Create sustainable Innovation in SMEs using creative methods and processes

CreaInnovation

Priority Axis 1: Promoting Mediterranean innovation capacities to develop smart and sustainable growth
Specific Objective 1.1: To increase transnational activity of innovative clusters and networks of key sectors of the MED area

D4.1.2: National handbook on CreaInnovation Labs

Project Partner in charge: PP4 – SRC Bistra Ptuj
Project partner: PP1 – Universidade do Algarve

1. INTRODUÇÃO 3
2. REGULAMENTAÇÃO NACIONAL E ESTRATÉGIAS 4
3. ANÁLISES SWOT DO WORKSHOP CRIATIVO 6
3.1 Análise SWOT dos workshops criativos em Portugal 7
4. CRIAÇÃO DE LABORATÓRIOS DE CRIATIVIDADE - CreaLab 8
5. O PASSO A PASSO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE UM WORKSHOP CRIATIVO 11
6. ETAPAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE WORKSHOP CRIATIVO EM PORTUGAL 12
7. WORKSHOPS IMPLEMENTADOS EM PORTUGAL 14
8. CONCLUSÕES 18

1. INTRODUÇÃO

O projeto CreaInnovation demonstrou que era possível gerar ideias inovadoras, sustentáveis e viáveis num workshop de apenas um dia (ou dois meios dias). Trabalhando com microempresas contando com a participação de uma figura de gestão e um par de estudantes, e conduzido por um consultor especialista em Criatividade foi possível fazer todo o processo de inovação.

De 52 workshops com 59 PME, foram geradas 62 ideias inovadoras e 26 inovações de produto. Tomamos estes resultados como prova do poder dos métodos criativos e do processo de inovação nas PME europeias.
Assim, será desejável criar locais onde as PME possam facilmente, e a um custo acessível, encontrar os recursos necessários (local, ferramentas e competências) para realizarem workshops criativos.

O projeto CreaInnovation concentra-se na criação de uma atmosfera inovadora nas PME, com a ajuda de abordagens e métodos criativos.

O presente documento é um guia para implementar workshops criativos em Portugal.

Este manual descreve as estratégias e as iniciativas públicas que regulamentam a criatividade e inovação nas PME, a nível nacional e regional (Cap. 2), apresenta uma análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) da implementação dos workshops criativos realizados (Cap. 3), as condições de criação dos laboratórios de criatividade (CreaLabs) (Cap. 4), o passo a passo para a implementação de um workshop criativo (Cap. 5), as etapas para a implementação de um ecossistema favorável à realização de workshops criativos em Portugal (Cap. 6) , e por fim, uma breve descrição da implementação dos workshops criativos em Portugal (Cap.7).

2. REGULAMENTAÇÃO NACIONAL E ESTRATÉGIAS

Em Portugal, os temas relacionados à criatividade no seio empresarial estão associados à Inovação, que é uma temática de grande relevância para a competitividade da economia nacional.

A nível nacional, a inovação está a cargo da ANI - Agência Nacional de Inovação SA., que tem por objeto o desenvolvimento de ações destinadas a apoiar a inovação tecnológica e empresarial.

A NÍVEL NACIONAL

Agência Nacional de Inovação

Em Portugal a inovação está a cargo da ANI - Agência Nacional de Inovação S. A. , que tem por objeto o desenvolvimento de ações destinadas a apoiar a inovação tecnológica e empresarial, contribuindo para a consolidação do Sistema Nacional de Inovação (SNI) e para o reforço da competitividade da economia nacional nos mercados globais.

A Agência Nacional de Inovação tem o seu capital subscrito em partes iguais pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, através da **FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia** (50%), e pelo Ministério da Economia, através do **IAPMEI** (50%).

Compete à ANI prosseguir as linhas orientadoras para uma estratégia de inovação tecnológica e empresarial para Portugal, 2018-2030 (de acordo com a RCM 25/2018), nomeadamente o estímulo do investimento privado em investigação e desenvolvimento (I&D), a promoção da colaboração entre entidades do sistema científico e tecnológico e o meio empresarial e o reforço da participação em redes e programas internacionais por parte das empresas e entidades do sistema científico e tecnológico nacional, nomeadamente instituições de ensino superior e centros de interface, com vista à promoção das suas capacidades, competências e resultados da política de apoio à inovação.

As possibilidades de financiamento geridas pela ANI visão sobretudo incentivar a I&DT, a qualificação dos recursos humanos e a internacionalização. A ANI gere o Programa INTERFACE que visa a capacitação dos Centros Interface, entidades de ligação entre as instituições de ensino superior e as empresas, que se dedicam à valorização de produtos e serviços e à transferência de tecnologia. O programa INTERFACE pretende capacitar os CIT e empresas, especialmente PME, nas atividades de I&D e inovação, potenciando a ligação das entidades do sistema de inovação e facilitar o acesso destas entidades a recursos humanos altamente qualificados, promovendo o emprego científico e qualificado, e aumentando o acesso a conhecimento.

Mais informação em https://www.ani.pt/pt/.

A nível social destaca-se a iniciativa pública nacional designada “Portugal Inovação Social”, que gere quatro instrumentos de financiamento orientados para apoiar o desenvolvimento de projetos de inovação social.

Portugal Inovação Social

A Portugal Inovação Social é uma iniciativa pública que visa promover a inovação social e dinamizar o mercado de investimento social em Portugal. Mobiliza cerca de 150 milhões de euros do Fundo Social Europeu, no âmbito do Acordo de Parceria Portugal 2020. Canaliza esta verba para o mercado através de

4 instrumentos de financiamento destinados a financiar projetos que proponham abordagens alternativas e inovadoras para responder a problemas sociais.

Esta iniciativa é uma experiência pioneira na Europa, já que Portugal é o único Estado-Membro que reservou parte dos fundos comunitários até 2020 para experimentar novos instrumentos de financiamento que visam fomentar a inovação e o investimento social.

A execução da Iniciativa Portugal Inovação Social é coordenada pela Estrutura de Missão Portugal Inovação Social (EMPIS).

A iniciativa gere quatro instrumentos de financiamento orientados para apoiar o desenvolvimento de projetos de inovação social. Cada um dos quatro instrumentos está orientado para uma determinada fase do ciclo de vida dos projetos de inovação social: Capacitação para o Investimento Social, Parcerias para o Impacto; Títulos de Impacto Social e Fundo para a Inovação social.

Em todos, a par com o financiamento da Portugal Inovação Social, existe a participação de um ou vários Investidores Sociais (entidades públicas ou privadas que acompanham ou cofinanciam os projetos). O financiamento de cada projeto é aprovado mediante apresentação de candidatura pelas organizações no âmbito de concursos abertos periodicamente.

Mais informações em https://inovacaosocial.portugal2020.pt/sobre/portugal-inovacao-social/

A NÍVEL REGIONAL

A nível regional, o Programa Operacional do Algarve inclui também a inovação como fator de competitividade, que deve ser contemplada pelos projetos que requerem financiamento.

CRESC Algarve 2020

O CRESC Algarve 2020 é o Programa Operacional do Algarve cujo objetivo é mobilizar a Região para um desenvolvimento equilibrado, afirmando o Algarve como uma Região mais Competitiva, mais Resiliente, Empreendedora e Sustentável reforçada com base na valorização do Conhecimento.

Esta abordagem, centrada no reforço dos processos bottom-up e de participação, procura definir linhas de orientação para o desenvolvimento futuro da Região.

O Balcão 2020 constitui o ponto de acesso aos Programas Operacionais financiados pelos FEEI (Fundos Europeus Estruturais e de Investimento) para todas as entidades que pretendam candidatar a financiamento os seus projetos.

https://algarve2020.eu/info/avisos

3. ANÁLISES SWOT DO WORKSHOP CRIATIVO

As experiências internacionais realizadas no projeto apresentaram as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, no que respeita ao desempenho dos workshops criativos.

A abordagem multidisciplinar em workshops criativos permite à organização participante alcançar melhores resultados. Com diferentes métodos e técnicas, os participantes ficam mais interativos e produtivos. Eles habituam-se à ideia de que "não há resposta errada", ou esquecem-se de pensar nas respostas erradas. O recurso a especialistas de criatividade é um fator essencial para obter a interação dos participantes através do trabalho colaborativo. As experiências no projeto mostraram que workshops de um dia eram a melhor opção, especialmente para participantes de PME. As PME devem ser muito estratégicas com o uso do seu tempo e, portanto, o workshop criativo torna-se mais produtivo quando realizado num curto período de tempo.

Ao preparar o workshop criativo, tente minimizar a papelada. As PME mais pequenas e localizadas em espaço urbano são as que estão mais preparadas para participar. Portanto, é preciso mais esforço para conquistar empresas médias e rurais.

As PME perceberam a importância da criatividade no processo de desenvolvimento de uma organização. Eles apreciaram as possibilidades colaborativas do workshop criativo e, o mais importante, a orientação dos especialistas durante o processo criativo.

Mesmo que as PME tenham um cronograma apertado, algumas ideias precisam de mais tempo para serem desenvolvidas de forma adequada. E devemos estar preparados para oferecer possibilidades às PME de como implementar com sucesso a ideia após o workshop. Tendo em conta que as PME não têm conhecimento para implementar a ideia, é necessário um plano de ação bem preparado.

3.1 Análise SWOT dos workshops criativos em Portugal

FORÇAS	***FRAQUEZAS***
Ter uma estrutura e diretrizes a serem seguidas contribuiu para a eficácia do workshop; A condução assertiva do especialista em Criatividade contribuiu para a obtenção de resultados; O painel de especialistas de diferentes áreas em sustentabilidade ajudou os participantes a esclarecerem suas ideias e traçarem ações concretas Uma ferramenta de fácil utilização, abrangendo diferentes áreas da sustentabilidade (CISET) foi fundamental para o exercício do autodiagnóstico; A realização do workshop nas instalações da empresa (quando solicitado) facilitou a presença dos colaboradores da empresa.	A ferramenta CISET tem alguns erros e algumas das questões são ambíguas, por isso não foram compreendidas por todos os participantes da mesma forma.
OPORTUNIDADES	***AMEAÇAS***
A participação numa rede transnacional de empresas inovadoras através do projeto CreaInnovation pode fornecer oportunidades valiosas para as PME; Os fundos nacionais e regionais dedicados à inovação nas PME podem fornecer apoio financeiro.	A dificuldade de articulação das agendas dos diretores dos diferentes departamentos que participaram no workshop pode impedir a concretização das ações contempladas no plano de ação realizado no workshop.

4. CRIAÇÃO DE LABORATÓRIOS DE CRIATIVIDADE - CreaLab

Os laboratórios de criatividade do projeto Creainnovation (CreaLabs) são um ambiente ideal para fomentar a criatividade e a inovação. O CreaLab é uma estrutura variável e replicável de espaços que acolhem eventos, iniciativas e workshops. O *design* do CreaLab é a definição de espaços flexíveis, fluidos, adaptáveis e duráveis ao longo do tempo.

Os CreaLabs permitem hospedar os workshops, tanto presenciais quanto virtuais. Incluem requisitos funcionais de TI que suportam a colaboração remota e sessões específicas de interação de criatividade para superar eventuais dificuldades de workshops online.

A configuração do CreaLabs é baseada na necessidade de responder às características de um processo criativo.

Para a criação de um CreaLab procedeu-se aos seguintes passos:

Passo 1: Identificação de um espaço físico para o CreaLab,

Passo 2: Seleção de um especialista em criatividade e de especialistas nas áreas da sustentabilidade abrangidas no projeto: ambiente, social e financeiro.

Passo 3: Seleção da empresa beneficiária;

Passo 4: Contactos por email e telefone com a empresa e definir o desafio;

Passo 5: Preparação da metodologia criativa mais apropriada pelo especialista em criatividade com o apoio dos especialistas nas áreas abrangidas;

Passo 6: Estruturação do workshop criativo em duas partes sendo a primeira parte dedicada ao diagnóstico da empresa no que respeita à sustentabilidade e às expectativas dos participantes, e a segunda parte destinada à definição do plano de ação para a sustentabilidade.

Passo 7: O especialista em criatividade prepara as agendas para as duas partes do workshop, incluindo pequenos intervalos para café;

Passo 8: O workshop criativo produz um plano de ação que contém todos os elementos (investigação e desenvolvimento, finanças, marketing, recursos humanos) para o desenvolvimento de uma inovação para a sustentabilidade (ideia de negócio, processo inovador, comunicação, etc.)

5. O PASSO A PASSO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE UM WORKSHOP CRIATIVO

Passo 1: Assegurar um espaço permanente (se possível) para o CreaLab (físico ou on-line);

Passo 2: Selecionar um especialista em criatividade;

Passo 3: Selecionar a empresa beneficiária;

Passo 4: Fazer uma reunião preliminar com a empresa e definir o desafio;

Passo 5: O especialista em criatividade prepara a metodologia criativa apropriada para realizar o workshop criativo e estipula a duração recomendada;

Passo 6: O especialista em criatividade prepara a agenda para o workshop com partes divididas (introdução e identificação) - deve incluir um intervalo de uma hora para o almoço ou pequenos intervalos para café;

Passo 7: O workshop criativo produz um plano de ação que contém todos os elementos (investigação e desenvolvimento, finanças, marketing, recursos humanos) para o desenvolvimento de uma nova ideia de negócio sustentável.

6. ETAPAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE WORKSHOP CRIATIVO EM PORTUGAL

As experiências que os parceiros do projeto obtiveram no projeto CreaInnovation mostraram-nos que três partes do ecossistema do workshop criativo são essenciais: a localização (onde preparar o CreaLab, como preparar o CreaLab), os recursos humanos (quem será o líder do workshop criativo, quem participará no criativo workshops, é necessária uma lista de pessoas, que serão convocadas quando a empresa tiver um desafio que exigirá conhecimentos específicos) e financiamento (onde obteremos os fundos necessários para apoiar a operação do ecossistema de workshops criativos).

LOCALIZAÇÃO

Os workshops criativos devem ser realizados no CreaLabs. Mas a decisão essencial é onde estabelecer um CreaLab. Isso depende da decisão se o CreaLab irá atuar ao nível da administração local, regional ou estatal, e também se vai atuar ao nível empresarial, cultural ou educacional. Para a decisão devemos também ter em linha de conta quem vai financiar o ecossistema. Se um município contribuir com fundos, será essencial ter uma localização dentro dos limites desse município. Se for o setor privado a financiar, o local será no seu espaço comercial ou na sua zona de influência. Com base nesses exemplos, o criador do

ecossistema do workshop criativo deve escolher cuidadosamente o local, que será acessível aos grupos-alvo e estará de acordo com os fundos recebidos.
Quando escolhemos o local, temos que projetar o CreaLab. O dinamizador do CreaLabe pode encontrar as instruções sobre as condições de espaço e equipamentos que precisam estar presentes no CreaLab no capítulo 4.

FUNDOS

O ecossistema do workshop criativo precisa ter um sistema de financiamento seguro. A criação do CreaLab terá seus custos de preparação. Além disso, funcionários e especialistas, que trabalharão em workshops criativos, produzirão custos externos e de pessoal.
Os fundos podem ser obtidos por meio de diferentes formas:

- ✓ O cliente paga pela implementação de um workshop criativo, na totalidade;
- ✓ O promotor do CreaLab ganha subvenções ou fundos de programas de financiamento e o cliente paga menos;
- ✓ O ecossistema dos workshops criativos é pago integralmente pelo orçamento do município ou da área comercial, e os clientes terão workshops criativos gratuitamente.

RECURSOS HUMANOS

O sucesso de um workshop criativo depende principalmente das pessoas que são escolhidas para implementá-lo. Para um workshop de sucesso, você precisa de um **especialista criativo**, **apoio administrativo** (que irá escrever o plano de ação), **especialista** das áreas da **inovação**, **sustentabilidade** e **finanças**. Como os clientes podem vir do setor comercial, cultural, educacional etc., o promotor do CreaLab deve ter uma lista de especialistas que possa abranger todas as áreas. As experiências do projeto também mostraram que ***alunos, professores, gerentes e filhos dos proprietários*** são um excelente valor acrescentado para a qualidade do workshop.
O promotor do ecossistema do workshop criativo precisa ter muito cuidado ao escolher as pessoas certas para a implementação do workshop. De grande importância também é ter um orçamento para custos de pessoal e especialistas.

7. WORKSHOPS IMPLEMENTADOS EM PORTUGAL

Apresentam-se, de seguida, os resultados dos workshops realizados em Portugal, no âmbito do projeto CreaInnovation:

1) Resultados gerais

No contexto da implementação do projeto em território português (região do Algarve) a Universidade do Algarve apresentou os seguintes resultados:

Número de Workshops Nacionais: foram implementados 4 workshops.

A estratégia do parceiro foi dividir o workshop de um dia em duas partes, realizadas em dias diferentes. Cada parte teve a duração de meio-dia (aproximadamente 3 horas). A estratégia visava facilitar a participação das PME, para as quais a programação de um dia inteiro de trabalho seria, em alguns casos, muito difícil.

Número de PME alcançadas: 4 PME foram alcançadas e participaram diretamente nos workshops. No entanto, importa referir que se candidataram no total 9 PME, das quais foram selecionadas 4: **Good Moments, Lda.**; **Egobediente, Lda.**; **Rolear, S.A.**; e **Mundo Aquático, S.A. (Zoomarine).**

Tipologia de PME: das 4 PME selecionadas e envolvidas diretamente nos workshops, apenas uma poderia ser considerada PME rural; as outras 3 são consideradas urbanas.

2) Nível de sustentabilidade das inovações pretendidas, de acordo com o Modelo CISET

De acordo com o modelo CISET aplicado às PME, os níveis de sustentabilidade assinalados foram os seguintes:

PME 1> **Good Moments, Lda**.: As dimensões "Empresa" (média 6,83) e "Finanças" (média 6,67) foram as dimensões avaliadas com menor nível (para uma pontuação total de 7,08). As dimensões com maior pontuação foram "Inovação" (média 7,57) e "Sustentabilidade Social" (média 7,33).

PME 2> **Egobediente, Lda** .: As dimensões "Sustentabilidade Social" (média 6,67) e "Sustentabilidade Ambiental" (média 7,00) foram as dimensões avaliadas com nível mais baixo (para uma pontuação total de 8,05). As dimensões com maior pontuação foram "Inovação" (média 9,43) e "Finanças" (média 9,17).

PME 3> **Rolear, S.A** .: As dimensões "Empresa" (média 7,00) e "Sustentabilidade Social" (média 3,00) foram as dimensões avaliadas com menor pontuação (para uma pontuação total de 6,92). As dimensões com maior pontuação foram "Sustentabilidade ambiental" (média 8,60) e "Finanças" (média 8,00).

PME 4> **Mundo Aquático, SA (Zoomarine):** As dimensões "Empresa" (média 6,67) e "Sustentabilidade Social" (média 7,50) foram as dimensões avaliadas com menor pontuação (para uma pontuação total de 7, 61). As dimensões com maior pontuação foram "Inovação" (média 7,57) e "Sustentabilidade Ambiental" (média 8,80).

3) Número de novas ideias de negócios geradas para o setor verde e um breve resumo delas

Nenhuma nova ideia de negócio foi desenvolvida nos workshops pois os workshops focaram nos modelos de negócio, não nas ideias de negócio. Os workshops permitiram refletir sobre os diferentes modelos de negócio possíveis, revendo-os com abordagens novas, sustentáveis e inovadoras. Os principais resultados foram os seguintes:

PME 1> **Good Moments, Lda**.: repensar o objetivo do Plano de Ação (que resultou diferente das expectativas iniciais da PME), sendo estabelecido como "aumentar a proposta de valor do serviço através de ações ambientais e sociais sustentáveis" (concretização de ações sociais e sociais adicionais sustentabilidade ambiental);

PME 2> **Egobediente, Lda**.: reconstruir o conceito de modelo de negócio da PME como forma de o tornar mais amigo do ambiente e mais socialmente responsável (conseguindo uma sustentabilidade socioambiental adicional);

PME 3> **Rolear, SA**: repensar o objetivo do Plano de Ação (diferente da previsão inicial: melhorar o projeto Rolear +), que finalmente foi focado na dimensão Inovação, e estabelecido com o seguinte objetivo: "Criar condições favoráveis à inovação e sustentabilidade e comunicá-los de forma eficaz";

PME 4> **Mundo Aquático, S.A. (Zoomarine**): repensar o objetivo do Plano de Ação (diferente do inicialmente previsto), estabelecendo-se como "fazer do Zoomarine uma referência (interna e externa) em termos de responsabilidade social" (alcançar uma maior sustentabilidade social).

4) Benefícios para as PME decorrentes da prática de processos criativos e do comprometimento com a implementação do plano de ação desenvolvido

O workshop atendeu e superou de muitas maneiras as expectativas iniciais das PME participantes. Os benefícios mais valiosos estão ligados à oportunidade de experimentar uma reflexão e debate mais amplos sobre os modelos de negócios que estão executando, desta vez com uma perspectiva externa, independente, especializada e multidisciplinar.

No contexto dos workshops CreaInnovation, a prática dos processos criativos conduzidos de forma participativa (com troca e partilha de pontos de vista e consultas especializadas de especialistas - abordagem multidisciplinar), pode dar um contributo de grande valor sobre a "visão" para o negócio, trazendo um novo e fresco foco na sustentabilidade e em elementos de negócios inovadores, dificilmente alcançados ou lembrados pelo promotor de outra forma. Todos os promotores de PME demonstraram um elevado nível de empenho na concretização dos prazos e ações previstos nos Planos de Ação desenvolvidos.

