

Estudo mostra que o déficit em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

As empresas consideram a transformação digital como algo absolutamente crucial, mas a maioria ainda não definiu uma estratégia que dote os seus colaboradores das competências necessárias para a literacia digital. Estas são as conclusões de um estudo realizado pela Universidade Técnica de Munique e a SAP. Intitulada como “Skills for Digital Transformation”, a pesquisa reuniu dados de 116 decisores de negócio e de Tecnologias de Informação em 18 países, como uma continuidade do estudo realizado em 2015.

A pesquisa de 2015 apurou que 53% dos entrevistados considerava que os seus colaboradores não possuíam as competências necessárias para uma transformação digital bem-sucedida. Em 2017, este número aumentou para 64%. Possíveis explicações para este aumento são a crescente velocidade da inovação tecnológica e a crescente consciencialização no que à transformação digital diz respeito. Ao longo do tempo, os executivos podem ter desenvolvido um melhor julgamento sobre as necessidades da sua empresa ao nível das competências, assim como uma melhor avaliação daquelas que estão disponíveis internamente.

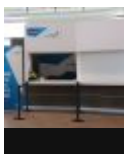
Embora 90% dos entrevistados percecionem a transformação digital como importante para a estratégia de negócio global da empresa, o desenvolvimento de competências específicas é uma raridade. Apenas 16% dos entrevistados levaram a cabo um programa de recrutamento dedicado ou formação para construção de uma base de competências necessárias para moldar o futuro digital da sua empresa. Existe, todavia, um amplo consenso entre os entrevistados quanto ao conjunto de competências digitais necessárias. Para maximizar o potencial de negócio da digitalização, as empresas devem funcionar de forma a incutir aos colaboradores o conhecimento e as

competências necessárias para uma transição perfeita.

“O talento digital ameaça tornar-se no principal obstáculo da digitalização no sector. O défice em competências digitais ainda está entre as principais barreiras à transformação digital,” refere Bernd Welz, vice-presidente e chief knowledge officer, de Produtos e Inovação da SAP. “O investimento na educação e na capacitação dos colaboradores nunca foi tão importante, na medida em que o desenvolvimento da literacia digital na força de trabalho permitirá um caminho contínuo para a transformação digital das empresas.”

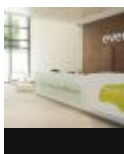
O Prof. Dr. Krcmar, da cadeira de Sistemas de Informação, do Departamento de Informática da Universidade Técnica de Munique, refere: *“Este estudo enfatiza que muitas organizações ainda estão numa fase de orientação para a transformação digital. À medida que as novas tecnologias continuam a surgir, as empresas devem ser proactivas na definição de uma estratégia para a implementação digital que inclua todas as áreas e níveis de negócio.”*

Mais notícias:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

10 [20 Julho, 2017](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



Estudo mostra que o déficit em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)

Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

Novo estudo do Instituto de Transformação Digital da Capgemini, em colaboração com Brian Solis, deteta agravamento do fosso cultural entre gestores e trabalhadores – um aumento de + 7 pontos percentuais nos últimos 6 anos.

A Capgemini, líder mundial em serviços de consultoria, tecnologia e outsourcing, em colaboração com Brian Solis, analista internacional consagrado e especialista do setor digital, anunciam os resultados do estudo [The Digital Culture Challenge: Closing the Employee-Leadership Gap](#).

De acordo com este estudo aprofundado, 62% dos inquiridos considera que a cultura empresarial é o principal obstáculo no processo de transformação digital das empresas e o principal risco de perda de competitividade das empresas no atual contexto de mercado. As conclusões do estudo apontam mesmo para um agravamento do fosso cultural entre gestores e trabalhadores de + 7

pontos percentuais desde 2011- o ano em que a Capgemini iniciou este estudo.

Trabalhadores não consideram que a cultura das suas empresas seja “digital”

O estudo, que inquiriu 1.700 profissionais de 340 empresas sediadas em 8 países, revela uma diferença notável de percepções entre os gestores e os trabalhadores sobre a existência de uma cultura digital dentro das suas empresas. Enquanto 40% dos gestores de topo considera que as suas empresas têm uma cultura digital, apenas 27% dos trabalhadores partilha da mesma opinião. A cultura digital das empresas foi avaliada de acordo com 7 critérios, nomeadamente: práticas de colaboração, inovação, abertura cultural, predisposição para o digital, orientação ao cliente, cultura de dados para fundamentar decisões, agilidade e flexibilidade. A informação recolhida no âmbito deste estudo, permitiu identificar as principais razões que estão na origem desta clivagem: a dificuldade dos gestores criarem e transmitirem de forma clara a visão que têm do digital para as suas empresas; ausência de funções de referência na área do digital e a ausência de indicadores de desempenho (KPI) que permitam aferir com rigor os impactos da transformação digital nas suas organizações e negócios.

Cyril Garcia, Diretor Digital Services do Grupo e membro do Comité Executivo da Capgemini, afirma: *“As tecnologias digitais podem oferecer níveis de valor acrescentado muito significativos, mas só as empresas que adotarem uma cultura digital duradoura poderão explorar este potencial. Para que as empresas possam crescer é fundamental atenuar as diferenças de percepção entre gestores e trabalhadores, no que diz respeito à existência ou não existência de uma cultura digital nas suas organizações. Neste sentido, as empresas deverão motivar, envolver e responsabilizar todos os seus trabalhadores, de modo a poderem realizar efetivamente a mudança cultural que urge fazer. Se as empresas fizerem da cultura digital uma das suas principais prioridades estratégicas, poderão melhorar substancialmente o relacionamento com os seus clientes, atrair mais e melhores talentos e empenharem-se em serem bem-sucedidas no mundo digital dos nossos dias.”*

O estudo patenteia uma profunda falta de sintonia entre os gestores de topo e os trabalhadores em todas as áreas da cultura digital:

- **A inovação ainda não é uma realidade para a maioria das empresas.** Apenas 7% das empresas inquiridas considera que a sua organização tem capacidade para conceber e testar novos conceitos e para os colocar em prática rapidamente. Na mesma linha, apenas 37% dos trabalhadores considera que a sua empresa possui uma cultura centrada na inovação, na experimentação e na assunção de riscos, contra 75% dos quadros dirigentes. Torna-se por isso urgente que as empresas passem a premiar

ativamente as iniciativas de assunção dos riscos e que sejam capazes de criar e oferecer aos seus trabalhadores um ambiente propício à experimentação.

