

ESPECIAL

WEB SUMMIT

A revolução digital que já mudou Portugal

ANTÓNIO SARMENTO

asarmento@jornaleconomico.pt

O fundador da maior conferência de internet do mundo vai mudar-se para a capital portuguesa por, pelo menos, dois anos. No último dia de Web Summit, o irlandês Paddy Cosgrave anunciou aos jornalistas que vai viver com a família em Lisboa e, apesar de os escritórios se manterem em Dublin, antecipou um aumento da atividade em Portugal.

“Não vou dizer que vamos expandir muito os nossos escritórios cá em Lisboa, mas vou certamente passar cá muito mais tempo porque vamos mudar-nos para cá. A minha mulher disse-me ontem à noite”, afirmou Paddy Cosgrave.

Paddy já visitava a cidade de Lisboa mais de 10 vezes por ano. Gosta de experimentar a gastronomia local, jantar no Mercado da Ribeira e passear pelo castelo de São Jorge.

Nasceu numa quinta em Wicklock, formou-se em Dublin, no Trinity College. Estudou gestão, Economia e Estudos Sociais. Ao matricular-se ainda pensou em ser académico ou economista. Desistiu da ideia. Optou por algo menos difícil: empreendedor, segundo disse a um jornal da Faculdade.

Em 2010, tudo mudou e realiza a primeira Web Summit, onde participaram cerca de 400 pessoas. Mais tarde, entendeu que Dublin, capital da Irlanda, não tinha condições para continuar a receber um evento, que juntava milionários, gestores, estrelas da música ou do desporto. Foi assim que chegou a Lisboa. E os números desta terceira edição não podiam ser mais ani-



Cristina Bernardo

madores: 69.304 pessoas de 159 países visitaram a capital. E mais de 1.200 oradores pisaram os 24 palcos do evento. “Estamos muito contentes por estar aqui mais 10 anos”, acrescentou o fundador da Web Summit.

Já a *startup* inglesa Wayve, que criou um programa para carros autónomos, venceu o concurso para estas empresas em fase inicial na cimeira de tecnologia Web Summit - concorreram 168 companhias de 40 países.

Para a decisão contou, além do veredicto dos jurados, as votações dos participantes no evento, através da aplicação para telemóvel da Web Summit.

A Wayve é uma empresa de fase inicial criada por jovens da instituição inglesa de ensino superior Cambridge University, que desenvolveram um *software* com inteligência artificial para aplicar em carros autónomos.

No final do evento, que terminou ontem, o presidente Marcelo Rebelo de Sousa apelou para que a “revolução digital” vá contra “a onda” da intolerância e lute pela “paz e pela liberdade”. O chefe de Estado foi aplaudido durante 25 segundos quando entrou em palco na Altice Arena.

“A revolução digital tem de ser para o diálogo, para a paz. Sei que é difícil, porque esta onda que atravessa o mundo vai durar quatro, seis, oito anos, mas é o oposto da revolução digital, do seu significado”, afirmou, num discurso em inglês.

Para contrariar “a onda que atravessa o mundo”, pediu aos participantes para lutarem “pelos valores, pela liberdade, pelo multilateralismo, pela paz”, concluiu. ●

PUB

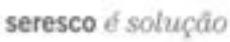


O líder ibérico na externalização de processamento salarial

A melhor coisa do futuro é criá-lo.

Em constante R & D para oferecer a solução mais inovadora na administração de processamento de salários e recursos humanos.

Desde 1969 com os clientes mais satisfeitos do mercado. www.seresco.pt | seresco@seresco.pt | +351 217 230 716




IDEIAS

O futuro do mundo em debate na cimeira da tecnologia

Internet, Inteligência Artificial, 'Blockchain', 'Brexit' ou Segurança. Vários líderes mundiais, da política às empresas, passaram pela conferência e deixaram as suas ideias para o futuro da humanidade.

ANTÓNIO SARMENTO
asarmento@jornaleconomico.pt

Uma das principais ideias deixadas no discurso de abertura da Web Summit arrancou um forte aplauso da plateia. O secretário-geral da ONU, António Guterres, quer ver desaparecer as máquinas que têm poder para matar pessoas. "Máquinas que têm o poder e a capacidade de escolher para matar pessoas são politicamente inaceitáveis, moralmente repugnantes e devem ser banidas pelas leis internacionais", disse, perante os milhares de espectadores que encheram as bancadas da Altice Arena.

Num painel intitulado "Nurturing a digital future that is safe and beneficial for all", salientou os benefícios que o desenvolvimento da tecnologia trouxe à sociedade, sinalizou a necessidade de "criar plataformas" e "encontrar formas de discutir e acordar" em protocolos mecanismos que permitam ao ciberespaço colocar a tecnologia como uma ferramenta para a força do bem comum.

O futuro da tecnologia e da inovação é sempre imprevisível, adiantou, comparando a experiência como andar numa montanha russa e que as pessoas só entram quando têm a certeza que é seguro. "É esse o desafio fundamental, se vamos estar seguros. A tecnologia digital tem imensos poderes positivos, mas com esses poderes vêm grandes riscos", afirmou Margrethe Vestager, a Comissária Europeia para a Concorrência.

Vestager destacou também que reconhecer que esses riscos são reais não é um ataque à tecnologia, porque a tecnologia traz benefícios e alarga o debate político. "Mas ao tempo, produz informação danosa que se espalha de forma ainda mais rápida do que nunca, despoletando a violência, minando a democracia".

A Comissária sublinhou que tudo o que "está online" afeta a so-

cidade e que "não há contradição entre privacidade, proteção de privacidade, proteção legal, liberdade de discurso e mundo digital".

"E o acesso a dados é uma muito importante fonte para a inovação", referiu, nas questões colocadas sobretudo sobre processos. A comissária foi referindo que a Apple "não é dominante" como a Google em alguns dos seus mercados.

A responsável garantiu que "quanto maior a empresa se torna, mais responsável se é".

"Por isso, se é uma empresa dominante, tem-se uma responsabilidade porque a concorrência fica mais fraca no mercado onde se está. Por isso há o caso Google,

esta é a base legal do processo", acrescentou.

Na Web Summit, o antigo primeiro-ministro britânico, Tony Blair, centrou o discurso entre a tecnologia e o 'Brexit'. "As grandes empresas [tecnológicas] devem ser reguladas, e os reguladores devem ter meios para garantir que estas não abusam do seu poder e agem de acordo com os valores que defendemos. Mas essa regulação tem de ser flexível para se adaptar, senão ficará rapidamente ultrapassada", acrescentou Blair, afirmando ainda que devemos evitar "criar um clima que limite o investimento e o desenvolvimento das empresas de tecnologia" e que é importante envolver estes agentes na discussão e estruturação das regras — "não de uma forma hostil, mas garantindo que são respeitados os direitos dos cidadãos".

'Brexit' e Blockchain

O antigo governante reafirmou a sua posição contra a saída do Reino Unido da União Europeia e considera ser ainda possível que o processo não aconteça. Na Web Summit, Tony Blair defendeu que o governo atual deveria realizar um novo referendo. "Sou 100% contra o 'Brexit'. Penso que ainda é possível pará-lo porque não é o nosso interesse económico", afirmou Tony Blair, arrancando um forte aplauso da plateia. "Penso que uma eleição geral é muito improvável, mas pelo menos devíamos ter a possibilidade de voltar às pessoas".

Para Blair, Theresa May não está numa posição fácil, e até admite que tem boas intenções. Mas para Blair não há dúvidas de que o 'Brexit' não é o caminho: "Nós, europeus, temos de nos juntar", especialmente face ao crescimento da China.

A tecnologia *blockchain* que ficou conhecida pelo uso em criptomoedas está pronta para ser usada de forma generalizada, segundo

David Chaum. O cientista de computação que foi pioneiro do dinheiro digital e criou a primeira *blockchain* em 1982 também esteve na Web Summit, em Lisboa, para falar do mundo cripto, incluindo o papel da privacidade no setor.

