



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS

APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Financiado
pela União Europeia



inapem



IAPMEI
Parcerias para o Crescimento



IPS
Instituto
Politécnico de Setúbal

P1 - C2

Gestão da Inovação – Design Thinking



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS

APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



1. Gestão da Inovação e Co-Criação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



A Gestão da Inovação é fundamental em todas as organizações que pretendem posicionar-se de forma competitiva no mercado, uma vez que a Inovação representa uma aposta estratégica que permite: manter a competitividade; alavancar a economia; alcançar a liderança dos mercados; reduzir custos; otimizar processos; ser mais eficiente.



Mas afinal o que é Inovação?

A Inovação pode resultar de uma ideia aplicada no desenvolvimento de novos produtos, processos ou serviços com o objetivo de gerar valor para o seu negócio.

Para uma ideia ser de fato inovadora, não basta ser *apenas* uma novidade, deve haver uma aplicação e uma adoção pelo mercado.

As empresas podem ainda inovar ao nível do marketing e ao nível organizacional.



A inovação pode ainda contribuir para a resolução de problemas de forma inovadora e criativa através do desenvolvimento de soluções baseadas em novas ideias.





INOVAR - Não significa necessariamente inventar algo de novo, mas sim:

- Acrescentar valor - criar novas funcionalidades
- Saber utilizar com pro-eficiência as novas TIC
- Aplicar o conhecimento
- Facilitar e otimizar os processos - Fazer melhor
- Saber utilizar a “Cooperação” de forma estratégica
- Implementar políticas de sustentabilidade e responsabilidade social das empresas



Poderemos encontrar vários tipos de classificações de inovação.
Quanto ao grau, temos:

- **INOVAÇÃO INCREMENTAL**
- **INOVAÇÃO RADICAL**
- **INOVAÇÃO DISRUPTIVA**



INOVAÇÃO INCREMENTAL

São inovações sustentáveis que ajudam as empresas a manter a competitividade. Traduzem-se em pequenas melhorias ou atualizações nos produtos, serviços, métodos ou processos já existentes, não gerando assim um grande impacto. Por ser mais barata e menos arriscada e complexa, é mais frequente.

EXEMPLOS:

1. Nos Smartphones as melhorias ao nível da autonomia das baterias e as funcionalidades introduzidas (GPS, acesso à internet, etc.).
2. Coca-Cola: ao lançar outras opções alargando assim a gama de produtos (Coca-cola light, Coca-Cola Zero, etc...)



INOVAÇÃO RADICAL

É um processo complexo que exige um investimento significativo de tempo e recursos e que visa explorar novos mercados. Geralmente tem um impacto de longo prazo e pode envolver a exploração de novos mercados com o desenvolvimento de novos produtos. Essa vantagem competitiva de ser pioneiro pode traduzir-se na oportunidade de dominar um mercado inteiro, pelo menos durante as primeiras etapas, estabelecendo as regras.

EXEMPLO:

A Apple com o lançamento do primeiro Smartphone sem teclas, ou quando lançou iPad (o 1º tablet).
- A Tecnologia LED que veio revolucionar a produção das televisões.



INOVAÇÃO DISRUPTIVA

Quando uma tecnologia, produto ou serviço é transformado ou substituído por uma solução completamente inovadora. O impacto dessa inovação é tão grande que acaba por levar a uma mudança no comportamento dos consumidores.

Geralmente o que acontece é que a solução anterior se torna obsoleta e acaba por desaparecer do mercado.

Exemplos: Os computadores pessoais; forno de microondas, a fotografia digital, tecnologia de armazenamento em nuvem e serviços de streaming.



TIPOLOGIAS DE INOVAÇÃO

Podem ainda ser considerados quatro tipos de inovação de acordo com o objeto: Inovação de produto, processo, marketing e organizacional.

INOVAÇÃO DE PRODUTO

Introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne às suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.

INOVAÇÃO DE PROCESSO

Implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.



TIPOLOGIAS DE INOVAÇÃO (Continuação)

INOVAÇÃO DE MARKETING

É a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.

INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

É a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.



A classificação da inovação pode dar-se ainda fazer-se com base na abrangência. Da visão micro para a visão macro, temos:

- **Novo para a Empresa:** engloba modificações e melhorias nos produtos/processos existentes na empresa, bem como em produtos/processos que são novos para a empresa mas não para o mercado (usualmente, tratam-se de inovações incrementais).
- **Novo para o Mercado:** compreende produtos/processos que são novos para a empresa e para o mercado (estas inovações requerem muito mais do que desenvolvimentos incrementais).
- **Novo para o Mundo:** compreende produtos/processos que são novos para o mundo. Tratam-se de produtos/serviços pioneiros e únicos.



O termo **Co-criação**, designa a criação que ocorre de forma colaborativa, ou seja **co(laboração) na criação**.

Vários são os autores que defendem o trabalho colaborativo no desenvolvimento de novos produtos, novos serviços e novas soluções com a ajuda dos *stakeholders**.

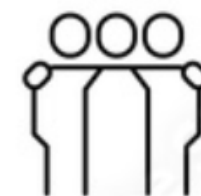


* *Stakeholders* - entidades parceiras, podem ser clientes, fornecedores ou até concorrentes.



É um processo aberto e dinâmico que pode ser adotado em diversos contextos (empresarial, educacional, entre outros), a colaboração pode ocorrer:

- **A nível interno:** quando trabalhamos colaborativamente com colegas em projetos transversais a diferentes áreas ou departamentos.
- **A nível externo,** quando a colaboração se processa com outras entidades e parceiros externos à nossa organização.





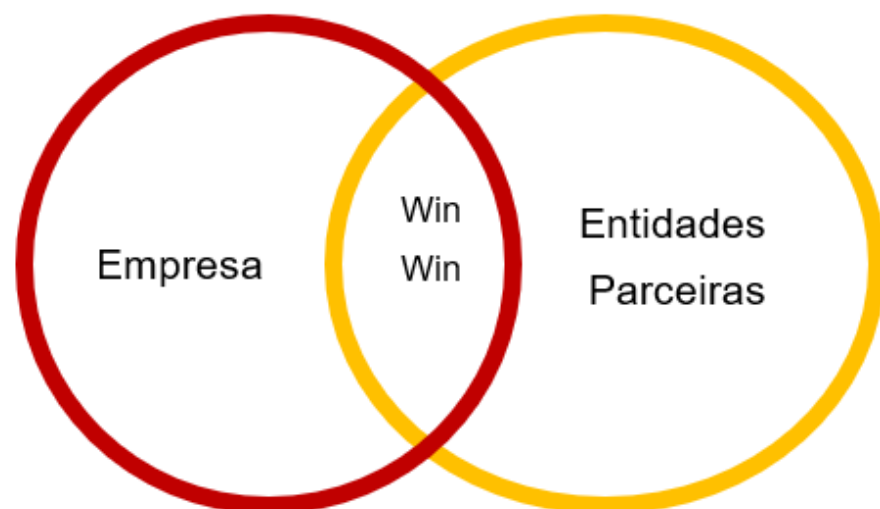
A Co-criação poderá ser entendida como: “uma forma de inovação”, que contribui para:





Da co-criação resulta um **processo conjunto de criação de valor.**





A criação de valor traduz-se numa vantagem para todos os envolvidos ganham, resultando numa estratégia "*win-win*".

A solução que se traduz necessariamente numa melhoria do produto, do serviço ou do processo, irá refletir-se nos seus negócios.

Em suma, os resultados são positivos para todos os envolvidos, potenciando desta forma o efeito sinérgico.



Efeito Sinérgico ou Sinergia

É o efeito do trabalho colaborativo, porque em conjunto conseguimos alcançar um resultado maior do que a soma dos resultados individuais (de cada uma das partes), isto é, o que obtemos conjuntamente é mais do que o que cada empresa conseguiria obter isoladamente.

EXEMPLO: Consórcios que se constituem para a construção de uma obra pública de grande envergadura, exploração de petróleo ou de gás, entre outros.



Exemplos de Consórcios



ANGOLA

ESTRUTURA VAI TER CAPACIDADE PARA PROCESSAR 100 MIL BARRIS/DIA

Quantem, consórcio de capital americano e angolano vence concurso para a construção da refinaria do Soyo

O Consórcio Quantem venceu, entre oito propostas, o concurso para a construção da refinaria do Soyo, província do Zaire, com capacidade para processar 100 mil barris de petróleo por dia.



Exemplos de Consórcios



NO ÂMBITO DE ACORDO COM O BANCO MUNDIAL

Governo contrata consórcio para preparar as Parcerias Público-Privadas

O Ministério da Economia e Planeamento contratou o consórcio formado pelas empresas Ernst&Young, COBA e RRP Advogados, para desenvolver estudos relativos a quatro projectos de parcerias público-privadas (PPP) ligados à indústria, agricultura, energia e transporte marítimo.



Exemplos de Consórcios

Novo consórcio do gás em Angola investe dois mil milhões de dólares e começa a produzir em 2022

O novo consórcio do gás que junta a Sonangol às multinacionais BP, Chevron, Total e Eni vai iniciar a produção em 2022, anunciou hoje, em Luanda, o presidente da Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis.

2. Design Thinking



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O que é?



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Metodologia de **Inovação**
- Estimula:
 - ✓ pensamento crítico e a **criatividade**
 - ✓ trabalho coletivo e **colaborativo**
 - ✓ **novas abordagens** aos problemas
 - ✓ diversificação de **ideias**



O que é?



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



AS QUATRO GRANDES MUDANÇAS DE PENSAMENTO DO DESIGN THINKING:

1. Decisões centradas no ser humano.
2. Questionar as questões.
3. Construir para pensar.
4. Iterar.

Pensamento de Design Thinking (BBVA Innovation Center, 2015)

Para que serve?



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Reunir **perspectivas diferentes**;
- Alcançar um entendimento mais **completo do problema**;
- Organizar **ideias**;
- Encontrar **soluções**;
- Conceber produtos e serviços que **respondam às reais necessidades**.

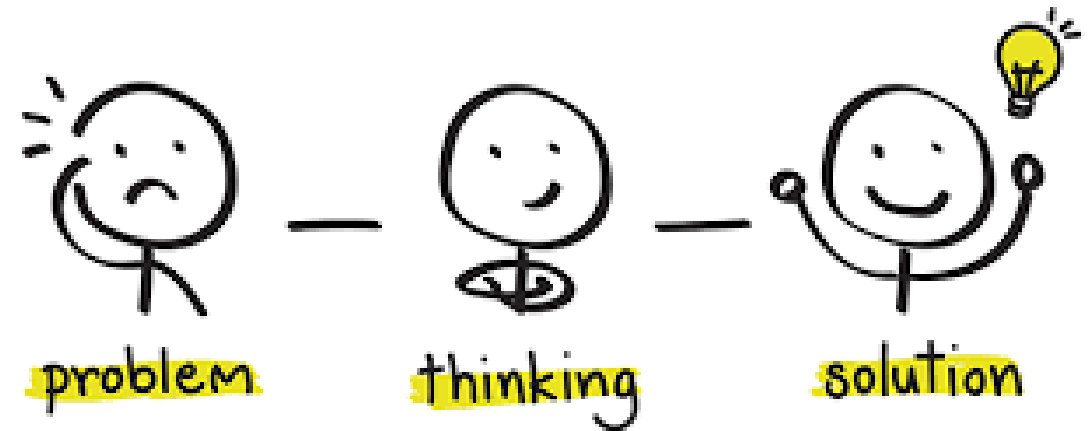
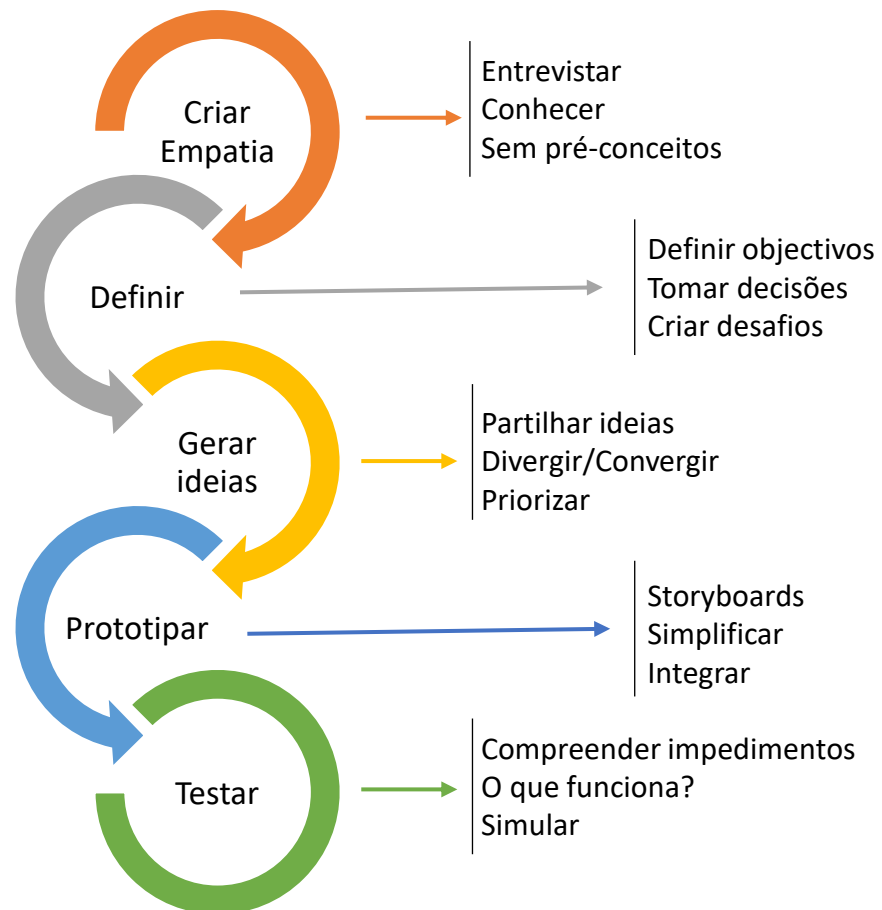


Em que consiste?



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



3. Ferramentas e Instrumentos em Design Thinking – Etapas: Empatia, definição e ideação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Fase de empatia



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Como usar a empatia no design thinking em 3 passos:

Assista e ouça: se você combinar essa “conexão” com observação, os resultados serão mais inspiradores. Peça que as pessoas mostrem como fazem aquilo que contaram. Quando estão fazendo alguma coisa ou interagindo com um objeto, peça para dizerem o que está passando em suas cabeças. Outra dica é ter essas conversas no contexto apropriado, como na própria casa ou local de trabalho dos entrevistados. Use o ambiente para inspirar perguntas mais profundas.



Observe: além de pesquisas e entrevistas pessoais, observe os usuários e seu comportamento no contexto de suas vidas. Uma dica é ficar atento a uma aparente contradição entre o que a pessoa faz e o que ele diz que está fazendo. Essa pode ser a oportunidade de resolver uma necessidade da pessoa de uma maneira que ele nunca pensou ou que não consegue expressar claramente.

Crie uma conexão: vá além de uma mera entrevista com uma lista de perguntas prontas que gostaria de fazer. Deixe que a conversa se desvie desse roteiro e tente descobrir significados mais profundos, estimulando as pessoas a contarem histórias. Não deixe de perguntar sempre «por quê?» e entenda os reais motivos e necessidades das pessoas.

Fase de empatia



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Triangulação de pesquisas (BBVA Innovation Center, 2015)

Fase de empatia



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

OBSERVAÇÃO/ SOMBRA

Objectivo:

observar comportamentos, atitudes e tomadas de decisão para auscultar necessidades dos clientes, no seu próprio contexto e sem intervenção





ENTREVISTA

Objectivo:

auscultar necessidades e perspectivas dos clientes, através de uma conversa e de questões, mais ou menos, estruturadas



Fase de empatia



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

UM DIA NA VIDA DE...

Objectivo:

simular a vida e/ ou contexto do cliente
ou da situação em análise



Fase de empatia

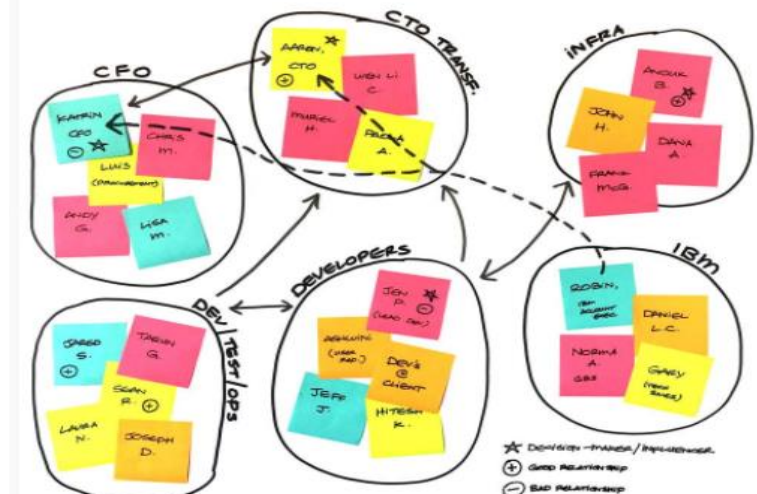
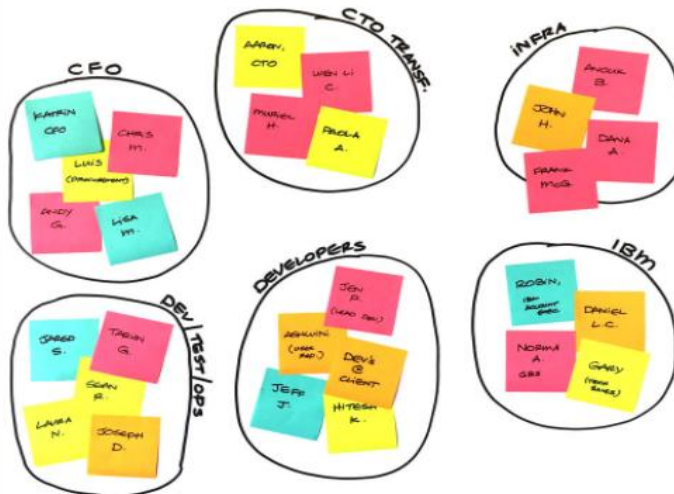


ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

MAPA DE STAKEHOLDERS

Objectivo:

Identificar, em equipa, quem são os *stakeholders*, quais as suas necessidades e como se inter-relacionam



Fase de empatia

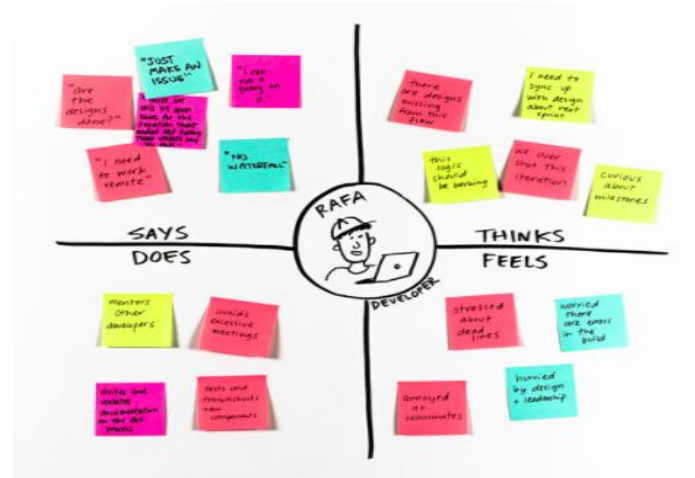
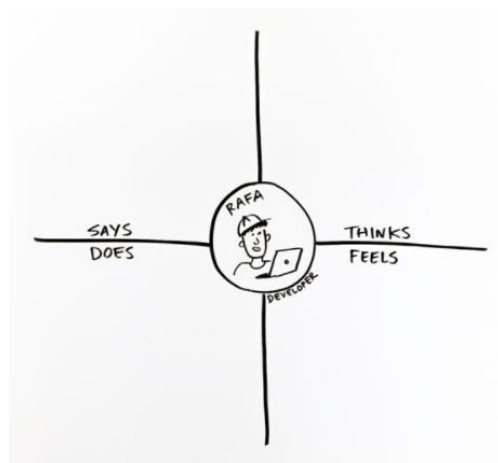


ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

MAPA DE EMPATIA

Objectivo:

conhecer melhor o cliente, os seus objectivos e motivações.



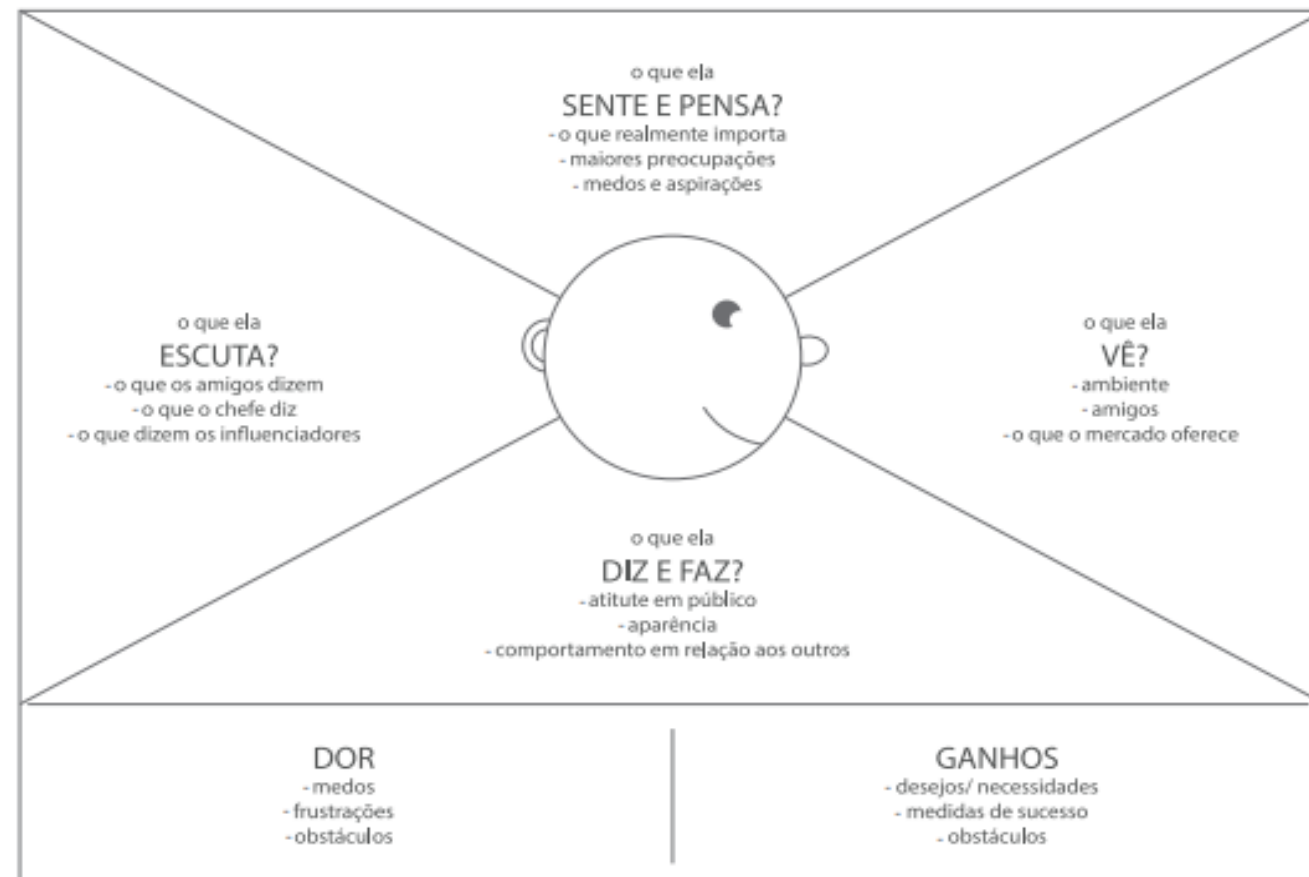
Fase de empatia



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

MAPA DE EMPATIA



Fonte: Osterwalder, A., Pigneur, Y., Business Model Generation (Amsterdam: OSF, 2009)

Fase de empatia

SÍNTESE



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS

APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Fase de definição e ideação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

TEMPESTADE DE IDEIAS OU BRAINSTORMING

Objectivo:

estimular a geração de novas ideias e soluções e incentivar a criatividade



Fase de definição e ideação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

REGRAS DE BRAINSTORMING

1 UMA CONVERSA
POR VEZ.

ENCORAJE AS
IDEIAS DOIDAS **4**

7 NÃO
CRITIQUE
NEM JULGUE

6 MANTENHA O FOCO
FIQUE NO ASSUNTO PROPOSTO

SEJA VISUAL **5**

3 CONSTRUA SOBRE A
IDEIA DOS OUTROS.

2 QUANTIDADE IMPORTA
CRIE O MÁXIMO DE IDEIAS POSSÍVEIS

TEMPESTADE DE IDEIAS OU BRAINSTORMING

Fase de definição e ideação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Mapa Mental/ Mapa Conceptual

Objectivo:

organizar ideias, partindo de uma ideia central que ramifica para tópicos secundários.



Fase de definição e ideação



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

SÍNTESE



Exercício Resolvido



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



- Na província de Huíla existem várias empresas no sector de exploração e transformação de rochas ornamentais.
- O sector de rochas ornamentais tem sido um dos que mais cresce nas exportações angolanas.
- As rochas ornamentais englobam granitos, mármore, xisto-quartzitos e calcários. Principais clientes da produção são a China (mais de metade das exportações), Itália, Polónia, Índia, Taiwan e Espanha.
- A província da Huíla manteve a posição de líder da produção de rochas ornamentais, seguindo-se a província de Cuanza Sul e posteriormente a província do Namibe (Jornal de Angola, 2017).



Caracterização da empresa



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- A empresa “The Rock” em Lubango é uma indústria de extração e transformação de rochas ornamentais, é constituída por dois sócios. Emprega 60 trabalhadores. Tem 2 pedreiras.
- Está subdividida em 3 áreas: linha de corte, cantaria e área de corte de bloco.
- Produz ladrilhos com cores do tipo: Negra Angola, Rosa Huíla, Rosa Lucira e Cinza Caraculo para a construção civil.
- O processo de distribuição e vendas abrange vários entrepostos de armazenamento e vendas nas províncias de Luanda, Benguela, Huambo e Namibe.
- Como objectivo, fornecer aos seus clientes produtos de qualidade e proporcionar vantagens competitivas para todos.



O Problema



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Não obstante o desenvolvimento da empresa, verifica-se:

- Pouca sensibilidade para as necessidades de formação nesta área e cumprimento de normas ambientais, de segurança, higiene e qualidade.
- Persistem dificuldades no processo de internacionalização, nomeadamente na criação de valor em termos de exportar mais do que pedra em bruto.



DESAFIO

- Considere que a empresa lhe solicita apoio para identificar soluções para melhorar o seu desempenho, aplique para esse efeito a metodologia de DT.

Proposta de solução:



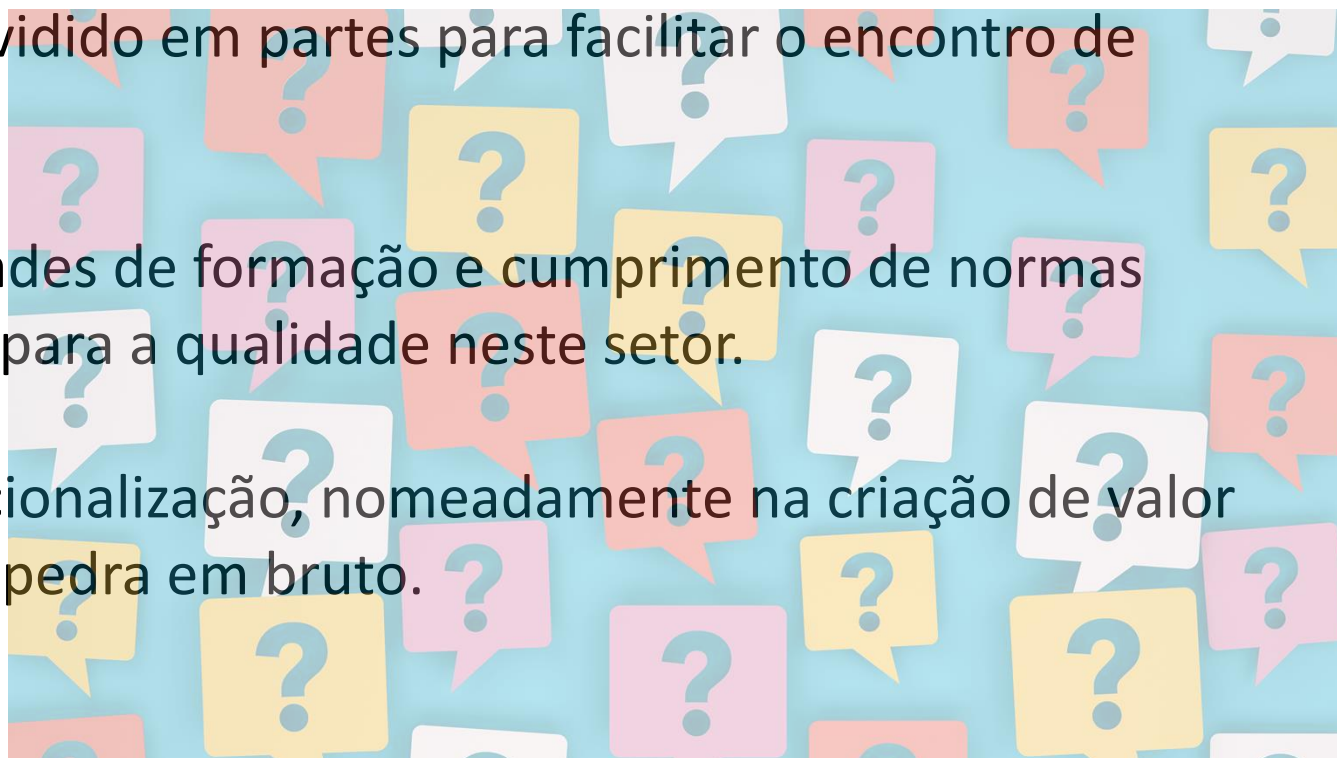
ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O problema apresentado terá de ser dividido em partes para facilitar o encontro de soluções:

- 1) Fraca sensibilidade para as necessidades de formação e cumprimento de normas ambientais, de segurança, higiene e para a qualidade neste setor.
- 2) Dificuldades no processo de internacionalização, nomeadamente na criação de valor em termos de exportar mais do que pedra em bruto.

Vamos pegar no subproblema 1)



Empatia



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Caracterizar o problema no contexto da empresa!

- Empresa familiar de pequeno porte
- **Equipa:** 60 funcionários (uma parte trabalha na pedreira e outra na fábrica);
- **Parceiros:** não são identificados parceiros;
- **Contexto:** A empresa tem uma fábrica, utiliza matéria-prima de origem mineral e está subdividida em 3 áreas: linha de corte, cantaria e área de corte de bloco;
- **Realidade:** Os processos de gestão e produção carecem de melhorias e alternativas sustentáveis, no que respeita à organização do trabalho. Funcionários precisam de mais formação para o cumprimento de normas ambientais, de segurança, higiene e qualidade.

Definição



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Qual o problema?

Como implementar um plano de formação dos funcionários que melhore o conhecimento das normas ambientais, segurança, higiene e a qualidade.

Qual o Foco?

- Introduzir normas de higiene e segurança no trabalho para reduzir eventuais acidentes de trabalho que podem originar absentismo e perdas de produtividade para a empresa.
- Sensibilizar os funcionários para o cumprimento das normas ambientais, para obtenção de certificação (ISO 14001).

Qual é o alvo?

Melhorar a produtividade dos trabalhadores, a performance da empresa e a sua imagem no mercado.



Utilizar o *Brainstorming* ou metodologia similar para a geração de ideias:

- Formação *on-job*
- *Bootcamp* de formação anual
- Plano de formação anual com nº de horas por trabalhador
- Contratação de uma pessoa qualificada em higiene e segurança no trabalho
- Parceria com universidades e centros de formação
- Contratação de empresa de consultoria em formação
-



Exercício Proposto



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



- O sector agrícola, em Angola, está em expansão.
- Aparecem assim cooperativas agrícolas com potencial exportador.
- A província de Cuanza Sul, a sul de Luanda, dispõe de terras abandonadas férteis e com um microclima favorável.





- A cooperativa constituída por vários produtores situa-se em Porto Amboim, e tem, vindo a desbravar mais de 700 hectares de terreno e tem atualmente 500 hectares de produção.
- O investimento no sector agrícola nesta região passou pela criação de infraestruturas, como uma estrada e pela mobilização de população local para trabalhar nos campos.
- Produzem melões, melancias, abóboras, tomates, etc., e estão a preparar a produção de mangas e de uvas.

O problema:



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

A cooperativa pretende exportar fruta para Portugal, Espanha, Namíbia, Itália e Polónia. Porém a fruta de Angola ainda é desconhecida como marca e alguns mercados têm normas e regulamentações específicas.

1. Considere que esta cooperativa agrícola lhe solicita apoio para identificar soluções para este problema.
2. Aplique para esse efeito a metodologia de DT para as fases Definição, Empatia e Ideação.

4. Ferramentas e Instrumentos em *Design Thinking* – Etapas: Prototipagem e Teste



ENVOLVER

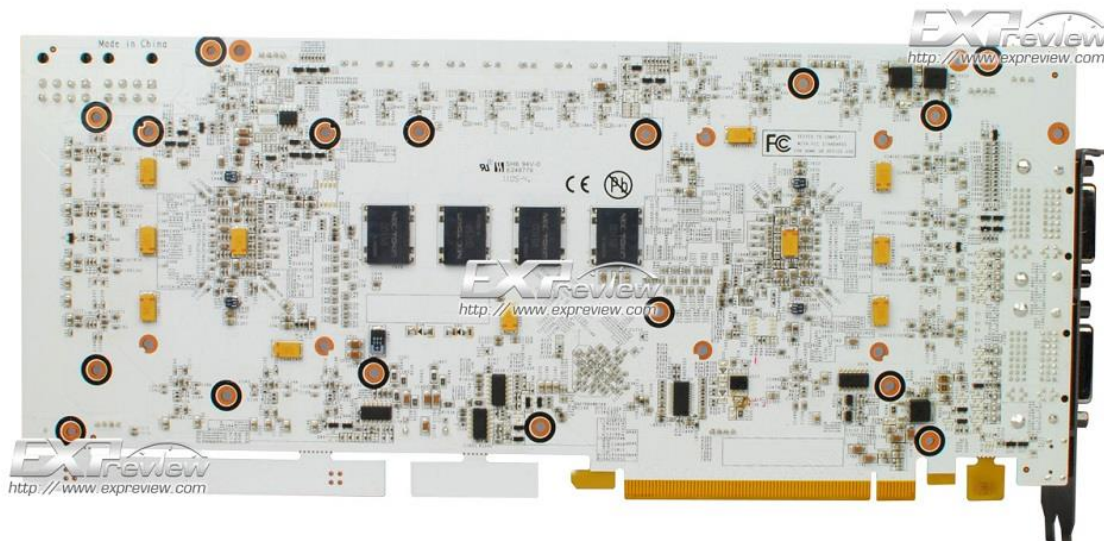
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

A solução para o problema, quer implique a criação de um novo produto ou a alteração de um processo de fabrico começa a ganhar forma, saindo do abstrato para o concreto.



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Antes de começar a fabricar o produto para ser comercializado ou alterar um processo, é preciso efetuar um protótipo.
- A prototipagem não se relaciona só a produtos, mas a qualquer inovação que tenha usado a metodologia do design thinking.



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Com o protótipo é possível testar se o produto desenvolvido atende as necessidades, se há algum erro de design e se o objetivo do produto é atendido.

- A prototipagem é fundamental para se economizar tempo e dinheiro no processo de inovação.



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

PROTÓTIPO EM PAPEL

Objectivo: Elaborar esquemas/desenhos da ideia de forma com que todos os participantes do projeto possam contribuir para o produto final



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

PROTÓTIPO EM VOLUME

Objetivo: Construir uma versão tridimensional do produto



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

ENCENAÇÃO

Objectivo: Testar a interação para construir e detalhar as etapas de um processo ou serviço e melhorar a experiência.



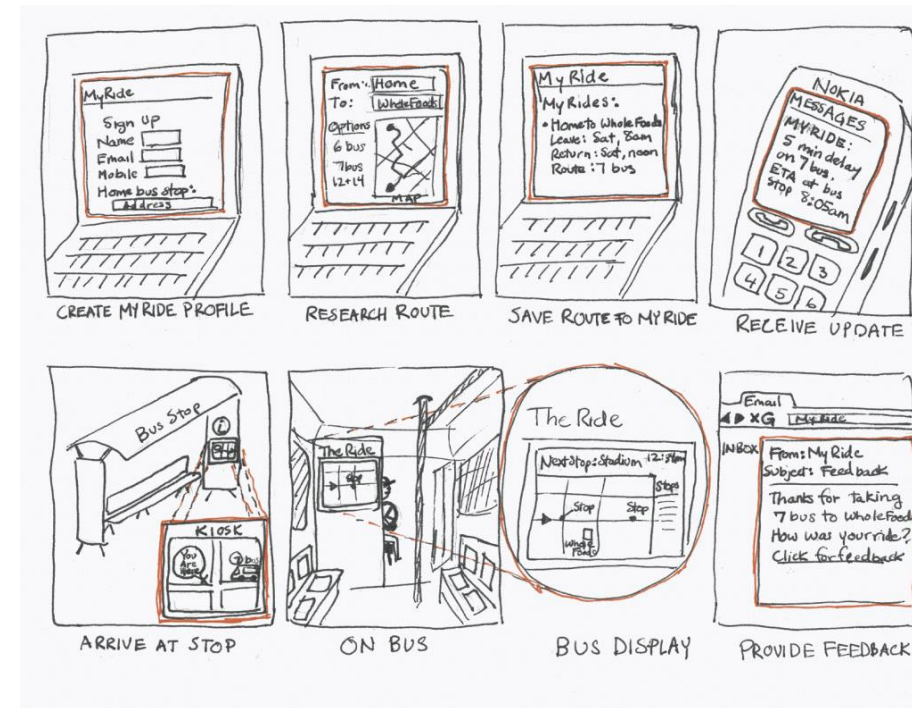
Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

STORYBOARD

Objetivo: Elaborar uma representação visual do processo ou funcionamento de um produto, de modo a permitir detectar aspectos em aberto permitindo assim o seu refinamento



Fase de Prototipagem



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

PROTÓTIPO DE SERVIÇOS

Objectivo: gerir e aprimorar cada elemento na sequência de eventos de um serviço





TESTES COM UTILIZADORES

Objectivo: obter *feedback* do utilizador em relação aos protótipos desenvolvidos



Exercício Resolvido



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Problema



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Como implementar um plano de formação dos funcionários que melhore o conhecimento das normas ambientais, segurança, higiene e a qualidade.





Nesta fase importa analisar todas as possibilidades, ponderar custos e benefícios da possível solução e até juntar/reajustar várias soluções que decorreram da fase anterior.

Vamos propor como solução:

Criação de uma Academia de capacitação The Rock – Training On the Job liderada por um novo funcionário contratado, com formação em higiene e segurança do trabalho que verifique o cumprimento dos procedimentos de higiene e segurança no trabalho na empresa diariamente.





Nesta fase, foi apresentada a solução aos trabalhadores da empresa, especialistas em higiene e segurança e os quadros dirigentes. Receberam-se sugestões de ajustes. A **solução** final:

- Criação de uma Academia de capacitação The Rock – *Training On the Job* liderada por um novo funcionário contratado, com formação em higiene e segurança do trabalho que verifique o cumprimento dos procedimentos de qualidade na empresa diariamente.
- **Integrar formadores da empresa e externos e obrigatoriedade de cada funcionário realizar pelo menos 15 horas de formação/anual.**

Exercício Proposto I



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



O sector agrícola, em Angola, está em expansão. Aparecem assim cooperativas agrícolas com potencial exportador.

A província de Cuanza Sul, a sul de Luanda, dispõe de terras abandonadas férteis e com um microclima favorável.





A cooperativa constituída por vários produtores situa-se em Porto Amboim, e tem, vindo a desbravar mais de 700 hectares de terreno e tem atualmente 500 hectares de produção. O investimento no sector agrícola nesta região passou pela criação de infraestruturas, como uma estrada e pela mobilização de população local para trabalhar nos campos. Conseguem produzir melões, melancias, abóboras, tomates, etc. e estão já a preparar a produção de mangas e de uvas.

O problema:



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

A cooperativa pretende exportar fruta para Portugal, Espanha, Namíbia, Itália e Polónia. Porém a fruta de Angola ainda é desconhecida como marca e alguns mercados referem que não cumpre as normas internacionais.

Considere que esta cooperativa agrícola lhe solicita apoio para identificar soluções este problema, aplique para esse efeito a metodologia de DT para as fases: Prototipagem, Teste e Implementação.

Exercício Proposto II



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



De acordo com o Memorando sobre o acesso ao crédito do PRODESI de junho de 2021, os dados estatísticos demonstram que, aproximadamente 45% dos projectos submetidos, não são aprovados pela banca.

“Desde o início do PRODESI até ao momento, foram submetidos à banca 1 413 projectos (+7 face ao relatório anterior), dos quais 784 foram aprovados, estando em negociação com a banca 96 projectos. Consequentemente, isto resultou numa taxa de aprovação de projectos “PRODESI” na banca de 55,5%”

(PRODESI - Memorando sobre o Acesso ao Crédito - Ponto de situação semanal, 3 de Junho de 2021)

O problema:



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

533 projectos não aprovados, isto é, projectos que foram rejeitados pelo banco visto apresentarem insuficiências no dossier de crédito: incongruências no plano de negócio, falta da documentação necessária no projecto, risco do projecto/promotor. Destes projectos, 34 projectos foram rejeitados definitivamente pela banca e 499 projectos que regrediram à Fase 2 – Triagem e Caracterização e Fase 3 – Dossier de Crédito, por forma a melhorar o plano de negócios ou completar o dossier.

Desafio:



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Melhoria na Taxa de Aprovação de Projectos

Com base na metodologia Design Thinking, equacione possíveis soluções que permitam aumentar a taxa de aprovação de projetos.

Exercício Proposto III



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



O Processo de Acompanhamento dos Projetos pouco eficaz

Apesar de se pretender implementar um acompanhamento célere, ágil e descentralizado, em suma, um sistema de monitorização que produza, diariamente, informação para gestão do processo de concessão de crédito, nem sempre o acompanhamento é eficaz.

(PRODESI - Memorando sobre o Acesso ao Crédito - 3 de Junho de 2021, pág. 8)

O problema:



ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Acompanhamento Físico de Projectos Desembolsados

Provincia	Cronograma de Visitas	# Projectos Desembolsados	# Projectos Visitados	% Execução Financeira	% Execução Física	% Performance	# Emprego Previsto	Volume de Negócio (Kz)
Benguela	SIM	38	34	-	-	89%	116	-
Bié	SIM	31	25	-	-	81%	-	-
Huambo	SIM	43	19	-	-	44%	334	326 070 000,00
Cuanza Sul	SIM	31	12	-	-	39%	141	-
Bengo	SIM	27	7	-	-	26%	-	-
Zaire	SIM	23	4	-	-	17%	44	-
Luanda	SIM	118	-	-	-	-	-	-
Uíge	SIM	29	-	-	-	-	-	-
Huíla	SIM	24	-	-	-	-	-	-
Lunda Sul	SIM	24	-	-	-	-	-	-
Cabinda	SIM	23	-	-	-	-	-	-
Cuando Cubango	SIM	23	-	-	-	-	-	-
Cuanza Norte	SIM	23	-	-	-	-	-	-
Malanje	SIM	21	-	-	-	-	-	-
Moxico	SIM	20	-	-	-	-	-	-
Cunene	SIM	19	-	-	-	-	-	-
Namibe	SIM	18	-	-	-	-	-	-
Lunda Norte	SIM	11	-	-	-	-	-	-
Total	17	508	67	-	-	49%	519	326 070 000,00

Desafio:



ENVOLVER
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Com base na metodologia Design Thinking, equacione possíveis soluções no sentido de melhorar o processo de controlo da execução dos projectos.