

# INICIATIVAS PILOTO

## Rede de apoio ao empreendedorismo da Beira Interior Sul

### Desafios Municipais de Criação e Maturação de Ideias

Janeiro 2013

Co-Financiamento:



QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Promotor:



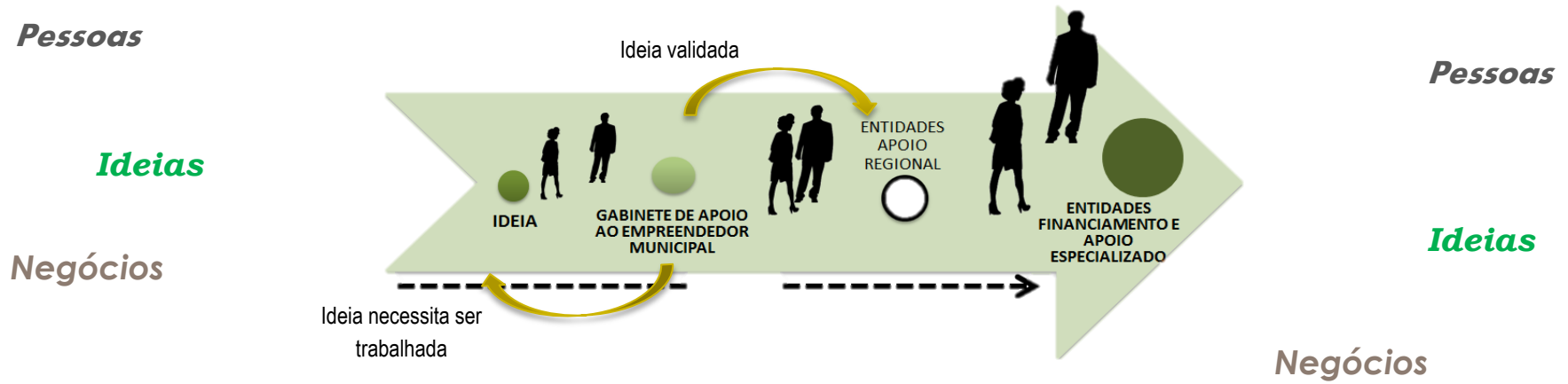
Apoio técnico:

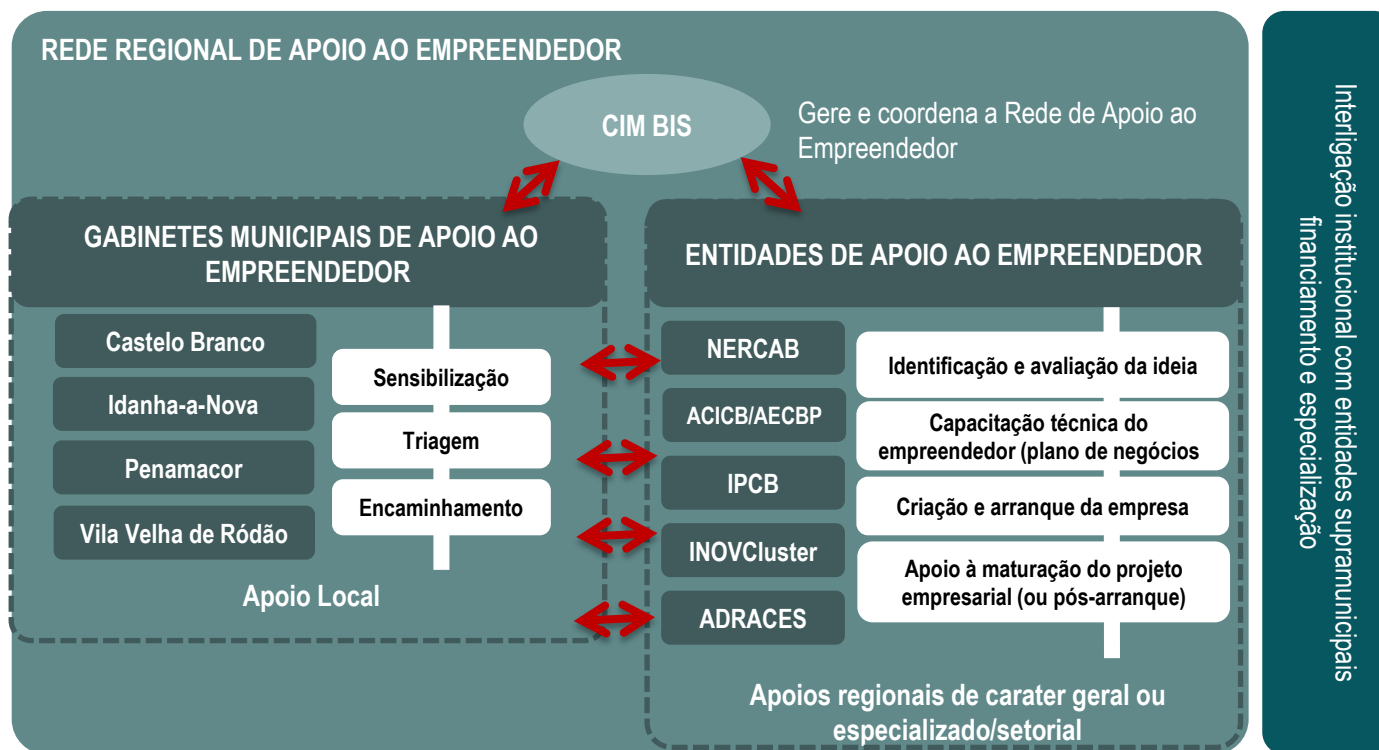


Sociedade Promotora de Inovação

*Reforçar a Beira Interior Sul como ecossistema de apoio ao empreendedorismo orientado para a valorização dos fatores distintivos da região e para a qualidade de vida das comunidades locais.*

