



D8. DOSSIER DE RESULTADOS DO III WORKSHOP

Serviços para animação de workshops de
empreendedorismo cultural



ÍNDICE

1. ENQUADRAMENTO	2
1.1 Objetivos	2
1.2 Metodologia de trabalho	2
2. RESULTADOS III WORKSHOP	4
2.1 Calendário e Local de Realização	4
2.2 Área estratégica	4
2.3 Programa	5
2.4 Participantes	5
2.5 Testemunhos e contributos dos casos de sucesso	6
2.6 Desafio de geração de ideias	10
2.7 Satisfação dos participantes	13
2.8 Press Release	15
ANEXOS	16
FICHA A. Cocriação - desafio de geração de ideias	16
FICHA B. Ferramentas de Criatividade	18
Inquérito de Satisfação	21

1. ENQUADRAMENTO

1.1 Objetivos

O presente projeto visa o **desenvolvimento de quatro *workshops* de empreendedorismo cultural**, na sequência da candidatura apresentada para constituição da Rede na qual foi identificada a necessidade de promover espaços de encontro, debate de ideias e soluções, no formato de workshops temáticos e práticos que constituam uma ferramenta de alavancagem da iniciativa empreendedora no território da rede.



Constituem assim objetivos:

1. Criar uma ferramenta de comunicação apelativa sobre o território, o património e o produto turístico “Castelos e Muralhas do Mondego”, que permita ao potencial empreendedor:
 - Valorizar o território pela importância económica que poderá ter;
 - Tomar conhecimento da diversidade e da riqueza do património material e imaterial, segundo as várias formas económicas a partir das quais poderá nele usufruir;
 - Conhecer exemplos de sucesso nas várias áreas culturais;
2. Atrair para o território potenciais empreendedores na área cultural;
3. Constituir um veículo de afirmação institucional da Agência para o Desenvolvimento dos Castelos e Muralhas Medievais do Mondego pela aposta na criação de negócio através da riqueza patrimonial existente.

1.2 Metodologia de trabalho

Os workshops são enquadrados num conceito de criação de indústrias criativas, entendidas enquanto atividades que têm origem na criatividade,

capacidade e talento individuais e que potenciam a criação de riqueza e de emprego através da produção de exploração da propriedade intelectual.

O trabalho a realizar consiste no planeamento, organização, execução e avaliação de quatro workshops dedicados à temática do Empreendedorismo Cultural a ocorrer no ano de 2014. A metodologia proposta desenvolve-se em três etapas interdependentes com base num trabalho de proximidade entre a equipa da SPI, a Agência e os seus municípios.

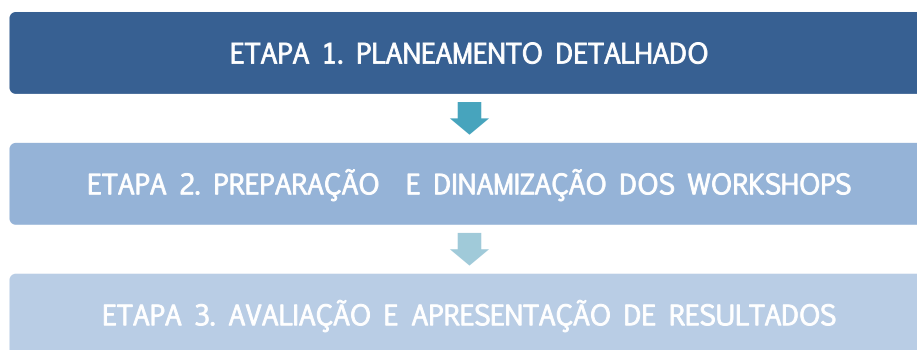


Figura 1. Metodologia proposta.

A presente tarefa corresponde ao trabalho de **sistematização de resultados do III workshop de empreendedorismo cultural**.

2. RESULTADOS III WORKSHOP

2.1 Calendário e Local de Realização

O II Workshop de Empreendedorismo Cultural ocorreu no dia 13 Setembro de 2014, com arranque às 10h, na Biblioteca Municipal de Soure.

2.2 Área estratégica

Este workshop foi subordinado ao tema Lendas e Tradições, enquanto um dos recursos prioritários disponíveis no território da Rede.

