



Amílcar Falcão
Vice-reitor da Universidade
de Coimbra

Novos paradigmas trazem novas preocupações. A facilidade de publicar e consumir informação, muito embora seja um estímulo e fonte de inspiração adicional à criatividade, tem igualmente resultado num crescente número de casos de plágio de direitos de autor

Modelos de negócio sobre modelos de negócio

A sociedade atual encontra-se vergada à vertigem competitiva nos mais variados domínios. Convivemos com uma pressão acrescida vivida em tempo real.

Planificar é, indiscutivelmente, uma necessidade. No entanto, seremos nós capazes de antecipar, com algum rigor, algo que irá acontecer dentro de 15 ou 20 anos? Pensemos por exemplo nos telemóveis: há duas décadas eram literalmente "tijolos"; tendencialmente passaram a ser miniaturas (levar à boca para falar e à orelha para ouvir); atualmente voltaram a "inchar". No entanto, deixaram de ser telemóveis (a função de telefone nos "telemóveis" tornou-se claramente um acessório). Serve este exemplo trivial para realçar o facto de estarmos a ser protagonistas de uma revolução em curso.

O tempo é um bem cada vez mais escasso nos dias que correm, pressionando as empresas a concentrarem-se cada vez mais no presente e em posicionamentos de curto prazo, nunca descurando uma flexibilidade organizacional que possa acompanhar (e sempre que possível antecipar) estratégias de longo prazo.

Esta mudança de paradigma tem vindo a ser acompanhada por novas conceptualizações sobre modelos de negócio. As abordagens teóricas mais recentes incitam a uma grande interatividade entre os promotores do conceito de negócio e os potenciais clientes, assegurando e validando a adequação da oferta à procura muito antes de sequer pensar na elaboração de um plano de negócios,

minimizando assim o risco de insucesso dos novos projetos em desenvolvimento.

A crescente complexidade tecnológica das novas soluções de negócio induz à multi e interdisciplinaridade, o que tem sido bastante salutar e desejável, nomeadamente no caso das universidades.

Do mesmo modo, a facilidade de acesso a informação tem criado uma pressão para pensar o desenvolvimento de modelos de negócio a nível global. Isto é, o processo de internacionalização é o ponto de partida das empresas a criar e não uma fase de expansão a ser delineada numa fase ulterior.

Novos paradigmas trazem novas preocupações. A facilidade de publicar e consumir informação, muito embora seja um estímulo e fonte de inspiração adicional à criatividade, tem igualmente resultado num crescente número de casos de plágio de direitos de autor. Analogamente, com algumas exceções, a rápida obsolescência de inovações tecnológicas resulta numa menor pressão para proteger o novo conhecimento através de pedidos de patente. Estas são apenas algumas das questões emergentes que dão corpo ao reverso da medalha da espiral competitiva que vivemos. Manter a lucidez é determinante. Permitam-me a partilha de dois traços de personalidade (individual e coletiva) relevantes para o futuro que vivemos: mentalidade positiva e capacidade adaptativa.

Há dois séculos, Charles Darwin já postulava que "não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças".

Ranking das 100 Maiores Empresas da Região Centro

Rank	Empresa	Setor	2015	2016
1	Unilever	Indústria	1.200	1.300
2	Indústria de Cervejas	Indústria	1.100	1.200
3	Indústria de Alimentos	Indústria	1.000	1.100
4	Indústria de Têxteis	Indústria	900	1.000
5	Indústria de Papel	Indústria	800	900
6	Indústria de Plásticos	Indústria	700	800
7	Indústria de Metais	Indústria	600	700
8	Indústria de Vidro	Indústria	500	600
9	Indústria de Cerâmica	Indústria	400	500
10	Indústria de Madeira	Indústria	300	400

