

# ideation collective

# INOVAR DA INTERSEÇÃO

RELATÓRIO DAS SESSÕES

11 de dezembro

Cofinanciado por:









# **INDICE**

CONTEXTO E OBJECTIVOS DA SESSÃO	3
METODOLOGIA	4
SESSÕES	5
SESSÃO DA MANHÃ	7
EQUIPA 1	7
EQUIPA 2	12
EQUIPA 3	15
EQUIPA 4	17
SESSÃO DA TARDE	21
EQUIPA 1	21
EQUIPA 2	24
EQUIPA 3	26
EQUIPA 4	30
CONCLUSÃO	
ANEXO 1 - ENTIDADES PARTICIPANTES DO EVENTO E TIPOLOGIAS	37
ANEXO 2 - REGISTO FOTOGRÁFICO	39







# CONTEXTO E OBJECTIVOS DA SESSÃO

Tiveram lugar, no passado dia 11 de dezembro de 2020, mais duas sessões dos encontros "Inovar na interseção", em formato digital. Das seis sessões previstas faltam apenas as últimas duas, a ocorrer no início do próximo ano, concretamente a 15 de janeiro de 2021. Esta iniciativa da ANI, promovida em colaboração com a Ideation Collective - consultora de Design e Inovação - tem como objetivo primordial a promoção e consolidação de dinâmicas colaborativas entre entidades que operam dentro do mesmo domínio científico e tecnológico, visando uma otimização do processo criativo de desenvolvimento de ideias e a valorização das atividades de investigação e desenvolvimento.

Numa abordagem de inovação colaborativa e através da transferência de conhecimento, pretende-se fomentar o trabalho em equipa e estimular novas formas de responder eficazmente às exigências do mercado empresarial nacional.

Através de um processo de inovação e cocriação - Design Thinking - procura-se estreitar os laços entre diferentes setores e entidades, como Instituições de Ensino Superior, TTO, Centros de Interface, Laboratórios Colaborativos, Clusters e empresas através do cruzamento de experiências, know-how e boas práticas em áreas de interesse comum. Em última análise, estas sessões são meios potenciadores de novas redes, bem como da identificação de lacunas ao nível de iniciativas que respondam a desafios encontrados pelos participantes e que poderão inclusivamente levar à submissão de co-produções de projetos de interesse comum.

Outro objetivo destes encontros é apresentar aos participantes uma forma diferente de organizar o processo criativo e de gerar soluções que é, então, o Design Thinking.









#### **METODOLOGIA**

A metodologia utilizada para estas sessões é, como já referido, o Design Thinking.

Este é um processo iterativo, não linear, que visa compreender os utilizadores, desafiar hipóteses e suposições e criar soluções inovadoras, traduzido numa abordagem de pensamento crítico e criativo. É um método centrado nas pessoas, que procura oferecer produtos, serviços ou experiências de acordo com as suas reais necessidades e é construído de maneira coletiva e colaborativa, reunindo o máximo de ideias, perspetivas e visões diferentes.

Este indutor de inovação deve ser visto como uma vantagem competitiva para as empresas, com repercussão, obviamente, na produtividade das mesmas, já que leva à resolução de problemas complexos de forma simples e a que o utilizador final seja o principal impactado - é ele, aliás, que determina e valida o que é ou não inovador no final de todo o processo.

É estruturado em diferentes fases, são elas: definição do problema, *needfinding* & *benchmarking*, ideação, prototipagem e validação (esta última, de teste, não é abordada nas sessões).

Também por quebrar paradigmas e estimular a criatividade das equipas de trabalho, desenvolvendo a empatia e criando um espírito cooperativo e colaborativo, a abordagem permite dotar as equipas de uma mentalidade mais preparada para desafios, para o novo e desconhecido. Foi isto que se pretendeu nestas sessões (tal como nas próximas) - que os participantes saíssem das suas zonas de conforto e substituíssem a sua tradicional forma de pensar por um método exploratório para que, por meio de uma transferência do conhecimento gerado, conseguissem chegar a soluções para o desafio proposto.

Idealmente, usar-se-iam materiais como marcadores e post-its (entre outros) para a execução das várias tarefas em grupo, devido à necessidade de adaptação ao formato online, foram usadas, nestas sessões, as plataformas digitais ZOOM (com *breakout rooms* para as equipas) e MIRO, que permitiu, através de um quadro branco virtual, escrever, deslocar e desenhar nas várias *frameworks* utilizadas.









#### **SESSÕES**

Foram então realizadas duas sessões "Inovar na Interseção" no dia 11 de dezembro, pelas 10 horas e pelas 14 horas e 30 minutos, respetivamente.

Depois de uma breve introdução e apresentação dos objetivos da sessão, foi apresentado aos participantes o conceito de Design Thinking, as etapas em que assenta o seu microciclo e alguns exemplos práticos de quão útil esta ferramenta é na resolução de problemas banais do quotidiano.

O desafio a que estes grupos deveriam responder já estava definido à partida:

# "COMO PODEREMOS FACILITAR A TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO ENTRE A ACADEMIA E O MERCADO?"

Aplicando a metodologia, os participantes foram incentivados a identificar as necessidades, os problemas e os insights (informações/revelações que são podem alterar a forma como se olha para o desafio ou para as potenciais soluções) relativos à grande questão - chamada, neste processo, de How Might We Question (HMW). Neste seguimento, posteriormente categorizaram estes findings a fim de chegarem a uma questão mais simplificada, afunilada e especificamente direcionada para as dificuldades identificadas. Aqui, a linha de pensamento deveria ser estruturada da seguinte forma: como criar ou melhorar algo, através de um produto, serviço ou experiência, a fim de atingir um determinado objetivo.