Figura 2. III Workshop de Empreendedorismo Cultural.



Fonte: SPI, 2014.

2.3 Programa

O III Workshop de Empreendedorismo Cultural foi conduzido de acordo com o seguinte programa:

Tabela 1. Programa.

Hora	Temas
10:00	1. O apoio ao empreendedorismo cultural e criativo no território da Rede 2. A dinâmica da Rede
10:30	3. O elemento/recurso Lendas e Tradições
10:50	4. Da ideia ao negócio
11:30	<i>Intervalo</i>
11:40	4. Da ideia ao negócio
12:00	5. Casos de sucesso (testemunhos na 1ª pessoa)
13:00	<i>Almoço Livre</i>
14:30	6. Introdução à Criatividade
15:30	7. Cocriação - desafio de geração de ideias
17:30	8. Encerramento e apresentação dos eventos da rede

2.4 Participantes

Estiveram presentes, ao longo do dia de workshop, 8 participantes, 8 elementos representantes de casos de sucesso e 5 elementos de equipa técnica (1 elemento da Agência, 2 elementos da SPI e dois representantes da Câmara Municipal de Soure). De acordo com as inscrições online não compareceram 6 dos 14 participantes inscritos através do formulário disponibilizado online.

Tabela 2. Folha de Presenças.

Presença	Nome	E-mail	Concelho de Residência
Sim	Margarida Medlam	glowbooks.biz@gmail.com	Figueira da Foz
Sim	João Portugal	j.castro.portugal@gmail.com	Coimbra
Sim	Marta Passadouro	passadouro.marta@gmail.com	Coimbra
Sim	Ivone Nunes	ivone.nunes36@gmail.com	Pombal
Não	Luís Gustavo do Nascimento	luisgustavofurquim@gmail.com	Lisboa
Sim	Eduardo de Andrade Dias	diaseduardo@msn.com	Soure

Não	Nuno David M. N. Pinto da Costa	nunopcosta@gmail.com	Condeixa
Não	João Vasco Reis Vicente	jvreisvic@hotmail.com	Soure
Não	Isabel Margarida Isidoro Martins	martins_guida_2hotmail.com	Coimbra
Não	José Gomes	gomitos@gmail.com	Lousã
Não	Inês Margarida Seco Rodrigues	inesmsr@gmail.com	Condeixa-a-Nova
Sim	Margarida Maria Ferreira Pina de Almeida	margaridapina.almeida@gmail.com	Ansião
Sim	Joana Rodrigues	joanarodrigues@asamuel.pt	Soure
Sim	Carla Silva	formigal@hotmail.com	Soure

2.5 Testemunhos e contributos dos casos de sucesso

Neste III workshop estiveram presentes os seguintes casos de sucesso:

○ Encerrado para obras (Penela)

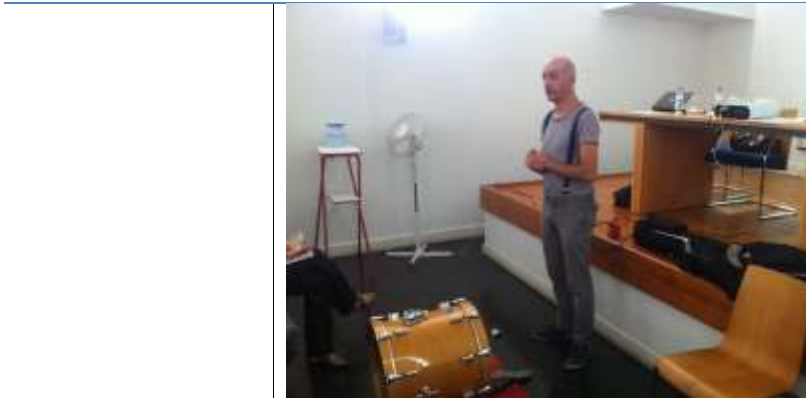
O “Encerrado para obras” promove espetáculos teatrais onde a música tem sempre destaque. David, o promotor do projeto, aposta de forma crescente no conceito de “*one man show*” tocando vários instrumentos em simultâneo.