- **Desacordo profundo sobre as práticas de colaboração.** As conclusões do estudo revelam que existem também posições dissonantes entre os gestores e os trabalhadores no que diz respeito às práticas de colaboração. Efetivamente, 85% dos quadros dirigentes considera que as suas empresas promovem as práticas colaborativas, e apenas 41% dos trabalhadores está de acordo com esta afirmação.
- **Os gestores consideram ter uma visão digital, mas os trabalhadores não concordam.** O estudo revela também diferenças significativas no que concerne ao entendimento de uma visão clara sobre o digital. Para 62% dos quadros dirigentes as suas empresas possuem estratégias bem definidas no que toca aos objetivos a alcançar na área do digital. Apenas 37% dos trabalhadores partilha esta opinião.

O estudo sublinha que as empresas não envolvem suficientemente os seus trabalhadores nos processos de mudança cultural. É essencial que as empresas consigam que os seus colaboradores participem ativamente nesta mudança, já que só assim poderão desenvolver uma cultura digital eficaz e acelerar a transformação das suas organizações. Os quadros dirigentes e intermédios devem ter a capacidade de transmitir a sua visão sobre o papel que o digital deve ter nas suas empresas, convertendo-a em objetivos mensuráveis e incentivando as condutas digitais positivas no seio das suas organizações.

Líderes da cultura digital que se destacam

O estudo identificou a existência de um grupo de empresas que se destaca no percurso da transformação digital (34% das empresas inquiridas), obtendo resultados positivos de forma consistente nas sete dimensões da cultura digital. Os gestores das empresas que integram este grupo conseguiram que a cultura desejada fosse completamente adotada pela globalidade dos membros das suas organizações. O Reino Unido, a Suécia e os EUA possuem uma forte representação de líderes em cultura digital (63%, 60% e 56%, respetivamente). No que diz respeito aos setores de atividade, aqueles que possuem a maior percentagem de líderes da cultura digital são: o automóvel (43%), os bens de consumo (38%) e as telecomunicações (32%).

Contrariamente às outras empresas, onde a evolução é mais lenta, as percursoras têm: a tendência de contratar de forma diferente e a privilegiarem qualidades como a criatividade e a autonomia (83% das percursoras contra 29% das suas homólogas); a ajustarem as descrições das funções e os KPIs, de modo a harmonizarem-nos com a sua estratégia de transformação digital (75% contra 17%), bem como a alinharem as suas políticas

remuneratórias com os objetivos da transformação digital (70% contra 13%).

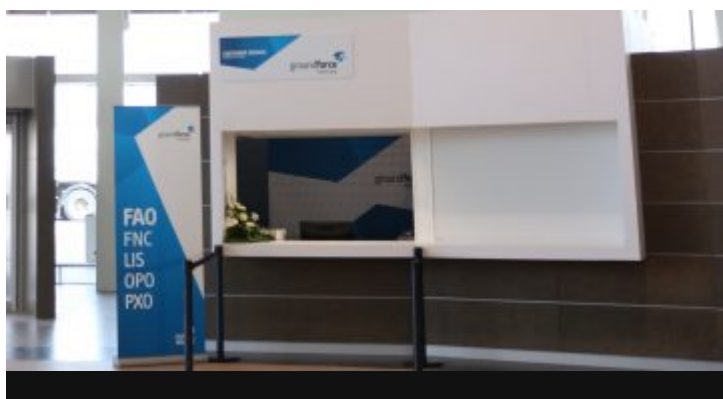
Como criar uma cultura digital?

Paciência, tenacidade e atenção constante são as chaves para criar uma cultura digital e implementar uma verdadeira mudança. O novo estudo elenca vários aspetos essenciais, que as organizações terão que adotar para conseguirem implementar com sucesso uma cultura digital:

- identificar os agentes de mudança capazes de encarnarem a nova cultura digital e promovê-los no seio da empresa;
- definir novos indicadores de desempenho baseados nos novos comportamentos desejados;
- tornar mensurável a mudança cultural;
- investir nas competências digitais que são realmente importantes;
- comunicar de forma clara e expressa a visão para o digital que as chefias possuem e o seu o nível de envolvimento nesta matéria;
- quanto as chefias estão envolvidas nela;
- utilizar as ferramentas de colaboração digital para aumentar a transparência e para interagir com os trabalhadores;
- adotar uma abordagem holística da transformação cultural.

A versão completa do estudo está disponível [aqui](#)

Mais notícias:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

[20 Julho, 2017](#)

10

A Groundforce Portugal, empresa de assistência em escala a passageiros, operações em pista e carga aérea, que opera nos Aeroportos de Lisboa, Porto, Funchal e Porto Santo, retomou a sua ...

[READ MORE →](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



Estudo mostra que o défice em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)

As tecnologias emergentes vão redesenhar a sociedade e a forma como trabalhamos até 2030

Realizing 2030: Sinergias entre humanos e máquinas

Em 2030 todas as organizações terão uma enorme componente tecnológica e como tal as empresas precisam de começar a pensar hoje mesmo na forma como preparam para esse futuro as suas infraestruturas e as suas forças de trabalho, de

acordo com um relatório publicado pela Dell Technologies.

Este estudo, liderado pelo Institute for the Future (IFF) juntamente com 20 especialistas tecnológicos, acadêmicos e do mundo de negócios de todo o mundo, olha para a forma como as tecnologias emergentes como a inteligência artificial, a robótica, a realidade virtual, a realidade aumentada e o cloud computing vão transformar as nossas vidas e a forma como trabalhamos na próxima década. O relatório, intitulado 'The Next Era of Human-Machine Partnerships' oferece ainda uma perspectiva na forma como os consumidores e os negócios se conseguem preparar para uma sociedade em fluxo.

O relatório prevê que as tecnologias emergentes, suportadas por maciços avanços nas áreas de software, big data e poder de processamento, irão moldar as nossas vidas. A sociedade vai entrar numa nova fase na sua relação com máquinas, caracterizada por:

- Eficiência e possibilidades superiores, que ajudam os humanos a ultrapassarem as nossas limitações
- Humanos como “condutores digitais”, num cenário onde a tecnologia funciona como uma extensão das pessoas, ajudando a melhor orientar e gerir as atividades diárias
- O trabalho em função das pessoas. Ao utilizar tecnologias de correspondência baseadas em dados, as organizações conseguem encontrar e angariar talentos em todo o mundo
- Pessoas que aprendem “no momento”, numa altura em que o ritmo de mudança será tão rápido que haverá lugar á criação de novas indústrias e de novas competências necessárias para a sobrevivência

A Dell Technologies acaba de lançar um estudo para ajudar as empresas a navegar num mundo de grande incertezas e a preparar-se para o futuro. Hoje, a disrupção digital está a forçar o redesign das indústrias. Pela primeira vez na história moderna, os líderes globais não conseguem prever a forma como as suas indústrias se vão comportar num futuro próximo. De acordo com o [Digital Transformation Index](#) da Dell, 52 por cento dos principais responsáveis pelas decisões em 16 países tiveram contacto com fortes efeitos disruptivos nas suas indústrias como consequência de tecnologias digitais. Quase um em cada dois negócios acreditam que há a possibilidade de que a sua empresa acabe por se tornar obsoleta num período de três a cinco anos.