## ***Beira Interior Sul – Cultivamos ideias com futuro!***





- Os projetos empresariais no setor do turismo possuem uma via verde de apoio, podendo o promotor dirigir-se diretamente à entidade X
- Os projetos empresariais no setor agroindustrial possuem uma via verde de apoio, podendo o promotor dirigir-se diretamente à InovCluster



**O meu nome é ....**  
**Quando for grande quero ser ...**

## Índice



45  
min

**Parte I. Introdução à Criatividade**

intervalo

50  
min

**Parte II. Sessão de criatividade**

90  
min

**Parte III. Apresentações e partilha**

20  
min

**Parte IV. Encerramento e apresentação do I Concurso de Empreendedorismo**

## Índice

### Parte I. Introdução à Criatividade

- O que é a criatividade?
- O papel da memória no pensamento criativo
- O papel da percepção no pensamento criativo
- O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo
- Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade



### Parte II. Sessão de criatividade

### Parte III. Apresentações e partilha

### Parte IV. Encerramento e apresentação do I Concurso de Empreendedorismo

## Geração de Ideias

### O que é a criatividade?

Ligação e rearranjo de conhecimentos nas mentes das pessoas que se disponham a pensar de forma flexível, por forma a gerar ideias inovadoras e por vezes surpreendentes que possam ser julgadas úteis por terceiros.



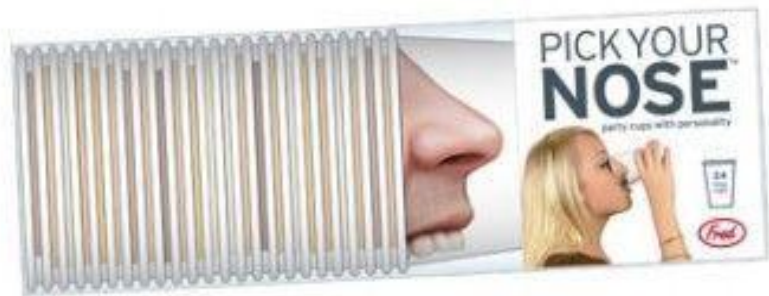
## Geração de Ideias

### O que é a criatividade?

















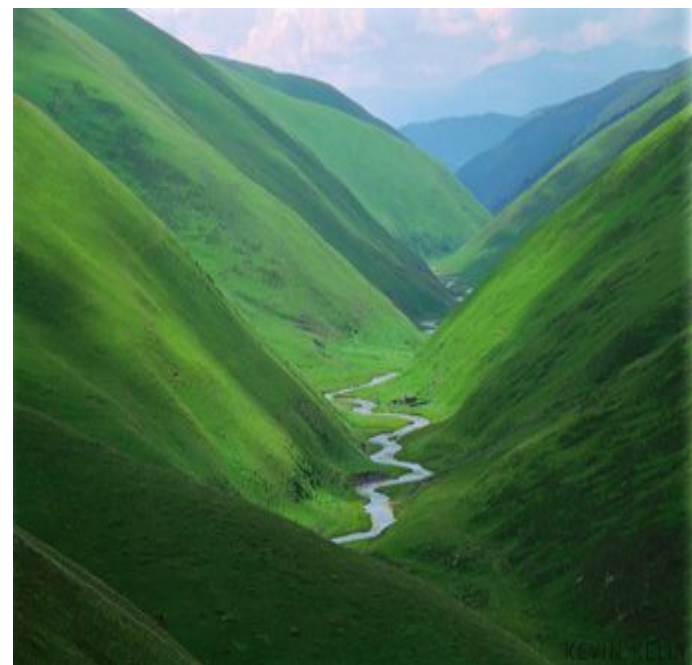
## Geração de Ideias

### O papel da memória no pensamento criativo

#### MODELO TOPOGRÁFICO DO MECANISMO DA MENTE

A informação que recebemos é canalizada de acordo com padrões já existentes:

- Quanto mais escavado for o vale mais rápida e automaticamente o nosso pensamento segue o curso desse vale;
- Quando se apreende uma nova informação, cria-se um novo vale, ainda pouco escavado;
- Trabalho criativo de equipa multiplica o número de vales mentais.



## Geração de Ideias

### O papel da memória no pensamento criativo

#### DESAFIO

De acordo com uma pesquisa de uma universidade inglesa, não importa em qual ordem as letras de uma palavra estão, a única coisa importante é que a primeira e última letras estejam no lugar certo. O resto pode ser uma bagunça total, que você ainda pode ler sem problema. Isso é porque nós não lemos cada letra isolada, mas a palavra como um todo. Sonhe de novo.

35T3 P3QU3N0 T3XTO 53RV3 4P3N45 P4R4  
 M05TR4R COMO N0554 C4B3Ç4 CONS3GU3  
 F4Z3R C01545 1MPR35510N4ANT35! R3P4R3  
 N1550! NO COM3ÇO 35T4V4 M310 COMPL1C4DO,  
 M45 N3ST4 LINH4 SU4 M3NT3 V41 D3C1FR4NDO O  
 CÓD1GO QU453 4UTOM4T1C4M3NT3, S3M PR3C1S4R  
 P3N54R MU1TO, C3RTO? POD3 F1C4R B3M  
 ORGULHO50 D1550! SU4 C4P4C1D4D3 M3R3C3!  
 P4R4BÉN5!



## Geração de Ideias

### O papel da percepção no pensamento criativo

#### DESAFIO

Olhe abaixo e diga as CORES, não as palavras:

<b>AMARELO</b>	<b>AZUL</b>	<b>LARANJA</b>
<b>PRETO</b>	<b>VERMELHO</b>	<b>VERDE</b>
<b>ROXO</b>	<b>AMARELO</b>	<b>VERMELHO</b>
<b>LARANJA</b>	<b>VERDE</b>	<b>PRETO</b>
<b>AZUL</b>	<b>VERMELHO</b>	<b>ROXO</b>
<b>VERDE</b>	<b>AZUL</b>	<b>LARANJA</b>

(O lado direito do cérebro tenta dizer a cor, mas o lado esquerdo insiste em ler a palavra! )

## Geração de Ideias

### O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo

O processo mental de julgamento e escolha é um processo inerentemente emocional por vezes irracional

Satisficing



Reprime o pensamento  
criativo!

## Geração de Ideias

### O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo

## LIÇÕES A RETIRAR

- Não existe uma solução única! Tentar procurar mais do que uma solução.
- Evitar o satisficing.
- Não menosprezar o óbvio.
- Evitar o julgamento precipitado de ideias.



## Geração de Ideias

O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo

**NA ABORDAGEM CRIATIVA  
SUSPENDER O JULGAMENTO!**



Das ideias de terceiros



Das nossas próprias ideias

# Geração de Ideias

## Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade



**ATENÇÃO**



**FUGA**



**MOVIMENTO**

## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

## ATENÇÃO

### A quê?

- À realidade que nos rodeia
- Qualquer coisa à qual normalmente não se preste atenção
- Assumpções, paradigmas e padrões
- Metáforas e analogias
- Características, atributos e categorias
- O que funciona e não funciona.

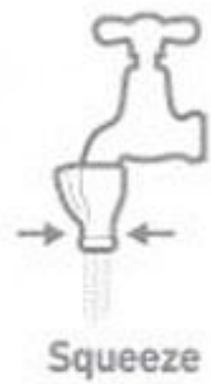






mixer





## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

#### FUGA

#### De quê?

- Dos padrões mentais de pensamento normais
- Tempo e espaço
- Julgamento prematuro
- Barreiras e regras
- Experiências pessoais anteriores







## **AFRAID TO TRIM SENSITIVE NOSE HAIR**

With thousands of sensory nerve fibers in the nostrils, trimming nose hair can be as risky as cutting live wires. We used billboards around actual electric wires and poles to amusingly yet convincingly dramatize the need for the Panasonic nose hair trimmer's 'safety cutting system'.

## Geração de Ideias

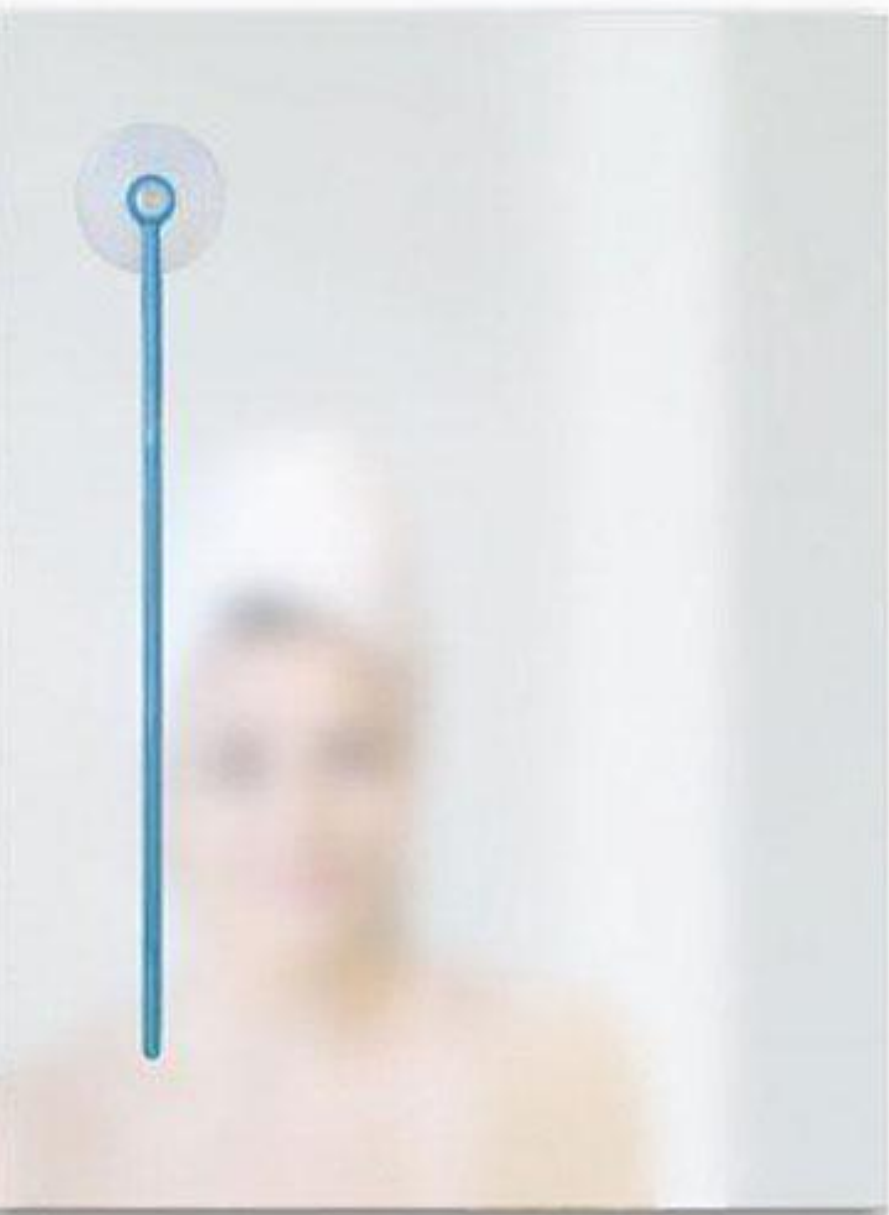
### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