A atividade do “Encerrado para obras” tem uma forte componente na comunidade local onde se insere – Penela, realizando espetáculos anuais com a CERCIS local. Outro exemplo foi um teatro tendo por base o Queijo Rabaçal DOP.

Realizam os espetáculos em escolas e no âmbito de vários eventos. Tem optado por realizar espetáculos de menor dimensão mas têm procurado gerir as verbas muitas vezes sem apoios institucionais.

Web: encerradoparaobras-teatro.blogspot.com

Figura 3. Caso de Sucesso – Encerrado para Obras.



Fonte: SPI, 2014.

○ Olifante (Coimbra)

A Olifante é uma empresa de *merchandising* turístico que iniciou a sua atividade nesta área em 2004. Anteriormente a empresa era um gabinete com atividade no segmento publicidade. Quando perceberam que o mercado estava em queda, tiveram a ideia de negócio de aliar o *merchandising* ao turismo, usando o humor. Com os eventos do Euro 2004 tiveram a oportunidade para desenvolver a ideia e começar a trabalhar apenas neste segmento.

Os turistas procuram este tipo de produto. A empresa consegue gerar boas margens para a empresa e clientes (revendedores: autarquias, museus, parques temáticos, etc.). Tem muitos clientes em Lisboa e no Algarve pela maior abertura que possuem a este tipo de projetos.

O *merchandising* religioso é só para religiosos pelo que tiveram a ideia de repensar o conceito. Fizeram o mesmo com outros elementos históricos e culturais (ex.: Queijo do Rabaçal, Rainha Santa Isabel, etc.)

Web: www.olifantedesign.com

Figura 4. Caso de Sucesso – Olifante.



Fonte: SPI, 2014.

- Loja do Sr. Falcão (Miranda do Corvo)

Filomena Falcão é a atual responsável pela Loja do Sr. Falcão que foi fundada em 1878 pelo seu bisavô. O avô e pai seguiram o ramo de mercearia e taberna. A loja fechou em 2000 mas foi reaberta por Filomena Falcão recentemente. Hoje destaca-se por vender produtos tradicionais de marcas portuguesas, brinquedos antigos e decoração tradicional.

A Taberna Antiga mantém-se como era desde o século passado visto que a remodelação do espaço realizada manteve a traça antiga. Para dinamizar o espaço realizam também vários eventos culturais (tertúlias, fados, etc.). Com o intuito de dar resposta ao público crescente aumentaram o espaço, tendo aberto o Pátio de Baixo e o Pátio de Cima (com apoio do PRODOR). Receberam também vários prémios e louvores (ex.: Prémio Mercúrio).

Web: <http://lojadosrfalcao.blogspot.pt/>

Figura 5. Caso de Sucesso – Loja do Sr. Falcão.



Fonte: SPI, 2014.

- **Endless Senses**

A Endless Senses foi criada em janeiro de 2014 pela necessidade de colmatar uma situação de desemprego. A ideia da empresa consiste em mudar a forma de ver o turismo e a cultura em Coimbra que apresentava algumas lacunas.

A empresa oferece um conjunto de produtos - Endless Lovers, Endless Queen e Endless Saudade – que integram momentos cénicos, momentos de bailado, música, visita e degustação. Os percursos são organizados e concertados para que os turistas possam conhecer os diversos espaços de Coimbra.

Entre as suas atividades promovem animação turística, experiências, *teambuilding*, *gifts*, animação de eventos, visitas de estudo e workshops. Os tours estão agora a ser alargados para a região da Bairrada, Terras do Sicó e campos do Mondego.

Web: <http://endlessenses.pt/>

Figura 6. Caso de Sucesso – Endless Senses



Fonte: SPI, 2014.

2.6 Desafio de geração de ideias

Após a exposição de conteúdos relacionados com ferramentas de criatividade, foram desafiados os participantes, ainda presentes, a desenvolverem ideias de negócio, com base nas oportunidades existentes no município:

Figura 7. Desafio de Criação de Ideias.





Fonte: SPI, 2014.

Os presentes foram organizados em três grupos de 4 a 5 elementos cada e a ideia foi trabalhada em conjunto:

Grupo	OS CÁGADOS
Ferramenta Utilizada	Analogia – excursões
Ideia	Rota turística O Postigo
Elementos	Leonor Veloso (Endless Senses)
	Joana Rodrigues
	Eduardo de Andrade
	Margarida Almeida

Grupo	PARTIR PEDRA
Ferramenta Utilizada	Analogia aleatória forçada
Ideia	Caderneta turística
Elementos	Ana Água (Endless Senses)
	Teresa Pedrosa (CM Soure)
	João Portugal
	Arménio Gadanha (Loja do Sr. Falcão)

Grupo	GHOSTLY ADVENTURES
Ferramenta Utilizada	Analogia – teatralização
Ideia	Eventos de soluções de enigmas
Elementos	Marta Passadouro
	Ivone Nunes
	Margarida Medlam
	Ivânia Monteiro (Agência para o Desenvolvimento dos Castelos e Muralhas Medievais do Mondego)
	Filomena Falcão (Loja do Sr. Falcão)

2.7 Satisfação dos participantes

No âmbito do III Workshop de Empreendedorismo Cultural foi distribuído a todos os presentes um "Inquérito de Satisfação" com o intuito de analisar o sucesso do evento e garantir a melhoria contínua dos vários aspetos analisados. Registaram-se participantes provenientes dos concelhos de Soure, Coimbra, Figueira da Foz, Pombal e Miranda do Corvo.

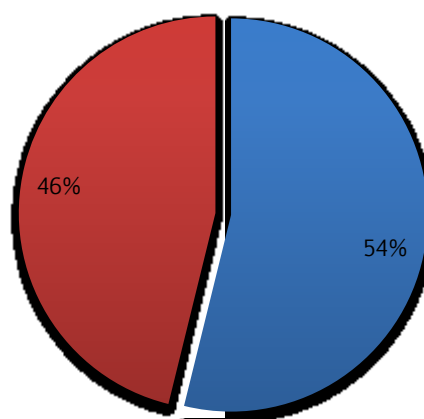
Dos 13 inquiridos cerca de 62% tinha uma idade compreendida entre os 36 e os 55 anos e 77% eram do sexo feminino.

No que se refere à qualidade e duração do evento, na globalidade os presentes consideraram os conteúdos abordados úteis (100% das respostas) e a duração do evento adequada (77% das respostas).

Por último, e garantindo o sucesso do Workshop, conclui-se que 54% dos presentes inquiridos referiram uma apreciação global das sessões como muito boa e 46% classificaram os eventos como boa.

Figura 8. Avaliação Global.

■ Muito boa ■ Boa ■ Aceitável ■ Má ■ Muito má



Fonte: SPI, 2014.

Complementarmente ao exposto registam-se os seguintes comentários a ter em consideração no planeamento dos próximos workshops:

Tabela 3. Comentários dos Participantes.

Que temas gostava que tivessem sido abordados?
O mapa cultural do país, região. O que é que o ministério / secretaria faz neste âmbito.
Financiamento. Canais de venda e distribuição.
Integração de projetos.
Sugestões / Observações
Mais tempo para a parte final, debate de ideias.
Mais tempo para trabalhar as ideias no exercício.
Que se realizem mais workshops.
Muito bem organizado.

2.8 Press Release

Para que o evento possa ser divulgado junto da comunicação local e regional desenvolveu-se a seguinte press-release:

Realizado III Workshop de Empreendedorismo Cultural em Soure no dia 13 de Setembro de 2014

Decorreu no dia 13 de Setembro de 2014, na Biblioteca Municipal de Soure, o III Workshop de Empreendedorismo Cultural promovido pela Rede dos Castelos e Muralhas do Mondego. Marcaram presença potenciais empreendedores ao longo de um dia de trabalho dividido em dois momentos.

Da parte da manhã foi apresentada o apoio ao empreendedorismo cultural e criativo no território da Rede bem como a dinâmica cultural existente na rede e que poderá servir de base ao desenvolvimento de novas ideias de negócio. Foi também feita uma apresentação daqueles que são os passos mais relevantes para se passar de uma ideia a um negócio viável, nomeadamente as necessidades e o que deve ser acautelado no desenvolvimento e teste da ideia, a constituição de uma equipa, a aquisição do conhecimento necessário, a envolvente, a política comercial, passando ainda pela construção do plano de negócios e formas de constituição formal da empresa.