Cofinanciado por:

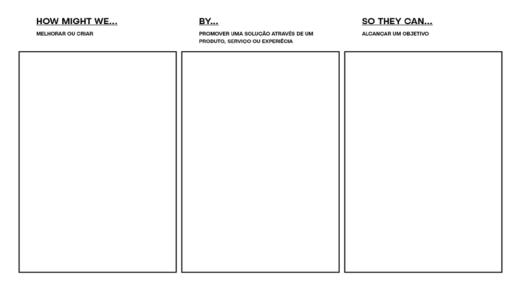






Depois de um curto exercício de preparação para o brainstorming, foi pedido aos participantes que entrassem na fase de ideação, ou seja, que chegassem ao maior número de ideias possível para responder à HMW simplificada e que, posteriormente, votassem e elegessem as mais relevantes, que foram então posicionadas relativamente ao seu potencial impacto e viabilidade. Daqui, novamente após escolha do grupo, saiu a ideia mais interessante para questão de cada equipa.

# MODELO DE IDEAÇÃO



Assim, chegaram à última fase a ser abordada na sessão, a prototipagem, sob a forma de sketching do user test flow (mapeamento de todo os passos que o utilizador faz até atingir o seu objetivo, que pode ir desde o momento em que sente a necessidade até ao em que ela é sanada); primeiro individualmente, depois em grupo, com a troca de ideias entre os membros. No final, todas as equipas deveriam preparar-se para um elevator pitch da ideia que, por questões de tempo, foram apresentados unicamente por uma equipa em cada sessão. Os trabalhos em equipa foram executados, maioritariamente, na plataforma MIRO.







#### SESSÃO DA MANHÃ

A sessão da manhã reunião um conjunto de participantes das áreas Turismo e Indústrias Culturais e Recreativas, bem como outros de actividades diversas as tipologias das entidades participantes das sessões podem ser consultadas no ANEXO 1.

As ideias e conclusões que surgiram destas sessões de ideação foram variadas e deveras interessantes. Adiante, alguns dos principais resultados dos grupos da primeira sessão:

# **EQUIPA 1**

Entidades participantes: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Turismo de Portugal, MORE Colab, TagusValley.

Depois de uma identificação clara de pains, needs e insights, duas soluções de grande impacto e viabilidade foram consideradas para a fase da prototipagem.

# EQUIPA 1 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS

**NEEDS** INSIGHTS **PAINS** 















# **EQUIPA 1 - HMWQ ESCOLHIDA**

#### HOW MIGHT WE...

MELHORAR OU CRIAR

PROMOVER UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UM PRODUTO, SERVIÇO OU EXPERIÊNCIA

#### SO THEY CAN...

ALCANÇAR UM OBJETIVO







Como melhorar a comunicação entre a Academia e as Empresas de forma a alinhar interesses e objetivos aplicados às necessidades do mercado?

# **EQUIPA 1 - BRAINSTORMING**

Papel das associações Reformulação avaliação formadores

> Divulgação científica

Dar voz aos protagonistas

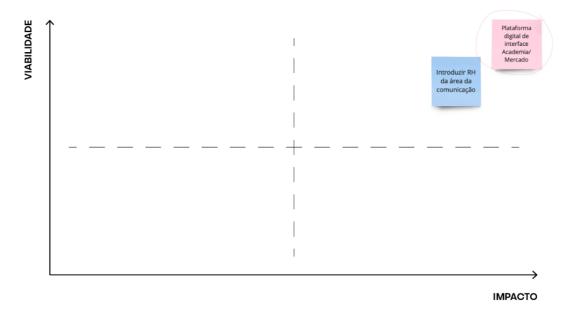








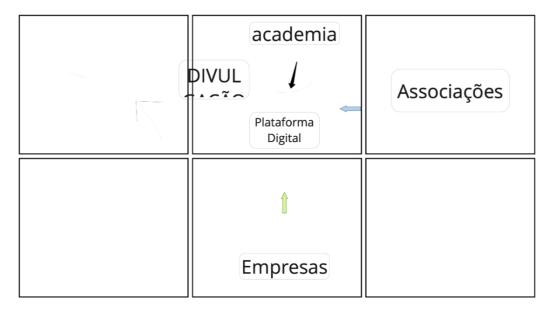
# **EQUIPA 1 - VIABILIDADE & IMPACTO**



# EQUIPA 1 - IDEIA ESCOLHIDA

Plataforma digital de interface

# **EQUIPA 1 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



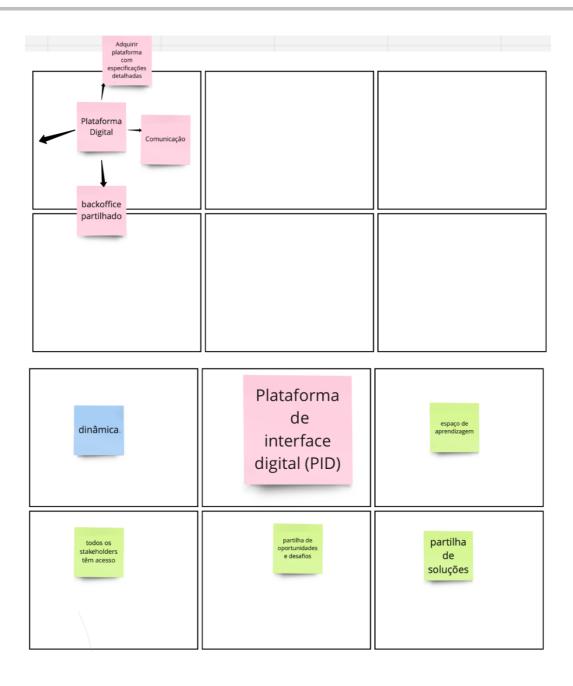
Cofinanciado por:







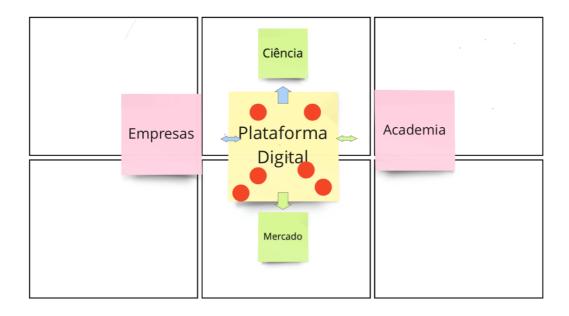




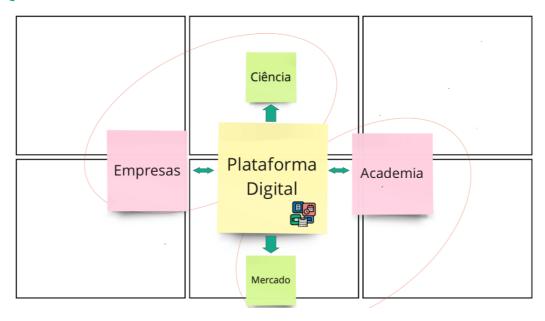








**EQUIPA 1 - PROTOTIPAGEM GRUPO** 







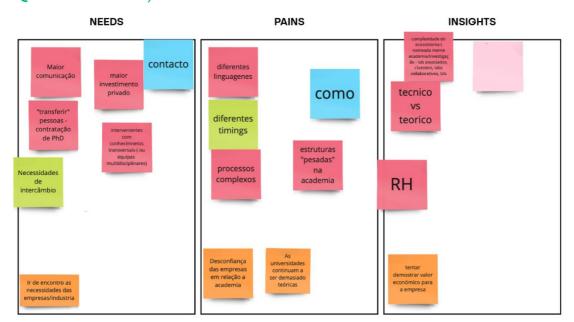




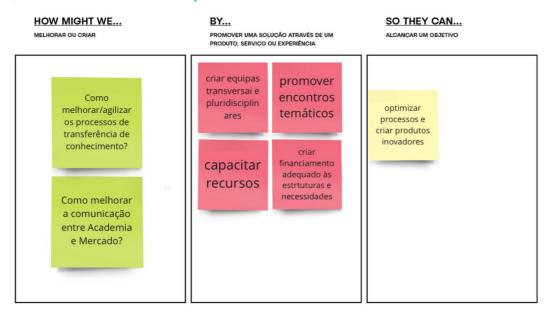
# **EQUIPA 2**

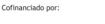
Entidades participantes: Instituto Superior Técnico -Transferência de Tecnologia, MORE Colab, Iscte, Instituto Politécnico da Guarda, ALMASCIENCE. Uma definição do problema bem conseguida e um brainstorming muito produtivo - esta foi uma das duas equipas eleitas para fazer o elevator pitch.

EQUIPA 2 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS



# **EQUIPA 2 - CARATERIZAÇÃO**









# EQUIPA 2 - HMWQ ESCOLHIDA

Como melhorar a comunicação entre Academia e Mercado?

# **EQUIPA 2 - BRAINSTORMING**



# **EQUIPA 2 - VIABILIDADE & IMPACTO**



ІМРАСТО

Cofinanciado por:









# **EQUIPA 2 - IDEIA ESCOLHIDA**

dias abertos/encontro s informais- quer das academia quer da empresa

# **EQUIPA 2 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



# **EQUIPA 2 - PROTOTIPAGEM GRUPO**



Cofinanciado por:







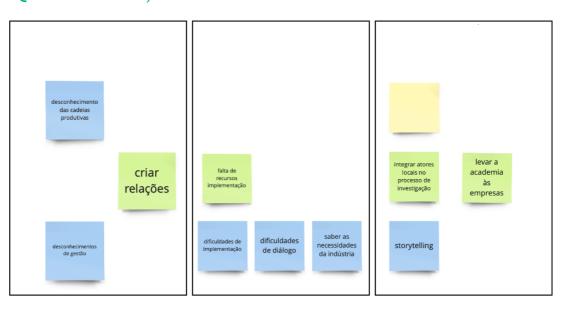


# **EQUIPA 3**

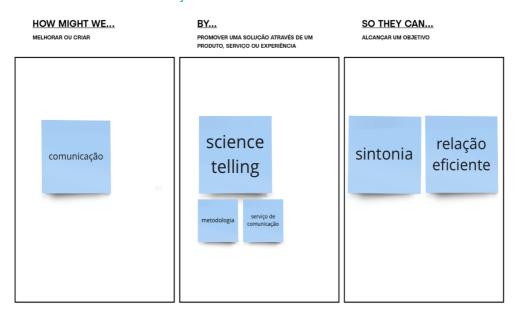
Entidades participantes: MORE Colab, ProChild Colab, Designer Industrial Freelancer.

A equipa 3 chegou a várias soluções para a sua HMW desconstruída; esta foi a outra equipa a fazer o elevator pitch, apresentando o *flow* da sua ideia.

# EQUIPA 3 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS



# EQUIPA 3 - CATEGORIZAÇÃO



Cofinanciado por:









# **EQUIPA 3 - HMWQ ESCOLHIDA**

Escrever a HMW Question escolhida pela equipa

Como podemos melhorar a comunicação entre a Academia e a Indústria?

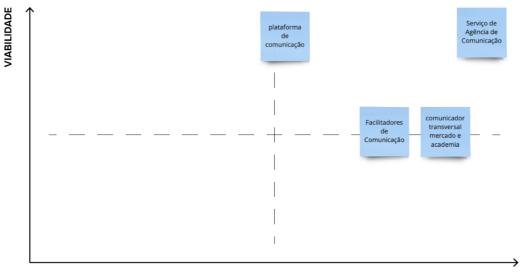
# **EQUIPA 3 - BRAINSTORMING**

Serviço de Agência de Comunicação

Facilitadores de Comunicação comunicador transversal mercado e academia

plataforma de comunicação

# EQUIPA 3 - VIABILIDADE & IMPACTO



IMPACTO

# **EQUIPA 3 - IDEIA ESCOLHIDA**

Agência de comunicação que presta um serviço de comunicação através de um comunicador transversal e facilitadores, utilizando para isso uma plataforma.

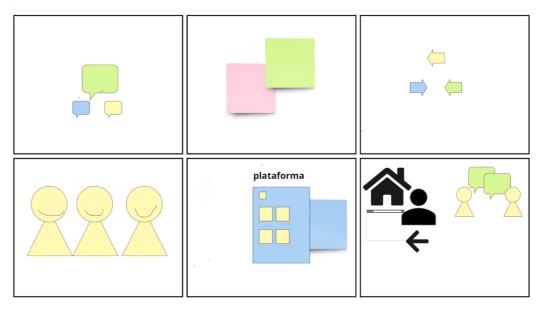
Cofinanciado por:



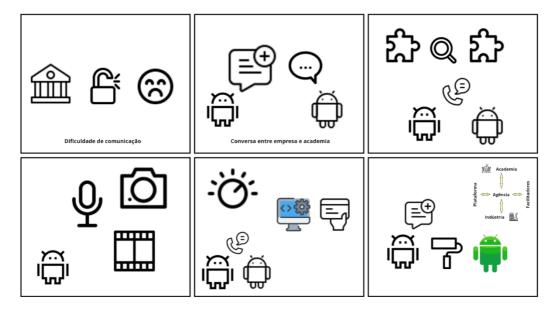




# **EQUIPA 3 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



# **EQUIPA 3 - PROTOTIPAGEM GRUPO**



# **EQUIPA 4**

Entidades participantes: Acácio Viegas Unipessoal, Lda.

Muitas needs, pains e insights identificados para na fase da definição do problema e muitas soluções para a HMW simplificada saíram do processo de ideação.

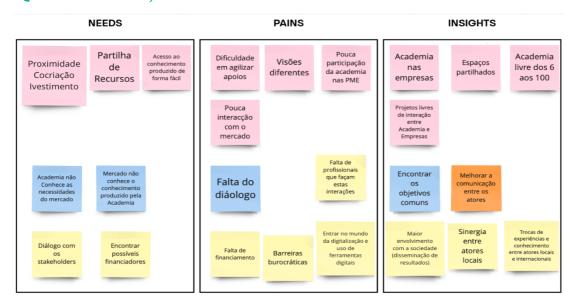
Cofinanciado por:





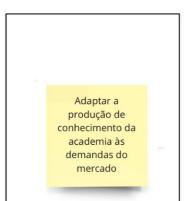


# EQUIPA 4 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS



# **EQUIPA 4 - IDEAÇÃO**





# BY... PROMOVER UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UM PRODUTO, SERVIÇO OU EXPERIÊNCIA



#### SO THEY CAN...

ALCANÇAR UM OBJETIVO



# EQUIPA 4 - HMWQ ESCOLHIDA

Como melhoramos a partilha das necessidades e as soluções entre a academia e o mercado?

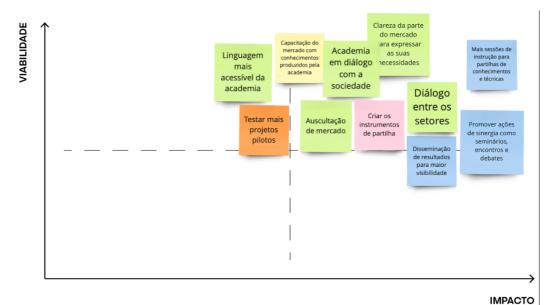
Cofinanciado por







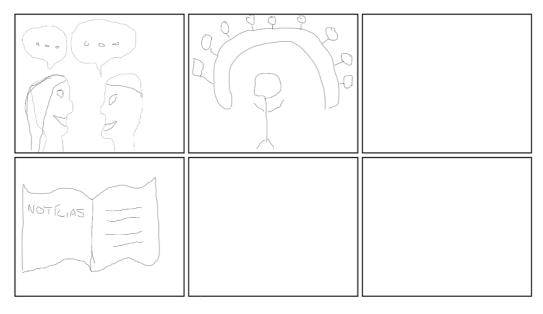
# **EQUIPA 4 - VIABILIDADE & IMPACTO**



# EQUIPA 4 - IDEIA ESCOLHIDA

MELHORAR A COMUNICAÇÃO E PARTILHA DA INVESTIGAÇÃO COM UMA LINGUAGEM MAIS ACESSÍVEL AO MERCADO

# **EQUIPA 4 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



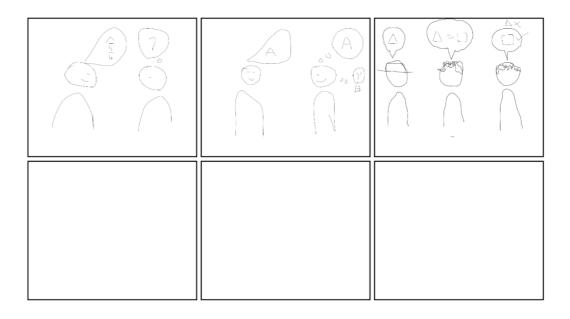
Cofinanciado por:



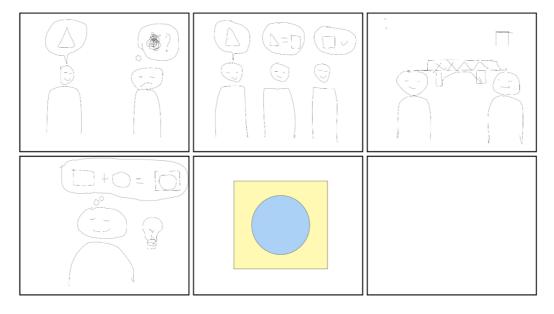








# **EQUIPA 4 - PROTOTIPAGEM GRUPO**











#### SESSÃO DA TARDE

As áreas de ação dos participantes da sessão da tarde centraram-se na Saúde e das Indústrias Automóvel, Espaço e Aeronáutica (consultar ANEXO 1 para as tipologias das entidades). Com muita curiosidade e vontade, chegaram-se a conclusões relevantes e com potencial para serem desenvolvidas.

# **EQUIPA 1**

Entidades Participantes: Value for Health CoLAB, AIBILI, UC, Nonprofit organization.

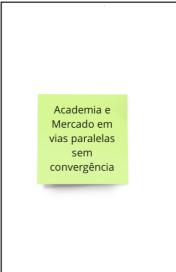
Com uma pergunta HMW mais simples e bem pertinente, a Equipa 1 chegou a um protótipo claro da solução que propuseram, fazendo depois o seu elevator pitch.

# EQUIPA 1 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS

**NEEDS PAINS** INSIGHTS







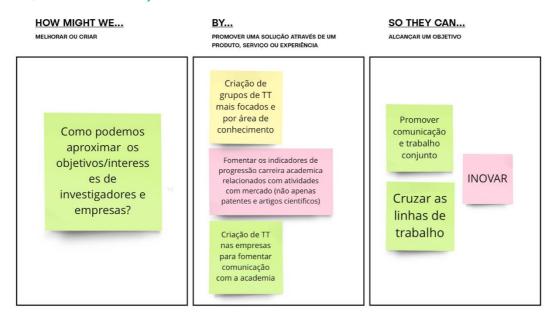








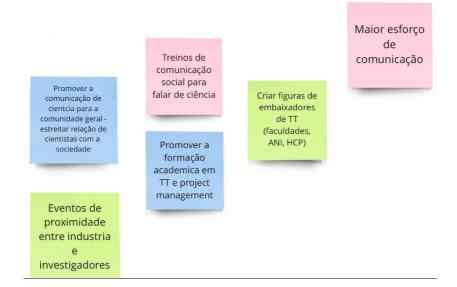
# EQUIPA 1 - IDEAÇÃO



# EQUIPA 1 - HMWQ ESCOLHIDA

Como podemos criar estruturas na academia e na industria que promovam a comunicação e facilitem a inovação?

# **EQUIPA 1 - BRAINSTORMING**



Cofinanciado por:

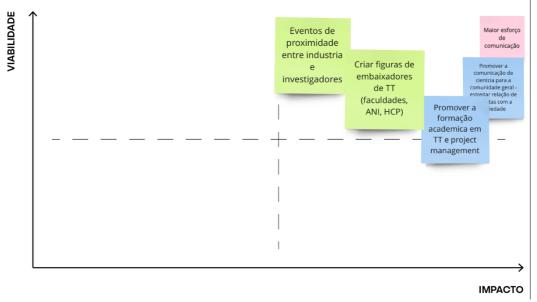








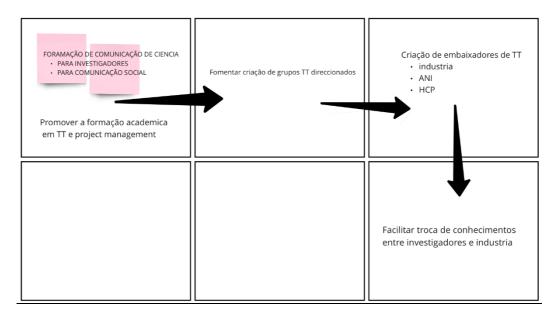
# **EQUIPA 1 - VIABILIDADE & IMPACTO**



# EQUIPA 1 - IDEIA ESCOLHIDA

Maior esforço de comunicação

# **EQUIPA 1 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



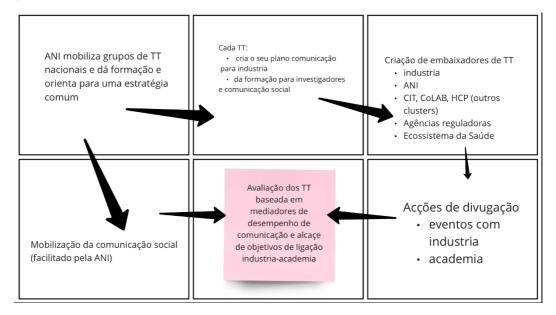
Cofinanciado por







# **EQUIPA 1 - PROTOTIPAGEM GRUPO**

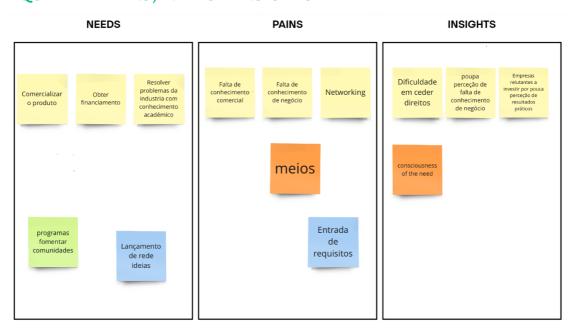


#### **EQUIPA 2**

Entidades participantes: RFF Associados/FPCUB, Mqm legal, Polisport, Mobiqueue.

O grupo de trabalho 2 identificou várias needs, pains e insights, cruciais para simplificar a pergunta HMW.

# EQUIPA 2 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS



Cofinanciado por:









# EQUIPA 2 - IDEAÇÃO

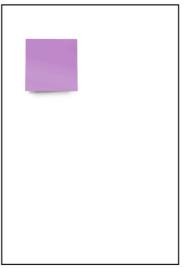
#### **HOW MIGHT WE...** MELHORAR OU CRIAR



#### <u>BY...</u> PROMOVER UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UM PRODUTO, SERVIÇO OU EXPERIÊNCIA



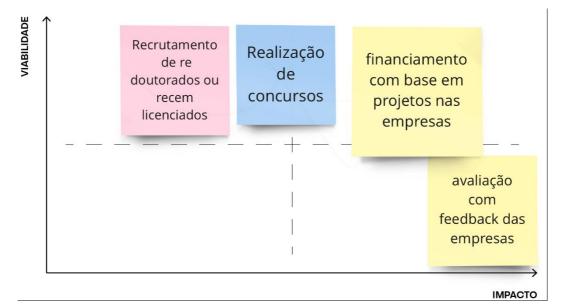
#### SO THEY CAN... ALCANÇAR UM OBJETIVO



# EQUIPA 2 - HMWQ ESCOLHIDA

Melhora o acesso das empresas à academia

# **EQUIPA 2 - VIABILIDADE & IMPACTO**



Cofinanciado por:





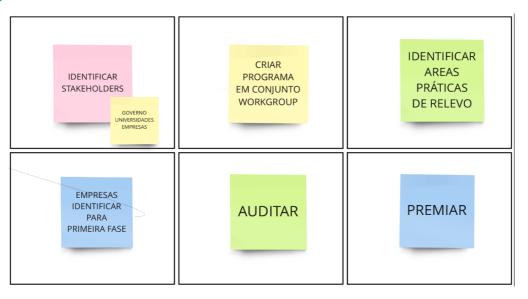




# **EQUIPA 2 - IDEIA ESCOLHIDA**

financiamento com base em projetos nas empresas

# **EQUIPA 2 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



26

# **EQUIPA 3**

Entidades participantes: Simoldes Plásticos, S.A.

Uma eficaz categorização das needs, pains e insights que culminou numa ótima HMW desconstruída

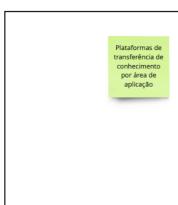






# EQUIPA 3 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS

**NEEDS PAINS INSIGHTS** 







# **EQUIPA 3 - IDEAÇÃO**

#### **HOW MIGHT WE...**

MELHORAR OU CRIAR



#### BY....

PROMOVER UMA SOLUÇÃO ATRAVÉS DE UM PRODUTO, SERVIÇO OU EXPERIÊNCIA



#### SO THEY CAN...

ALCANCAR UM OBJETIVO



# EQUIPA 3 - HMWQ ESCOLHIDA

Como podemos convergir objetivos/necessidades através do conhecimento do que o mercado procura/precisa com vista a aplicar as soluções desenvolvidas de uma forma mais massiva e rápida?

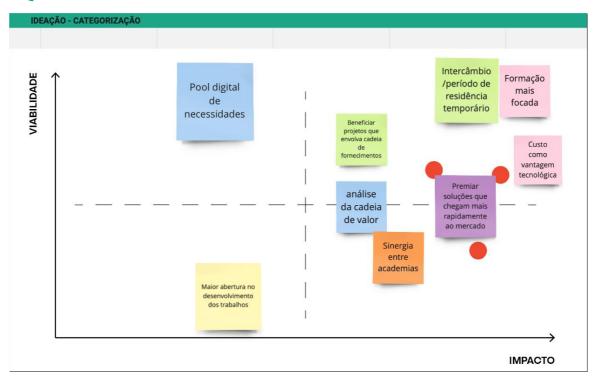
Cofinanciado por:







# **EQUIPA 3 - VIABILIDADE & IMPACTO**



# **EQUIPA 3 - IDEIA ESCOLHIDA**

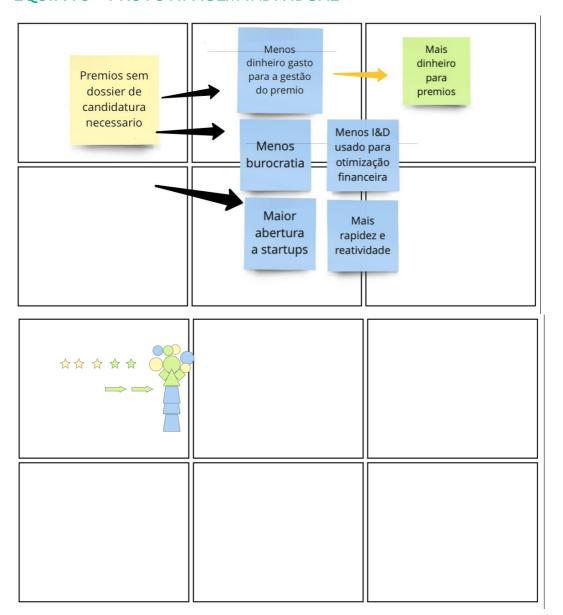
Premiar soluções que chegam mais rapidamente ao mercado