“Nunca antes assistimos a tamanha disrupção na indústria. O ritmo da mudança é muito real, e

estamos neste momento num cenário de «ou sim ou sopas». Para dar o salto em frente nesta era de parceiras entre humanos e máquinas, cada negócio terá de se tornar digital, com o software no centro de tudo”, afirma Jeremy Burton, chief marketing officer, Dell. “Mas as organizações terão de se moverem rapidamente e assegurar capacidade nas suas máquinas, preparando a sua infraestrutura e dando mais competências às suas forças de trabalho para permitir e fomentar esta mudança”.

“Estivemos expostos a duas perspetivas extremas sobre as máquinas e o futuro: a questão emocional referente ao desemprego devido à tecnologia ou a demasiado otimística visão de que a tecnologia irá curar todas as nossas doenças sociais e ambientais”, explica Rachel Maguire, research diretor do Institute for the Future. “Temos de focar-nos no que poderá ser esta nova relação entre tecnologias e pessoas e de que forma nos conseguimos preparar para ela. Se nos envolvermos verdadeiramente no trabalho árduo que fomenta o sucesso destas relações entre humanos e máquinas, garantimos que o seu impacto social nos irá enriquecer a todos”.

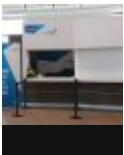
Entre as restantes conclusões do estudo, destaque para:

- Em 2030, a forma como os humanos vão confiar na tecnologia vai envolver uma verdadeira parceria com humanos, disponibilizando competências como a criatividade, a paixão e uma abordagem empreendedora. Este cenário irá permitir alinhar as capacidades das máquinas em oferecerem velocidade, automatização e eficiência, e a produtividade resultante irá permitir novas oportunidades dentro das indústrias e das funções.
- Até 2030 os assistentes de inteligência artificial personalizada e integrada vão ultrapassar o que os assistentes conseguem hoje oferecer. Eles irão olhar por nós de formas automatizadas e preditivas.
- A tecnologia não irá necessariamente substituir os trabalhadores, mas o

processo de encontrar trabalho irá certamente mudar. Este “trabalho” deixará de ser um local para se tornar num conjunto de tarefas. Tecnologias de Machine Learning irão permitir pesquisas por entre as competências e aptidões das pessoas, e as organizações irão perseguir o melhor talento para tarefas específicas.

- Estima-se que 85 por cento dos empregos em 2030 ainda não tenham sido inventados. O ritmo de mudança será tão rápido que as pessoas irão angariar conhecimento “no momento”, usando novas tecnologias como realidade aumentada e realidade virtual. A capacidade de recolha deste conhecimento será mais valiosa que o conhecimento em si.

Outros temas:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

10 [20 Julho, 2017](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)

Inteligência Artificial tem potencial para aumentar a rentabilidade empresarial em 38% até 2035

As empresas que implementarem soluções de Inteligência Artificial (IA) com sucesso poderão aumentar a sua rentabilidade em 38% até 2035, revela um novo estudo da Accenture. A introdução da IA poderá conduzir a um crescimento económico de 14 biliões de dólares adicionais ao Valor Acrescentado Bruto (VAB) de 16 indústrias em 12 economias.

Para capitalizar esta oportunidade, o estudo da Accenture identifica **oito estratégias para a implementação bem-sucedida da IA** que se focam na adoção de uma abordagem centrada no ser humano e na tomada de medidas inovadoras e responsáveis para a aplicação da tecnologia nas empresas e organizações.

“A Inteligência Artificial vai revolucionar o modo como as empresas competem e crescem, representando um novo fator de produção que pode potenciar a rentabilidade empresarial”, realça Paul Daugherty, Chief Technology & Innovation Officer da Accenture. “Para concretizar esta oportunidade, é fundamental que as empresas atuem já no desenvolvimento de estratégias, em torno da IA, que coloquem o fator humano no núcleo central. Além disso, devem apostar no desenvolvimento de sistemas de IA responsáveis alinhados com valores éticos e morais que conduziram a um retorno positivo e que capacite as pessoas para fazer aquilo que melhor sabem – imaginar, criar e inovar”.

O estudo, desenvolvido pela [Accenture Research](#) em colaboração com a [Frontier Economics](#), mede o impacto económico potencial da IA no VAB, uma aproximação do Produto Interno Bruto (PIB) que representa os bens e serviços produzidos. O estudo comparou as taxas de crescimento de 16 indústrias em 2035 a partir dos pressupostos atuais destas economias, e com um cenário que apresenta o crescimento económico esperado com a inteligência artificial integrada nos processos, revelando que a IA tem potencial para aumentar a taxa de crescimento económico numa média ponderada de 1,7 pontos percentuais.

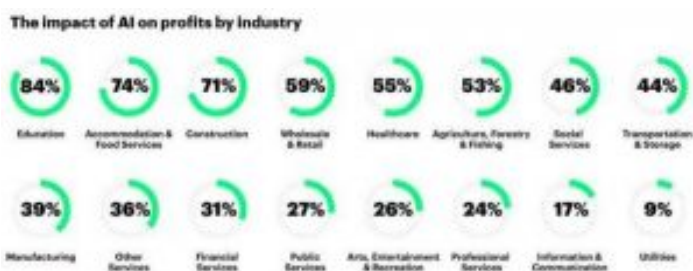
Entre os setores de atividade avaliados, os de informação e comunicação, indústria e os serviços financeiros foram os três que apresentarão as maiores taxas de crescimento do VAB num cenário de IA, com 4,8%, 4,4% e 4,3%, respetivamente, em 2035. Isto traduz-se num valor adicional de 6 biliões de dólares de VAB em 2035 só nestes três setores de atividade. Mesmo as indústrias com força de trabalho mais intensiva, como a educação e os serviços sociais – e onde a produtividade tem um crescimento tradicionalmente baixo – registarão um crescimento significativo de 109 mil milhões de dólares

e de 216 mil milhões de dólares, respetivamente, no VAB.



Taxas de crescimento anuais do Valor Acrescentado Bruto (VAB – uma aproximação realista do PIB), em 2035, comparando um crescimento com base num cenário de inteligência artificial onde a IA foi integrada nos processos económicos do setor.

Analisando especificamente a rentabilidade de cada setor, o estudo mostra que a IA oferece oportunidades sem precedentes. Nos setores com base de força de trabalho intensiva, como o grossista e o de retalho, a IA aumenta a força de trabalho humana, tornando as pessoas mais produtivas, e conduzindo a um crescimento nas receitas de quase 60%. Nos setores de capital-intensivo, como a indústria, a maquinaria potenciada com IA eliminará equipamentos defeituosos e máquinas paradas, promovendo taxas de retorno constantes, resultando num crescimento das receitas de 39% em 2035.



Repartição do lucro por indústria entre o cenário base em 2035 e o potenciado pela IA

Independentemente da indústria, as organizações têm agora uma excelente oportunidade para aplicarem a IA e criarem novas fontes de crescimento, rentabilidade e sustentabilidade. Para se prepararem para um futuro de sucesso com a IA, os líderes empresariais devem ter em conta estas oito estratégias:

- **Estratégia de IA e liderança** – Obter valor da IA requer a adesão e ação

dos quadros de topo da empresa. Ou seja, os seus benefícios devem ser claros para os níveis hierárquicos mais elevados e é essencial um manual de procedimentos.

- **Reinventar os Recursos Humanos em RH IA** – O papel do Diretor de RH não será ser apenas o de mero gestor dos colaboradores humanos da empresa, mas evoluirá para a gestão da interação homem-máquina – os Recursos Humanos em Inteligência Artificial.
- **Aprender com máquinas** – Para adaptar os negócios à natureza variável da aprendizagem e formação dos colaboradores, os líderes empresariais devem concentrar-se nas necessidades da sua força de trabalho, em particular no que toca ao desenvolvimento das suas capacidades.
- **Nomear um *chief data supply chain officer*** – esta nova função será necessária para construir uma cadeia de valor integrada com dados transversais a toda à empresa.
- **Criar uma cultura de IA aberta** – Confiança, abertura e transparência são fundamentais para que as relações homem-máquina funcionem bem; os líderes empresariais devem moldar a cultura da empresa e as suas diretrizes de forma a minimizar os riscos de uma força de trabalho híbrida, ao mesmo tempo que maximizam as suas oportunidades.
- **Passar tudo para a cloud** – A próxima fase da inovação combinará dados gerados por todos os colaboradores na cloud com os recursos da IA para criar novas e disruptivas oportunidades de negócio.
- **Ir além da automação** – Com os recentes avanços da IA, as empresas têm que dar um passo em frente para aproveitar a inteligência artificial das máquinas dinâmicas, autodidatas e autónomas.
- **Mudar os algoritmos de medição de retorno** – Ao contrário dos ativos tradicionais, que se depreciam ao longo do tempo, os ativos IA ganham valor com o passar do tempo, de modo que os CFOs precisarão de novas métricas financeiras para avaliar adequadamente o “Retorno em IA”, que poderá incluir o valor gerado por cada algoritmo ou uma combinação entre a despesa inicial e custos contínuos.

“É evidente que as organizações em todas as indústrias têm grandes oportunidades para aplicar a IA gerando benefícios notáveis”, salienta Nuno Pignatelli, Vice-Presidente da Accenture Portugal. “Ao otimizar processos com automação inteligente, aumentar o trabalho humano e o capital físico e impulsionar inovações, a IA pode gerar uma expressiva e duradoura rentabilidade e crescimento económico”.

Para aceder ao estudo *How AI Boosts Industry Profits and Innovation*, visite www.accenture.com/aiboostsprofits

Mais notícias:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho



ATUALIDADEEMPRESAS

everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento



Estudo mostra que o déficit em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações



ATUALIDADEMERCADO DE TRABALHOTECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

REALIZING 2030

THE HUMAN MACHINE PARTNERSHIP

Our relationship with machines and technology has shaped our modern existence. Now, with 2030 in our sights, we must utilize all that we have created by infusing our greatest assets: intuition, emotion, and creativity – fully realizing the potential of the human-machine partnership.

As tecnologias emergentes vão redesenhar a sociedade e a forma como trabalhamos até 2030



Inteligência Artificial tem potencial para aumentar a rentabilidade empresarial em 38% até 2035

Millennials e mulheres colocam equilíbrio entre vida profissional e pessoal no topo das prioridades

Um bom equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, assim como um ambiente laboral agradável é enumerado por um cada vez maior número de trabalhadores, particularmente *millennials* e mulheres, como fatores decisivos na hora de escolher a empresa onde trabalhar. De acordo com o abrangente estudo “Randstad Employer Brand Research 2017” promovido pela Randstad com a Kantar TNS, não basta um bom ordenado e segurança laboral para atrair os melhores colaboradores.

A nível global, os funcionários consideram que existir um equilíbrio entre a vida laboral e a privada é um fator cada vez mais relevante, tendo subido do 4º ao 3º lugar no ranking da lista de prioridades, comparativamente ao ano passado. São maioritariamente as mulheres e os *millennials* que tendem a olhar para além das qualidades de remuneração e da segurança laboral, preferindo um ambiente de trabalho positivo. “Com o objetivo de atrair funcionários motivados e envolvidos, as organizações não devem esquecer a importância de criar um bom equilíbrio entre o trabalho e a vida privada, promovendo uma atmosfera de trabalho agradável” explica **José Miguel Leonardo**, CEO da Randstad Portugal.

Não basta um bom salário

Receber um salário sólido e ter uma segurança no trabalho garantida a longo-prazo são mencionados por 58% e 46% dos inquiridos (respetivamente) como atributos importantes para o nível de atratividade de uma organização. Logo de seguida, 45% dos inquiridos aponta para um bom equilíbrio entre a vida profissional e a privada e 43% um ambiente de trabalho agradável como elementos imprescindíveis para trabalhar numa empresa.

Tecnologia, ITs e Ciências da Vida são os setores mais atrativos

Segundo o “Randstad Employer Brand Research 2017”, o sector tecnológico, ITs e Ciências da Vida são considerados como tendo maior atratividade laboral.

Serviços Financeiros, Bens de Consumo Rápido (FMCG), Logística, Serviços e Hospitalidade apresentam, respetivamente, 41%, 40%, 40%, 38% e 33% das preferências dos inquiridos. Nestes setores, 8 em cada 10 trabalhadores considerariam a hipótese de mudar de área por diversas razões. 27% afirma não estar muito envolvido ao seu setor atual, 33% mudariam de emprego caso os salários e os benefícios fossem, pelo menos, semelhantes aos do seu trabalho atual.

Perceção em relação ao trabalho automático e à necessidade de formação

Um número significativo de entrevistados em todo o mundo afirma que a automação terá um efeito positivo no seu emprego atual. Apenas 40% considera que não.

Uma vez que o trabalho automático reduz as tarefas de rotina e liberta tempo para que os trabalhadores se dediquem a projetos mais desafiantes, também fará com que determinadas competências fiquem obsoletas. Como consequência, as empresas podem precisar de recorrer à formação. Quando questionados sobre a sua posição em relação à necessidade de formação, 58% dos funcionários em todo o mundo ficariam satisfeitos, desde que o salário se mantenha ou aumente.

Para obter downloads adicionais (fotografias e vídeos, infografias, apresentações, entre outros) e informações detalhadas, por favor visite <https://www.randstad.com/workforce-insights/employer-brand-research/>

Sobre o “Randstad Employer Brand Research 2017”: O “Randstad Employer Brand Research 2017” é o estudo mais independente, abrangente e abrangente de *employer branding*, capaz de identificar os empregadores mais atrativos entre milhares de empresas. Mais do que um ranking ou uma eleição, o “Randstad Employer Brand Research 2017” fornece *insights* sobre as perceções e *drivers*

de escolha de potenciais funcionários, tendo em conta as preferências dos indivíduos em relação a certa indústria ou empresa e as motivações individuais no que toca a procurar outro emprego ou a manter-se no mesmo.

Mais notícias de interesse:



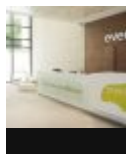
Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

[20 Julho, 2017](#)

10

A Groundforce Portugal, empresa de assistência em escala a passageiros, operações em pista e carga aérea, que opera nos Aeroportos de Lisboa, Porto, Funchal e Porto Santo, retomou a sua ...

[READ MORE →](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



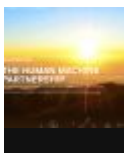
Estudo mostra que o défice em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)



As tecnologias emergentes vão redesenhar a sociedade e a forma como trabalhamos até 2030

26 [20 Julho, 2017](#)

AKI aumenta salário mínimo para 602€

ORDENADO DE ENTRADA NA EMPRESA DE BRICOLAGE É CERCA DE 8% SUPERIOR AO SALÁRIO MÍNIMO NACIONAL

É já a partir de julho deste ano, que o AKI aumenta o salário mínimo de admissão para 602 euros. Com este acréscimo, o AKI, que já pagava um ordenado base de entrada acima do ordenado mínimo, vai remunerar todos os colaboradores que se enquadram neste escalão 8% acima do salário mínimo nacional.

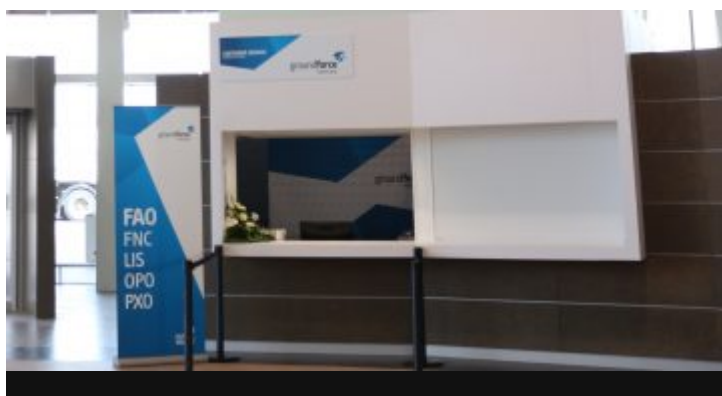
Para Sandra Barranquinho, este aumento da remuneração enquadra-se na estratégia global de “melhoria contínua das políticas de remuneração e incentivos da empresa”. A diretora de recursos humanos do AKI sublinha ainda: “pretendemos ser uma empresa de pessoas para pessoas e, por isso, as nossas Políticas de Recursos Humanos assumem uma importância real na nossa estratégia empresarial”

As políticas de remuneração do AKI incluem políticas como o prémio de progresso trimestral e o “acionariado para todos”, bem como, a distribuição de 16% dos lucros anuais pelos colaboradores; seguro de saúde e de vida e descontos e vantagens exclusivas através de 1500 protocolos com outras entidades (clube Proximidade).

Para além disso, a empresa aposta fortemente em estratégias concretas de “engagement”, sendo disso exemplo, o projeto INOVAKI – um acelerador de ideias dos colaboradores para implementação concreta – a formação contínua de todos os Colaboradores que complementam os seus planos de desenvolvimento individuais.

O AKI continua a executar o seu plano de expansão até 2020, tendo o objetivo de duplicar o parque de lojas, passando das atuais 35 para 64. Com um investimento de 100 milhões de euros, o plano passa por abrir lojas em zonas de influência na ordem dos 20 mil habitantes. Para acompanhar esta expansão, espera-se o crescimento da equipa AKI com a criação de mais 670 postos de trabalho líquidos, atingindo-se os dois mil colaboradores.

+ News :



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

[20 Julho, 2017](#)

10

A Groundforce Portugal, empresa de assistência em escala a passageiros, operações em pista e carga aérea, que opera nos Aeroportos de Lisboa, Porto, Funchal e Porto Santo, retomou a sua ...

[READ MORE →](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



Estudo mostra que o défice em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)

Lisboa é uma cidade pouco dispendiosa para expatriados a nível global

ESTUDO GLOBAL MERCER SOBRE CUSTO DE VIDA 2017 – RANKING DE CIDADES

Lisboa desce no ranking das cidades mais caras do Mundo

Num Mundo em rápida mudança, a mobilidade tornou-se um elemento chave para a estratégia global de gestão e retenção de talento das multinacionais. Para apoiar o crescente número de colaboradores expatriados que são destacados para um número cada vez maior de localizações, as organizações centram-se na avaliação das missões internacionais sob uma perspetiva cultural, preparando-se para movimentações regionais e alterando simultaneamente as políticas de compensação para se manterem competitivas. Ao mesmo tempo que as organizações enfrentam estes desafios, esforçam-se para satisfazer as necessidades da sua

força de trabalho e para apoiar a carreira dos seus colaboradores. De acordo com o **Estudo da Mercer – 2017 Global Talent Trends**, salários justos e competitivos, bem como oportunidades de promoção estão no topo das prioridades dos colaboradores este ano – uma conclusão que decorre do atual clima de incerteza e de mudança.

Como resultado, as multinacionais estão cuidadosamente a avaliar os custos dos pacotes de expatriados para os seus colaboradores internacionais. O 23º estudo anual da Mercer – *Cost of Living* – revela que fatores como a instabilidade dos mercados imobiliários e a inflação de bens e serviços contribuem para o custo total das expatriações no atual ambiente global.

“A globalização dos mercados está a ser cada vez mais monitorizada com um número crescente de empresas a promoverem uma estratégia assente na mobilidade internacional dos seus colaboradores para promover a experiência de futuros gestores”, refere Diogo Alarcão, CEO da Mercer Portugal. **“Existem inúmeras vantagens em enviar colaboradores para o estrangeiro, independentemente de se tratar de missões de longa ou de curta duração, incluindo desenvolvimento de carreira através de uma experiência global, criação e transferência de competências e realocação de recursos.”**

De acordo com o 23º estudo global sobre o Custo de Vida de 2017 da Mercer (Cost of Living Survey), Lisboa desceu três posições no ranking, passando da 134ª posição em 2016, para o 137º lugar este ano, permanecendo como uma cidade relativamente pouco dispendiosa para expatriados a nível global.

Segundo o mesmo estudo, as cidades asiáticas e europeias – particularmente Hong Kong (2), Tóquio (3), Zurique (4), e Singapura (5) – lideram a lista das cidades mais caras para expatriados.

A cidade mais cara, devido ao preço dos bens e à segurança, é Luanda, a capital de Angola. As outras cidades que fazem parte do top 10 do estudo da Mercer são Seul (6), Genebra (7), Xangai (8), Nova Iorque (9), e Berna (10). As cidades menos caras para os expatriados, de acordo com o estudo da Mercer, são: Tunis (209), Bishkek (208), e Skopje (206).

O estudo da Mercer é um dos mais abrangentes a nível mundial e foi especificamente desenhado para ajudar as empresas, as organizações e os governos a definirem os subsídios de remuneração para os seus colaboradores expatriados. Os movimentos cambiais têm como referência o dólar norte-americano. O estudo inclui 209 cidades de cinco continentes e determina o custo comparativo de mais de 200 itens em cada local, incluindo alojamento, transporte, comida, roupa, bens domésticos e entretenimento.

“Apesar de historicamente a mobilidade, a gestão de talento e a compensação serem geridas de forma independente, as organizações estão a adotar atualmente uma abordagem mais holística para melhorarem as suas estratégias de mobilidade. É importante garantir a competitividade da compensação em processos de expatriamento e, por isso, as políticas de mobilidade devem ser determinadas com base no custo de vida, na moeda e na localização”, comenta Diogo Alarcão.

As Américas

As cidades norte-americanas são os locais mais caros do continente Americano, com Nova Iorque (9) a liderar a tabela das cidades mais caras, subindo dois lugares neste ranking face ao ano passado. Seguem-se São Francisco (22) e Los Angeles (24), que subiram quatro e três lugares, respetivamente. Entre as restantes maiores cidades dos EUA, Chicago (32) subiu duas posições, Boston (51) caiu quatro lugares, e Seattle subiu sete posições. Portland (115) e Winston Salem (140) mantêm-se como as cidades menos caras desta avaliação para expatriados nos EUA.

Na América do Sul, as cidades brasileiras de São Paulo (27) e do Rio de Janeiro (56) aumentaram cerca de 100 posições no ranking, respetivamente, devido à subida do real face ao dólar norte-americano. Buenos Aires, a capital da Argentina, ocupa a 40ª posição, seguida por Santiago (67) e Montevideu, Uruguai (65), que subiram quarenta e um e cinquenta e quatro lugares no ranking, respetivamente. Entre as outras cidades da América do Sul que entraram na lista das cidades mais caras para expatriados, destaque para Lima (104) e Havana (151). Caindo da 94ª posição, San Jose, Costa Rica (110) foi a cidade que registou a maior descida na região, pelo facto de o dólar ter subido face ao cólon da Costa Rica. Caracas, na Venezuela, foi excluída do ranking devido à complexa situação monetária.

Trinta e cinco lugares acima da posição conseguida o ano passado, Vancouver (107) ultrapassou Toronto (119) para se tornar a cidade mais cara do Canadá neste ranking, seguida de Montreal (129) e Calgary (143). Em 152º lugar, Otava é a cidade menos dispendiosa do Canadá. **“O dólar canadiano valorizou e deu origem a algumas subidas no ranking deste ano”, explica Tiago Borges.**

Europa, Médio oriente e África

Apenas três cidades suíças permanecem na lista das 10 cidades mais caras para expatriados. Zurique (4) permanece a cidade europeia mais cara deste ranking, seguida por Genebra (7) e Berna (10). Moscovo (14) e São Petersburgo (36) subiram cinquenta e três e cento e dezasseis lugares face ao ano passado, respetivamente, devido à forte valorização do rublo em relação ao dólar e ao custo de bens e serviços. Entretanto, Londres (30), Aberdeen (146) e Birmingham (147) caíram treze, sessenta e um e cinquenta e um lugares, respetivamente, como resultado do enfraquecimento da libra face ao dólar norte-americano, após o Brexit. Copenhaga (28) caiu quatro lugares de 24 para 28. Oslo (46) subiu treze posições face ao ano passado, e Paris caiu dezoito lugares fixando-se na 62ª posição.

Houve mais cidades da Europa Ocidental a caírem neste ranking, maioritariamente devido ao enfraquecimento das moedas locais face ao dólar dos EUA. É o caso de Viena (78) e Roma (80) que desceram da 24ª e 22ª posições, respetivamente. As cidades alemãs de Munique (98), Frankfurt (117), e Berlim (120) registaram quedas significativas, bem como Dusseldorf (122) e Hamburgo (125).

Como resultado da depreciação de moedas locais face ao dólar dos EUA, algumas cidades da Europa Oriental e Central, incluindo Praga (132) e Budapeste (176) caíram no ranking, enquanto Minsk (200) e Kiev (163) subiram quatro e treze pontos, respetivamente, apesar dos valores de alojamento estáveis nesses locais.

No 17º lugar do ranking, Tel Aviv subiu duas posições face ao ano passado e continua a revelar-se a cidade mais cara do Médio Oriente para expatriados, seguida pelo Dubai (20), Abu Dabi (23) e Riade (52), que também subiram posições na tabela deste ano. Jidá (117), Mascate (92), e Doa (81) estão entre as cidades mais acessíveis da região. Cairo (183) é a cidade menos dispendiosa da região, tendo caído noventa e duas posições, comparativamente ao ano passado, após uma grande desvalorização da moeda local.

São ainda algumas as cidades africanas que mantêm um lugar de destaque no estudo deste ano, refletindo o elevado custo de vida e dos bens para os colaboradores expatriados. Luanda (1) ocupa o primeiro lugar deste ranking, não só como a cidade mais cara de todo o continente africano para os expatriados, mas também de todo o Mundo, apesar da desvalorização da sua moeda face ao dólar dos EUA. Logo a seguir a Luanda surge Vitória (14), Djamena (16) e Kinshasa (18). A cidade de Tunis cai seis pontos para o 209º lugar, revelando ser a cidade menos dispendiosa da região e no geral.

Ásia Pacífico

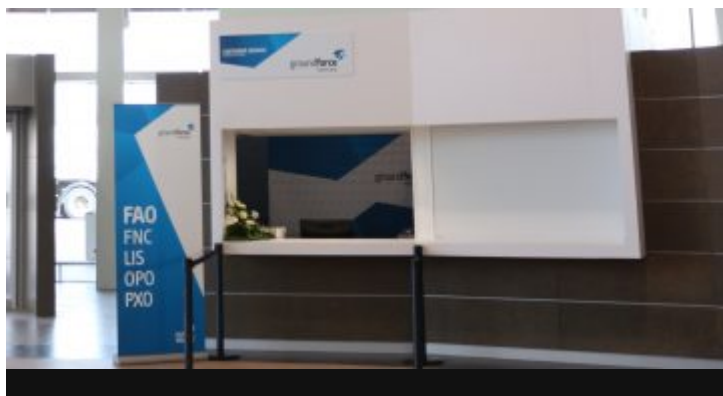
Cinco das 10 principais cidades do ranking deste ano são asiáticas. Hong Kong (2) é a cidade mais cara, graças ao facto de a sua moeda estar indexada ao dólar norte-americano, o que elevou o custo do alojamento local. Segue-se a este centro financeiro global, Tóquio (3), Singapura (5), Seul (6) e Xangai (8).

Todas as cidades australianas registaram uma subida no ranking mundial face ao ano passado devido à valorização do dólar australiano. Sidney (25), a cidade mais cara da Austrália para expatriados, subiu dezassete lugares no ranking, juntamente com Melbourne (46) e Perth (50), que subiram vinte e cinco e dezasseis lugares, respetivamente.

A cidade mais cara da Índia, Mumbai (57), escalou vinte e cinco lugares no ranking devido ao seu rápido crescimento económico, à inflação de bens e serviços e ao facto de a Índia ter uma moeda estável face ao dólar. Logo a seguir à cidade mais populosa da Índia surge Nova Deli (99) e Chennai (135), que subiram trinta e um e vinte e três lugares neste ranking, respetivamente. Bangalore (166) e Calcutá (184), são as cidades indianas menos caras, mas ainda assim subiram também no ranking.

Entre as restantes cidades asiáticas, destaque para Bangucoque (67) que subiu sete lugares face ao ano passado. Jacarta (88) e Hanói (100) também escalaram cinco e seis lugares neste ranking, respetivamente. Carachi (201) e Biqueque (208) mantêm-se como as cidades menos dispendiosas da região para expatriados.

Mais notícias de interesse:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos

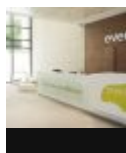
postos de trabalho

[20 Julho, 2017](#)

10

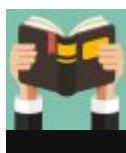
A Groundforce Portugal, empresa de assistência em escala a passageiros, operações em pista e carga aérea, que opera nos Aeroportos de Lisboa, Porto, Funchal e Porto Santo, retomou a sua ...

[READ MORE →](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



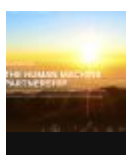
Estudo mostra que o défice em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)



As tecnologias emergentes vão redesenhar a sociedade e a forma como trabalhamos até 2030

26 [20 Julho, 2017](#)



Inteligência Artificial tem potencial para aumentar a rentabilidade empresarial em 38% até 2035

28 [20 Julho, 2017](#)

ManpowerGroup desenvolve tecnologia que avalia a motivação dos indivíduos para o desenvolvimento contínuo de aptidões profissionais

ManpowerGroup desenvolve tecnologia para avaliar o “quociente de aprendizagem”

A ManpowerGroup acaba de desenvolver um *software* que disponibiliza um serviço de avaliação visual para identificar Quociente de Aprendizagem (*Learnability Quotient*) de cada pessoa analisada, providenciando informação relevante sobre a motivação da pessoa avaliada para o desenvolvimento contínuo de aptidões profissionais e sobre o estilo de aprendizagem mais eficaz em cada caso concreto.

Esta solução tecnológica foi desenvolvida pela ManpowerGroup em parceria com a Hogan X – nova divisão analítica da Hogan Assessments, líder em avaliações de personalidade -, oferecendo benefícios evidentes para os indivíduos e as empresas que a ela recorram.

No caso dos indivíduos, a avaliação com o novo *software* possibilitará uma melhor compreensão dos perfis ideais de aprendizagem e providenciará os recursos mais eficazes para ajudar a melhorar a capacidade de aprendizagem.

Quanto às empresas, as vantagens são também óbvias.

Desde logo possibilita a tomada das melhores decisões relacionadas com o desenvolvimento dos seus recursos humanos, isto baseado no conhecimento mais aprofundado da agilidade/mobilidade das pessoas e no cálculo sobre a motivação para o desenvolvimento pessoal de cada um.

Refira-se que os resultados das avaliações realizadas com recurso ao novo *software* são expressos em três dimensões: “aventureiro”, com vontade intrínseca de explorar; “intelectual”, com motivação para aprender; e “não convencional”, com desafio ao *satus quo*.

É pois esta descoberta dos traços dominantes de personalidade perante a *learnability que se revela decisiva para o sucesso de pessoas e empresas: “É tempo de olhar novamente para a forma como motivamos, desenvolvemos e retemos os colaboradores. No ambiente de constante mudança em que vivemos, *learnability* é o bilhete para o sucesso profissional, tanto para empresas como para as pessoas”, assegura Mara Swan, Vice-Presidente Executiva da área de Estratégia Global e Talento da ManpowerGroup.**

De facto, num ambiente de mercado dinâmico, é importante que as pessoas procurem o desenvolvimento contínuo de aptidões para garantirem que se mantêm atrativas para os empregadores, e que as empresas adotem processos e tecnologias que permitam aos seus colaboradores a aquisição de novas aptidões.

Em suma, o Quociente de Aprendizagem (*Learnability Quotient*), agora desenvolvido pela ManpowerGroup, constitui uma nova abordagem para as pessoas avaliarem os seus estilos de aprendizagem e receberem recomendações que contribuem para o seu desenvolvimento e envolvimento, ao mesmo tempo que disponibiliza informações e perspetivas, válidas e orientadas pelos dados recolhidos, que permitem caracterizar um amostra da população ativa.

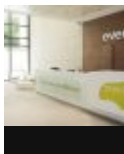
**Learnability* consiste “no desejo e capacidade de evoluir rapidamente e adaptar o nosso conjunto de competências para nos mantermos empregáveis ao longo do nosso percurso profissional”.

Outras notícias de interesse:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

10 [20 Julho, 2017](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)



Estudo mostra que o défice em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

23 [20 Julho, 2017](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

43 [20 Julho, 2017](#)

Novo contact center da Randstad em Elvas

A Câmara Municipal de Elvas e a Randstad Portugal assinaram, esta segunda-feira, o protocolo de colaboração para a instalação de um *contact centre* para a prestação de serviços em língua espanhola. Este protocolo representa a criação de um centro de competências especializado nesta cidade Alentejana e ao mesmo tempo uma resposta à elevada taxa de desemprego desta região, uma vez que terá a capacidade de gerar 100 postos de trabalho diretos.

A sessão que marcou o arranque formal deste projeto decorreu no Museu de Arte Contemporânea e contou com a presença do presidente da Câmara Municipal de Elvas, Nuno Mocinha, e do CEO da Randstad Portugal, José Miguel Leonardo.

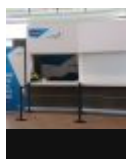
A instalação do *contact centre* em Elvas constitui uma aposta na criação de emprego, na dinamização económica desta região e na qualificação dos seus recursos humanos. O projecto prevê a possibilidade de aquisição de conhecimentos na língua espanhola. Em parceria com o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), a Randstad disponibiliza formação de aperfeiçoamento do Espanhol aos candidatos que tiverem conhecimentos básicos no idioma e pretendam integrar o projeto.

A localização do contact center já está definida e a Randstad vai colocar numa primeira fase 30 pessoas em formação inicial. O centro terá a capacidade para cerca de 100 postos de trabalho, estando previsto que, até ao final do 1º Semestre de 2018, sejam criados mais de 60.

Para José Miguel Leonardo, CEO da Randstad Portugal, “este é um projeto que aposta nas pessoas e na criação de emprego numa zona de interior, com muito potencial. Para a Randstad é parte da nossa estratégia, depois de já termos chegado a várias cidades do interior ao longo dos últimos meses e para mim em especial ainda tem um impacto maior, pois nasci em Elvas e é com especial orgulho que contribuo também para o seu desenvolvimento”. O CEO da empresa de recursos humanos reforça ainda que “além dos postos de trabalho criados, o projeto destaca-se pela qualificação dos recursos humanos, com a formação técnica e ao nível da língua espanhola”.

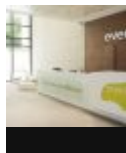
Este protocolo de colaboração vai permitir à Randstad responder às necessidades de contact center e shared services de empresas Ibéricas e outras, com necessidades destes serviços em fluência espanhola.

Mais notícias:



Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

10 [20 Julho, 2017](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

11 [20 Julho, 2017](#)

Accenture inaugura Centro de Tecnologia em Braga

A Accenture, empresa líder mundial em serviços profissionais nas áreas de estratégia, consultoria, digital, tecnologia e operações, inaugurou este mês, na presença de S.E. Primeiro-Ministro de Portugal, António Costa, um novo Centro de Tecnologia, em Braga, com uma centena de profissionais altamente qualificados.

Contratados recentemente nas Universidades nacionais, o *Braga Delivery Center* irá duplicar a sua capacidade até ao final do próximo ano, reforçando assim o compromisso da Accenture com a criação de emprego especializado e promoção do talento em Portugal.

O novo Centro representa uma forte aposta da Accenture a nível nacional na inovação, conhecimento especializado e desenvolvimento de competências tecnológicas, e tem como missão prestar serviços de alto valor acrescentado, para apoiar as organizações clientes em Portugal, Europa, África, América do Norte e América Latina.

Integrado na rede de centros globais de tecnologia da Accenture, o *Braga Delivery Center* será o segundo Centro de Tecnologia da Accenture instalado em

Portugal. O *Lisbon Delivery Center*, inaugurado em Janeiro de 2013, conta já com 400 profissionais, que se juntam aos 175,000 profissionais dos 50 *Delivery Centers* da Accenture em todo o mundo.

“Com a criação deste Centro pretendemos continuar a apoiar os nossos clientes, capitalizando a rede global da Accenture e beneficiando das nossas capacidades únicas em gestão e tecnologias de informação. Por isso mesmo, Braga é o local ideal, enquanto capital do Minho, com enorme potencial, universidades de excelência e um grande polo de talento nas áreas de Engenharia e Informática. É uma cidade de empreendedores onde se respira inovação e excelência, com uma das populações mais jovens da Europa”, refere José Gonçalves, Presidente da Accenture Portugal.

“Este novo Centro de tecnologia da Accenture pretende ainda contribuir para a criação de emprego altamente qualificado e especializado, reforçando a nossa aposta na exportação de serviços a partir de Portugal”, conclui o Presidente da Accenture.

O novo Centro de Tecnologia da Accenture localiza-se no Pólo de Negócios de Braga.

Mais notícia:



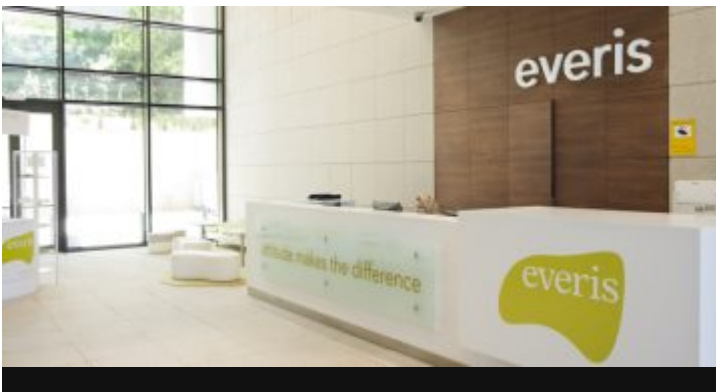
Groundforce regressa ao Aeroporto de Faro e cria 140 novos postos de trabalho

[20 Julho, 2017](#)

10

A Groundforce Portugal, empresa de assistência em escala a passageiros, operações em pista e carga aérea, que opera nos Aeroportos de Lisboa, Porto, Funchal e Porto Santo, retomou a sua ...

[READ MORE →](#)



everis reforça aposta em Portugal com alargamento do Centro de Alto Rendimento

[20 Julho, 2017](#)

11

A everis anunciou o alargamento do seu Centro de Operações de Alto Rendimento de Lisboa prestando agora serviços de nearshoring para 6 países da Europa na área de desenvolvimento de ...

[READ MORE →](#)



Estudo mostra que o déficit em competências digitais se mantém como o principal desafio para as organizações

[20 Julho, 2017](#)

23

As empresas consideram a transformação digital como algo absolutamente crucial, mas a maioria ainda não definiu uma estratégia que dote os seus colaboradores das competências necessárias para a literacia digital. ...

[READ MORE →](#)



Novo estudo da Capgemini revela: cultura empresarial é o principal obstáculo à transformação digital

[20 Julho, 2017](#)

43

Novo estudo do Instituto de Transformação Digital da Capgemini, em colaboração com Brian Solis, deteta agravamento do fosso cultural entre gestores e trabalhadores – um aumento de + 7 pontos ...

[READ MORE →](#)
