

</DATA>

with PURPOSE

SUMMIT

BOOK DIGITAL

2.^a Edição

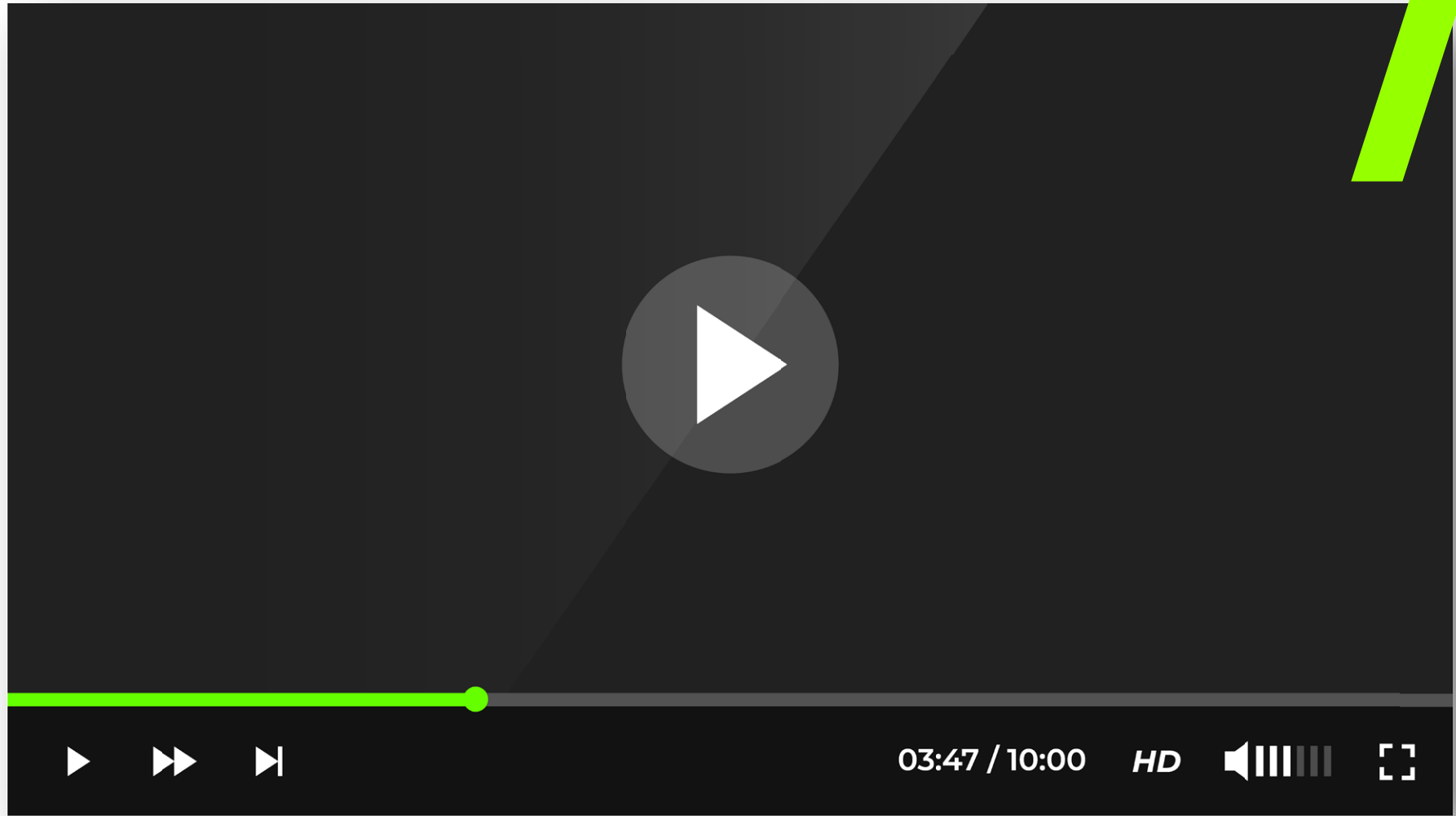
**time
to //reconnect**

NOVA
IMS
Information
Management
School

</DATA>

with PURPOSE

SUMMIT



time
to //reconnect

O poder dos dados

Visão e desafios



Miguel Castro Neto
Dean da NOVA IMS

Vivemos numa era sem precedentes no que diz respeito à produção de dados. Diariamente, o mundo gera cerca de 2,5 quintilhões de bytes de dados – a unidade seguida de 30 zeros! – com 90% desses dados tendo sido criados nos últimos dois anos, oriundos de fontes tão diversas como redes sociais, transações financeiras, sensores de IoT e dispositivos móveis. Esta tendência indica que até 2025, poderemos alcançar os 175 zetabytes de dados armazenados, um salto monumental comparado com os 33 zetabytes em 2018. Para contextualizar, 175 zetabytes equivalem a aproximadamente 175 mil milhões de terabytes, uma capacidade suficiente para armazenar 23 mil milhões de filmes em alta definição.

Perante este vasto volume de dados, surge uma questão central: como podemos extrair valor efetivo desta imensidão? A solução passa pela utilização de ferramentas emergentes como a Inteligência Artificial (IA) e o Big Data, que são essenciais para analisar e interpretar grandes quantidades de informação, permitindo identificar padrões, antecipar tendências e fundamentar decisões.

Contudo, apesar das vastas oportunidades, enfrentamos diversos desafios. A qualidade dos dados é uma das principais preocupações, sendo que, de acordo com a IDC, 29% dos gestores globais apontam a disponibilidade e qualidade dos dados como o maior obstáculo, uma vez que dados de má qualidade podem conduzir a interpretações erradas e decisões inadequadas.

A segurança e a privacidade dos dados são também questões críticas. O crescimento do volume de dados aumenta as ameaças cibernéticas e os riscos de uso indevido de informações sensíveis. É essencial que a proteção dos dados e a salvaguarda da privacidade dos utilizadores estejam integradas nas estratégias de gestão desde o início.

Outra barreira significativa é a interoperabilidade dos dados. A partilha e integração de dados entre diferentes sistemas pode impulsionar a inovação, mas frequentemente encontra obstáculos devido a padrões incompatíveis e a uma

falta de colaboração entre setores. A recente pandemia da COVID-19 demonstrou a importância da interoperabilidade na resposta a crises.

A regulamentação é crucial para assegurar uma utilização ética dos dados, mas deve ser balanceada de forma a não restringir a inovação. Encontrar um equilíbrio entre proteção dos dados e liberdade para inovar representa um desafio complexo, porém necessário para um desenvolvimento sustentável.

Por fim, a literacia digital é essencial em todos os níveis organizacionais. Compreender e saber operar com dados tornou-se uma competência fundamental. O investimento na formação e capacitação dos colaboradores é decisivo para o sucesso na era digital.

Formar talentos

Neste cenário, a NOVA Information Management School (NOVA IMS) assume um papel preponderante. Sendo a única instituição em Portugal dedicada exclusivamente ao ensino da Ciência de Dados, abrange desde a conceção de sistemas de informação até à gestão e análise de dados em IA. As licenciaturas em Sistemas e Tecnologias de Informação, Ciência de Dados e Gestão de Informação são apenas alguns exemplos dos programas que preparam os estudantes para os desafios e oportunidades do futuro digital.

Além disso, oferecemos uma vasta gama de pós-graduações e mestrados em áreas como Gestão de Informação, Data Science, Data Driven Marketing, Geo Informatics, Saúde, entre outras, destacando-se no cenário educacional pela formação de profissionais altamente qualificados. A parceria com mais de 50 grandes empresas, tanto nacionais como internacionais, sublinha a relevância e a procura pelos profissionais que formamos.

A NOVA IMS não só está na vanguarda da formação em Ciência de Dados como também lidera no debate sobre o futuro da gestão de dados através de iniciativas como o Data with Purpose Summit. Esta conferência anual oferece uma plataforma onde líderes, académicos e profissionais podem debater e delinear o

futuro da gestão de dados, essencial para a sustentabilidade e competitividade das organizações, nas mais diversas áreas.

O futuro hoje

As aplicações práticas dos dados já estão a transformar diversos setores, aumentando a eficiência e melhorando as operações. No setor da saúde, por exemplo, o IBM Watson for Oncology utiliza IA para melhorar diagnósticos e personalizar tratamentos. No marketing, empresas como Amazon e Netflix utilizam personalização intensiva para melhorar a satisfação do cliente. Na logística, sistemas como o ORION da UPS otimizam rotas de entrega, economizando combustível e reduzindo emissões de carbono.

Os dados também estão a revolucionar o desporto, com clubes como o FC Barcelona a utilizar análises detalhadas para aperfeiçoar estratégias e prevenir lesões. Na agricultura, sensores e drones monitorizam culturas em tempo real, permitindo decisões mais informadas. Cidades inteligentes, como Barcelona, utilizam dados para gerir o tráfego e a energia de forma eficiente, melhorando a qualidade de vida dos seus habitantes.

No setor financeiro, os bancos utilizam dados para detetar fraudes e avaliar riscos de crédito, protegendo consumidores e instituições. No comércio, cadeias como o Walmart otimizam inventários e reduzem desperdícios através de análises de dados detalhadas.