# **EQUIPA 3 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**



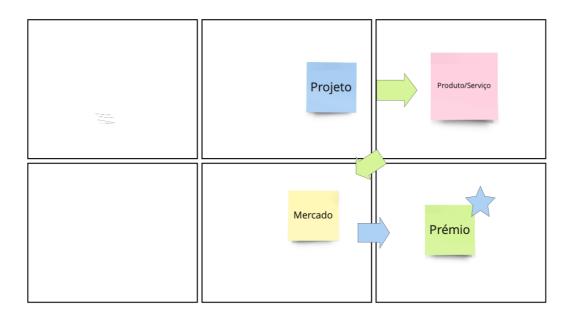




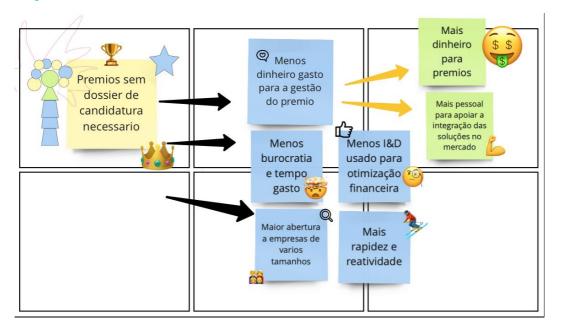


30





#### **EQUIPA 3 - PROTOTIPAGEM GRUPO**



# **EQUIPA 4**

Entidades participantes: INEGI, Controlar S.A., Consultor/Profissional Liberal. A equipa 4 definiu o seu problema com detalhe, inicialmente, chegando, assim, a múltiplas soluções com diferentes correlações entre viabilidade e impacto.

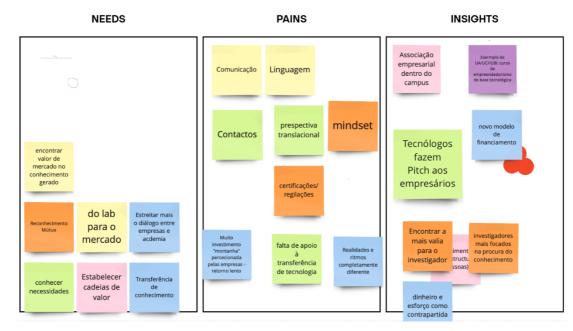




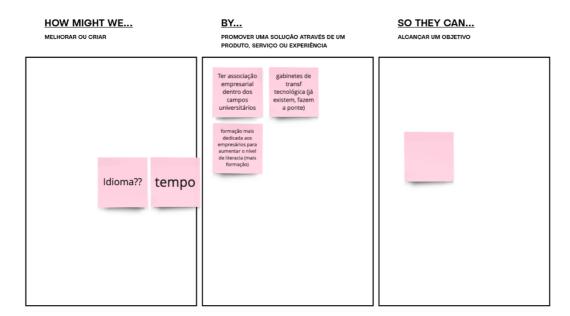




# EQUIPA 4 - PAINS, NEEDS E INSIGHTS



# **EQUIPA 4 - IDEAÇÃO**



# EQUIPA 4 - HMWQ ESCOLHIDA

Como melhorar a comunicação entre academia e empresas?

Cofinanciado por:









# **EQUIPA 4 - BRAINSTORMING**

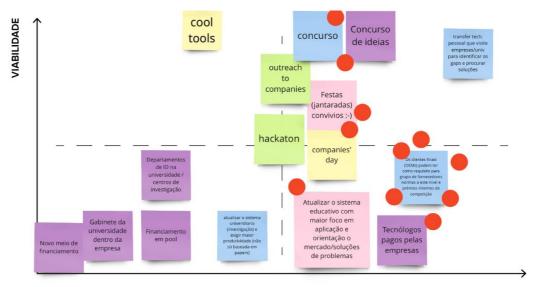


Criar locais comuns de "confraternização" e envolvência (desmistificar realidades)

Benefícios do estado às empresas que fomentam práticas inovadoras (IRC, etc)

Criação de prémios de boas práticas com muita visibilidade (comunicação social)

# **EQUIPA 4 - VIABILIDADE & IMPACTO**



**IMPACTO** 



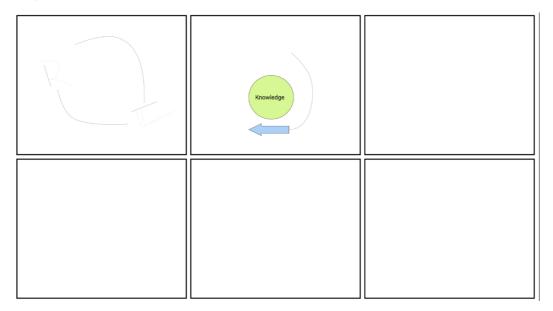


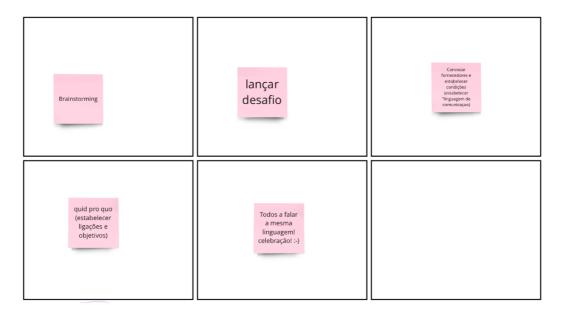


# **EQUIPA 4 - IDEIA ESCOLHIDA**

Os clientes finais (OEMs) podem ter como requisito para grupo de fornecedores normas a este nível e prémios internos de competição