## MOVIMENTO

### Em que sentido?

- No tempo ou no espaço
- Para outro ponto de vista
- Associação livre
- Construir sobre ideias de terceiros







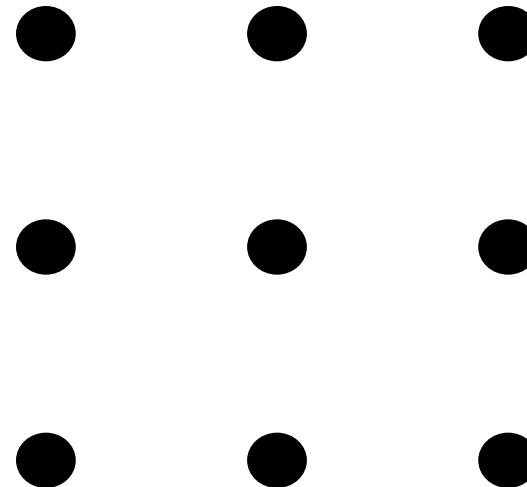
**Din-ink**  
*eat easy, it's easy*

## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

**DESAFIO!**

**Ligue os 9 símbolos no  
máximo com 4 linhas  
rectas sem levantar a  
caneta do papel.**

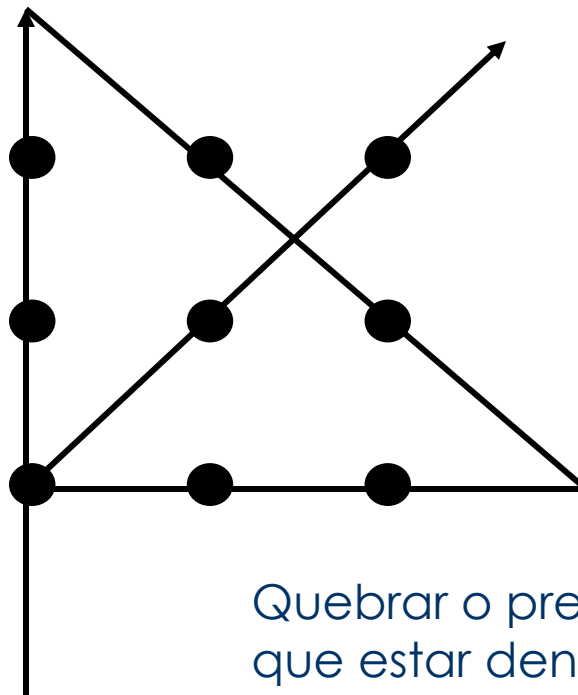




## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

# Solução 1

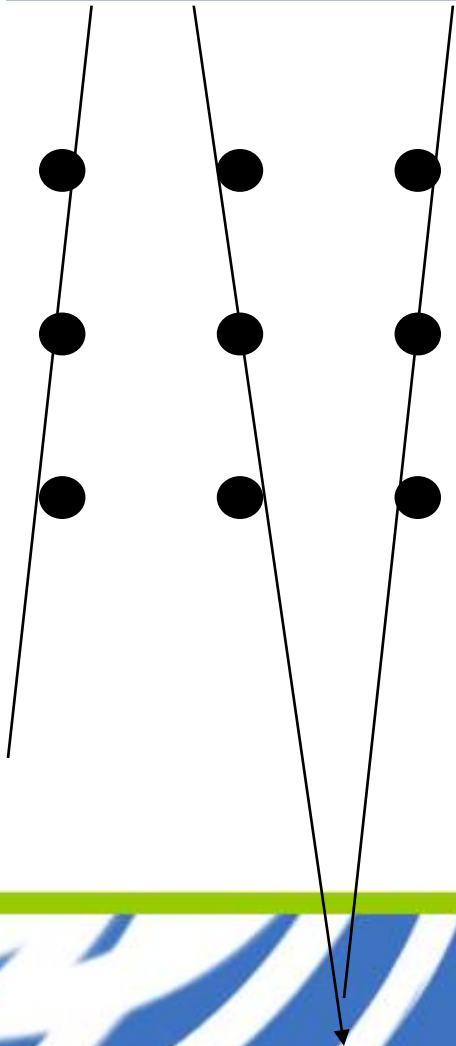


Quebrar o pressuposto que as linhas têm que estar dentro do quadrado imaginário formado pelos pontos.

## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

Solução 2

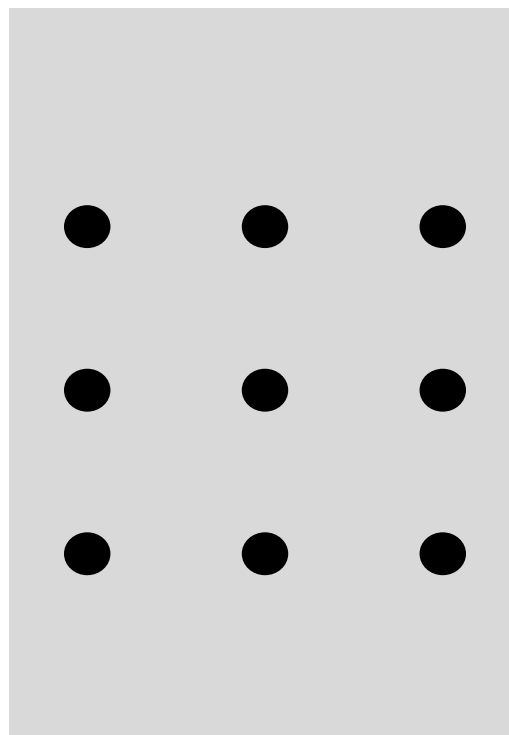


Quebrar o  
pressuposto que  
as linhas têm que  
passar pelo centro  
dos símbolos

## Geração de Ideias

### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

## Solução 3



Quebrar o pressuposto que a linha tem espessura fina.

## Geração de Ideias

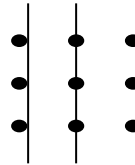
### Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade

# Mais importante que tudo...

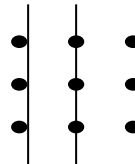
**Quebrar o pressuposto que os problemas têm uma única solução!**



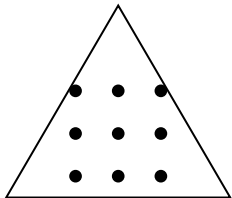
Se se dobrar o papel



Se se levantar o papel da caneta



Se se usar um lápis



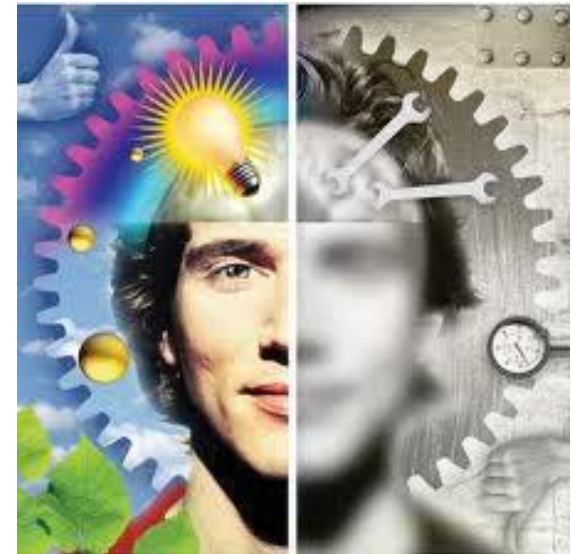
Se verificarmos bem a definição de “ligar”

Existem mais de 100 soluções!

## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

- Existem centenas de ferramentas para estimular a criatividade de equipas
- Nunca se sabe à partida qual a ferramenta que vai ser mais eficaz na abordagem a determinado problema
- Deve-se utilizar o maior número possível de ferramentas, dentro de limites razoáveis de tempo



## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### FERRAMENTA 1. ANALOGIAS



Tentar identificar algum princípio ou conceito de uma situação externa e que possa ser adaptada à situação com que a equipa se depara

4  
diferentes  
analogias

1. Analogias diretas
2. Analogias aleatórias forçadas
3. Excursões
4. Teatralização

## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 1.1 ANALOGIAS DIRETAS - metodologia



1. Identificar qual a essência fundamental do problema
2. Listar o que ou quem é que lida com uma situação semelhante ao problema
3. Estudar detalhadamente como esse problema é ultrapassado por quem o vive e adaptá-lo ao problema que se pretende resolver.

# Geração de Ideias

## Ferramentas da criatividade

### 1.1 ANALOGIAS DIRETAS - Exemplo



*Como diminuir o número de batatas fritas partidas devido ao manuseamento das embalagens?*



Pringles!





## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 1.2 ANALOGIAS ALEATÓRIAS FORÇADAS - metodologia



1. Seleciona-se aleatoriamente um termo de uma lista de “mundos paralelos”
2. Forçando uma analogia entre o mundo e os conceitos e realidades que a palavra sugere a cada membro da equipa tentando adaptá-los à situação real



***Combater a tendência natural para não ver qualquer relação útil entre as duas situações***

# Geração de Ideias

## Ferramentas da criatividade

### 1.2 ANALOGIAS ALEATÓRIAS FORÇADAS - exemplo



*Diminuir o número de defeitos nos bolos produzidos na pastelaria da D. Antónia*



Notícias da TV

Empresa de confeções / têxteis



## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 1.3 EXCURSÕES - metodologia



1. Efetuar uma excursão real ou virtual a um espaço distante da realidade (a um jardim zoológico, ao circo, a um centro comercial, etc.)
2. Procurar deliberadamente por situações que se possam relacionar com o problema atual
3. Forçar a analogia

# Geração de Ideias

## Ferramentas da criatividade

### 1.3 EXCURSÕES - exemplo

*Necessidade de aumentar o número de clientes do meu café*



Excursão a um centro comercial

Excursão a um Jardim zoológico



## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 1.4 TEATRALIZAÇÃO - metodologia

1. Selecionar várias personagens, pessoas, animais, etc.
2. Usar emprestados os seus vales mentais e imaginar como seria que eles solucionariam o problema



*Diminuir o extravio de bagagens num aeroporto*

TEATRALIZAÇÃO

Como resolveria o problema uma criança de 6 anos?



# Geração de Ideias

## Ferramentas da criatividade

### FERRAMENTA 2. CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS



Criação de novos cenários relativamente detalhados

Pensar como se deveria atuar nesse cenário

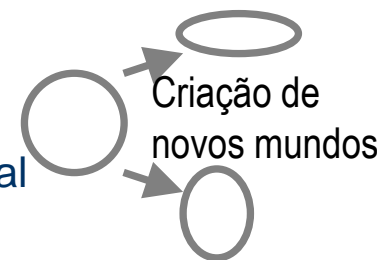


## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 2.1 CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS – Cenários de Situação - metodologia

1. Listar os fatores que influenciam positiva ou negativamente a situação real
2. Dividir os fatores em dois grupos: previsíveis e imprevisíveis
3. Descrever detalhadamente vários cenários, combinando os fatores previsíveis com várias combinações das forças imprevisíveis
4. Dar respostas da empresa para os novos cenários, tentando responder às questões:

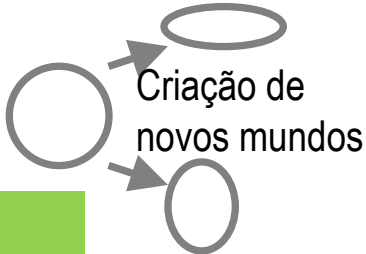


*O que deve a organização fazer? Que serviços oferecer? Que tendências estão subjacentes a cada um dos cenários? Como criar valor acrescentado para os clientes?*

# Geração de Ideias

## Ferramentas da criatividade

### 2.1 CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS – Cenários de Situação - Exemplo



*“Desenvolver serviços que possam satisfazer os clientes de uma empresa de contabilidade.”*



#### Factores previsíveis:

- População
- Realidade demográfica
- Tendências de mercado das PME's.

#### Factores imprevisíveis:

- Política de impostos
- Utilização de computadores pessoais
- Tendências para recorrer a contabilidade interna em vez da subcontratação



## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

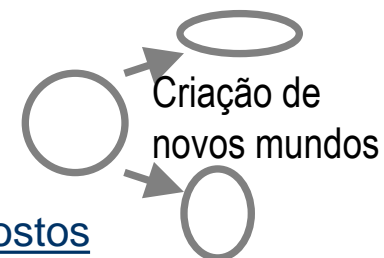
#### 2.1 CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS – Cenários de Situação - Exemplo

##### Cenário 1:

- O governo estabelece um modelo muito simples para calcular os impostos que cada empresa deverá pagar.
- Os clientes realizam eles próprios os seus próprios a sua contabilidade.
- A utilização de computadores mantém-se constante aos dias de hoje.

##### Cenário 2:

- O sistema de tributação torna-se ainda mais complexo.
- Os clientes começam a contratar o seu próprio pessoal especializado na contabilidade.
- A informática evolui por forma a permitir aos clientes tirarem dúvidas online com especialistas através da transmissão de voz, dados e imagens.



## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

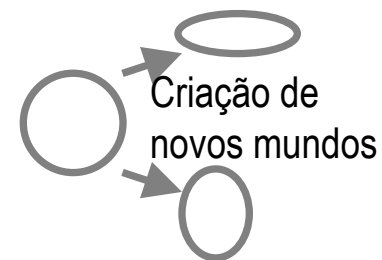
#### 2.1 CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS – Cenários de situação - Exemplo

**Ideia:** Criação de um serviço de aconselhamento na internet com um consultor permanentemente online

**Ideia:** Desenvolvimento de um software estilo “Faça você mesmo o cálculo dos impostos” a comercializar junto de pequenos clientes sem poder de compra para contratarem uma empresa de contabilidade

**Ideia:** Comercialização de software que aconselha os melhores métodos para otimizar o valor dos impostos tendo em conta a natureza da contabilidade da empresa

**Ideia:** Ligação direta aos clientes por videoconferência. Um consultor externo que estará dentro do cliente sempre que este o desejar

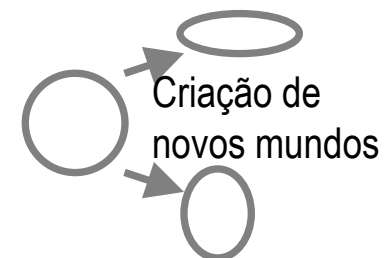


## Geração de Ideias

### Ferramentas da criatividade

#### 2.2 CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS – Cenário Ideal – Metodologia

1. Imaginar uma situação ideal num mundo distante sem limitações físicas, espaciais ou tecnológicas.
2. Voltar à realidade dos dias atuais e pensar como a empresa pode evoluir na direção do cenário criado tendo em conta as limitações do mundo atual.



**Nota: Os cenários não devem ser tão pouco plausíveis que façam do uso desta ferramenta um jogo tolo.**



## Geração de Ideias

### Ideias de Negócio Criativas

**Há então que conseguir separar o trigo do joio...**

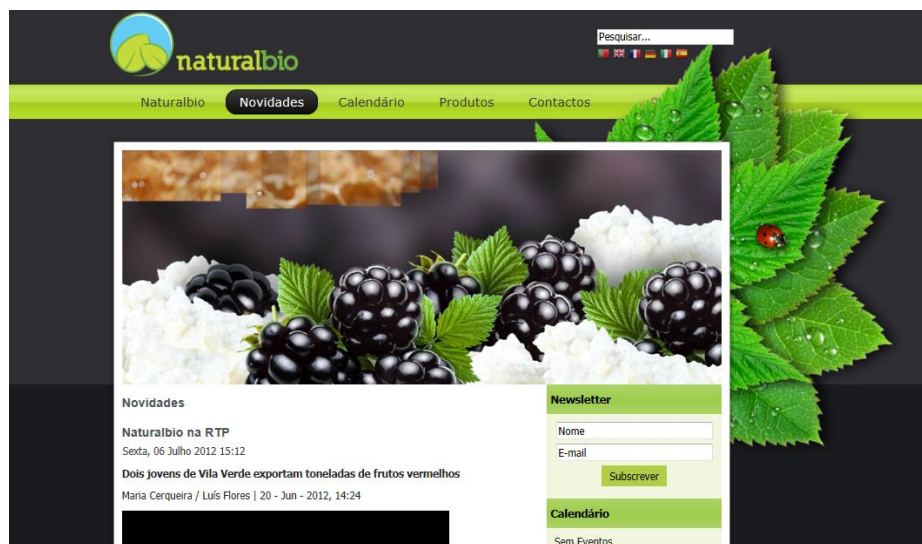
Nº de ideias em bruto	Nº de ideias muito boas*
100	19
200	36
300	51
500	84
1000	163

*Richard Saunders International Labs*

\* Com 96% de confiança

## Geração de Ideias

### Ideias de Negócio Criativas



#### NATURALBIO

nascida em 08 de Setembro de 2010 vocacionada para a produção biológica de alta qualidade

*“Somos uma empresa que se dedica fundamentalmente á produção e comercialização de frutos vermelhos (amora – framboesa e mirtilo) em regime biológico e convencional de elevada qualidade, produção e comercialização de Amêndoa, castanha, azeite e mel, produção biológica e convencional de elevada qualidade.”*

#### Dois jovens de Vila Verde exportam toneladas de frutos vermelhos

<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=563910&tm=8&layout=122&visual=61>

# Geração de Ideias

## Ideias de Negócio Criativas



Quando as crianças não querem comer legumes, peixe ou sopa, servir criatividade à mesa pode ser o único remédio. Sílvia Reis e o marido tinham o problema em casa e criaram uma solução. A **Eats Real** é um site e uma loja online onde é possível encontrar vários produtos que ajudam a tornar as refeições divertidas.

<http://www.thenextbigidea.pt/episodios/eats-real/>



# Geração de Ideias

## Ideias de Negócio Criativas



“É a reinvenção de modelos de negócio tradicionais. Tem expressões em ardósia, chão de mosaico hidráulico, cestos de verga que expõem produtos como compotas e bolos secos e até uma playlist exclusivamente portuguesa: é A Padaria Portuguesa, um negócio que procurou reinterpretar elementos nacionais.”

## Geração de Ideias

### Ideias de Negócio Criativas

#### **Maçã de Alcobaça vende anualmente meio milhão de embalagens à McDonald's**

*“A maçã fatiada não foi um produto de fácil aceitação por parte do consumidor nacional. ...*

*Duas superfícies comerciais tentaram introduzir a variante fatiada nos hábitos de compra dos consumidores, mas não obtiveram o resultado desejado.”*

*Jorge Soares, presidente da Associação de Produtores da Maçã de Alcobaça*



**McDonald's junta Pera Rocha ao Sundae**



## Índice

### Parte I. Introdução à Criatividade

- O que é a criatividade?
- O papel da memória no pensamento criativo
- O papel da percepção no pensamento criativo
- O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo
- Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade



### Parte II. Sessão de criatividade

### Parte III. Apresentações e partilha

### Parte IV. Encerramento e apresentação do I Concurso de Empreendedorismo

## Sessão de Criatividade

### envelhecimento da população

**População idosa com mobilidade  
condicionada**

**dispersão da população vs concentração de  
oferta de serviços**

**falta de tempo para gestão de  
atividades domésticas**

**preocupação com qualidade dos  
alimentos/saúde**

**Emprego horários alargados**

**Abandono dos campos e da atividade  
agrícola**



## Sessão de Criatividade

**Passo 1. Coloque o seu nome num papel e vamos sortear!**

5 minutos

**Passo 2. Constituam grupos e atribuam um nome de “código”**

5 minutos

**Passo 3.**

**Escolham um problema e trabalhem com uma das ferramentas de criatividade (dúvidas ver Ficha B)**

30 minutos

**Sistematizem a vossa ideia preenchendo os campos da Ficha A:**

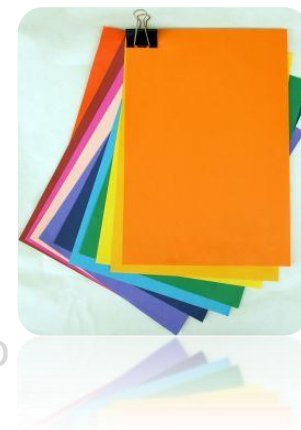
*Qual a solução? Qual o meu público?*

*Quais os pontos fortes? Quais as áreas de melhoria?*

## Índice

### Parte I. Introdução à Criatividade

- O que é a criatividade?
- O papel da memória no pensamento criativo
- O papel da percepção no pensamento criativo
- O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo
- Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade



### Parte II. Sessão de criatividade

### Parte III. Apresentações e partilha

### Parte IV. Encerramento e apresentação do I Concurso de Empreendedorismo

## Apresentações e Partilha

**Passo 1.** Cada Grupo vai escolher o membro “porta voz” e os restantes serão os membros “consultores”. O membro porta voz vai sair do seu grupo e vai dirigir-se aos consultores do grupo ao lado

5 minutos

**Passo 2.** O porta voz vai explicar a ideia do seu grupo aos consultores do grupo ao lado, enquanto esses deve questionar, perguntar, duvidar, ....

15 minutos

**Passo 3.** Os porta vozes voltam aos seus grupos e trabalham/melhoram a sua ideia com os restantes membros e fazem as alterações necessárias à ficha A

20 minutos

**Passo 4.** Cada Grupo apresenta e “vende” a sua ideia ao público da sala. Cada pessoa deve dizer se acha que é um serviço ou produto que compraria ou não e porquê.

5 minutos /grupo

## Índice

### Parte I. Introdução à Criatividade

- O que é a criatividade?
- O papel da memória no pensamento criativo
- O papel da percepção no pensamento criativo
- O papel do subsistema do julgamento no pensamento criativo
- Os 3 princípios básicos das ferramentas da criatividade



### Parte II. Sessão de criatividade

### Parte III. Apresentações e partilha

### Parte IV. Encerramento e apresentação do Concurso de Empreendedorismo

## I Concurso de Empreendedorismo

**Arranque:**

**Data Final para entrega:**

**Prémio: 24h consultoria personalizada (plano de negócios)**

**CONSULTE O REGULAMENTO**

*Entrega obrigatória: Ficha de Participação – download no website da  
CIM*

**Para mais informações:** Consulte a CIMBIS ou o gabinete de apoio do seu município

## Concurso de Empreendedorismo

### IDEIA/ PROJETO

**Natureza da Ideia ou projeto** (Em que área temática se desenvolve?)

**Conceito** (Qual o conceito subjacente? Como nasceu a ideia e qual o objetivo?)

**Descrição da ideia/projeto** (O que propõe desenvolver? Quais as características?)

**Interesse do desenvolvimento da ideia/projeto** (Potencial de criação de emprego, utilização de recursos endógenos e impacto no desenvolvimento local, etc.)

**Carácter inovador e diferenciador do projeto** (O que apresenta de novo? O que o distingue no mercado?)

**Maturação e desenvolvimento da ideia/projeto** (Qual o estado atual de maturidade do que submete a candidatura? Que desenvolvimento prevê?)

**Oportunidades** (Qual considera ser a receptividade do mercado à ideia/projeto? Que necessidades irá satisfazer?)

**Ameaças** (Que dificuldades prevê no processo de execução do projeto?)

**Concorrência** (Quem são os concorrentes? Qual a mais-valia da ideia/projeto em termos de inovação, imagem e funcionalidades propostas?)

**Viabilidade** (Como prevê a evolução do projeto?)

### ORGANIZAÇÃO/GESTÃO

**Motivação para o concurso** (O que o leva a concorrer?)

**Experiência dos promotores nas diversas áreas do projeto** (Quais as mais-valias pessoais, académicas e profissionais nas áreas do projeto?)

**Estrutura** (Como estão organizadas as funções e ligações entre os promotores? Como funcionam em equipa?)

**Gestão** (Algum dos promotores é interlocutor nas questões de gestão financeira do negócio? Que experiência tem na área?)

### ESTRATÉGIA

**Mercado** (Para que mercado (os) se direcciona?)

**Estratégia de marketing** (Como planeia colocar o produto no mercado de forma eficaz para garantir retorno?)

**Comunicação** (Como tratar a imagem e divulgar de forma a promover e potenciar vendas?)

### VIABILIDADE ECONOMICO / FINANCEIRA (despesas, proveitos, etc)