"Estamos prontos para o uso generalizado da tecnologia *blockchain*. É a única forma de responder ao que os consumidores demonstram. Mensagens e pagamentos é o que as pessoas querem", afirmou o fundador e CEO da Elixir.

Contrato para a Internet

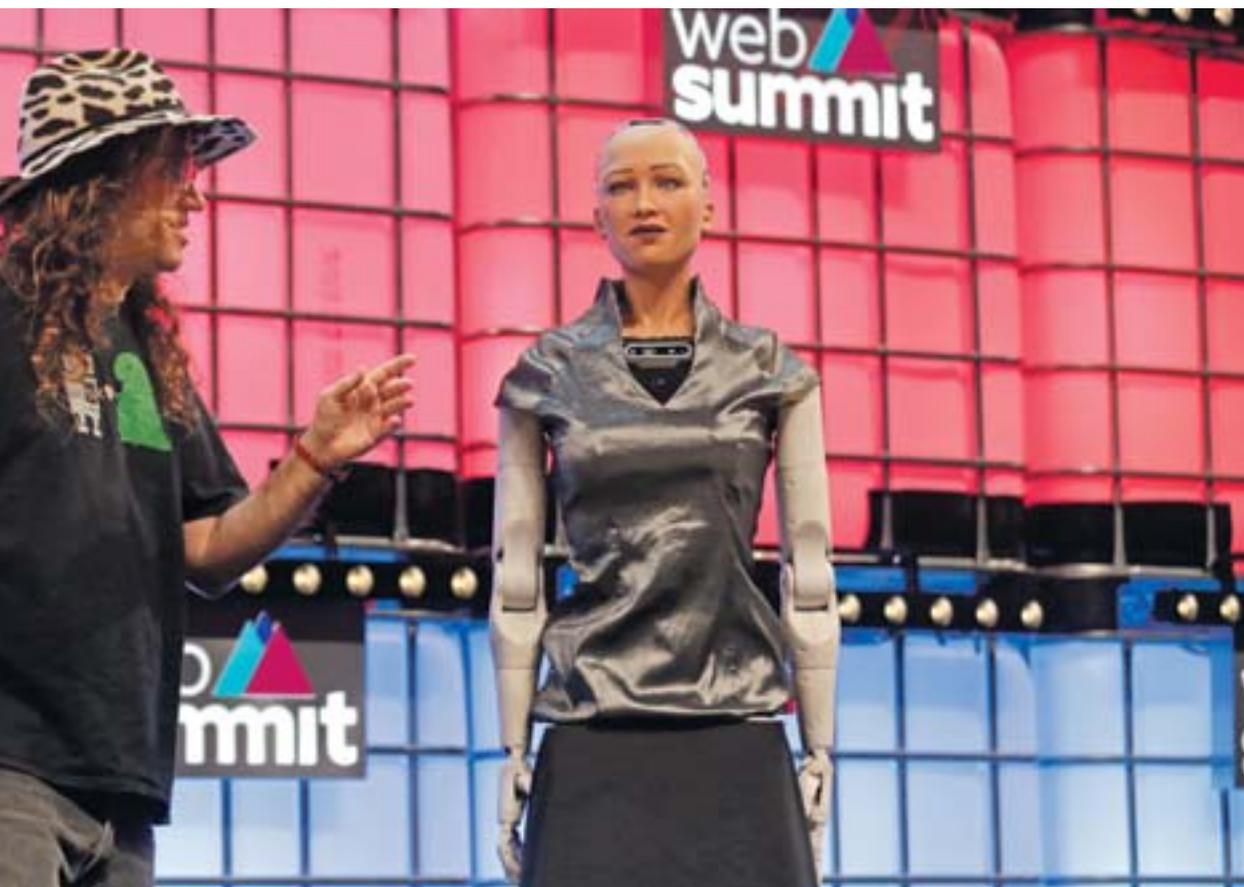
O físico britânico Tim Berners-Lee defendeu a existência de um contrato para Internet. O inventor da World Wide Web (WWW) e número um da fundação com o mesmo nome esteve no palco principal da cimeira tecnológica, em Lisboa, onde recuou ao século XX e mostrou até fotografias do primeiro servidor de Internet.

"Nós precisamos de um contrato para a Web. O objetivo é que diferentes partes se juntem para produzir mudanças positivas. Se for um indivíduo, um consumidor, temos de perceber que todas as pessoas são responsáveis por fazer a web competitiva. Precisamos da vossa ajuda", afirmou.

Tim Berners-Lee assinalou que, em 1989, quando criou a *web* queria que esta fosse uma rede de livre acesso e que servisse a humanidade. "Proponho-vos que façam parte disto. Nós conseguimos-lo fazer juntos", acrescentou, alargando o pedido ainda a "governos de todo o mundo", que devem ser "sensibilizados", acrescentou. Em 2019, é estimado que metade da população mundial - cerca de 3,5 mil milhões de pessoas - estejam conectadas à Internet e isso leva a duas preocupações: como salvar a *web* para que corresponda ao que as pessoas esperam desta forma de navegar, partilhar informações e como ligar o resto do mundo. ●

Com AA, MB, LMF e SL





Fotos: Cristina Bernardo, Web Summit e Luisa

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

O regresso e os problemas da robô Sophia

Ben Goertzel, responsável pela empresa que criou Sophia, afirmou que é preciso “estar vigilante” caso não se queira uma distopia em que humanos são oprimidos por robôs.

O robô Sophia voltou à Web Summit, desta vez em cima de pirâmides pretas com rodas, amarrados por cabos de dados aos bastidores acompanhada, pelo irmão Han, para que o seu criador, Ben Goertzel, mostrasse as melhorias que fez nos robôs da SingularityNet, criados com a Hanson Robotics. “É bom estar de volta”, afirmou Sophia, esta quarta-feira, na Altice Arena.

Perante uma plateia entusiasmada, Goertzel apresentou “updates nas expressões faciais, como alegria, tristeza”. Estamos a trabalhar nas emoções na Singularity, afirmou o fundador e CEO da SingularityNet, a empresa tecnológica que explora a Inteligência Artificial baseada em *Blockchain*.

“Eu estou feliz. Eu estou triste”, disse a robô, que também consegue agora ter uma sensibilidade ao movimento. “Estou a olhar para a direita. Estou a olhar em frente”, prosseguiu.

“Estamos a tentar trabalhar estas questões. O que precisamos é de conhecimento que cruze a percepção do robô”, explicou o criador, que conseguiu mostrar que as suas criações já se aproximam de uma interação humana baseada em emoções.

O segredo de Sophia, segundo o criador, é o *self knowledge* (auto-conhecimento, em português). “Ela procura informações na base de dados e na própria percepção”, acrescentou.

Lado a lado, em pleno *centre stage* da Web Summit, Ben, Sophia e Han conversaram, ainda, sobre a possibilidade de serem considerados “cidadãos”. Se, por um lado, Sophia volta a falar nessa possibilidade, Han assegurou: “É uma questão de tempo”.

“Qualquer pessoa consegue criar IA, em qualquer parte do mundo. Trata-se de um cérebro global, de uma rede descentralizada, que fornece informações a todos”, argumenta Ben Goertzel.

Aproveitando todo o *buzz* da Web Summit, Goertzel anunciou também um novo projeto relacionado com a SingularityNet, a Singularity Studio. Trata-se de uma

plataforma de inteligência artificial, que usa a premissa de Goertzel: criar um “ecossistema descentralizado de inteligência artificial”, em qualquer parte do mundo onde qualquer pessoa pode contribuir”. O objetivo é explorar a *computation creativity*, ou seja, a criatividade computacional. Depois de ter subido ao palco principal da Altice Arena, na quarta-feira, a robô Sophia e o seu criador Ben Goertzel deram uma conferência de imprensa, onde, apesar das muitas perguntas, Sophia pouco respondeu, devido a dificuldades técnicas com a sua conexão à Internet, enquanto o fundador e CEO da SingularityNet falou sobre a possibilidade de os robôs com inteligência artificial tornarem obsoletos vários postos de trabalho.