5) Análise SWOT da realização dos CreaLabs

A metodologia aplicada não variou entre as PME (independentemente do seu tamanho). No entanto, os workshops foram implementados em diferentes instalações:

- para as duas PME mais pequenas (Good Moments e Egobediente) o local foi uma sala polivalente localizada nas instalações da Universidade do Algarve, no CRIA. Uma vez que o Workshop foi implementado em duas partes, no caso da Good Moments, a segunda parte foi implementada nas instalações da PME (onde o negócio irá funcionar);
- para as duas maiores PME (Rolear & Zoomarine) o workshop decorreu nas sedes das próprias empresas;

As salas selecionadas foram sempre multifuncionais, proporcionando um ambiente, e todas equipadas com mobiliário adequado e equipamentos multimédia, TV, projetor, PC, quadros, flip-chart, paredes adicionais para postagem e espaço suficiente para as pessoas poderem circular sem restrições.

A composição do grupo do workshop também foi a mesma para todas as PME (especialistas em criatividade, especialistas em inovação, especialistas em sustentabilidade, especialistas em negócios e gestão, decisores das PME, funcionários das PME, alunos e professores).

Em termos de análise geral, o modelo mostrou-se muito eficiente e eficaz. O principal ponto fraco a relatar foi a necessidade de aprimoramento do modelo CISET, que, apesar da facilidade de uso, apresenta algumas questões erradas, algumas questões ambíguas que geraram entendimentos diferentes e com uma tradução pouco clara. No que respeita às oportunidades, destaca-se a inclusão no grupo de participantes de especialistas com experiência e competências no tipo de negócio das PME. Quanto às ameaças, assinalou-se a heterogeneidade de formações das pessoas, que pode ter gerado no grupo algumas perspectivas incompatíveis.

6) Histórias de sucesso e coleção de testemunhas

Todas as "histórias" foram histórias de sucesso. Podemos assinalar a perspectiva do Zoomarine expressa na comunicação escrita ao parceiro após os workshops, que citamos: (…) *acompanhando a dinâmica por que passamos, e como tivemos oportunidade de conversar pessoalmente, aqui formalizamos o nosso sincero obrigado e reconhecimento pela forma como vocês (UAlg-CRIA) e seus especialistas prepararam e executaram os trabalhos. O workshop e as dinâmicas associadas (técnicas e sociais) foram um sucesso e a nossa equipa tirou partido da oportunidade que nos foi proporcionada. Independentemente dos projetos que emergem desses workshops (e das tarefas de preparações anteriores), esta é claramente uma dinâmica de muito sucesso. Parabéns e obrigado*! " e também num momento anterior: *"Após o excelente Workshop de Criatividade e Inovação para a Sustentabilidade, desde já agradeço a toda a equipa pelo empenho, simpatia, profissionalismo e dedicação. Ambas as manhãs foram muito frutíferas e produtivas, e estamos convencidos de que partilhar dinâmicas, conselhos e ideias certamente nos dará ainda mais e melhores ferramentas para perseguir tão nobres objetivos ".*

7) Conclusões, aprendizagens resultantes dos workshops nacionais e recomendações para iniciativas futuras, CreaLabs, etc.

Concluímos que os Workshops criativos foram bem-sucedidos. Encontrar PME disponíveis para participar dessa iniciativa pode parecer difícil (normalmente recusam, pois percebem que algo assim pode sair do seu dia a dia e do foco do negócio). No nosso caso, não só encontramos aquelas PME, como todos estiveram comprometidos até o fim, expressando terem beneficiado muito com a iniciativa. Isto implica uma importante aprendizagem ligada à flexibilidade das ferramentas, metodologias e resultados esperados de todos os workshops, permitindo aos parceiros adaptá-los ao contexto e aos interesses das PME e não obrigando a algo que não pretendiam (pelo menos em apenas um dia de trabalho, como mudar um negócio inteiro ou criar um novo).

8. CONCLUSÕES

A inovação e o desenvolvimento sustentável das PME desempenham um papel crítico no desenvolvimento de toda a região. A criatividade é um fator essencial no processo de desenvolvimento. As experiências realizadas no projeto mostraram-nos a importância da criatividade no desenvolvimento de ideias inovadoras para as PME. Os empreendedores obtiveram uma visão abrangente sobre como produzir uma ideia inovadora para os seus negócios.

É cada vez maior o interesse e a consciência do papel e da relevância da criatividade e da inovação na Europa. É reconhecido que a Europa necessita de reforçar a sua capacidade de criatividade e inovação para poder responder eficazmente ao desenvolvimento da sociedade do conhecimento e para se tornar mais competitiva em termos económicos e sociais. O conhecimento e a inovação são vistos como o coração do crescimento europeu. Em Portugal, os temas relacionados com a criatividade no seio empresarial estão associados à Inovação, que é uma temática de grande relevância para a competitividade da economia nacional.

A nível nacional, a inovação está a cargo da ANI - Agência Nacional de Inovação SA , que tem por objeto o desenvolvimento de ações destinadas a apoiar a inovação tecnológica e empresarial.

A nível social destaca-se a iniciativa pública nacional designada “Portugal Inovação Social”, que gere quatro instrumentos de financiamento orientados para apoiar o desenvolvimento de projetos de inovação social.

A nível regional, o Programa Operacional do Algarve inclui também a inovação como fator de competitividade, que deve ser contemplada pelos projetos que requerem financiamento.

O ecossistema dos workshops criativos deve atender adequadamente a pelo menos três categorias para ter resultados bem-sucedidos - localização, financiamento e recursos humanos. O estabelecimento dos workshops criativos deve escolher cuidadosamente o local que será acessível aos grupos-alvo e estar de acordo com os fundos recebidos.

As possibilidades de financiamento geridas pela ANI destinam-se à inovação e visam sobretudo incentivar a I&DT, a qualificação dos recursos humanos e a internacionalização. A ANI gere o Programa INTERFACE que visa a capacitação dos Centros Interface, entidades de ligação entre as instituições de ensino superior e as empresas, que se dedicam à valorização de produtos e serviços e à transferência de tecnologia. O programa INTERFACE pretende capacitar os CIT e empresas, especialmente PME, nas atividades de I&D e inovação, potenciando a ligação das entidades do sistema de inovação, e facilitar o acesso destas entidades a recursos humanos altamente qualificados, promovendo o emprego científico e qualificado, e aumentando o acesso a conhecimento. Estes Centros de Interface poderão eventualmente albergar CreaLabs mas não são específicos para isso.

Os workshop criativos deverão ser realizados no CreaLabs. Os CreaLabs são um ambiente ideal para fomentar a criatividade e a inovação. A criação de CreaLabs em Portugal não dispõe de regulamentação nem de financiamento específicos, pelo que se deverá seguir as linhas de orientação propostas pelo presente projeto e apresentadas no ponto 5.

Em Portugal foram realizados 4 workshops criativos, em 4 PME: 2 microempresas e duas de média dimensão. Os workshops realizaram-se em dois meios dias, para que não prejudicasse a rotina de trabalho

das PME. Os workshops permitiram refletir sobre diferentes modelos de negócio possíveis, dando enfoque às questões da sustentabilidade ambiental, social e financeira e procurando soluções sustentáveis e inovadoras. Os colaboradores das empresas participaram com empenho e proatividade. Os workshops criativos foram considerados como uma mais valia pelos participantes que valorizaram sobretudo o papel dos especialistas externos na condução do processo criativo.

A criatividade oferece dezenas de novas ideias, mas essas ideias não são inovações até serem implementadas. Alguém tem que assumir o risco e oferecer algo para que uma ideia criativa se transforme em uma inovação. Uma boa ideia, só por si, não vale de grande coisa. Ela tem de ser trabalhada e implementada. Para isso é necessário pensar nas diversas variáveis da implementação, planear, colocar datas e prazos, conceber um plano de ação, perspetivar cenários. Esse processo deve ser feito de forma concertada e participada e iniciar de forma consciente e profissional pois de outra forma não acontece. Para que a criatividade se materialize em algo concreto e de valor é necessário criar as condições para isso, ter regras, critérios, logística, equipamentos e recursos humanos especializados, focados nos objetivos últimos da empresa e nos resultados pretendidos.

Dedicar um momento específico para a realização de um workshop criativo e guiá-lo de forma profissional, com recurso a especialistas de criatividade afigura-se como uma decisão importante que dará frutos no médio e longo prazo.