# **EQUIPA 4 - PROTOTIPAGEM INDIVIDUAL**





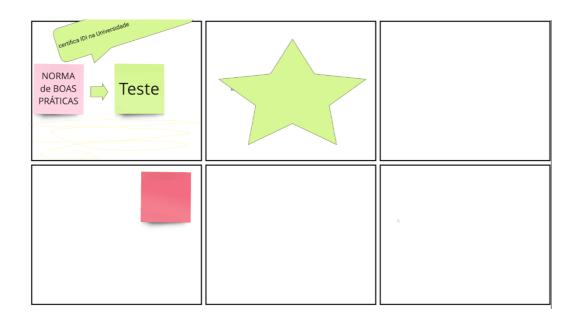
Cofinanciado por:

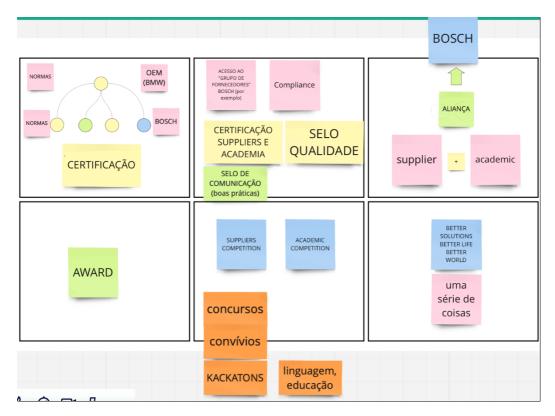




















# **EQUIPA 4 - PROTOTIPAGEM GRUPO**









#### **CONCLUSÃO**

Como referido inicialmente, o objetivo central das sessões foi cimentar as dinâmicas colaborativas, através de um processo inovador que integra diferentes bases de conhecimento e combina diferentes capacidades produtivas.

O Design Thinking é um diferencial importante na geração de soluções inovadoras e humanas, é uma metodologia que gera desconforto pois pressupõe que se abandone a forma comum de pensar e convida a aprender um modelo mental mais empático e humano.

Foi proposto um desafio para que os participantes dissecassem, simplificassem e solucionassem: Como podemos facilitar a transferência de conhecimento entre a academia e o mercado?

Com esta ferramenta, foi pedido aos participantes que atuassem tanto no papel de *problem-finders*, como no de *problem-solvers*, identificando, contextualizando e encaminhando o desafio para possíveis soluções. Foi um exercício de visão estratégica, poder de síntese e capacidade analítica que os participantes superaram largamente.

De reter que muitas necessidades e dificuldades foram identificadas e várias soluções com grande potencial foram apontadas, numa tentativa de aproximar as instituições científicas e tecnológicas ao mercado empresarial nacional, cenário bastante promissor para a possibilidade de desenvolvimento de parcerias neste âmbito.





#### ANEXO 1 - ENTIDADES PARTICIPANTES DO EVENTO E TIPOLOGIAS

Apresenta-se abaixo a identificação das entidades representadas pelos 31 participantes presentes nas sessões.

# SESSÃO DA MANHÃ (16 participantes)

Entidade	Tipologia da Entidade
Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril	Instituições de Ensino Superior
Turismo de Portugal	Turismo de Portugal
MORE CoLAB	CoLAB
Tagus Valley	Incubadora
Instituto Superior Técnico - Transferência de Tecnologia	Instituições de Ensino Superior
ISCTE	Instituições de Ensino Superior
Instituto Politécnico da Guarda	Instituições de Ensino Superior
ALMASCIENCE	CoLAB
ProChild CoLAB	CoLAB
Acácio Viegas Unipessoal, Lda.	Empresas







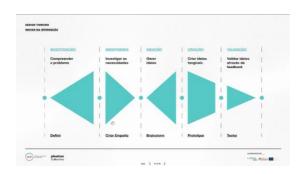
# SESSÃO DA TARDE (15 participantes)

Entidade	Tipologia da Entidade
Value for Health CoLAB	CoLAB
INEGI	Centros de Interface (CIT)
AIBILI	Centros de Interface (CIT)
UC	Instituições de Ensino Superior
Nonprofit organization	Empresas
RFF Associados/FPCUB	Empresas
Mqm legal	Empresas
Polisport	Empresas
Mobiqueue	Empresas
Simoldes Plásticos, S.A.	Empresas
Controlar S.A.	Empresas





# ANEXO 2 - REGISTO FOTOGRÁFICO



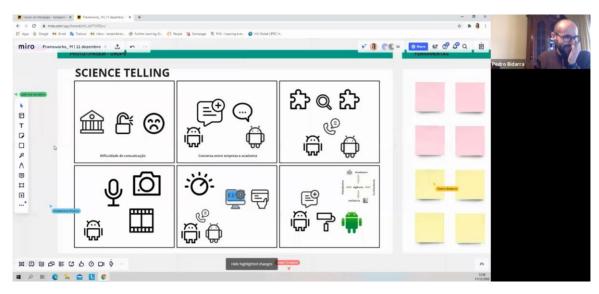












Cofinanciado por:





