



# DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS, SERVIÇOS E PROCESSOS

FORMAÇÃO EXPERIENCIAL & COACHING EXECUTIVO  
2021: 2º, 4º TRIMESTRE

INSCRIÇÕES EM [WWW.HISEEDTECH.COM](http://WWW.HISEEDTECH.COM)



**A pandemia afetou quase todos os aspetos da nossa vida,** desde a **dimensão pessoal** - como as pessoas vivem e trabalham - **à dimensão profissional**- como as empresas interagem com os seus clientes, como os clientes escolhem e compram os seus produtos, como as cadeias de distribuição entregam os produtos.

Num recente inquérito efetuado por uma consultora<sup>1</sup> a mais de 200 empresas em vários sectores da economia, 90% dos executivos afirmaram que o maior impacto desta crise vai ser a **alteração irreversível na forma de conduzir os negócios**, a acontecer nos próximos cinco anos, **e o efeito duradouro na mudança das necessidades dos seus clientes.**

Sabemos que é assaz tentador optar por um caminho de preservação do *status quo*, sustentando o negócio principal, perseguir espaços de oportunidade conhecidos, executar planos de conservação de 'cash flow' e de minimização de risco.

Todavia o contexto que, historicamente, tornou viável a sustentabilidade do negócio já não existe e portanto o caminho tentador e, aparentemente menos arriscado, é provavelmente o mais perigoso.

**Assim torna-se incontornável priorizar uma estratégia de inovação pois é a chave para promover o crescimento pós-crise ou até, nalguns casos, preservar a sustentabilidade do negócio.**

Deste modo, o Programa **HiValue** torna-se mais atual que nunca pois permite às empresas:

- **descobrir novos espaços de oportunidade,**
- **avaliar iniciativas de inovação que vão ao encontro das novas necessidades dos clientes e das alterações contextuais,**
- **avaliar se a atual estratégia de inovação é a mais adequada.**

Numa palavra, **construir a fundação para o crescimento pós-crise que permita manter a competitividade do negócio no período de recuperação e a sustentabilidade do negócio no longo prazo.**

**HiSeedTech**

1 Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever, McKinsey

## O QUE É.

O HiValue é um programa de formação experiencial, para equipas de empresas, sobre desenvolvimento de novos produtos, serviços e/ou processos, que fornece as competências necessárias para a construção de um **projeto de negócio pronto para apresentar num Conselho de Administração e fomenta o empreendedorismo interno.**

## O QUE OFERECE.

- **Formação experiencial e orientação** para: (i) desenvolver um **projeto de negócio** para validar a introdução de um novo produto, serviço e/ou processo; (ii) sustentar a criação / otimização dos processos internos de desenvolvimento de produtos, serviços e/ou processos inovadores (24h).
- **Coaching executivo personalizado** para o desenvolvimento do projeto de negócio (8h).
- **Teambuilding.**
- **Uma ferramenta/método** que permitirá a implementação de novos processos ou processos melhorados de importância estratégica, para a empresa, uma vez que é replicável..

## ONDE.

Digital (formação) e presencial (na empresa).

## PARA QUEM.

O HiValue foi desenhado para **equipas interdisciplinares** compostas por **três até cinco elementos** (quadros superiores e/ou intermédios), idealmente com elementos de todos os departamentos que participam (ou sofrem impacto) no processo de desenvolvimento de novos produtos, serviços e/ou processos, tais como:

Design / Engenharia / Estratégia / Finanças / Investigação e desenvolvimento / Marketing / Operações / Vendas.

## INVESTIMENTO.

**Associados:** 7.500 €

**Empresas não associadas:** 10.000 €

O valor do programa inclui toda a documentação.

Ao valor acresce o IVA à taxa legal em vigor.

Confirmação de inscrições sujeitas a pagamento prévio.

## EMPRESAS ALUMNI.

**Almedina** - Indústria editorial | **Costa Verde** - Porcelanas

**Efacec** - Energia e Ambiente | **Lameirinho** - Têxtil | **Fidelidade** –

Seguros | **OLI** - Sistemas Sanitários | **Tecnimede** - Farmacêutica

## O QUE É.

O **programa de formação do HiValue** está estruturado em quatro partes, separadas por várias semanas, para permitir às equipas participantes reunir a informação necessária para desenvolver o projeto de negócio.



### PARTE 1

Definição da oportunidade e ideação

<Data a definir>



### PARTE 2

Criação de um produto viável e oferta de serviços

<Data a definir>



### PARTE 3

Gestão do portfolio e desenvolvimento da proposta de valor

<Data a definir>



### PARTE 4

Projeto de negócio: visitar o processo

<Data a definir>

As sessões decorrem online das 9h00-12h00 e das 14h00-17h00, sendo as datas definidas de acordo com a disponibilidade das empresas participantes.

O **coaching executivo personalizado** é agendado individualmente com cada empresa participante.

## PARTE 1.

### Definição da oportunidade e ideação

As equipas definem uma área específica na qual procurarão novas ideias de produtos, serviços e/ou processos. Este espaço de oportunidade é tipicamente definido em função dos segmentos de mercado já cobertos, do portfólio atual de produtos, dos recursos existentes na empresa e da sua posição na cadeia de valor. Definido o espaço de oportunidade, as equipas fazem uma pesquisa sistemática para novas ideias de produtos, serviços e/ou processos, utilizando um conjunto de princípios orientadores e ferramentas para estimular a ideação.

### Sessão I < Data a definir >

- Objetivo do programa e expectativas das equipas.
- Desenvolvimento de novos produtos e serviços versus inovação disruptiva.
- Fontes para ideias de novos produtos, serviços e/ou processos.
- Espaços de oportunidade e processos de pesquisa sistemáticos.
- Técnicas de grupos nominais e espaços de oportunidades.
- Pesquisa do espaço de oportunidades do lado da tecnologia e do lado do mercado.

## PARTE 2.

### Criação de um produto viável e oferta de serviços

Após a ideação e a priorização das ideias serão apresentados um conjunto de ferramentas para desenvolver novos produtos, serviços e/ou processos. O foco principal são métodos centrados no utilizador final, onde as equipas desenvolvem a oferta compreendendo as necessidades e as experiências do utilizador. No final da parte 2 é expectável que as equipas definam um conjunto de ações que possam ser incorporadas no produto, serviço e/ou processo a desenvolver. Esta parte capacita as equipas com ferramentas de pesquisa de mercado que se focam na compreensão e análise das necessidades do utilizador.

### Sessão I < Data a definir >

- Introdução aos métodos de pesquisa *bottom-up*.
- Compreender as necessidades do utilizador.
- Métodos de pesquisa qualitativa..
- Métodos centrados no utilizador final.
- Desenvolvimento de um plano para pesquisa.

## PARTE 3.

### Gestão do portfolio e proposta de valor

Com um produto, serviço ou processo definido, as equipas necessitam confirmar se o conceito realmente gera valor para o cliente. O foco da parte 3 está em confirmar o valor criado para o cliente, face às alternativas atuais disponíveis no mercado. Para tal, serão expostos métodos qualitativos que fornecem evidências diretas para a adoção do novo produto, serviço e/ou processo. Os participantes também irão identificar as informações adicionais necessárias para criar um projeto de negócio apropriado.

#### Sessão I < Data a definir >

- Discussão do conceito de produto/serviço/processo eleito.
- A proposta de valor.
- Trabalhar o conceito e construir a evidência.
- Apresentação de modelos de negócios e introdução ao projeto de negócio.
- Configuração para avaliar as necessidades de processo de desenvolvimento de novos produtos, serviços e/ou processos.

## PARTE 4.

### Projeto de negócio: revisitar o processo

Nesta parte, os participantes apresentarão uma versão preliminar do projeto de negócio para a criação de um novo produto, serviço e/ou serviço pronto para apresentar num Conselho de Administração. O foco será então avaliar o processo que foi seguido e examinar como o processo de desenvolvimento de novos produtos, serviços e/ou processos da empresa (esteja ou não formalizado) pode ser melhorado.

#### Sessão I < Data a definir >

- Orientação para um projeto de negócio convincente.
- Discussão do processo.
- Partilha individual das soluções encontradas.
- Partilha em equipa das soluções encontradas.
- Conclusão do processo por equipa.
- Estruturar o processo.
- Fechar a versão preliminar do projeto de negócio.

## TESTEMUNHOS.

“O conteúdo apreendido fez repensar a forma como se aborda a criação de produtos e serviços e as metodologias para a sua implementação e o desassombro com que deve ser encarado o não negócio. A par do conteúdo também o modelo em si, foi extremamente rico e enriquecedor obrigando a repensar metodologias de aprendizagem e transmissão de conteúdo.

As empresas têm processos cristalizados de criação de produtos e serviços que partem muitas das vezes de uma ideia que se tem por insofismável. **O conteúdo apresentado propõe uma abordagem que parte da necessidade para o produto ou serviço numa perspetiva *tailor made* integrando o processo de pesquisa da solução e todos os desenvolvimentos subsequentes para implantação da solução encontrada.”**

NUNO LINO  
ALMEDINA

“A formação HiValue, da responsabilidade da Hiseedtech, teve como principal objetivo aprofundar os meus conhecimentos relativamente ao processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços, numa perspetiva prática, projetada para equipas multidisciplinares, abrangendo desta forma as mais importantes questões que nos são colocadas quando em processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços.

O ambiente criado, a qualidade dos formadores e as condições proporcionadas permitem-me afirmar **que esta formação teve na minha atividade como Diretor de Marketing, e logo responsável por esta área na minha organização, abordando o desenvolvimento de novos produtos e serviços como pilar estratégico e enquadrado nos objetivos estratégicos da organização.”**

PAULO PINTO SANTOS  
COSTA VERDE

## TESTEMUNHOS.

“A Efacec é uma empresa tecnológica com uma longa existência de mais de 100 anos, que há muito reconhece o valor da inovação, a qual faz parte do seu ADN. O conteúdo do HiValue permite visitar e questionar determinadas metodologias, processos e práticas de avaliação de oportunidades de inovação que seguimos internamente há algum tempo, mas que podem estar desajustados das melhores práticas atuais a nível internacional. É nesse contexto que considero bastante relevante e com aplicação na Efacec, a oportunidade de reunir uma equipa de elementos seniores de áreas diversas, para trabalhar com foco um tema de oferta/tecnologia considerados do maior interesse para a empresa e com acompanhamento experiente no desenvolvimento do Business Plan do mesmo.

Estou certo de que esta experiência do HiValue pode ter replicação em outros processos internos de avaliação de possível nova oferta ou nova solução tecnológica na Efacec, com vista à tomada de decisão de forma mais informada.”

CIPRIANO LOMBA  
EFACEC

“O conteúdo para a OLI foi na sua maioria novo, recente. É uma mais valia e a forma como abordamos o método também foi uma novidade, em especial na parte inicial da formação, quando estávamos a gerar ideias, a pesquisar, e a classificar as mesmas.

A indústria seja ela qual for procura estar à frente, sendo que estar à frente tem de passar pela inovação. O conteúdo transmitido na formação irá com certeza estimular e provocar essa inovação.

A aplicação será em grande parte a meu ver na geração de ideias e no envolvimento das equipas nesta triagem inicial. Inclusive irei olhar para as ideias geradas no meu departamento, como disse na pergunta 1, de outra forma e com um grau de importância mais elevado.”

RICARDO TEIXEIRA  
OLI



## FORMADORES.

### CRISTINA SIMÕES

Coordenadora de projetos // HiSeedTech

Com mais de 20 anos de experiência em gestão, Cristina Simões é atualmente consultora em estratégia e desenvolvimento de negócios, integra a equipa fundadora da HiSeedTech, sendo responsável pela coordenação pedagógica do programa HiTech, em Lisboa. É Administradora não executiva para a Inovação nas Edições Almedina e membro do Advisory Board do TecLabs, o centro de inovação da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa.

Anteriormente, Cristina Simões foi CEO de uma startup de biotecnologia, professora convidada no ISCTE-IUL, FEP (Faculdade de Economia da Universidade do Porto) e no IESF (atual Atlântico Business School). Licenciada em Sociologia pela Universidade Nova de Lisboa, com MBA pela EGP (atual Porto Business School), pós-graduada em Relações Económicas e Sociais Internacionais pela Universidade do Minho e Doutorada em Gestão Empresarial Aplicada pelo ISCTE-IUL. Frequentou o Senior Executive Programme da London Business School e tem certificação em Lean Six Sigma Green Belt pela Universidade de Michigan.

### PEDRO VILARINHO

Diretor Geral // HiSeedTech

Diretor geral da HiSeedTech, Pedro Vilarinho tem 16 anos de experiência "a fazer a interligação entre a ciência e o mercado", tendo apoiado a criação de várias startups de base tecnológica que atraíram mais de 40 milhões de euros de investimento. Atualmente é membro do conselho de administração de cinco startups de base científica.

Em 2003, Pedro Vilarinho fez parte da equipa que fundou a COTEC Portugal, onde foi responsável pelos Programas de Empreendedorismo e Comercialização de Tecnologia, nomeadamente o programa COHiTEC. Em 2006, recebeu Price Foundation Innovative Entrepreneurship Educators Award, distinção conferida pela Stanford Technology Ventures Program. Foi Professor no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro. É licenciado em Engenharia Eletrónica e de Telecomunicações pela Universidade de Aveiro, mestre em Ciências da Computação pela Universidade de Coimbra e doutorado em Gestão Industrial pela Universidade do Porto.

## ORGANIZAÇÃO.

### HISEEDTECH

A HiSeedTech é uma associação, sem fins lucrativos, criada, em Julho de 2017, por um grupo de empresas privadas. A Associação tem por objetivo potenciar a criação de valor social e económico a partir da Investigação e Desenvolvimento realizada em Portugal e conta atualmente com **25 associados** de diferentes áreas sectoriais.

A rede global nutrida pela equipa executiva posiciona a Associação como um actor privilegiado para:

(i) apoiar os Associados na identificação de tecnologias que potenciem a criação de valor para as suas empresas - apoiando-os no desenho de projetos de base tecnológica para a resolução de problemas concretos, ou para o desenvolvimento de novos produtos, serviços ou processos.

(ii) apoiar investigadores na translação do conhecimento do laboratório para o mercado - através da criação de startups e da sua capacitação para a inovação aberta, aumentando, assim, a rede de investigadores capazes de interagir com a comunidade empresarial.

### ASSOCIADOS

73100 | BBVA | Cachapuz | CIN | Clarke, Modet & Cº | Cortadoria Nacional de Pêlo | Costa Verde | Diergy | Efapel | Esporão | everis | Galp Energia | INI | Intercapital | Laboratórios Atral | Lameirinho | OLI | Promotor SPGS | PwC | Quilaban | Renova | Santander | Semapa Next | Snap! Partners | Tecnimede.



**MORADA:**

Rua 28 de Janeiro, nº 350  
Candal Park – Fração X-17  
4400-335 Vila Nova de Gaia

**WEBSITE:**

[www.hiseedtech.com](http://www.hiseedtech.com)

**CONTACTOS:**

[contact@hiseedtech.com](mailto:contact@hiseedtech.com)