Esta é a realidade que enfrentamos: uma era dominada pelos dados, onde a capacidade de extrair significado e valor de vastas quantidades de informação definirá os líderes de mercado. Com a formação adequada, a aplicação de tecnologias avançadas e a adoção de práticas responsáveis, estamos não apenas a preparar profissionais para o futuro, mas também a moldar esse futuro para que seja mais justo, sustentável e inovador.

A visão

O Data with Purpose Summit foi criado com a convicção de que os dados, quando usados

de forma responsável e inteligente, têm o poder de transformar a sociedade para melhor. A visão do Summit é ser mais do que uma conferência; aspira a ser uma incubadora de ideias onde as teorias mais avançadas e as melhores práticas em gestão de dados são debatidas e transformadas em ações concretas. Visa promover uma utilização dos dados que não só impulsiona o crescimento económico e a inovação tecnológica, mas também garante que este progresso beneficia a sociedade de forma equitativa.

Para o futuro, o Data with Purpose Summit ambiciona expandir o seu alcance e impacto, tornando-se um ponto de encontro incontornável para todos os que estão na vanguarda da ciência de dados. Queremos aprofundar a integração entre a academia e a indústria, facilitando a transição de ideias inovadoras do ambiente académico para aplicações práticas em empresas e governos. Este esforço conjunto ajudará a resolver alguns dos desafios mais prementes da atualidade, desde a cibersegurança até à sustentabilidade ambiental, através de uma gestão de dados mais eficaz e ética.

Com o Data with Purpose Summit, a NOVA IMS reafirma seu compromisso de estar na vanguarda da formação em ciência de dados e de liderar o debate sobre o futuro desta tecnologia de informação. Espera-se que cada edição do Summit não apenas acompanhe as rápidas mudanças no campo da ciência de dados, mas também as antecipe, oferecendo insights que orientarão as políticas, moldarão as estratégias empresariais e influenciarão os paradigmas de ensino.

Concluindo, o Data with Purpose Summit não é apenas um evento, é um movimento em direção a um futuro onde os dados são a chave para desbloquear potenciais inexplorados, promovendo um mundo mais justo, inteligente e sustentável. Ambicionamos que cada edição seja um passo adiante nesse caminho, marcando a NOVA IMS como uma líder indiscutível na área e um catalisador para a mudança positiva na gestão global de dados. ●



EDUNIVERSAL
Best Masters Ranking
2024

#1 NO MUNDO

O melhor mestrado do mundo pelo 6.º ano consecutivo

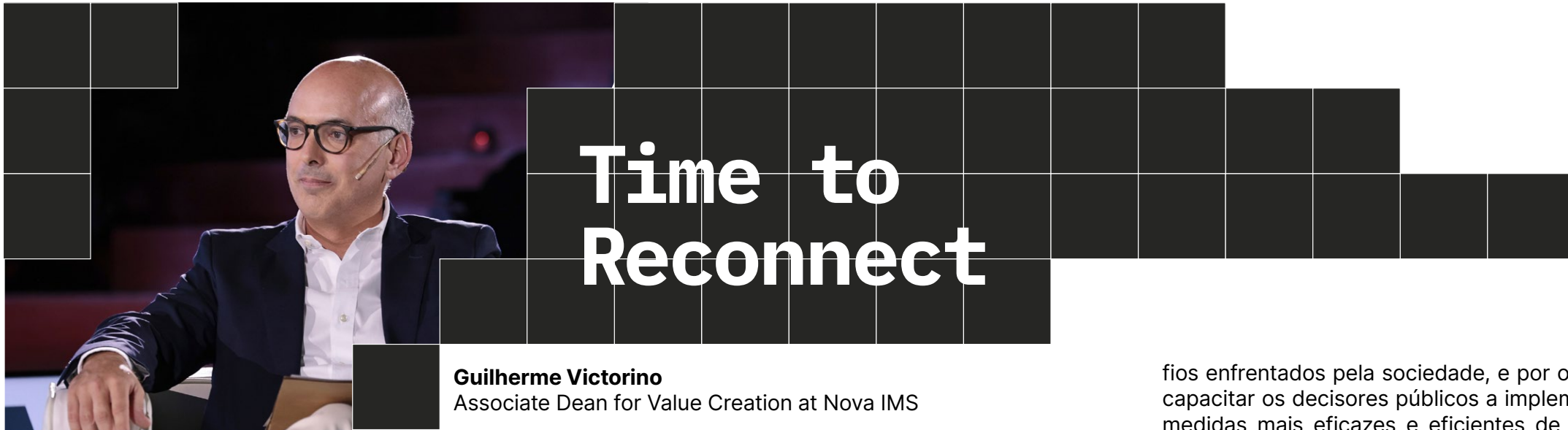
MESTRADO

Gestão de Informação

Especialização: Business Intelligence

#2 MUNDO	#4 MUNDO			
#2 EUROPA	#4 EUROPA	#1 EUROPA OCIDENTAL	#1 EUROPA OCIDENTAL	#15 EUROPA OCIDENTAL
#1 PORTUGAL	#1 PORTUGAL	#1 PORTUGAL	#1 PORTUGAL	#2 PORTUGAL
MESTRADOS				
Estatística e Gestão de informação ESPECIALIZAÇÃO: Análise e Gestão de Risco	Data-Driven Marketing ESPECIALIZAÇÃO: Marketing Intelligence	Data Science and Advanced Analytics	Gestão de Informação ESPECIALIZAÇÃO: Gestão dos Sistemas de Informação	Direito e Mercados Financeiros

#2 MUNDO	#3 MUNDO		
#2 EUROPA	#3 EUROPA	#3 EUROPA OCIDENTAL	#11 EUROPA OCIDENTAL
#1 PORTUGAL	#1 PORTUGAL	#1 PORTUGAL	#2 PORTUGAL
PÓS-GRADUAÇÕES			
Information Management and Business Intelligence in Healthcare	Enterprise Data Science & Analytics	Digital Marketing and Analytics	Digital Enterprise Management

**Guilherme Victorino**

Associate Dean for Value Creation at Nova IMS

Reimaginar a tecnologia para uma maior ligação humana

Todos sabemos que a Era Digital oferece oportunidades sem paralelo, mas promove também o isolamento e divisões sociais acentuadas. A NOVA Information Management School (IMS), lançou a iniciativa Time to Reconnect, um apelo à ação de toda a comunidade com o objetivo de aproveitar o poder dos dados e da tecnologia para o diálogo, a colaboração e a empatia. Precisamos de uma mudança de paradigma, privilegiando soluções que coloquem as pessoas no centro e reduzam as crescentes divisões sociais. Este é o mote para a Conferência Data With Purpose Summit que se realizou no dia 21 de maio na Reitoria da Universidade Nova de Lisboa. Esta conferência espelhou as diferentes dimensões de atuação da NOVA IMS e trouxe líderes de organizações do setor público e privado a repensar a utilização da ciência de dados para o bem comum. Foram debatidos o desenvolvimento responsável de tecnologia, assim como modelos para implementar soluções que promovam o diálogo aberto e a integração de

diversas visões nos modelos de dados. Pretendeu-se encontrar novas referências para liderar pelo exemplo, usando a tecnologia para co-criar soluções com as partes interessadas, superando divisões dentro das nossas próprias organizações e comunidades.

Para isso a conferência está organizada em cinco painéis:

ReThink: Repensar políticas públicas orientadas por dados

A utilização de dados na tomada de decisão do setor público não apenas promove a transparência e responsabilidade, mas também oferece ferramentas para abordar problemas complexos que exigem maior colaboração entre diferentes áreas da administração pública, quebrando assim barreiras e fomentando novas políticas baseados em dados. Ao repensarmos políticas públicas com base em dados estamos por um lado a proporcionar ao cidadão uma visão mais clara e abrangente dos desa-

fios enfrentados pela sociedade, e por outro a capacitar os decisores públicos a implementar medidas mais eficazes e eficientes de forma transparente e rastreável.

ReCenter: Mergulhar na dualidade da IA

Embora a análise de dados orientada por IA ofereça uma proposta de valor clara, as organizações enfrentam desafios complexos ao nível da sua implementação. À medida que a tecnologia evolui, é essencial superar obstáculos e explorar todo o potencial transformador das soluções de IA. Este processo requer um investimento significativo em infraestrutura tecnológica, bem como em programas de formação e capacitação para garantir que todos os colaboradores possam aproveitar ao máximo as capacidades da IA. É ainda relevante aprender a navegar as questões éticas, regulatórias e de cibersegurança de forma responsável e transparente, minimizando assim o risco de eventuais consequências negativas.

ReView: Cultivar novas lideranças com base na decisão informada

Para liderar efetivamente na área de Business Intelligence, é essencial que os líderes não apenas utilizem a tecnologia, mas também impulsionem a transformação, apresentem alternativas e promovam uma discussão construtiva entre as áreas de negócio e de TI. A Business Intelligence combina a análise de dados com uma compreensão aprofundada do negócio, agindo como

um catalisador para uma visão focada e accionável. A habilidade de um líder em compreender e monitorizar métricas de desempenho, além de desenvolver novos “insights”, é crucial para formular as perguntas certas e implementar novas estratégias baseadas em dados que impulsionem o progresso organizacional.

ReBrand: Construir marcas inteligentes

Marcas líderes mundiais estão a adotar estratégias de marketing promovidas por dados para criar produtos que respondam às necessidades reais dos clientes, garantindo uma vantagem competitiva no mercado. Ao compreender profundamente o comportamento e as preferências dos consumidores através de métodos analíticos avançados, as empresas podem personalizar as suas ofertas de produtos e serviços de maneira mais eficaz, construindo relações mais sólidas e duradouras com os seus públicos.

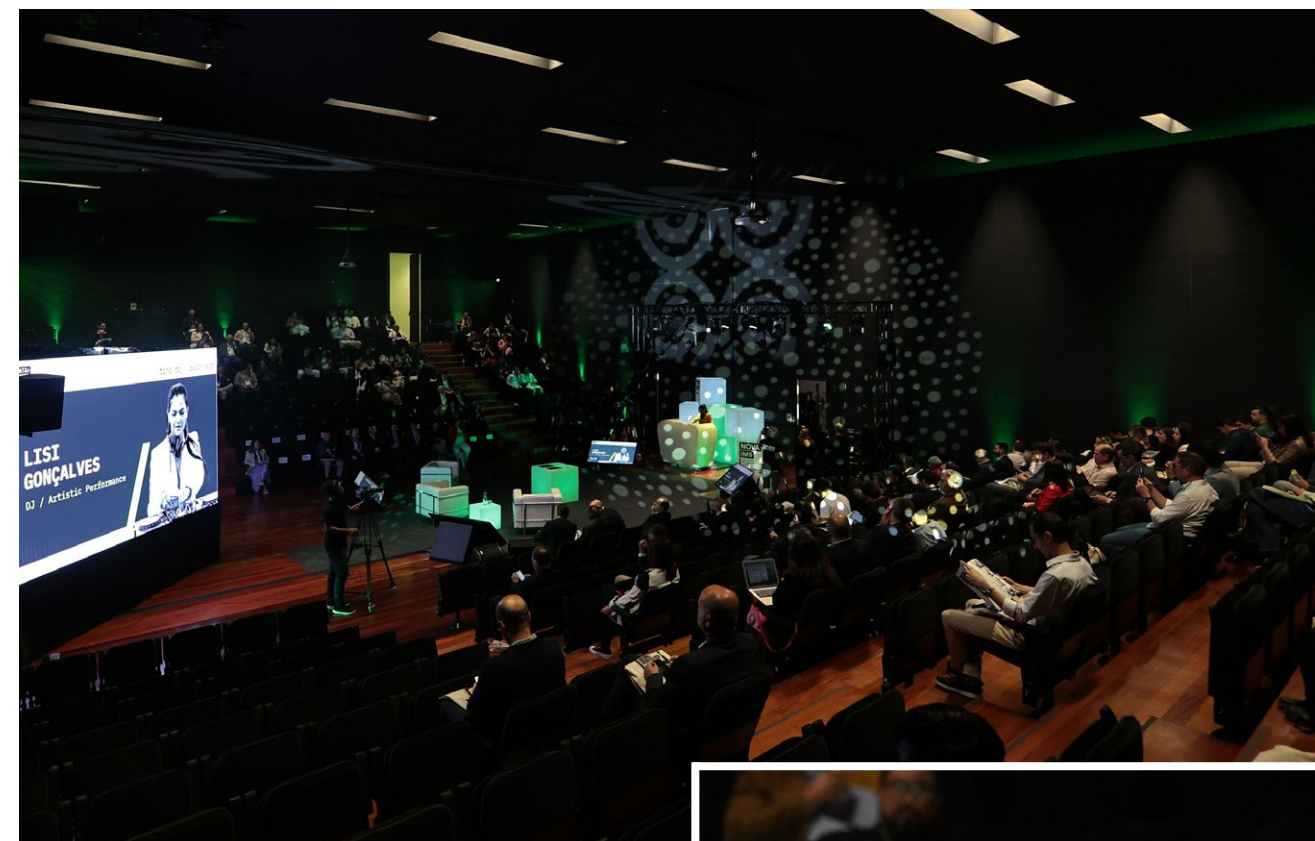
ReSkill: Atrair e desenvolver talento

Num mercado de trabalho cada vez mais competitivo, o recrutamento de Cientistas de Dados e especialistas em AI e transformação digital apresenta-se como um enorme desafio. É fundamental compreender as aspirações de carreira destes profissionais, agilizando e otimizando o processo de recrutamento. Ao incorporar novos modelos de parceria e seleção, as organizações podem identificar candidatos mais adequados e alinhados com suas necessidades específicas, reduzindo assim o tempo e os custos associados ao recrutamento.

Como se pretendeu demonstrar, esta 2.ª edição da Conferência Data With Purpose Summit representa um esforço conjunto para explorar as oportunidades e desafios que a Era Digital nos apresenta, enquanto comunidade da NOVA IMS e líderes na investigação e ensino de IA, Transformação Digital e Ciência de Dados. Junte-se a nós nesta jornada de transformação. Juntos, podemos moldar um futuro onde a tecnologia é um instrumento para fortalecer os laços humanos e promover um Mundo mais humano e inclusivo. ●

Overview dos oradores

O Data with Purpose Summit organizado pela NOVA IMS, em parceria com o Jornal *Expresso*, sob o tema “Time To Reconnect”, decorreu no passado dia 21 de maio, na Reitoria da Universidade Nova de Lisboa.



Numa Era onde somos constantemente inundados por informação e dados, surge a questão: como podem Estados, empresas e organizações filtrar o essencial e concentrar-se nos dados verdadeiramente relevantes? Este desafio e a necessidade de adotarmos uma relação mais criteriosa com os dados que recolhemos e analisamos dão o mote para a segunda edição do Data With Purpose Summit.

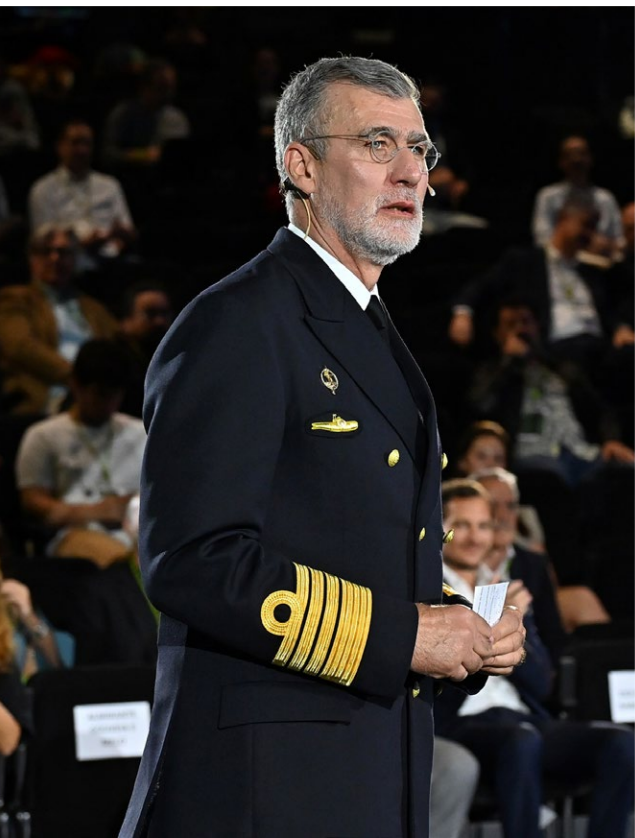
A imensidão de dados e fontes de informação obriga agora a um novo exercício de conexão, onde o foco serão os dados verdadeiros, certos, válidos, e que contribuem para tomar decisões transparentes, eficazes, sustentáveis, fiáveis, verdadeiras, compreensíveis e humanas.

Governar o Mundo, os Estados, as organizações e as empresas, determina uma reconexão, uma nova e criteriosa relação com os dados. Perante um público de cerca de 600 pessoas, e mais de 80 mil espectadores em registo online, e streaming, o dia será preenchido por um programa baseado em cinco pilares estratégicos.



DATA-DRIVEN PUBLIC POLICIES

RE THINK



TALK “PORTUGUESE NAVY – ROLE OF DATA”

Henrique Gouveia e Melo enfatizou os 700 anos de história da Marinha Portuguesa, com um universo de dados imenso, uma vez que «o mar é imenso». Trouxe a palco da segunda edição do Data with Purpose Summit o desafio de repensar as políticas públicas com base em dados, e a sua relevância num processo de tomada de decisão.

Ao longo da sua carreira na Marinha Portuguesa tem demonstrado uma liderança exemplar e uma profunda dedicação ao serviço. Começou como suboficial, passando por várias funções operacionais, incluindo o comando de submarinos e navios de guerra. Assumiu responsabilidades cruciais em vários projetos estratégicos. E a sua promoção a Almirante e Chefe do Estado-Maior da Armada, em dezembro de 2021, foi o reconhecimento de uma notável carreira.



ROUNDTABLE

A primeira roundtable do dia conta com a participação de João Pimentel, President of IPQ (Instituto Português da Qualidade); Manuel Cagigueira, Board Member of ANACOM; e Rui Ivo, Vice-President of INFARMED, com responsabilidades no domínio das políticas públicas. Uma conversa moderada por Catarina Marques Ro-

drigues, Jornalista, sobre a melhor forma de repensar estas políticas, proporcionando, por um lado, ao cidadão uma visão mais clara e abrangente dos desafios enfrentados pela sociedade, e, por outro, a capacitação dos decisores públicos para implementarem medidas mais eficazes e eficientes de forma transparente e rastreável.

FLASH TALK “AI: DATA-DRIVEN POLICIES”

Pedro Simões Coelho, Full Professor da NOVA IMS, fala de dados e de políticas públicas mais eficientes, mais eficazes e mais transparentes e sobretudo que sejam capazes de trazer os cidadãos a participar no processo de tomada de decisão. O que não seria possível, como explica, sem dados e métodos analíticos que confirmem evidência de suporte. E, por isso, exemplificou com o Laboratório de Políticas Públicas Baseadas em Dados, criado na NOVA IMS, para desenvolver projetos que auxiliam os promotores de políticas públicas. No palco veio falar de dois projetos específicos que, considera, representam revoluções neste domínio, num caso uma auditoria, noutro uma avaliação de impacto legislativo.



BUSINESS INTELLIGENCE FOR LEADERS
IN A DEEPAKE WORLD

REVIEW



FLASH TALK “HARNESSING DATA WITH BUSINESS INTELLIGENCE”

Bruno Jardim, Executive Director da NOVA BI & Analytics Lab, explica-nos que, para liderar na área de Business Intelligence, é essencial que os líderes não apenas utilizem a tecnologia, mas também impulsionem a transformação, apresentem alternativas e promovam uma discussão construtiva entre as áreas de negócio e de TI. É necessário rever a forma como os dados estão a ser colocados ao serviço dos negócios, elevando as novas lideranças para novos modelos de tomada de decisão.

TALK “DATA4ALL: RECONNECT FAST, POSITIVE EFFECTS”
O momento que se segue não deixou muitas dúvidas sobre a necessidade de cada vez mais as lideranças, a todos os níveis, sabermos aproveitar o melhor que a tecnologia nos pode dar. José Oliveira, CEO da BI4ALL, fala da importância de nos reconectarmos de forma rápida e com efeitos positivos.



ROUNDTABLE

Business Intelligence combina a análise de dados com uma compreensão aprofundada do negócio, agindo como um catalisador para uma visão focada e acionável. A habilidade de um líder em compreender e monitorizar métricas de desempenho, além de desenvolver novos “insights”, é crucial para formular as perguntas certas e implementar novas estratégias baseadas em dados que impulsionem o progresso organizacional. No debate que se segue pudemos escutar exa-

tamente o que está a ser feito no Ministério da Defesa, no Ministério da Saúde, na Fidelidade, e também ao nível da formação de líderes quando o tema é Business Intelligence. Nas vozes de Carlos Passos, Diretor de Sistemas de Informação da Defesa Nacional; Pedro Batista, Professor Convidado na NOVA IMS; Sara Fernandes, Coordenadora do Plano de Recuperação e Resiliência do Ministério da Saúde; Teresa Rosas, Diretora de Tecnologia na Fidelidade, com a moderação da Jornalista Rita Neves.



AI | SCIENCE FICTION OR DATA SCIENCE?

RE CENTER



FLASH TALK “AI AND THE NEED OF DATA – PERSPECTIVES AND CONSIDERATIONS FROM BIOPHYSICAL POINT OF VIEW”

Davide Accardi, Chefe da Plataforma Experimental de Bioimagem Avançada e Bioóptica da Fundação Champalimaud, acrescenta a perspetiva da inteligência artificial e generativa. Embora a análise de dados orientada por IA ofereça uma proposta de valor clara, as organizações enfrentam desafios complexos ao nível da sua implementação. À medida que a tecnologia evolui, é essencial superar obstáculos e explorar todo o potencial transformador das soluções de IA.

TALK “GENERATIVE AI: PIONEERING NEW FRONTIERS IN COMPUTATIONAL CREATIVITY”

A inteligência artificial associada à inteligência generativa pode abrir novas e vastas fronteiras para a criatividade. Este foi o grande mote da talk de Manuel Dias, Diretor Nacional de Tecnologia e Membro do Conselho Executivo da Microsoft.



FLASH TALK “NAVIGATING THE CYBERSECURITY GENAI ERA - FROM FEAR TO FIERCE”

Sérgio Duarte, Responsável de Cibersegurança na Capgemini, fez-nos mergulhar na dualidade da cibersegurança, onde força e medo são premissas que é preciso saber gerir com muito cuidado. Os temas da inteligência artificial, generativa, da cibersegurança e as questões éticas continuarão a ser o nosso foco.



ROUNDTABLE “AI-SCIENCE FICTION OR DATA SCIENCE?”

Da cibersegurança passamos agora para os avanços que a inteligência artificial e generativa estão a proporcionar quando falamos de alguns setores de atividade, desde a administração pública, ao setor privado e, até mesmo, ao ensino. É um processo que requer investimento significativo em infraestrutura tecnológica, bem como em programas de formação e capacitação para garantir que todos podem aproveitar ao máximo as capacidades da IA. É ainda relevante aprender a navegar as questões éticas,

regulatórias e de cibersegurança de forma responsável e transparente, minimizando assim o risco de eventuais consequências negativas. Para desenvolver o tema contou-se com Joana Batista, Vereadora da Câmara Municipal de Oeiras; Cátia Moreira, Vice-Presidente na Foundever para a área da Performance; Ivo Bernardo, Sócio e cientista de dados sénior da Daredata e também presidente da NOVA Alumni; Paulo Vale, Diretor Executivo na AI4PA; com moderação de Catarina Barosa, Diretora Editorial da *Líder Magazine*.

TARGETING AND DEVELOPING TALENT THROUGH ANALYTICS

RE SKILL



CASE STUDY

Num mercado de trabalho cada vez mais competitivo, é fundamental compreender as aspirações de carreira das pessoas, agilizando e otimizando os processos de recrutamento. Ao incorporar novos modelos de parceria, as organizações podem identificar candidatos mais adequados e alinhados com as suas necessidades específicas, reduzindo assim o tempo e os custos associados ao recrutamento. Atrair e desenvolver talento são mais do que nunca pilares estratégicos para qualquer organização. Este caso de estudo liga a Jerónimo Martins à Nova IMS. Quem o explica é Guilherme Victorino, Associate Dean for Value Creation da NOVA IMS em conjunto com Cláudia Vieira, Academic Partnerships Senior Manager na Jerónimo Martins.

DEAN’S OPEN INNOVATION CHALLENGE

A Nova IMS tem vindo a apostar em novos modelos para a promoção do empreendedorismo na Universidade, entre várias iniciativas que tem em curso, o Dean’s Open Innovation Challenge convocou toda a comunidade da NOVA IMS para repensar alguns temas de polarização social. «A nossa ambição é conseguirmos ter impacto na sociedade e isto levou-nos a pensar como podemos endereçar um dos grandes desafios que temos hoje. O de olhar para os dados não apenas como algo que pode criar valor, mas como algo que pode ser utilizado para ter um impacto muito maior na forma como vivemos, trabalhamos e no nosso próprio dia-a-dia», explica Miguel de Castro Neto, o contexto em que surgiu a criação deste Challenge. De que forma podemos construir aplicações, soluções e mecanismos que nos tragam uma resposta para o tema “Time to Reconnect”? Este momento trouxe a palco três projetos vencedores – We Connect, Uncharted Bonds e Today – para um pitch final de onde sairá o grande vencedor: We Connect.



BUILDING SMART BRANDS

RE BRAND

ROUNDTABLE

Marcas inteligentes, de como as construir, ou reconstruir são os grandes temas. Marcas líderes mundiais estão a adotar estratégias de marketing promovidas por dados para criar produtos que respondam às necessidades reais dos clientes, garantindo assim uma vantagem competitiva no mercado. Podemos compreender profundamente o comportamento e as preferências dos consumidores através de métodos analíticos avançados. Este debate reúne cinco oradores que vivem esta realidade nas suas empresas e todos eles procuram inovar, criar, reinventar-se todos os

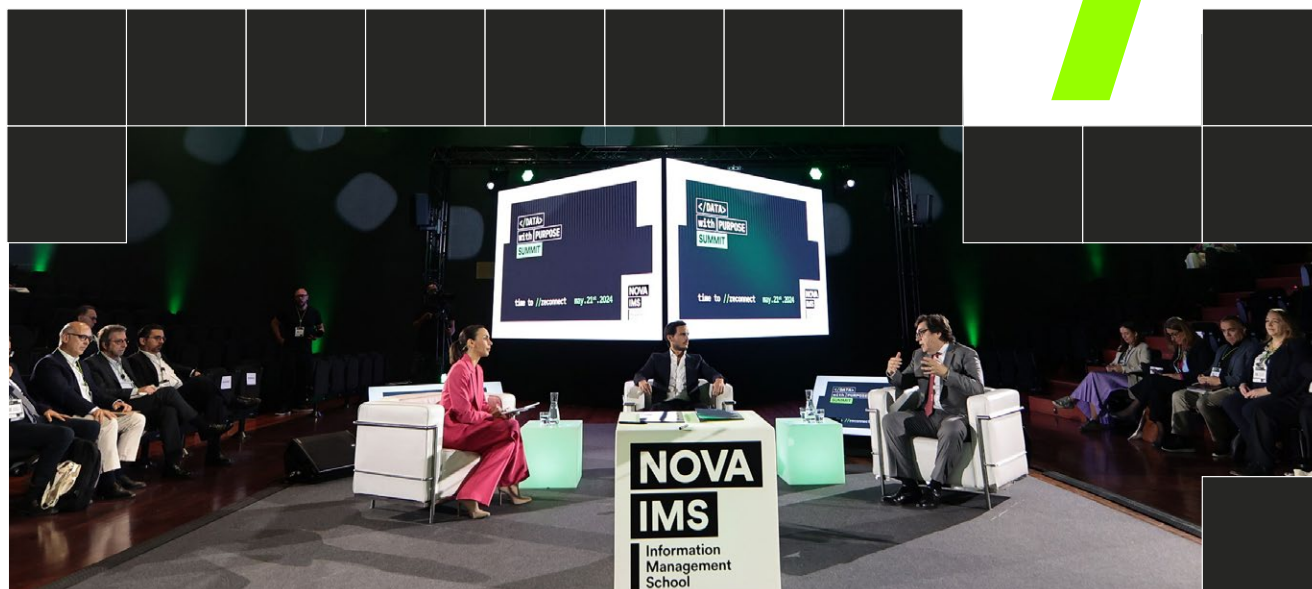
dias. Falamos de Carlos Coelho, Cofundador e Presidente da IVITY; Marco Rappazzo, Diretor de Trade Marketing da Ferrero Portugal; Teresa Antas Rio, Brand Media na NEOM Media; Mariana Oliveira Lima, Senior Director, CRM & Marketing Automation na VML MAP; e Rita Nabeiro, Membro do Conselho executivo do Grupo Nabeiro e CEO da Adega Mayor; com moderação de Rita Rugeroni Saldanha, Jornalista e Editora na *Líder Magazine*. Um momento de partilha das suas experiências e das principais tendências quando falamos de construir Smart Brands.



TALK “LINKEDIN’S ECONOMIC GRAPH: CREATING OPPORTUNITY FOR EVERY MEMBER OF THE GLOBAL WORKFORCE”

A última oradora veio dos Estados Unidos da América e é uma líder na área tecnológica, com uma ampla experiência em Vendas, Marketing e Operações. Ao longo da sua carreira trabalhou em vários setores e empresas, como LinkedIn, Google, Deloitte, Flickr, Yahoo e Quebecor. É reconhecida pela sua capacidade de impulsionar o crescimento, promover a inovação e criar marcas memoráveis. Também é uma defensora da Diversidade e da Inclusão no mundo corporativo. Katheline Jean-Pierre é Advertising Sales Executive & Chief Growth Executive no LinkedIn e falou sobre o poder do LinkedIn.

O nascimento do primeiro Media & Analytics Lab



A Impresa e a NOVA IMS criam iniciativa pioneira que une a Ciência de Dados e a Inteligência Artificial ao setor dos Media, o Media & Analytics Lab, com o objetivo de ajudar a combater a desinformação.

O novo Laboratório de Media & Analytics vai funcionar nas instalações do Grupo Impresa e ambiciona ser um centro de investigação de excelência para a inovação e a aplicação prática de análise de dados no Jornalismo e na Comunicação Social.

O protocolo foi assinado durante a segunda edição do Data With Purpose Summit. Sob o mote Time to Reconnect, a manhã de trabalhos arran-

cou com uma conversa entre Francisco Pedro Balsemão, CEO do Grupo Impresa, e Miguel de Castro Neto, Dean da NOVA IMS.

O acordo de colaboração assinado prevê o desenvolvimento de um conjunto de projetos de pesquisa aplicada e a implementação de programas avançados de formação - incluindo o primeiro curso de Data Journalism (Jornalismo de Dados) em Portugal - além de programas de desenvolvimento profissional para os colaboradores do Grupo, ministrados por especialistas da NOVA IMS.

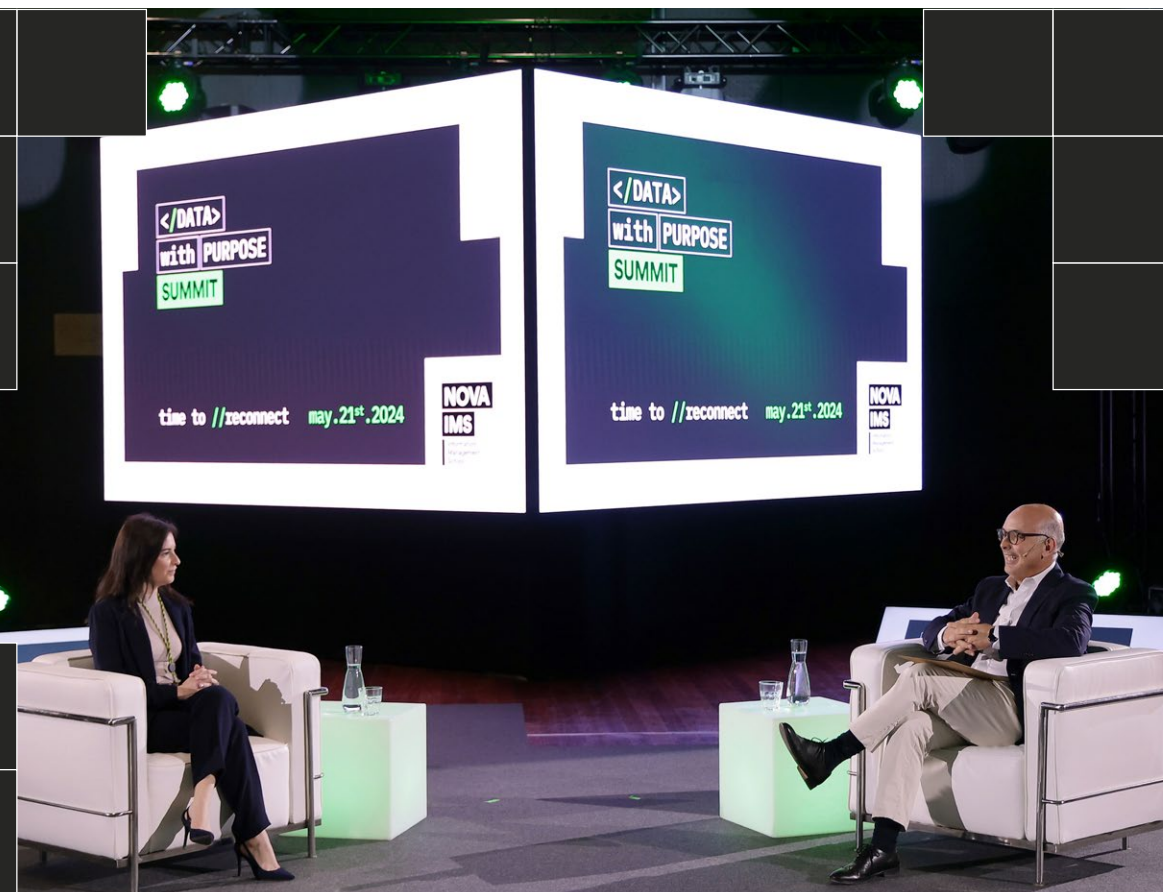
Francisco Pedro Balsemão sublinha a relevância desta iniciativa: «Numa Era global onde as notícias falsas são vistas como uma ameaça séria às democracias, este laboratório equipa os nossos Jornalistas com ferramentas essenciais de Ciência de Dados e IA, cruciais no combate à



desinformação e na promoção de um Jornalismo rigoroso e fundamentado. No Grupo IMPRESA, a integração destas tecnologias nunca será uma ameaça ao trabalho dos Jornalistas, mas sim uma extensão da sua capacidade jornalística». O CEO da IMPRESA acrescenta: «Além do Jornalismo, a parceria serve também para identificar soluções para os principais desafios dos media hoje, tais como a relação dos jovens com as notícias e os novos hábitos de consumo de media». A mesma convicção é partilhada por Miguel de Castro Neto: «A capacidade de processar e analisar grandes volumes de dados de forma eficiente é crucial num Mundo onde os dados são produzidos a uma velocidade e volume sem precedentes. Além disso, estas tecnologias garantem uma verificação rápida e fidedigna da veracidade das informações, o que é fundamental na luta contra a desinformação, um dos grandes desafios do nosso tempo».

O protocolo reforça assim a importância do estabelecimento de parcerias entre o mundo empresarial e académico para o desenvolvimento de soluções que permitam dar uma resposta aos desafios da sociedade atual. ●

Caso de Estudo une a Jerónimo Martins e a NOVA IMS



A relação umbilical da NOVA IMS ao mundo corporativo foi desenvolvida pelo Professor Manuel Vilares quando fundou a NOVA IMS há 34 anos. Na altura, consagrou desde logo um modelo inovador ao ter um conjunto de empresas a acompanhar a vida da universidade. Neste momento, são nove instituições públicas e privadas que acompanham de perto a faculdade e a Jerónimo Martins é um dos exemplos. Quem o explica é Guilherme Victorino, Associate Dean for Value Creation da NOVA IMS, no palco, lado a lado, com Cláudia Vieira, Academic Partnerships Senior Manager na Jerónimo Martins através do case study “Targeting and Developing Talent Through Analytics”.

A representante da Jerónimo Martins começa por assumir a dificuldade em atrair talento para

a organização, por isso a relação com a NOVA IMS era inegável. «Estarmos presentes nas feiras de emprego não é o que os jovens procuram, é importante por questões de employer branding, mas temos de aprofundar estas relações e por isso juntámo-nos à NOVA IMS, lançando alguns desafios para estes perfis que serão o futuro das nossas organizações e os nossos líderes», desenvolve Cláudia Vieira.

Guilherme Victorino relembra que a taxa de empregabilidade da NOVA IMS é de 100%, contudo o desafio da inovação pedagógica e a necessidade de terem métodos de aprendizagem ativa e metodologias baseadas em problemas e desafios reais é basilar.

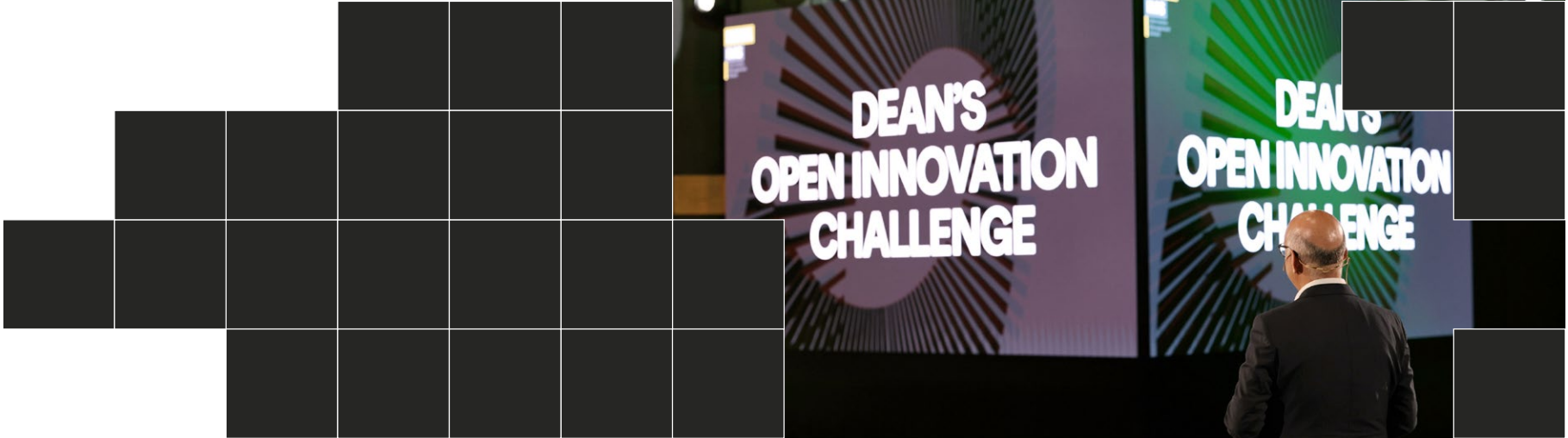
E exemplifica com o desafio lançado pela Jerónimo Martins diretamente aos alunos para a transformação digital da marca Recheio. O

resultado? Em menos de um mês, tiveram respostas e o segredo do sucesso foi, segundo Cláudia Vieira, ter os diretores da área a trabalhar com os alunos; a possibilidade de apresentar soluções à direção executiva; e um prémio monetário ao vencedor. «Para os alunos esta foi uma oportunidade de serem acompanhados pela direção, criando relações e experiência, preparando-os de uma melhor forma para o futuro e o mundo do trabalho», sublinha, concluindo ainda que neste momento, há mais de 100 alunos a trabalhar dados de clientes e vendas do Recheio, com o intuito de facilitar a compra e tornar o negócio easygoing.

A NOVA IMS quer continuar a proporcionar momentos destes aos alunos, de forma a motivar, envolver e criar propósito na co-criação com as empresas. ●



Quem venceu o Dean's Open Innovation Challenge?



De forma a promover o empreendedorismo, a NOVA IMS criou o Dean's Open Innovation Challenge, convocando a comunidade para repensar alguns temas. Miguel de Castro Neto, Dean da NOVA IMS, explica o contexto em que surgiu a criação deste Challenge. «Nesta primeira edição escolhemos lançar como desafio o Time to Reconnect, porque vivemos um tempo de extrema polarização, de radicalização, de dificuldade em encontrarmos consensos e construirmos um futuro comum. Colaborativamente reunimos alunos, Professores e colaboradores em equipas para saber de que modo é que podemos construir soluções ou aplicações inovadoras, tirando partido dos dados, de forma a responder aos grandes desafios que enfrentamos enquanto sociedade». Este momento trouxe a palco três projetos finalistas – “We Connect”, “Uncharted Bonds” e “Today” – selecionados por um júri composto por empresas, Associação de Estudantes, antigos alunos e Professores. “We Connect” apresentado por Zenan Chen, Raquel Rocha, Rita Matias, Leon Debatin, Benedita Elias e Guilherme xxx. Um pitch sobre como os minutos se transformam em horas, dias, meses e anos pregados a um ecrã, a adição clara de muitas pessoas ao telemóvel, que as impossibilita de conviver, ler, passear ou mesmo trabalhar, isolando-as dos amigos e familiares. Neste pitch é também divulgado que mais de

60% das pessoas, segundo uma sondagem conduzida por este grupo, passam mais de 4 horas por dia ao telemóvel, o que representa mais de 14 anos das suas vidas. Este grupo encontrou vários estudos que comprovam que a adição às redes sociais é um problema para ser levado a sério e que pode ser semelhante à adição a certas drogas. De notar ainda que, de acordo com esta equipa, as pessoas que não se encontram regularmente com amigos estão menos satisfeitos com a vida e os jovens que usam diferentes tipos de redes sociais sentem-se mais isolados. As redes sociais facilitam o contacto, mas não o tipo de relação fundamental ao ser humano, é desta premissa que surge a criação da “We Connect”, uma aplicação que tenciona levar as pessoas a desconectar para reconectar. A ideia é priorizar o bem-estar com diversas atividades e eventos no mundo real, de forma a manter os utilizadores motivados permanentemente há descontos associados. Por seu lado, o pitch “Uncharted Bonds”, de Nuno Ribeiro, Tânia Leite, Joana Matias e João Moreira, lança a pergunta à plateia: Tem dedicado tempo a pessoas de outras gerações? Sabia que mais de 40% da população é composta por Baby Boomers e Geração z. “Uncharted Bonds” é uma box desenvolvida através de um algoritmo para criar um serviço de experiências imersivas com a intenção de criar uma ligação entre duas pessoas com diferenças geracionais, de acordo



com o perfil dos dois. O projeto apresentado sustenta-se em três principais pilares: o valor que pode acrescentar à sociedade e aos indivíduos que participam; a criação de engagement com o target e a disseminação da ideia e, finalmente, a importância de nutrir o projeto. A componente social é crucial e neste ponto a equipa equaciona diversas colaborações com uma network de sponsors. E remata com uma pergunta: Quem é que é bravo o suficiente para se juntar? E, a finalizar, o projeto “Today” de Sebastián Lema, Stephanie Li, Caitlin Westney, Andi Sicwebu e Nishan Virani. Já todos dissemos frases como estas: “Um dia eu vou aos Açores”. “Um dia vou aprender a tocar guitarra”. “Um dia...” para muitos nunca chega! Quantos de nós têm uma bucketlist? Ficariam surpreendidos ao saberem que muitas pessoas querem usufruir das mesmas experiências. Por isso o “Today” é uma app que quer conectar as pessoas através das suas listas de sonhos, fazendo a conexão entre pessoas que têm sonhos semelhantes, criando uma network. Discover + Connect + Belong. Neste projeto, faz-se uso da tecnologia para desenvolver relações com significado, experiências personalizadas e conexões na vida real. Estão prontos para transformar os vossos “um dia” em “hoje é o dia”? E o grande vencedor foi “We Connect”. O segundo lugar foi arrecadado pelo “Uncharted Bonds” e o terceiro pelo “Today”. ●



Sérgio Duarte
Cybersecurity Lead
da Capgemini

A GenAI

A GenAI tem estado em constante destaque na evolução tecnológica, atuando como um amplificador; cria uma geração de novas ameaças onde aumentaram as possibilidades de explorar vulnerabilidades, mas também potencia os processos de segurança de informação, trazendo novas valências que permitem, a título de exemplo, analisar grandes quantidades de dados e estabelecimento de padrões. Ao mesmo tempo assiste-se a um aumento da pressão regulatória, que tem definido novos limites e fronteiras, elevando os requisitos numa perspetiva de abordagem ao risco, com grande foco na cibersegurança e responsabilização do órgão de administração. No caso do AI ACT, que pretende regular a utilização da AI, é uma prioridade do regulador que os sistemas de AI sejam supervisionados por pessoas em vez de automação, é aplicável a quem desenvolve e a quem implementa e traduz-se em obrigações faseadas ao longo de 24 meses, de onde se destaca numa primeira fase banir explicitamente todos os sistemas AI que sejam considerados de risco inaceitável, considerados como claras ameaças à segurança das pessoas ou direitos fundamentais. Podemos considerar a GenAI como mais uma ferramenta ao dispor, que deve ser integrada na estratégia das organizações de forma a construir um caminho de confiança, com ética e responsabilidade, sempre com uma abordagem centrada nas pessoas. ●



Gerir o risco ou tirar partido das *oportunidades*?

Como olha para a cibersegurança na sua empresa? Como uma fonte de vulnerabilidade, risco e despesa? Ou como um motor de transformação?

Na **Capgemini**, entregamos o elemento mais importante na cibersegurança hoje em dia: a confiança.

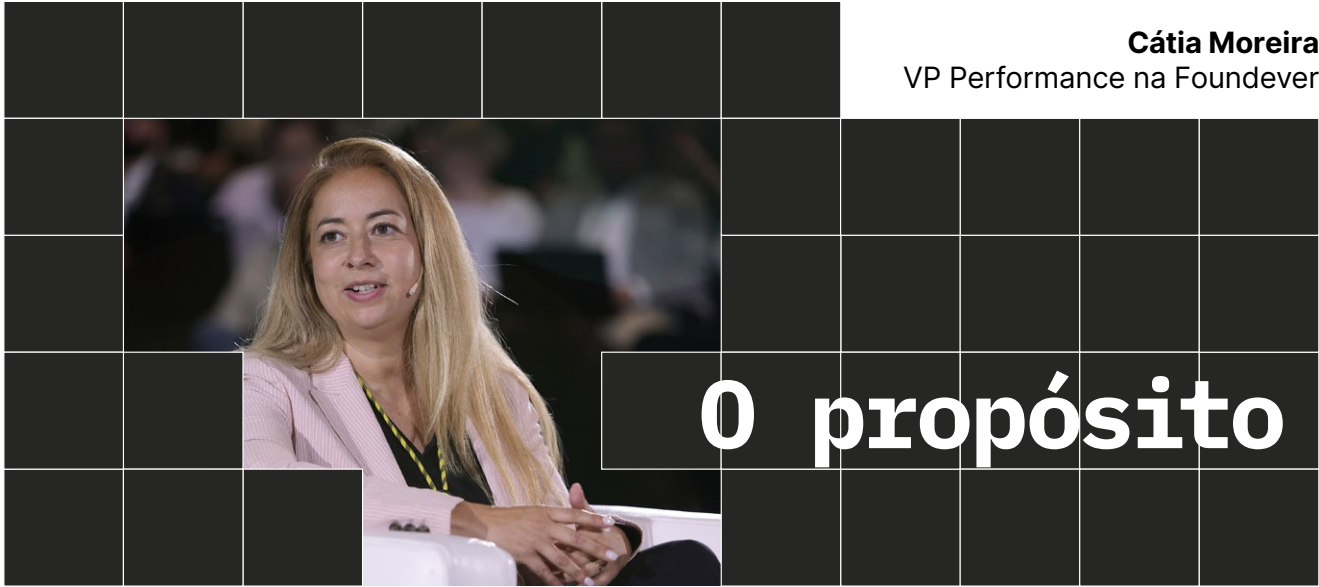
Acelere a transformação da sua organização com a Capgemini Portugal!

Saiba mais sobre nós:



[in linkedin.com/company/capgemini/](https://www.linkedin.com/company/capgemini/)





Cátia Moreira
VP Performance na Foundever

Apesar do Data with Purpose Summit estar centrado no poder dos dados, permitam-me mudar o foco da conversa para outra palavra-chave: O propósito.

Há muito que o propósito é mencionado como um dos indicadores mais importantes na satisfação e retenção de talento nas empresas. E se pensarem no vosso exemplo pessoal, acredito que seja o propósito que vos motiva, que move empresas e profissionais a fazer mais e melhor. Mas este “mais e melhor” pode, sem dúvida, ter um apoio extra que em muitos casos ainda não está a ser implementado na sua máxima potencialidade.

Falo das ferramentas de inteligência artificial. Mais especificamente de ferramentas de inteligência artificial generativa, que nos permitem ser mais eficientes nos mais diversos projetos. O meu dia a dia gira à volta de performance e por isso sei e defendo que estas ferramentas são cruciais para a eficácia, eficiência e melhoria contínua.

Posso realçar o exemplo prático que partilhei na mesa redonda de dia 21. O caso do modelo de Co-pilot que a Foundever está a implementar, que através de várias ferramentas disponíveis dá apoio aos agentes, facilitando o trabalho

destes profissionais e permitindo-lhes oferecer um valor acrescentado em cada interação com os clientes. Um dos exemplos deste modelo é, através de um chat conversacional, os agentes podem perguntar e ter feedback em tempo real e saber como lidar com qualquer situação, da mais simples à mais complexa questão. Este é um passo fantástico para darmos uma melhor experiência aos dois lados da transação, aos nossos clientes, mas também aos nossos agentes.

Por isso, engane-se quem tem uma visão mais radical sobre a AI generativa e o seu papel na substituição de humanos. A inteligência artificial deve ser vista como uma ferramenta não de substituição de humanos, mas de substituição de tarefas básicas e recorrentes, para que tenhamos espaço e tempo para o que interessa – acrescentar valor em todos os nossos passos. Se falamos do propósito que nos move, que nos inspira, a inteligência artificial generativa só vem dar um outro significado a esta palavra, permitindo que o nosso trabalho seja otimizado para que haja mais espaço e tempo para aquilo que sabemos fazer de melhor: O toque humano, ou melhor dizendo, para “humanizar” cada experiência e interação com os nossos clientes. ●



Foundever™

Simplificamos as soluções
de CX (Customer Experience).

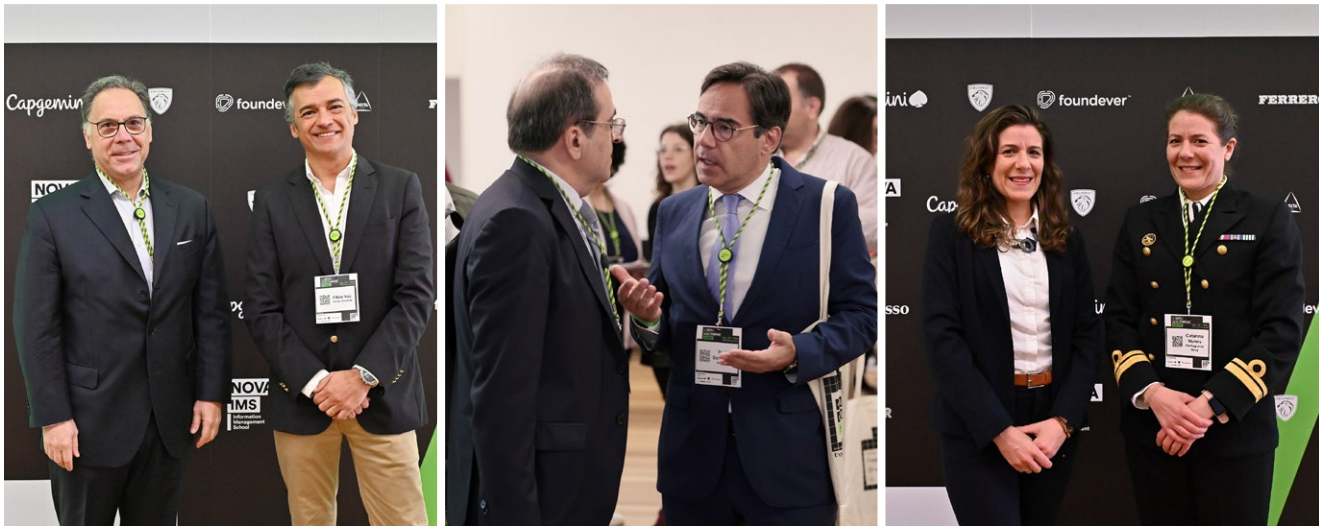
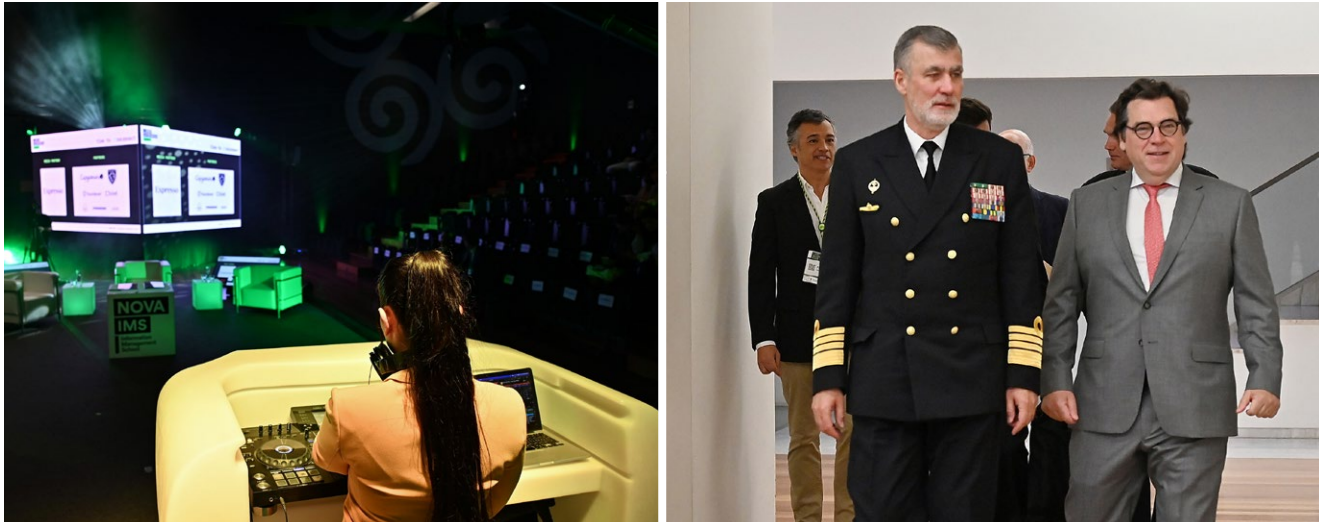
Saiba mais em **foundever.com**



Create connection. Value conversation.

time to //reconnect

Uma casa cheia para assistir ao Data with Purpose, que recebeu, na Reitoria da Universidade Nova de Lisboa, 600 pessoas. Os momentos de intervalo serviram para recuperar energias e fazer networking.







O evento reuniu gestores e responsáveis das áreas de Ciência de Dados, Gestão de Informação e Business Intelligence dos diversos setores e empresas públicas e privadas do mercado. A discussão sobre temáticas na área do Business Intelligence, Marketing, Inteligência Artificial (IA), Políticas Públicas, entre outras, foram corroboradas pelo olhar da Academia. Destaque ainda para os parceiros: Capgemini, Peugeot, Foundever, Delta, 3cket e Ferrero. ●



PEUGEOT

NOVO E-3008

100% ELÉTRICO



- Até 680 km de autonomia
- Oferta de Wallbox
- Novo i-Cockpit® com ecrã panorâmico 21"
- Também disponível em Hybrid



PEUGEOT RECOMENDA TotalEnergies Consumo de energia combinado: kWh/100 km: 16,7. Consumo de Combustível: 0 l/100km. Emissões de CO₂: 0 g/km.

Novo E-3008 com até 680 km de autonomia disponível para encomenda a partir de junho de 2024. Oferta easyWallbox 9847997680 válida até 30/06/2024. Peugeot Allure Care: cobertura adicional renovável a cada 2 anos ou 25.000 km, ativada a cada serviço realizado na Rede Oficial Peugeot de acordo com o livro de manutenção, até 8 anos ou 160.000 km. Saiba mais em [peugeot.pt](https://www.peugeot.pt).



Quotes

«Em vez de petróleo, considero os dados como “o sol do século XXI”. Ao contrário de um combustível fóssil, os dados não se gastam quando os usamos. Em vez disso, geram conhecimento duradouro».

Miguel de Castro Neto, Dean da NOVA IMS

«A nossa estratégia inclui um forte foco em dados, também designado por fonte dourada de verdade».

Francisco Pedro Balsemão,
CEO do grupo Impresa

«Antes só tinha marinheiros de carbono, agora começo a ter marinheiros de silício».

Gouveia e Melo, Almirante
e Chefe de Estado da Armada

«Quando falamos de IA, pensamos em propósito. Pensamos em impacto».

Katheline Jean-Pierre, Advertising
Sales Executive & Chief Growth Executive
no LinkedIn

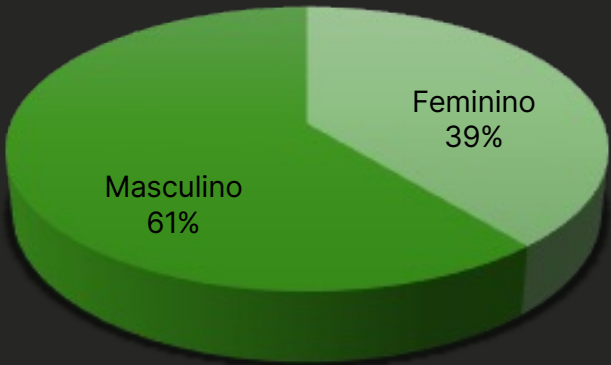
Resultados

Inquérito de Satisfação

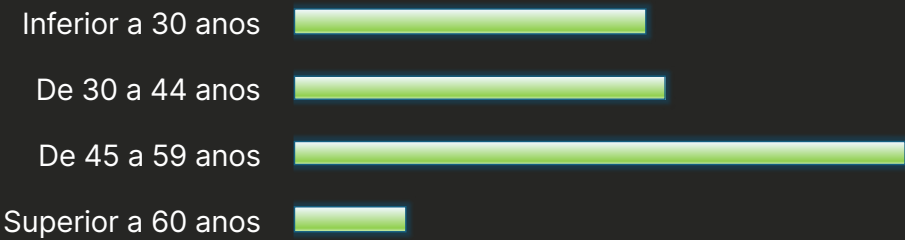


Caracterização

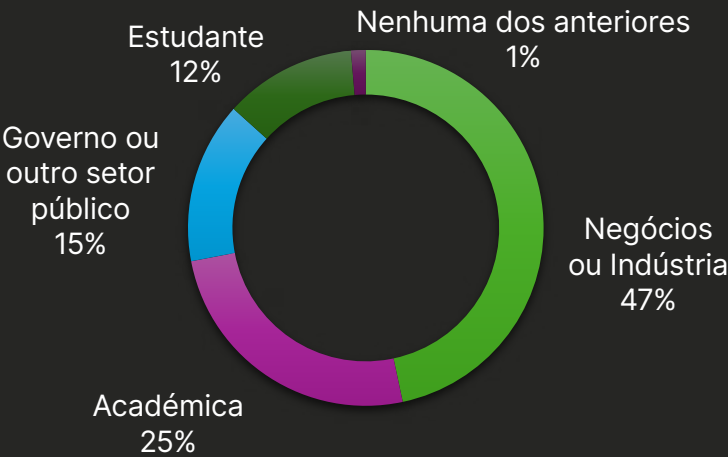
Género



Faixa Etária



Atividade



Como teve conhecimento da realização do Data with Purpose Summit?



Pretende participar no Data with Purpose Summit 2025?



BOOK DIGITAL



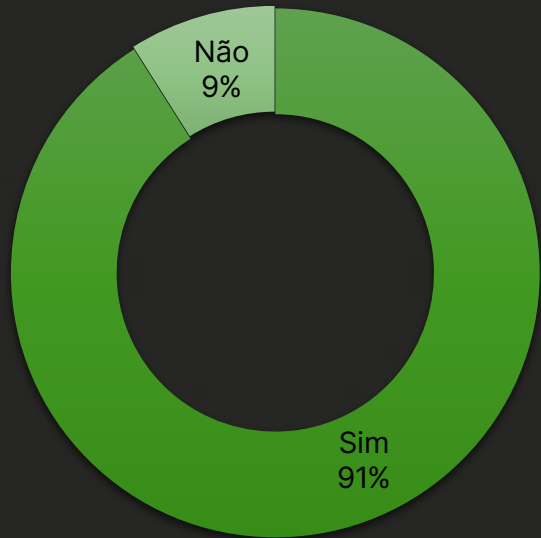
TEMA CENTRAL, LDA.
Av. Dr. Mário Soares
nº 35 – Taguspark
2740-119 Porto Salvo,
Oeiras
NIPC: 508038278

Satisfação Global //8,81

Aspetos Gerais



Vai recomendar aos seus amigos/ colegas participarem na próxima edição do Data with Purpose Summit?



Diretor Executivo
Filipe Vaz
f.vaz@temacentral.pt

Diretora Editorial
Catarina G. Barosa
c.barosa@temacentral.pt

Coordenação Editorial
TitiAna Amorim Barroso
t.barroso@temacentral.pt

Diretora Comercial e Marketing
Liliana Rosa
l.rosa@temacentral.pt

Commercial Manager
Carlos Guimarães
c.guimaraes@temacentral.pt

Paginação e Design
Design e Forma

Fotografia
Joaquim Morgado

NOVO ROSTO, O MESMO GOSTO.



As embalagens Delta Cafés mudaram de rosto.

Embalagens renovadas e vibrantes, com mais detalhes sobre o café, as suas origens e o seu perfil sensorial. O aroma reconfortante do seu café de sempre, feito com a mestria que todos conhecemos, agora com uma nova imagem.

 DeltaCafes

 @delta_cafes