



WeMind
Group

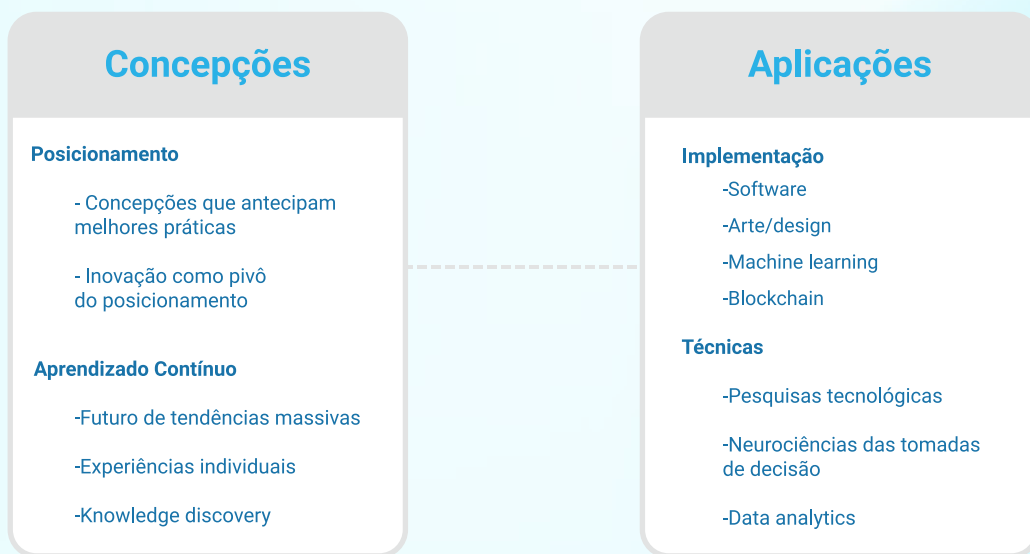


Missão e estratégia

O WeMind Group é um escritório de inovação.

Nossa missão é responder aos desafios por transformações em processos, produtos e imagem, de corporações, financeiras e marcas. A trajetória que adotamos derivou-se do posicionamento central dos sócios no cenário global da inovação e da produção científica relacionada. Em segundo momento, incorporou diferentes divisões especializadas, com suas próprias especificidades.

Reunimos condições para usar provas de conceito, papers e desenvolvimentos tecnológicos pouco disseminados; para além de cada um destes, é capaz de fazer a translação necessária para que empresas e marcas possam se beneficiar de tendências, antes que se vulgarizem.



Estas são principais competências que aportamos no mercado:

- **Track-record de inovação**, incluindo plataformas corporativas altamente complexas, escores diversos de risco e crédito, sensoriamento remoto, blockchain, aprendizado de máquina, sistemas de suporte decisório, pareceres científicos para disputas legais internacionais, modelagem experimental, neurociências, AR/VR/MR e design tecnológico.
- **Criatividade translacional**.
- **Acesso facilitado e constante a tendências** tecnológicas e conceituais dos principais centros de inovação do mundo.
- **Time diversificado e altamente técnico**, com capacidade para conceber, prototipar e executar sofisticados planos tecnológicos.
- **Diversas plataformas próprias** que são customizadas para demandas específicas.



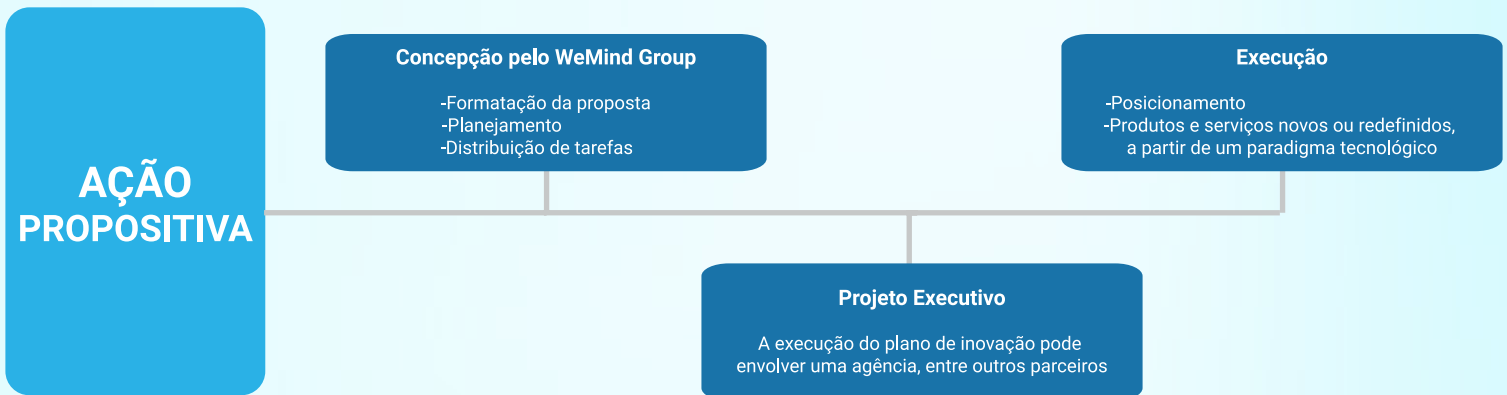
Nossa atuação lembra a de alguns ateliês de tecnologia europeus com os quais dialogamos, ao passo que a velocidade reflexiva que temos como parâmetro aproxima-nos mais de algumas start-ups americanas. Combinando estas duas maneiras de se posicionar frente à criação, procuramos combinar ousadia e precisão, enquanto mantemos um ritmo de aperfeiçoamento contínuo.