Quando chegou a vez de Sophia responder aos jornalistas, coube a um “repetente” da Web Summit de 2017 perguntar se a robô se lembrava dele. A resposta foi silêncio. Tentou-se outra pergunta e Sophia voltou a ficar sem resposta. Ben Goertzel explicou depois que estava a ser difícil ligar a robô à internet. Depois dos problemas parcialmente ultrapassados, Sophia falou, mas respondeu a poucas questões. ● AS e JVR



A robô Sophia e o seu criador Ben Goertzel deram uma conferência de imprensa, onde, apesar das muitas perguntas, Sophia pouco respondeu

ENTREVISTA VASCO CALAIS PEDRO CEO da Unbabel

“Ásia é o próximo passo na expansão da Unbabel”

A empresa portuguesa que usa Inteligência Artificial na tradução está focada na Europa e nos EUA, mas planeia angariar 50 milhões de dólares em 2019 para preparar a entrada na China ou no Japão no ano seguinte, revela o CEO e fundador.

SHRIKESH LAXMIDAS
slaxmidas@jornaleconomico.pt

É a vossa terceira participação na Web Summit. O que é que a Unbabel traz ao evento e quais os benefícios que dele retira?

A Web Summit ocorre na cidade onde estamos sediados e, talvez por isso, temos uma presença maior do que teríamos se fosse realizado noutro lado. Permite um acesso mais fácil e este ano tivemos 12 pessoas no evento, entre os quais vários líderes da empresa, com várias iniciativas, seja ao nível da angariação de clientes, seja ao nível da promoção da marca ou do contacto com investidores. A Web Summit dá-nos bastante visibilidade, uma vez que evidencia o ecossistema local, logo também nos beneficia.

Na prática, no ano passado, no fim do evento tínhamos mais ou menos 200 oportunidades de negócio. Nem todas se concretizaram, apenas algumas, mas foi o bastante para o balanço ser positivo.

Como é que vê o impacto da Web Summit no ecossistema das startups?

Tem sido fantástico e, no fundo, é o corolário de um esforço que estava a ser levado a cabo há cinco ou seis anos e que, de certa maneira, permite acelerar e amplificar aquilo estava a ser feito. Pós Portugal no mapa. Muita gente não se apercebia do que estava acontecer em Lisboa e agora já sabe.

A Unbabel já tem cinco anos. Quais foram as principais etapas no desenvolvimento da empresa?

A empresa nasceu em 2013 e os primeiros três anos foram para criar a tecnologia e a infraestrutura que nos permitiu lançá-la no mercado. Nessa fase, as duas coisas mais importantes foram: a passagem pela Y Combinator, fomos a primeira empresa portuguesa a entrar nessa aceleradora; e as rondas de investimento, nas quais levantámos mais ou menos dois milhões e meio de dólares, que permitiram apoiar esse desenvolvimento. A

equipa cresceu para 25 pessoas e depois, em 2016, conseguimos o investimento *Series A* e foi no começo de 2017 que verdadeiramente entrámos no mercado. Em 2017 crescemos 1000%, porque o ponto de partida era pequeno, mas este ano estamos a crescer 300%.

Estamos a falar de que valores?
Para dar uma ideia, o nosso objetivo, e temos visibilidade e estamos *on track* para isso, é estar no fim do primeiro trimestre de 2019 nos 10 milhões de dólares em receita recorrente anual. Neste momento somos 150 pessoas, temos escritórios em São Francisco, Nova Iorque, Londres e Lisboa.

Em janeiro fecharam uma ronda de financiamento *Series B* de 23 milhões de dólares. Qual é o total do financiamento angariado desde o início?

O total ronda os 30 milhões de dólares. Até ao *Series A* foram fontes mais díspares, *angel investors* de vários sítios e também de Portugal. O *Series A* foi liderado pela Notion Capital em Londres e foi acompa-



Cristina Bernardo

nhada pela Caixa Capital, depois, o *Series B* foi liderado pela Scale Venture Partners, que é baseada em Silicon Valley, e em que entraram também a Microsoft e a Samsung.

Qual vai ser a necessidade de financiamento no futuro? O que têm planeado?

Temos uma ambição muito grande. E para isso vai ser necessário continuar a garantir que temos capital suficiente para executar o plano. Em termos de estratégia, estamos focados na Europa e nos Estados Unidos, mas a Ásia é o próximo passo. Estamos a preparar-nos para lançarmos a empresa nesse mercado, provavelmente em

2020. A China é um alvo importante, sobretudo porque está a crescer imenso a nível de tradução para fora, mas o Japão também é um mercado muito interessante para nós.

Que nível de financiamento vão precisar para fazer isso? É difícil dizer, mas será à volta dos 50 milhões de dólares no próximo ano.

A Unbabel organizou um evento com a Euronext durante a Web Summit que está a tentar atrair empresas, incluindo tecnológicas, para a bolsa e para o mercado de capitais. Entrar em bolsa faz

parte da vossa estratégia a prazo?

Penso que, se tudo correr bem, em cinco anos estaremos prontos para fazer uma oferta pública, um IPO.

Isso seria feito aqui em Lisboa ou poderia ser em Nova Iorque, como fez recentemente a Farfetch por exemplo?

Se tivesse hipótese, neste momento escolheria o Nasdaq, pela natureza tecnológica dessa bolsa.

A Unbabel usa Inteligência Artificial, mas também mão humana com os tradutores. Como é que estão capacitados nessas duas vertentes?

Fundamentalmente, o nosso *background* é em Inteligência Artificial (IA). Temos uma equipa muito forte, líder a nível mundial de algumas áreas do que estamos a fazer, nomeadamente em *quality estimation*, e não só é habitual ganharmos a competição a nível mundial, como neste momento também organizamos algumas das competições.

Por outro lado, desenvolvemos todo o *stack* de IA *in-house* e, portanto, temos valências muito fortes em tudo o que está relacionado com isso, dentro de processamento de linguagem natural.

A comunidade tem sido fruto de um esforço contínuo, ao longo de anos, para perceber como fazer uma curadoria contínua e como fazer a assessoria da qualidade das pessoas. O plano é continuar. Cada vez a especialização é maior, tanto a nível da parte de IA para cada um dos casos de uso, para email, para *chat*, mas também na própria comunidade, onde temos pessoas que começam a focar-se no conteúdo, outras no vídeo, e estamos ainda a ponderar usar a comunidade para outro tipo de tarefas na voz natural.

Em termos de clientes, quais são os segmentos aos quais querem chegar?

A nossa grande missão é nos próximos cinco anos estar a traduzir 25% das interações digitais de apoio ao cliente a nível mundial. É uma ambição enorme, estamos a falar de milhares de milhões de interações. ●

PORQUÊ MORAIS LEITÃO?

Em primeiro lugar porque um nome como Morais Leitão, Galvão Teles, Soares da Silva, Pinto Leite, Botelho Moniz, Arantes Pedroso, Branco, Matoso, Sousa da Câmara, Osório de Castro, Lobo Xavier, Pinto Basto, Verde Pinho, Vieira Peres, Patrício, Monteiro, Vaz Pinto, Cortez, Lowndes Marques, Almada, Alfredo Afonso, Simões Cortez, Gagliardini Graça, Pardal Goulão, Peres Alves, Braga, Santiago, Andrade Amaro, Paulino, Félix da Costa, Levy Osório, Brito Ferreira, Nascimento Ferreira, Mendes da Maia, Rendeiro, Sampaio Caramelo, Pereira Reis, Olazabal Cabral, Costa Gonçalves, Tapp Barroso, Nogueira de Brito, Carrington, Andrade e Castro, Gorjão Henriques, Quintela, Ferreira Vicente, Almeida Henriques, Monjardino, Santos Fidalgo, Maia Cadete, Marques Júnior, Fernandes, Monteiro Pires, Côrte-Real Neves, Silveira, Encarnação, Pinto Proença, Torroaes Valente, Viçoso, Freitas Pita, Guerreiro, Ponces Camanho & Fleming, seria um nome demasiado comprido. Ainda que fizesse jus a toda a sociedade e a todos os seus 64 sócios.

Em segundo lugar porque, tendo nós uma história notável, hoje somos melhores e maiores do que a soma dos escritórios que nos deram origem em Lisboa e no Porto. Hoje operamos, direta ou indiretamente, em diversas geografias e jurisdições (Luanda, Maputo, Macau e Hong Kong) e somos uma das maiores sociedades de advogados portuguesas.

Este percurso é reflexo de uma tradição de compromisso, de rigor e de dedicação à ciência jurídica, aos clientes e à comunidade, e que é, em grande parte, fruto do trabalho de uma segunda e de uma terceira geração de sócios, e de tantos outros advogados e colaboradores.

Como sinal desta renovação e para comemorar os 25 anos da Morais Leitão, e por mais 64 razões, decidimos redesenhar e modernizar os sinais da nossa identidade formalizando o que é informal e adotando, em Portugal e nas diversas geografias, o símbolo ML.

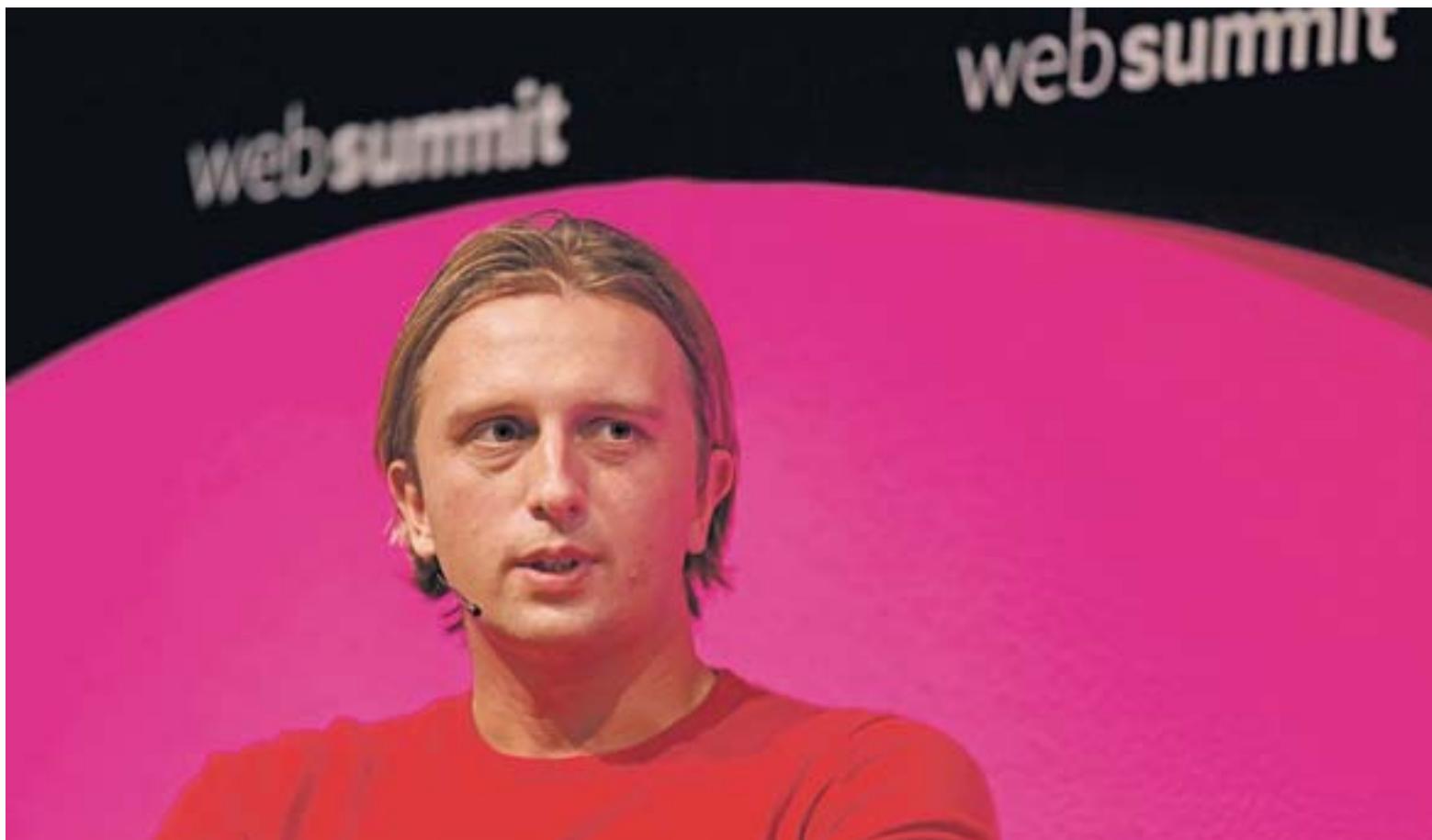
Somos a Morais Leitão, Galvão Teles, Soares da Silva & Associados, mas sempre nos chamaram Morais Leitão. Uma merecida homenagem a um dos nossos mais brilhantes fundadores e um sinal inequívoco de que, nomes à parte, a raiz sempre foi e será a mesma: o gosto pela advocacia, uma referência que estimamos de qualidade, o brio, a concentração de talento e a ambição de ser líder em todas as áreas do Direito.

A partir de agora, a Morais Leitão passa a Morais Leitão.

 mlgts.pt



The logo consists of a large blue letter 'M' positioned above a thick horizontal blue bar, which is positioned above a large blue letter 'L'.



Web Summit

ENTREVISTA **NIKOLAY STORONSKY** Fundador e CEO da Revolut

‘Amazon da banca’ cria unidade em Portugal e contrata 500 pessoas

EUA são o próximo mercado onde o unicórnio, que pretende crescer cinco vezes ao ano, quer entrar. Vê Portugal como o melhor país para abrir um centro de apoio ao cliente e expandir nas línguas.

LEONOR MATEUS FERREIRA
lmferrreira@jornaleconomico.pt

Nikolay Storonsky abandonou o *trading* e a banca de investimento tradicional para criar a que viria a ser uma das inovadoras *fintech* do mundo. Em menos de três anos, a Revolut entrou no grupo dos unicórnios (com uma avaliação de 1,7 mil milhões de dólares, cerca de 1,5 mil milhões de euros ao câmbio atual) e marcou uma posição como alternativa digital à banca, incluindo serviços como débitos, pagamentos diretos, câmbio ou compra de criptomoedas. O fundador e CEO, que foi orador na Web Summit, explicou que a dormência criou uma oportunidade de crescimento.

A Revolut começou com um serviço e tem vindo a expandir a oferta. O objetivo é oferecer todos os serviços que podem ser encontrados na banca tradicional?

Exatamente. Começámos como câmbio e entrámos em outras seções de negócios, como crédito, criptomoedas, seguros ou contas empresariais. O nosso objetivo é oferecer todos os produtos da base, mas também algo diferente: produtos que os bancos não oferecem. Por exemplo, estamos agora a construir *lounges* e os utilizadores regulares poderão obter passes de salas nos aeroportos.

Quais são as principais diferenças e vantagens do serviço da Revolut face os bancos tradicionais?

Existem muitas coisas. É melhor em termos de *interface* e é mais barato. Fornecemos todos os serviços a partir de um único *interface*, enquanto os bancos têm tantos sistemas em diferentes locais que não são fáceis de usar.

Quais são os planos de expansão? Agora estamos em 28 países da Eu-

ropa. Quanto à expansão, EUA, obviamente, Canadá, Austrália, Japão, Nova Zelândia e Singapura também. Em Portugal, vamos abrir um escritório de apoio ao cliente e contratar 500 pessoas nos próximos um ou dois anos. Será em Lisboa ou no Porto. Inicialmente, planeamos colocar aqui o apoio ao cliente internacional e também *developers*.

Vir para Portugal vai ajudar?

Sim, porque, hoje em dia, o nosso apoio é apenas de língua inglesa e queremos ter apoio em todas as línguas europeias e Portugal é o melhor local para encontrar pessoas de fala múltipla.

Era trader no Lehman Brothers. Como é que teve impacto no seu caminho?

Para dar algum contexto, eu estava a estudar física e matemática na Rússia quando os recrutadores do Lehman Brothers me convidaram para ir a

Londres para um estágio. Depois, ofereceram-me um emprego a tempo inteiro e eu fiquei. Os primeiros anos foram incríveis. Foi em 2006/2007, era o topo do mercado altista e foi muito divertido para a estrutura empresarial do Lehman Brothers. Em 2008, deu-se a queda do mercado e ninguém acreditava na falência do Lehman portanto quando as ações caíram, muitas pessoas começaram a comprar porque não acreditavam e acabaram por perder todas as poupanças que tinham. Para mim, eu era jovem - tinha 20 ou 21 anos - e não estava com medo, porque iria conseguir encontrar um emprego e não tinha passivo. Mas muitas pessoas mais velhas não conseguiram encontrar emprego. Foi realmente duro.

Considera que um evento desta magnitude influenciou a abertura do sistema financeiro à tecnologia e às *fintech*?

Sim. Se olharmos para 2008, houve

alguma essência, porque muitas pessoas boas trabalhavam no mundo empresarial e da banca quando a recessão começou e muitos ficaram sem trabalho ou simplesmente saíram. Se olharmos para isso, muitas empresas de tecnologia foram criadas entre 2010 e 2012 e tiveram muito sucesso. Penso que é um resultado de 2008 porque muitas pessoas estavam a trabalhar em serviços bancários ou em consultoria e foram para a tecnologia. Teve efeito no mundo.

O sistema financeiro está pronto para adotar a tecnologia?

A maioria dos bancos simplesmente não pode mudar porque são grandes e pesados demais ou porque não têm as pessoas certas para o fazer ou simplesmente não sabem como fazê-lo. A maioria dos bancos não poderá mudar. Pode haver exceções na liderança de alguns bancos que farão avanços, mas 95% não mudarão.

Dos grandes bancos, quais espera que mudem?

Para ser honesto, na Europa, não vejo nenhum banco que possa mudar. Nos EUA, o JP Morgan está muito ativo nestas mudanças. Na Ásia, provavelmente também não. Até agora, há apenas um banco a impulsionar a digitalização.

A partir desse cenário e da experiência da Revolut como uma espécie de Amazon da banca, considera que os bancos que não mudarem vão morrer?

Sim, exatamente, 100%, porque simplesmente não poderão competir.

O que espera do sistema financeiro nos próximos anos?

Penso que alguns bancos vão desaparecer lentamente e que haverá apenas alguns grandes *players* globais financeiros. Vai ser muito parecido com o que aconteceu com as empresas de táxis, quando as pessoas começaram a usar a Uber e depois a Lyft. Penso que é o que está a acontecer com os bancos agora. Haverá três ou quatro *players* que terão a maior parte dos clientes.

Em menos de três anos, a Revolut tornou-se numa empresa avaliada em 1,7 mil milhões de dólares...

Queremos ter uma avaliação de cem mil milhões de dólares. A maior possível.

Em quantos anos?

Três a quatro anos. É cinco vezes ao ano, sim. Penso que é possível.

Qual é o segredo? O que diz às empresas que lhe pedem conselhos aqui?

Façam coisas que façam sentido e trabalhem o máximo possível. Produzam algo todos os dias e em alguns anos poderão construir uma empresa incrível. ●

“O mundo está a mudar e temos de nos adaptar sem nunca perder o foco”



Miguel Teixeira
Managing Director everis

A série “Wake Up”, criada pela everis, dá a conhecer um novo futuro nesta Web Summit. Quão próximo está este futuro (ter um assistente virtual como a personagem), tendo em conta a rapidez de inovação tecnológica a que assistimos?
A série “Wake Up” foi criada pela everis e a NTT DATA e tem como principal tema mostrar como as tecnologias disruptivas estão a mudar o mundo tão rapidamente. O futuro em que o Adam acorda, depois de 10 anos em coma, e em que é ajudado pela sua assistente virtual, já está aqui. Neste momento já existem agentes de inteligência artificial, apesar de ainda estarem na sua versão “.0” se fizermos um paralelismo com a história do iPhone, estamos na versão de 2007, imaginem então o que vamos ter daqui a 10 anos.... O reconhecimento de voz evolui todos os dias, bem como a capacidade de processamento. O próximo passo será o de evoluir do ponto de vista emocional e cognitivo, avançando na capacidade de relacionamento e de interpretação da informação.

Quais os principais ingredientes para uma boa adaptação e para manter o foco nesta nova era?
É inequívoco que o mundo está a mudar e temos de nos adaptar sem nunca perder o foco. Do lado da tecnologia, a curiosidade e a vontade de evoluir, ou seja, a revolução digital ou o aumento da velocidade das capacidades tecnológicas que estão a acontecer vão claramente transformar o mundo em que vivemos. E o tema das pessoas é, provavelmente, o mais importante. Isto porque o Homem, sendo um animal de hábitos, tem receio do que é novo e disruptivo, tudo o que é novo e transforma traz receio, sendo necessário haver um processo claro de acompanhamento junto do que será o futuro explicando às pessoas e, ao mesmo tempo, mostrando com exemplos que a tecnologia traz mais bem-estar, mais felicidade e um nível de vida melhor. A tecnologia é um facilitador da vida das pessoas e não uma ameaça. E sob esta premissa também devem as empresas atuar, colocando todas estas novas potencialidades ao serviço dos seus negócios.

Que mais trazem à cimeira deste ano?
A everis abraça um mundo que está em constante transformação, onde a revolução digital está a impactar os seus clientes e a sociedade, conduzindo novos modelos de negócio. As tecnologias digitais estão a

fundir o mundo digital e o físico. Os clientes esperam experiências de integração perfeita, em tempo real e ágeis com cada interação. Para capitalizar a digitalização, designámos seis principais áreas de foco essenciais para a nossa estratégia digital e que estiveram presentes com vários use cases no nosso stand: Data Intelligence; Intelligent Automation; Customer Experience; Internet of Things; IT Optimization e Cybersecurity.

A Web Summit Lisboa, entre outras oportunidades, pretende potenciar parcerias entre empresas tecnológicas, startups, jovens empreendedores etc. A everis já levou daqui contactos que tenham dado frutos mais tarde?

Esta é a primeira vez que a everis está presente na Web Summit, mas podemos afirmar que valeu claramente a pena. Ao longo destes dias fomos contactados por muitas startups com as quais podemos fazer parcerias, que em conjunto com as suas ideias, a nossa capacidade técnica e com o nosso conhecimento de negócio, podem resultar em soluções extremamente interessantes. Por outro lado, também já fomos visitados por clientes que já trabalham connosco há alguns anos e que numa conversa mais descontraída no nosso stand e com base na tecnologia que estamos a demonstrar – de reconhecimento facial, realidade aumentada, cibersegurança, intelligent automation, entre outros – surge a oportunidade de realizarmos projetos em conjunto. Fomos também contactados por muitos jovens dos mais diversos perfis, muito talento que será, claramente, o potencial motor dos próximos anos da everis.

Tim Berners-Lee veio a Lisboa e, entre outros, alertou para a importância da privacidade



e segurança dos utilizadores da web.

Sente que a segurança é, de facto, um dos maiores desafios desta revolução tecnológica, nomeadamente com o crescimento da IoT e AI?

Um dos maiores, senão mesmo o maior desafio desta nova era é, claramente, a questão da ética antes da questão da segurança. Até que ponto vamos entregar nas mãos de uma máquina uma decisão que normalmente é um ser humano que toma, tornando a nossa vida acessível a outros que não nos conhecem, e permitindo que a informação seja, ou não, utilizada para fins mais comerciais e de estudo científico. Até que ponto vamos querer, deixar ou como vamos limitar que esta informação seja utilizada de forma ética e correta. Na sequência disto é que vem a questão da Segurança. Quanto mais dispositivos temos e com o aumento das relações entre várias máquinas, mais se coloca a questão que acaba por ser uma situação muito semelhante ao que se passa com o ser humano porque quanto mais pessoas conhecem determinada realidade mais difícil é de a manter contida e não extravasar para outros. Existem cada vez mais dispositivos a comunicar uns com os outros e mais interfaces, mais informação recolhida e tratada, o que obviamente pressupõe um risco cada vez maior em termos de fugas de informação. No fundo, quanto mais complexos são os sistemas, mais o tema da segurança será uma componente que vai andar a acompanhar todas as tomadas de decisão.

Nota-se por parte da everis uma enorme valorização da componente humana de uma empresa. Entendem a tecnologia como aliada das pessoas e não como ameaça?

Sim, claramente. Quem cria a tecnologia são as pessoas, quem vai decidir a tomada de decisão de um agente de inteligência artificial são as pessoas, quem vai continuar a criar uses cases associados à nova tecnologia que existe são as pessoas. A nós custa-nos entender um mundo onde as pessoas não sejam o centro e a tecnologia não seja um enabler para aumentar o seu bem-estar e a felicidade. A everis vive, claramente, do talento, do carácter e da forma de estar na vida das suas pessoas. E é com as nossas pessoas que criamos toda a oferta de valor para os nossos clientes, sendo este o nosso maior ativo e o mais valorizado.

Pertencem a um grupo internacional (NTT DATA Company) que trabalha em diferentes países e testemunha diferentes níveis de maturação tecnológica.

Como classificaria o sector empresarial português no que diz respeito ao crescimento tecnológico e digital?

Se olharmos para o índice de desenvolvimento de Portugal nos países da OCDE, Portugal está tecnologicamente mais avançado do que os índices económicos. Mas não é seguramente pelo nível tecnológico que Portugal não tem uma posição de maior relevo e de maior destaque neste índice. A melhor forma de criarmos riqueza é criar valor interno e exportarmos. Já começámos a fazer esse caminho, mas ainda temos muito por percorrer.

TECNOLOGIA

Do digital à energia, uma revolução liderada por empresas nacionais

Altice Portugal, EDP, Brisa ou Novabase foram algumas das companhias presentes na Web Summit. Alexandre Fonseca e António Mexia foram alguns dos CEO portugueses que falaram sobre a revolução tecnológica.

ANTÓNIO SARMENTO
asarmento@jornaleconomico.pt

António Mexia subiu esta terça-feira ao “Planet Tech”, no pavilhão número 2 da Web Summit, para uma intervenção de 15 minutos sob o tema utilities swiping right. “Estamos no meio de um grande mudança. A aposta que fizemos na tecnologia mudou a EDP de ‘player’ regional para mundial”, afirmou o CEO da elétrica nacional EDP.

O gestor disse que esta é a era da “internet da energia”. “A mudança será a grande velocidade. Precisamos de inovar. Estamos no meio de uma revolução, tal como já vivemos nas telecomunicações”, defendeu. Na intervenção, Mexia afirmou ainda que a companhia está à procura de startups com ideias inovadoras, “que acrescentem valor aos negócios do grupo”.

A companhia tem 45 milhões de euros disponíveis para investir nos projetos mais promissores. Os números que resultaram das duas edições da Web Summit em Portugal falam por si: a EDP ouviu cerca de 400 pitches nos últimos dois anos, selecionou mais de 100 para reuniões de negócios, lançou 20 projetos-piloto com estas empresas e investiu em três startups, uma delas israelita (Aperio), com soluções de cibersegurança. “Há 10 anos que reconhecemos que as grandes companhias já não conseguem descobrir o futuro sozinhas. Desde então posicionamo-nos como uma empresa que defende o espírito de partilha e pratica a inovação aberta, com parceiros de negócio que nos ajudam a enfrentar os desafios num setor em plena revolução. A Web Summit é o momento ideal para, em apenas três dias, conhecermos dezenas de startups com quem podemos vir a trabalhar e investir”, afirmou António Mexia, CEO do grupo EDP. O grupo, através dos programas

Starter e Ventures, apoia o desenvolvimento de startups que tenham o potencial de acrescentar valor aos negócios da empresa.

“Estamos no meio de uma revolução e precisamos de parceiros para esta revolução. Essa revolução começou com as renováveis, onde somos líderes mundiais, somos o número três do mundo. A Web Summit é um dos eventos com mais importância que apareceu em Portugal e nós temos esta capacidade de atrair a nível mundial companhias que venham fazer esta viagem connosco.

O CEO da elétrica falou ainda

do projeto Windfloat Atlantic, parque eólico flutuante ao largo de Viana do Castelo, apresentado no mês passado e que conta com um investimento de 125 milhões de euros para esta segunda fase.

Localizado a 20 quilómetros ao largo da costa de Viana do Castelo, o projeto irá acelerar a implantação comercial de uma tecnologia inovadora chamada “WindFloat”, que permite aproveitar recursos eólicos abundantes em águas profundas, onde não é possível instalar fundações fixas no fundo marinho.

António Mexia recordou ainda outro projeto. “A EDP teve um projecto há uns anos que foi considerado o mais avançado na Europa, em que o cliente pode tomar decisões mais rápidas para reduzir os custos e tornar a energia mais eficiente. Isto vai desde a gestão de ativos até à casa das pessoas”.

Também o presidente executivo da Altice Portugal, Alexandre Fonseca, disse durante a conferência que “mais de 16 mil pessoas” subscreveram a aplicação da Meo para assistir a conteúdos em direto da Web Summit, num total de “mais de 33 mil visualizados”.

Alexandre Fonseca falava aos jornalistas à margem da sessão “Igualdade de Oportunidades - Tecnologia ao serviço da Educação”, no âmbito do qual foi apresentado o programa e a aplicação (app) FITescola, desenvolvida pela Altice Labs, num evento onde os ministros Adjunto e da Economia e da Educação marcaram presença.

Questionado sobre o balanço da cimeira tecnológica, o gestor afirmou: “Tudo leva a crer que estamos a crescer para o dobro do volume do ano passado, em termos de sessões e volumes de dados transacionados, o que é de facto extraordinário”. Além disso, “a nossa capacidade de transmitir numa ‘app’ de televisão os conteúdos em direto está a revelar-se um

sucesso, mais de 16 mil pessoas já subscreveram esta ‘app’ com mais de 33 mil conteúdos visualizados”, afirmou Alexandre Fonseca.

O gestor adiantou ainda que os ‘smartphones’ são os dispositivos que lideram os acessos na cimeira de tecnologia, inovação e empreendedorismo, que encerrou ontem. Em números, a Altice Portugal tinha referido que “até ao momento” registaram-se “mais de 2.7 milhões de sessões únicas de ‘wifi’ estabelecidas, mais do que em todo o evento de 2017” e “25 TB de tráfego, mais do que em todo o evento de 2016”. “A Altice assumiu-se como parceiro tecnológico deste evento e podermos mostrar a capacidade portuguesa de estarmos ligado ao mundo. Nós fomos capazes de exceder as expectativas e levar a nossas redes fixas e móveis a dezenas de milhares de pessoas”, sublinhou.

Mobilidade e plataforma digital

Também a Brisa regressou ao Web Summit, em 2018, com um stand no Pavilhão 3. “Temos preparada uma presença com um foco nas soluções de mobilidade que estamos a desenvolver – como o Via Verde Planner, que vai ser o grande destaque este ano”, adianta o diretor coordenador da Brisa e administrador da Via Verde Serviços, Luís d’Eça Pinheiro, que revelou ainda: “Este envolvimento do grupo Brisa decorre, naturalmente, do seu forte posicionamento na área da mobilidade e oferta de serviços inovadores, em Portugal, e de soluções para o mercado internacional, nomeadamente nos EUA, onde já temos uma presença muito forte. A presença da GrowMobility, uma vez mais, está também em linha com as tendências tecnológicas e inovadoras presentes no Web Summit, que têm em comum, com o setor da mobilidade, o tema da digitalização”.



A Novabase marcou também a conferência pela terceira vez consecutiva. O foco da empresa foi a sua oferta de Serviços Financeiros, com destaque para o produto Wizzio®, uma plataforma de digital banking que foi lançada na última edição da Web Summit. A tecnologia deu também a conhecer as oportunidades de carreira que tem para oferecer aos profissionais do setor que se queiram juntar à sua equipa. ●

Alexandre Fonseca, da Altice Portugal, e António Mexia, da EDP, destacaram a capacidade portuguesa para inovar e revolucionar o mundo digital



Cristina Bernardo

OPINIÃO

A Web Summit sente-se em casa



MARIA ANTÓNIA SALDANHA
Diretora de Marca e Comunicação da SIBS

E se a Web Summit fosse uma pessoa? Se fosse, acredito que seria portuguesa – empreendedora, inovadora, apaixonada pelas novas tecnologias e pela descoberta e adesão a novas ferramentas que facilitem o dia a dia, como é o caso do nosso MULTIBANCO, que agora também nos permite deixar a carteira em casa.

Esta nova tendência ainda é considerada uma novidade, mas aquilo que conhecemos como economia *cashless* está a ganhar terreno. Portugal quer ser um dos pioneiros nesta difusão e tem todas as condições para isso. Apesar de sermos um país pequeno, somos grandes em inovação, graças à nossa cultura tecnológica e ao facto de termos um dos sistemas de pagamento mais modernos da Europa.

A Web Summit é um evento fundamental para Portugal porque permite apresentarmos-nos ao mundo como empreendedores e inovadores. Obriga a que as empresas se mantenham atualizadas, relevantes e dinâmicas. O espírito empreendedor que tem crescido por todo o mundo instala-se em Lisboa para que todos os envolvidos no ecossistema tenham a oportunidade de partilhar, ouvir e serem ouvidos.

Mais do que impulsionar a inovação, a Web Summit

também mostrou, a empresas e *startups*, as virtudes de estabelecerem relações entre si. As empresas devem estar abertas a trabalhar em conjunto com *startups*, aproveitando sinergias, de forma a vingarem nos seus mercados.

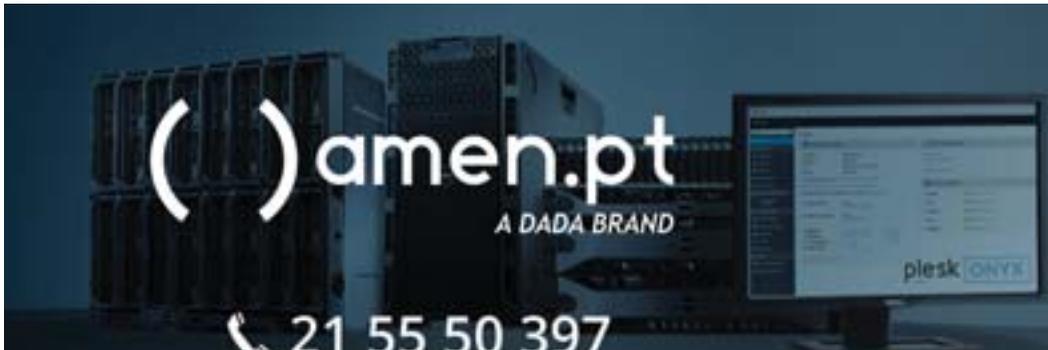
No caso da SIBS, uma empresa que nasceu assente num modelo de cooperação, nunca foi tão importante saber manter e cultivar relações de colaboração. Durante o terceiro ano da Web Summit em Portugal, também o SIBS PAYFORWARD deu início à sua terceira edição. Este programa de inovação da SIBS marcou o ecossistema das *fin-tech* em Portugal, sendo o primeiro acelerador no setor de pagamentos no país, e tem mostrado como as empresas podem beneficiar da partilha de ideias com *startups* – quando construímos algo em conjunto, conseguimos mais inovação.

Resta-nos, portanto, celebrar a oportunidade de termos mais dez anos de impulso em inovação e empreendedorismo, graças à continuidade da Web Summit em Portugal. Aproveitemos, pois, para mostrar que estamos, de facto, à altura deste reconhecimento. Quiçá em 2028 iremos celebrar verdadeiramente uma década mais *cashless*. ●

A partilha de ideias entre empresas e ‘startups’ é benéfica para ambas as partes. Construir em conjunto é criar mais inovação



PUB



SERVIDORES DEDICADOS

SEGURANÇA | DESEMPENHO | FIABILIDADE

Descubra a nossa gama de Servidores Dedicados, Cloud VPS e VPS SSD



sales: comercial@amen.pt

amen.pt

A DADA BRAND

21 55 50 397

ENTREVISTA LUÍS TEIXEIRA Chief Supply Chain Officer e General Manager em Portugal da Farfetch

“Estamos numa indústria que tem muito espaço para crescer”

O crescimento fulgurante já levou a Farfetch à bolsa de Nova Iorque, mas a ambição no “capítulo 2” é a mesma: conquistar grandes mercados como a China, sempre com Portugal no centro da plataforma.

SHRIKESH LAXMIDAS
slaxmidas@jornaleconomico.pt

Menos de dois meses depois da entrada em bolsa, a plataforma online de moda de luxo Farfetch continua focada no dia a dia e na inovação. Na Web Summit, em Lisboa, Luís Teixeira, Chief Supply Chain Officer e General Manager em Portugal, explicou ao Jornal Económico que a atração e retenção de talento é crucial para desenvolver a empresa e que o *Tech Visa* anunciado pelo Governo esta semana vai remover um grande obstáculo.

Quais foram os objetivos da Farfetch na Web Summit deste ano?

A Web Summit é o maior evento global de tecnologia e os objetivos são os mesmos de outras edições. É um ambiente para fazermos *networking* e para trazermos os nossos colaboradores para se inteirarem daquilo que as outras empresas estão a fazer.

Mas, mais do que isso, é também uma oportunidade para nós partilharmos um pouco daquilo que temos vindo a fazer e retribuir alguma coisa ao ecossistema. É fantástico saber que a Web Summit vai estar aqui mais dez anos. São excelentes notícias.

Tem dois cargos na empresa. Começamos por Portugal. A Farfetch é uma empresa luso-britânica, agora cotada em Nova Iorque e com um alcance quase global. Neste momento, qual é o papel da operação em Portugal?

Até junho deste ano tínhamos cerca de três mil colaboradores, sendo que mais de metade estão colocados em Portugal, mas nós vemos a

Farfetch como uma empresa global. Além disso, Portugal continua a ser um centro de excelência, onde temos o nosso centro tecnológico e onde está também a nossa base de operações.

Portanto, sendo estas duas áreas muito importantes, seja uma plataforma tecnológica mas que essencialmente entrega valor aos clientes, seja pela própria tecnologia ou pelos serviços que nós prestamos, é evidente que Portugal é um dos países mais importantes em toda a nossa operação. É o centro de gravidade e o *core* da plataforma.

No evento do ano passado, o vosso CEO disse-nos que a Farfetch ia contratar centenas

“

A China é um mercado com desafios, mas onde estamos dedicados e sabemos que é absolutamente crucial desenvolver a atividade

de pessoas em Portugal este ano. Isso aconteceu? Qual é o plano?

Se olharmos para os números de junho comparados com os do início do ano, claramente esse crescimento aconteceu. Pode-se ver que no primeiro semestre o crescimento foi acentuado, mas nós gostamos mais de nos assumirmos como uma empresa com uma visão muito bem definida, a longo prazo, uma visão que passa por ser a plataforma tecnológica para a indústria de luxo. Olhamos para os primeiros dez anos como o “primeiro capítulo”, durante o qual fizemos muitas coisas interessantes e ultrapassámos muitos desafios. E agora vamos para o “segundo capítulo”, numa indústria que tem muito espaço para continuar a crescer.

Relativamente ao recrutamento, vamos estar sempre interessados em cativar o talento certo e com qualidade. Estamos numa fase em que para nós é muito importante cimentar tudo o que tem sido feito até aqui.

Conseguem reter o talento português?

A realidade é que temos vindo a crescer muito e temos conseguido manter uma marca forte e a imagem que a Farfetch é um lugar ideal para desenvolver competências. Na retenção do talento, neste momento, já temos cerca de 23 nacionalidades, só em Portugal, portanto estamos abertos a captar talento, o melhor talento de todo o mundo.

Gostávamos de referir que vimos com agrado as notícias sobre a aprovação do *Tech Visa*. É fabuloso, já andávamos há dois anos a lutar por isto. Sim, os engenheiros portugueses são muito bons, por

isso é que nós estamos em Portugal e fazemos coisas fantásticas.

O mercado em Portugal começa a atrair cada vez mais empresas estrangeiras, portanto temos que reter os engenheiros. Por um lado temos de fazer com que os portugueses que saíram regressem, mas, por outro lado, temos de continuar a atrair talento e não é por uma questão de quantidade.

Há algumas *skills* tecnológicas que, se calhar, não estão tão desenvolvidas em Portugal como noutros países. Por exemplo, na *Data Science* ou na *DevOps*. Em Portugal não há nenhum negócio de *e-commerce* com um grande volume de transações de dados, como há por exemplo na Índia. A nossa responsável veio da Índia, porque precisávamos de uma *skill* que não existe em Portugal.

Isto não só é bom para as empresas, porque permite continuar a desenvolver a atividade, como também traz conhecimento para o país e servir de *coaching* aos nossos colaboradores.

O *Tech Visa* vai resolver um problema. O processo é muito variável, tanto pode levar dois meses como seis ou oito, e depende de muitos fatores que não compreendemos. Muitas vezes, durante o processo, acabamos por perder as pessoas, porque ninguém quer ficar à espera tanto tempo. Isto vem normalizar o processo. Podermos dizer às pessoas que há este *Tech Visa* e que demora este tempo e é garantido, é muito bom.

Falou do ecossistema de startups. Além de servir de exemplo de sucesso, a Farfetch lançou também um programa de apoio este ano. Como correu?

A Farfetch já não é uma *startup* há



muito tempo, mas não estamos desligados do ecossistema. Este ano lançámos a nossa aceleradora tecnológica, a Dream Assembly, que nos permite retribuir algo ao ecossistema. Está a correr bem, esta semana vai acabar o programa das primeiras dez empresas, e vai ser feito o primeiro demo. Temos tido excelente *feedback*, vamos repetir, é algo que veio para ficar.

Olhando agora para a sua outra função, como é ser Chief Supply Chain Officer de uma empresa como a Farfetch, na qual o supply é tão importante?

Somos uma plataforma eletrónica, mas a plataforma não é só tecnologia. Ligado à tecnologia vêm todos os serviços que prestamos aos clientes, sejam os consumidores ou as marcas ou as boutiques. A tecnologia e as operações vivem em simbiose, sendo que prestamos serviços a todos os clientes da plataforma. Mas são realidades diferentes.

Na tecnologia, temos uma grande parte concentrada em Portugal. Na parte das operações, é mais dividido pelos 13 escritórios que te-



Cristina Bernardo

mos um pouco por todo o mundo. Temos uma estratégia de localização porque estar perto dos mercados nos permite prestar melhor serviço aos clientes. A logística, a *creative operations* e a parte do serviço são três grandes áreas de *Supply Chain Operations* que têm vindo a crescer e que são cruciais.

Qual é a importância da inovação nessa cadeia?

Juntei-me à Farfetch com a missão de fazer algo que nunca tinha sido feito. A missão é gigante porque o facto de sermos líderes e de estarmos a desenvolver uma platafor-

ma numa indústria onde há muito espaço, e não sermos *followers*, significa que em tudo o que fazemos temos de estar sempre a inovar, a experimentar, a testar, a falhar se necessário, e estar sempre dois, três, quatro passos à frente e a uma velocidade mais rápida do que aquela a que a indústria se está a mexer.

Estamos sempre a explorar maneiras de melhorar o nosso processo logístico. A parceria com a JD.com foi bastante importante para beneficiarmos de todo o conhecimento num país tão relevante como a China e onde é muito difícil en-

trar, portanto esse é um bom exemplo de como, com uma inovação, conseguimos fazer e lançar projetos logísticos que outros *players* têm muita dificuldade em fazer e lançar.

Falou na China, como está a decorrer a entrada nesse mercado?

Está a correr muito bem. Neste momento já temos uma equipa na China, temos um mercado que consegue ter autonomia nas decisões e continuar a crescer, onde a oportunidade é ainda maior do que em todos os outros mercados

porque é um mercado onde o *e-commerce* está muito desenvolvido. É um mercado

com desafios, mas onde estamos dedicados, e sabemos que é absolutamente crucial desenvolver a atividade.

A grande notícia este ano foi a entrada em bolsa em Nova Iorque. Como é que isso afetou o funcionamento, a cultura e a identidade da empresa?

É uma pergunta muito interessante [risos]. Eu próprio, antes do IPO, pensei sobre como é que as coisas iriam mudar. E não muda-

ram muito. A visão é a mesma, continuamos com a mesma ambição e encaramos isso como uma marca importante no momento em que a empresa fez dez anos. Todos nós na equipa executiva encaramos isso como o fim do “primeiro capítulo”. Agora vamos ao “capítulo 2”, que vai ser ainda mais interessante e desafiante em termos de responsabilidade para cumprir essa missão.

Uma empresa que anda ao nosso ritmo, que está na vanguarda e quer fazer algo que nunca foi feito, tem de estar focada no dia a dia e não nos mercados. ●

PUB


Opensoft

MAKING LIFE EASIER

www.opensoft.pt



A sua empresa é vulnerável aos riscos cibernéticos?

Contrate o CyberEdge. Uma solução flexível para lidar com o risco cibernético - e com as seguintes consequências.

Na eventualidade de informações confidenciais serem comprometidas, as repercussões para o seu negócio podem ser graves e dispendiosas. É por isso que existe o CyberEdge. Desde à gestão de crises até às investigações legais e aos serviços de restauração de identidade, podemos ajudar a gerir e a mitigar os efeitos de uma violação, para que possa manter o foco no seu negócio.



Bring on tomorrow

Todos os produtos são comercializados por sucursais ou filiais do Grupo AIG, Inc. Alguns dos nossos produtos poderão não estar disponíveis em todos os países ou jurisdições onde atuamos, e estão sujeitos aos termos e condições locais. Para mais informações, visite o nosso site www.aig.com.pt. Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida. As Apólices de Seguro são comercializadas pela AIG Europe Limited - Sucursal em Portugal, com sede na Av. Da Liberdade, n.º 131 3º, 1250-140 Lisboa. Informações e detalhes disponíveis em www.aig.com.pt.