No final da manhã estiveram presentes quatro casos de sucesso de empreendedorismo cultural na área das lendas e tradições – a companhia de teatro “Encerrado para Obras” (Penela), a empresa de animação turística e eventos “Endless Senses” (Coimbra), a empresa de design “Olifante” (Coimbra) e a Loja do Sr. Falcão (Miranda do Corvo).

Da parte da tarde realizou-se uma sessão de criatividade. Neste momento após a apresentação de algumas ferramentas úteis para a geração de ideias, os participantes foram desafiados a pensar fora da caixa e a propor atividades/negócios que pudessem ser viáveis localmente.

Este workshop, insere-se num plano global de 4 eventos similares. Pretende-se nestes workshops promover espaços de encontro, debate de ideias e soluções, no formato de workshops temáticos e práticos que constituam uma ferramenta de alavancagem da iniciativa empreendedora no território da Rede dos Castelos e Muralhas do Mondego, apoiada pelo Programa Operacional Regional do Centro (Mais Centro).

Mais informações sobre os eventos em www.castelosemuralhasdomondego.pt.

ANEXOS

FICHA A. Cocriação - desafio de geração de ideias

FICHA A. Cocriação - desafio de geração de ideias

PARTE I

NOME DO GRUPO _____

Nome		E-mail	
Nome		E-mail	
Nome		E-mail	
Nome		E-mail	

DESAFIO: Tenho o recurso _____ que atividade posso empreender?

Ferramentas Utilizadas:

Apresentação da ideia, com resposta às seguintes questões:

Qual a ideia?

Qual o meu público?

Quais os pontos fortes?

Quais as áreas de melhoria?

PARTE II**Conclusões da exposição ao grupo:**

PONTOS FORTES MAIS FOCADOS	ÁREAS DE MELHORIA MAIS FOCADAS

O que tem que ser repensado?

FICHA B. Ferramentas de Criatividade

FICHA B. Ferramentas de 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

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.

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.

Exemplo



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

Exemplo



1.3 ANALOGIAS - 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

Exemplo



1.4 ANALOGIAS TEATRALIZAÇÃO

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

Exemplo



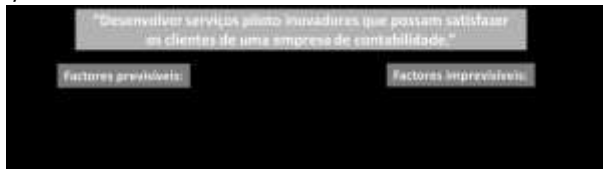
FERRAMENTA 2. CRIAÇÃO DE NOVOS MUNDOS

Criação de novos cenários relativamente detalhados. Pensar como se deveria atuar nesse cenário.

1.1 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?

Exemplo

-
- **Cenários**
- 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 (do governo e empresas de consultoria contabilística) através da transmissão de voz, dados e imagens.

Ideias geradas





- 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
-

1.2 CENÁRIO IDEAL

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.

Inquérito de Satisfação

		<h1>INQUÉRITO DE SATISFAÇÃO</h1>	
<p><i>Este inquérito destina-se a melhorar a qualidade dos workshops de empreendedorismo cultural</i></p>			
1. Local de residência (concelho):			
2. Idade:		3. Sexo:	
15-35		Masculino	
36-55		Feminino	
56-65			
Mais de 65			
4. De acordo com as seguintes questões, considera que (coloque uma cruz na resposta que considerar correta):			
Os conteúdos abordados foram úteis ...	Sim		
	Não		
A duração do evento foi ...	Insuficiente		
	Adequada		
	Excessiva		
A apreciação global do evento é ...	Muito boa		
	Boa		
	Aceitável		
	Má		
	Muito má		
5. Que temas gostava que tivessem sido abordados?			
6. Sugestões/Observações (o seu contributo permite-nos introduzir melhorias e efetuar correções aos workshops de empreendedorismo cultural)			
<p><i>Deixe o seu inquerito preenchido com os técnicos presentes.</i></p> <p>A AGÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO DOS CASTELOS E MURALHAS MEDIEVAIS DO MONDEGO AGRADECE A SUA COLABORAÇÃO!</p>			
<p>Co-Financiamento:</p>   			

Co-Financiamento:

