfil e a dimensão da mudança, e “está a acontecer em todos os setores de atividade”, sublinhou.

Neste novo mundo, as *startups* são o caminho que permite às empresas de maior dimensão avançarem para novos negócios inovadores. Por isso, o papel da APDC é, cada vez mais, procurar promover o *network* entre as *startups* e as grandes empresas.

Nesse sentido, e depois de ter realizado na edição de 2016 do Congresso a iniciativa ‘Startups powered by APDC’, que levou ao maior evento anual das TIC e Media 12 projetos, selecionados de um total de 49 candidatos, o

objetivo para 2017 é reforçar este caminho. Segundo Rogério Carapuça, a meta será ter pelo menos o dobro das *startups* no Congresso do próximo ano, às quais será dada a oportunidade de “fazer *network* com um vasto conjunto de empresas e de promover os respetivos projetos”.

Também Pedro Rocha Vieira, CEO da Beta-i, destacou neste encontro informal, que decorreu a 18 de novembro, o enorme potencial de colaboração entre *startups* e o mundo *corporate*. As atividades da APDC de apoio à inovação aberta, ao empreendedorismo e às *startups*, áreas onde a Beta-i centra a sua atividade, criando e impulsionando uma rede de empreendedorismo, acelerando *startups* de ambição global e facilitando o seu acesso ao investimento, foram também citadas por Pedro Rocha Vieira como relevantes para a prossecução destes objetivos.

Recorde-se que a Beta-i coordenou o júri de seleção da iniciativa “Startups powered by APDC”, composto por representantes da HP Enterprise, IBM, Microsoft, NOS, PT, Randstad e Vodafone. Depois de selecionarem os projetos, estes responsáveis avaliaram durante os dois dias do congresso as *startups* na respetiva zona de exposição, através de conversas individuais, elegendo de entre elas o projeto mais diferenciador.

A vencedora, a Defined Crowd



A diretora-geral da Altran Portugal, Célia Reis, marcou presença no evento



O *network* prolongou-se no terraço da Beta-i

- uma plataforma inteligente de dados para inteligência artificial e *machine learning* - fez um *pitch* na abertura da sessão do “Estado da Nação das Comunicações”, que reúne os líderes dos grandes grupos de comunicações e conta com mais de 1500 participantes. Todas as *startups* tiveram a oportunidade de se aproximar dos decisores empresariais, através da realização de *meet ups* durante os dois dias do evento.♦



Genoveva Bastos
e Ana Duarte não
querem que o
admirável mundo
novo da era digital
lhes passe ao lado



PALAVRA- -PASSE PARA A INCLUSÃO

Não querem ficar para trás.

Têm a curiosidade dos netos e a determinação que ensinaram aos filhos.

Por isso aderiram com entusiasmo ao Netsênior, programa da Vodafone contra a infoexclusão dos mais velhos.

Texto de Teresa Ribeiro Foto de Vítor Gordo/Syncview

GENOVEVA BASTOS, 71 anos, sorri enquanto vence mais uma dificuldade durante a aula de informática que frequenta três vezes por semana nas instalações da Vodafone, em Lisboa. Não está sozinha. À volta da mesa onde se senta encontram-se mais nove pessoas, todas como ela motivadas para desvendar os mistérios do mundo digital, algo que lhes estava vedado antes de terem decidido frequentar este curso.

O ambiente é descontraído. Partilham-se dúvidas, brincam-se com as dificuldades. Não há competição. A idade média do grupo é superior à idade da reforma. Ninguém precisa de andar a

correr, ou a comparar resultados. Nem todos se encontram ali com os mesmos objetivos imediatos, mas em comum têm o desejo de ultrapassar esta barreira do conhecimento que os separa dos mais novos.

Genoveva não é mulher para se deixar ficar para trás, por isso aderiu com entusiasmo ao programa Netsênior da Vodafone: “Não consigo estar parada. Reformei-me há 20 anos da Função Pública mas para ficar a trabalhar na empresa do meu marido. Faço lá todo o trabalho administrativo, por isso senti necessidade de me atualizar. Faz-me muita falta saber trabalhar no computador. Antes de me reformar tive uma iniciação à informática, mas esse conhecimento acabou por se perder, além de que em 20 anos tudo mudou nesta área”.

Ana Duarte, 66 anos, junta-se à conversa. Bancária reformada, também ela precisa de se sentir ocupada: “Frequentei cursos na área das artes, depois decidi aperfeiçoar o meu inglês e assim que consegui vaga, inscrevi-me nestas aulas de informática”. Adora perder-se na *internet*: “Faço muita pesquisa, o Google é um mundo”. E desde que experimentou os primeiros jogos para “manter o cérebro ativo” nunca mais quis outra coisa: “É uma espécie de ginásio. Vou à natação para exercitar o corpo e faço esses jogos para

ginastificar a mente”, brinca.

Orientador destes cursos desde 2014, Aquilino Rodrigues é testemunha do interesse e perseverança da comunidade que frequenta as suas turmas: “A motivação é um traço comum a todos os alunos e o seu principal intuito é ganhar autonomia informática para não terem que depender de filhos e netos”.

O Netsênior nasceu em 2010, resultado de uma parceria que a Fundação Vodafone estabeleceu com a Câmara Municipal de Odivelas, município com elevada percentagem de população idosa. Ana Veríssimo, *manager* da área de Responsabilidade Social da Vodafone Portugal e da Fundação Vodafone, diz que a iniciativa teve sucesso imediato, com turmas cheias desde a primeira hora. Desde que o programa começou já formou mais de mil seniores. No âmbito deste programa, o próximo objetivo é criar um espaço

onde os formandos e todos os que já completaram os cursos do Netsênior possam frequentar como um *cyber café*.*

O NETSÊNIOR
NASCEU
EM 2010,
RESULTADO
DE UMA
PARCERIA QUE
A FUNDAÇÃO
VODAFONE
ESTABELECEU
COM A CÂMARA
MUNICIPAL DE
ODIVELAS

NOVA REGULAÇÃO PARA A GIGABIT SOCIETY NEW RULES FOR A GIGABIT SOCIETY

Algumas das principais ideias apresentadas na 9.ª conferência da ANACOM, realizada a 2 de novembro de 2016, na Fundação Calouste Gulbenkian, em Lisboa, subordinada ao tema "Nova regulação para uma Gigabit Society".



SESSÃO DE ABERTURA

FÁTIMA BARROS, PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, ANACOM

- A conectividade é um dos elementos centrais da estratégia da Comissão Europeia (CE) para o Digital Single Market (DSM). A CE estima ser necessário um investimento de 500 mil milhões de euros para se atingirem os objetivos de conectividade em toda a Europa.
- O novo Código Europeu das Comunicações Eletrónicas, apresentado pela CE em setembro de 2016, enquadrará a regulação sectorial a partir de 2019.
- O Código inclui a conectividade nos objetivos dos reguladores nacionais (ARN), a par da promoção da concorrência, da proteção dos consumidores e do desenvolvimento do mercado único, evitando a sua priorização.
- O Código traz uma abordagem inovadora à regulação, reconhecendo que os instrumentos regulatórios tradicionais são insuficientes e colocando à disposição dos reguladores uma tool

box com mais ferramentas regulatórias, permitindo flexibilidade na sua utilização em função das condições específicas dos mercados nacionais.

- Na regulação do acesso, o Código prevê que os reguladores devem ter em conta, por exemplo, acordos comerciais de acesso e obrigações regulatórias simétricas já existentes. São também introduzidas medidas para facilitar acordos de coinvestimento em novas infraestruturas.
- A CE reconhece a importância da regulação do acesso às condutas e postes do operador com poder de mercado significativo, matéria em que a ANACOM foi inovadora, ao regular a partir de 2006 o acesso às condutas e postes do operador histórico, criando desta forma um ambiente propício ao desenvolvimento da concorrência com base na infraestrutura de rede.
- São motivo de preocupação as zonas que o novo Código designa por Digital Exclusion Areas - zonas predominantemente rurais, de baixa densidade populacional, onde não é provável que o investimento privado venha a ocorrer. O novo Código prevê que essas zonas possam ser objeto de ajudas de Estado, sendo que, para Portugal, o desafio será encontrar forma de financiar esse investimento com capitais públicos.
- As propostas mais polémicas do novo Código prendem-se com a transformação do Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Eletrónicas (BEREC) numa verdadeira agência europeia e com a possibilidade de veto dos remédios por parte da CE (nas situações em que o BEREC partilha da mesma opinião), o que reduzirá a flexibilidade das ARN.
- Dotar as ARN dos recursos financeiros e humanos necessários para poderem desempenhar a sua missão é uma das grandes preocupações da CE, amplamente partilhada por todas as ARN dos Estados-Membros.



PEDRO MARQUES, MINISTRO DO PLANEAMENTO E DAS INFRAESTRUTURAS

- A evolução constante da tecnologia faz com que seja difícil antecipar desafios e oportunidades futuros. É necessário confirmar tendências e identificar necessidades.
- A política pública e a regulação vão definir a capacidade da Europa de ser um early adopter, um ator mundial liderante na transformação digital da economia, por oposição a um mero follower. O que está em causa é um debate sobre a verdadeira capacidade de concretização do desígnio da união digital.
- Para conseguir o objetivo de 100 Mb nas áreas rurais será preciso um investimento significativo que o Governo considera uma prioridade e que permitirá também aumentar os níveis de coesão social.
- Outro elemento central na digitalização da economia são as competências digitais, contexto em que é de destacar a iniciativa "competências digitais", a qual, até 2020, permitirá capacitar mais 20 mil pessoas em tecnologias de informação e comunicação de modo a fazer face à carência de especialistas nesta área.
- A digitalização dos serviços públicos é outra prioridade, pretendendo-se criar um Estado mais simples, eficiente e próximo dos cidadãos e das empresas.
- A aposta nas competências digitais e, mais globalmente, na digitalização da economia é decisiva para construir um país mais competitivo, que crie empregos qualificados e conduza ao crescimento sustentável.



ROBERTO VIOLA, DIRETOR GERAL, DG CONNECT, COMISSÃO EUROPEIA

- Qual a importância de discutir a Gigabit Society? A sociedade moderna não funciona sem conectividade digital. A competitividade da Europa, enquanto continente, deve estar ligada à rede de alta velocidade.
- Estamos a assistir a uma 2.ª revolução industrial, a revolução digital, sendo por isso que a Gigabit Society é uma prioridade política para todos na Europa.
- A mensagem mais importante do pacote de propostas da CE é que, em 2025, todos os cidadãos devem poder aceder a ligações de 100 Mb e, ao mesmo tempo, ter uma "oportunidade gigabit" em ligações fixas e móveis. Para isto, precisamos de um investimento de 500 mil milhões de euros na Europa.
- Embora queira atrair os investidores, a Europa não pode esquecer os seus princípios de base, motivo pelo qual o Código inclui a premissa de que todos os cidadãos têm o direito de aceder à banda larga, à semelhança do que sucede com a água ou a eletricidade. Além disso, o Código prevê que, para partes mais desfavorecidas da população, o regulador possa intervir sobre o preço de acesso.
- Não havendo one size fits all na Europa, as ferramentas regulatórias também devem ser flexíveis. A diversidade de abordagens obriga naturalmente a maior coordenação europeia, daí que tenha sido proposto reforçar o sistema de coordenação dos reguladores - o BEREC.
- O feedback em relação às propostas da CE que têm chegado da comunidade de

telecomunicações, da comunidade financeira e dos outros intervenientes são relativamente positivos. É agora necessária uma rápida aprovação do Código pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho.

A PERSPETIVA REGULATÓRIA

SÉBASTIEN SORIANO, PRESIDENTE, AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES ET DES POSTES (ARCEP); PRESIDENTE DO BEREC EM 2017

- O BEREC ainda está a analisar a proposta da CE e deverá emitir uma opinião sobre alguns tópicos até ao final do ano.
- É muito positivo o facto de a CE ter alargado os objetivos de conectividade à linha móvel. É disso que as pessoas precisam.
- É importante para os reguladores poderem utilizar novas ferramentas regulatórias. Em França está a ser testada a regulação a partir de informação/dados que designam por unbundling of data.

ALEXANDRE DE STREEL, DIRETOR ACADÉMICO ADJUNTO, CENTRE ON REGULATION IN EUROPE (CERRE); PROFESSOR DAS UNIVERSIDADES DE NAMUR E LOUVAIN

- O incentivo para regular bem é tão ou mais importante do que o incentivo para investir. Existindo maior flexibilidade na legislação, é fundamental dispor de bons reguladores nacionais.
- Sendo a lei mais flexível, são necessários mais mecanismos de coordenação e o BEREC é o local indicado para que os reguladores possam partilhar experiências e selecionar as melhores soluções. O reforço do BEREC proposto pela CE é, portanto, uma boa medida.
- É importante distinguir os serviços de acesso à Internet, que precisam de ser bem regulados atendendo à sua importância para a sociedade e para a economia, dos outros serviços de comunicação digital, ou seja, daqueles que



Da esquerda para a direita: Magnus Franklin (MLEx), Tony Shortall (Telage), Sébastien Soriano (ARCEP), Pilar del Castillo Vera (Parlamento Europeu), Alexandre de Streel (CERRE).

não precisam de medidas de proteção de consumidores específicas como proposto no Código.

- É preciso integrar soluções tecnológicas nas medidas de proteção de consumidor.

PILAR DEL CASTILLO VERA, MEMBRO DA COMISSÃO DA INDÚSTRIA, DA INVESTIGAÇÃO E DA ENERGIA DO PARLAMENTO EUROPEU

- A conectividade é o fator que tem impulsionado a humanidade de um estádio para outro. Em qualquer sector, a conectividade é crucial na produção, na distribuição e no consumo de bens serviços.
- O que traz este Código de novo? É mais proporcional, mais flexível e confere maior segurança legal. Acrescenta também o princípio do investimento, quando antes se considerava apenas o princípio da concorrência e do bem-estar do consumidor.
- A melhor coordenação na gestão do espectro é uma das principais conquistas do novo Código. A coordenação não vai trazer perda de soberania aos países mas antes maior certeza e mais segurança para os investimentos.



- O BEREC é uma história de sucesso. Poderá necessitar de ajustes mas tem ganho legitimidade e tem ajudado em situações relevantes, como é o caso das linhas de orientação sobre neutralidade de rede.

- O Parlamento tem noção da urgência em tomar uma decisão sobre este pacote de medidas, a Gigabit Society não vai esperar!

TONY SHORTALL, DIRETOR DA TELAGE

- A harmonização na Europa é importante mas não devemos descurar as especificidades dos países.

- No que respeito ao acesso fixo, a proposta da CE representa uma mudança na política vigente. Começa com uma separação geográfica, depois a identificação das zonas urbanas onde é possível a concorrência baseada em infraestruturas, utilizam-se remédios passivos e em zonas de pouca densidade e zonas rurais utilizam-se outros modelos como o coinvestimento.

- Preocupação com eventuais situações em que os remédios destinados às zonas urbanas (passive access) sejam implementados em zonas rurais, onde não vamos ter uma implementação concorrencial.

- Necessidade de clareza e segurança para os investidores. A flexibilidade do Código poderá

criar incerteza, a menos que seja aplicada de forma consistente. Deve haver consistência entre as políticas e a implementação de forma a dar segurança aos investidores.

A PERSPETIVA DO MERCADO

PAULO NEVES, PRESIDENTE EXECUTIVO, MEO

- Pontos positivos: 1) A previsão da garantia de investimento com base na regulação a nível de infraestruturas civis, isto é, a regulação na ótica das condutas e dos postes; 2) A segmentação geográfica de forma a melhor atuar.

- Pontos preocupantes: 1) O papel que o regulador europeu poderá vir a ter, particularmente porque "one size does not fits all"; A possibilidade de veto sobre o regulador nacional preocupa porque poderá ser um obstáculo a que as especificidades do país sejam implementadas; 2) Os operadores terem que informar o mapeamento daquilo que vão fazer para redes de nova geração; 3) A forma como se regulam os serviços transnacionais - concordando com o princípio, vai depender da forma como for implementado; esta questão levanta também o "problema" do espectro e a forma como deverá ser harmonizado a nível europeu.

- Existe disponibilidade para fazer o investimento pedido no Código garantindo que há retorno, ou seja, as condições regulamentares e de mercado têm que dar garantias. De lembrar que a rede 4G ainda não está em utilização plena.

MIGUEL ALMEIDA, CEO, NOS

- Acordo com os princípios das propostas da CE no sentido de garantir que a Europa entra na economia digital com vantagens competitivas sobre o resto do mundo.

- O objetivo de 5G em 2020 é desadequado e prematuro dado o estado atual da tecnologia e as necessidades reais do mercado atendendo a que há muito espectro de 4G por utilizar.

- A política europeia é, muitas vezes, contraditória. A Europa parece querer forçar os operadores a investimentos em nome da sociedade e da economia digital, mas depois tem regras de proteção de dados que fazem



Da esquerda para a direita: Pedro Norton (Gestor), Paulo Neves (MEO), Miguel Almeida (NOS), Mário Vaz (Vodafone Portugal), Miguel Veiga Martins (NOWO&ONI).

com que as empresas europeias não possam ser competitivas a nível global na área da economia digital e da economia da informação.

- Os objetivos de banda larga (de 100 Mb e 1Gb) em 2025 parecem totalmente alcançáveis em Portugal se deixarmos os operadores continuarem o seu investimento. A única meta irrealista é a de implementação de 5G, até porque ainda está pouco definido, não há norma, não há tecnologia, não há equipamentos, não há espectro...

MÁRIO VAZ, CEO, VODAFONE PORTUGAL

- A Vodafone está alinhada com a proposta da CE do ponto de vista dos princípios, sobretudo na harmonização das regras regulatórias que colocam os operadores como parceiros europeus para a competitividade da economia europeia.
- O acesso e o coinvestimento levam à aceleração da instalação de redes de alta velocidade, garantindo que não existem espaços europeus que ficam deficitários.
- Na questão dos serviços OTT, é positivo o facto de colocar os que recorrem a numeração no mesmo espectro de obrigações dos operadores de telecomunicações, mas fica aquém do desejado porque os OTT utilizam outras formas de fazer chegar a comunicação, sem recorrer a recursos numéricos.
- O Código vem realçar que os custos de espectro e os custos de investimento devem ser vistos de

uma forma integrada, o que abre inclusivamente a porta para a redução das taxas de espectro atuais para garantir que há disponibilidade para investimento.

- As decisões que os reguladores e os Governos a partir de agora devem refletir os princípios europeus e os objetivos que se querem alcançar no futuro.

MIGUEL VEIGA MARTINS, CEO, NOWO & ONI

- Código bastante ambicioso que pretende interligar toda a Europa à Internet. Se queremos ter toda a gente ligada aos 100 Mb, temos de olhar para o acesso como um serviço básico.
- Portugal já perdeu duas oportunidades para investir em infraestruturas não só nas zonas mais desfavorecidas mas também em novas tecnologias e inovação: nas redes 2G, 3G e 4G e agora nas redes de fibra em que quase nada se fez para partilha de infraestruturas.
- É indispensável a racionalidade no investimento. Os custos de infraestrutura não podem manter-se no nível atual, é preciso que se racionalize o investimento de forma coordenada a nível dos operadores, a nível nacional e a nível europeu.●

NESTE NATAL RONALDO E DONA DOLORES EM
SÓ MEO EM CASA

Promoção válida de 10/11/2016 a 31/12/2016 para novos clientes TV mediante fotoresposta de 24 meses e adição de 10€ de taxa de ativação. Saiba mais em meo.pt.



Neste Natal, adira à TV do MEO com oferta da **1ª mensalidade** e de uma **Soundbar** bluetooth, com sistema inovador e versátil, que proporciona uma maior amplitude de som. Tudo para uma experiência televisiva mais real e envolvente.
Um exclusivo MEO.



LIGUE 16 200 | LOJAS MEO | MEO.PT

MEO

o mundo é MEO

ctt e-segue

Move-nos o seu próximo passo

E a vontade de nos adaptarmos aos seus imprevistos

BEM VINDA

Move-nos a vontade de levar até si a sua encomenda. Porque os imprevistos acontecem e por vezes temos de alterar os planos à última da hora, **CTT e-segue** dá-lhe a possibilidade de definir o dia, a hora e o local onde quer receber as suas encomendas e fazer alterações sempre que quiser, mesmo quando recebe uma promoção e acaba de mudar de escritório.

Move-nos a capacidade de ultrapassar os imprevistos e de melhorar o seu dia.

cttexpresso.pt

Linha CTT Expresso 707 200 118

Dias úteis das 8h às 22h / Sábados das 8h às 14h


cttexpresso