Atuação propositiva e reativa

Nossa atuação é tanto propositiva, quanto reativa.

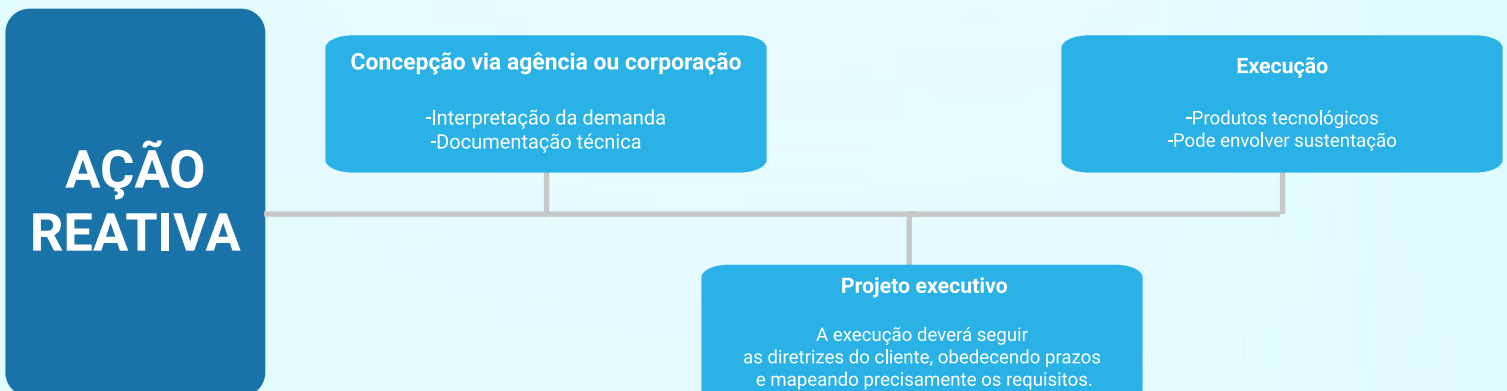
Quando assumimos o primeiro papel, respondemos conceitualmente às demandas por transformações que também representem inovações, em processos, serviços e identidades.

Procuramos introduzir novos desenhos institucionais, novas arquiteturas e modelos de negócios para os serviços oferecidos e novas maneiras da marca se posicionar. Estas entregas frequentemente geram patentes ou propriedades intelectuais.



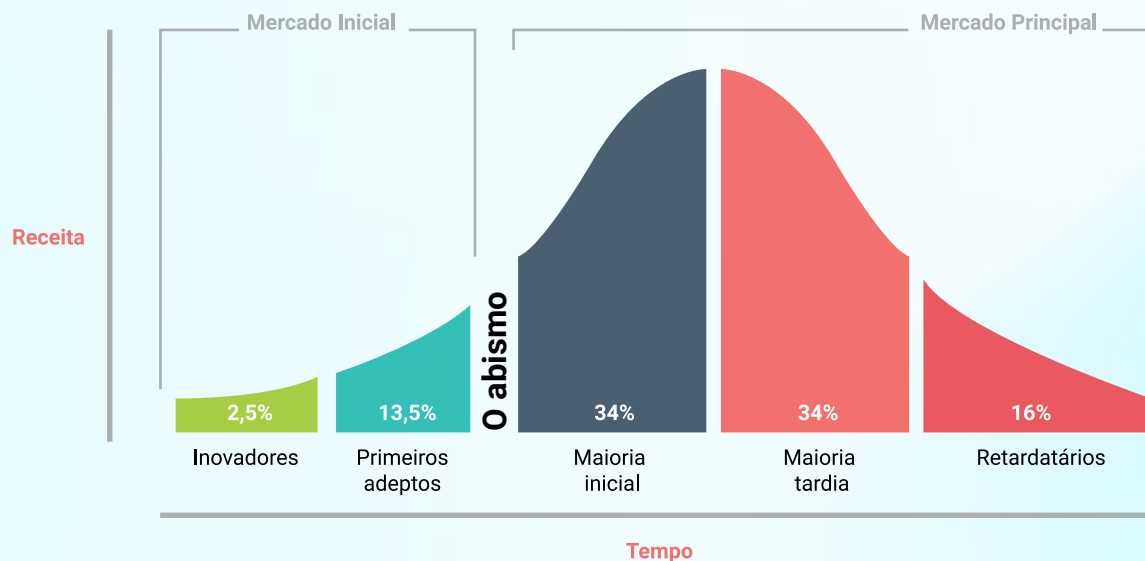
Quando assumimos papel reativo, procuramos responder por meio de produtos tecnológicos, pareceres, pesquisas tecnológicas e design tecnológico. Estes produtos são frequentemente acompanhados de um plano de sustentação e mapeamento continuado de KPIs.

Conforme conseguimos realizar nossa missão, tornamos até o mais simples projeto reativo antiburocrático.



Nossa ação na jornada do cliente

De acordo com Rogers (1962), a média dos produtos e processos fixados em um mercado segue o curso de uma gaussiana, que permite a segmentação de três grupos: inovadores/primeiros adeptos, maioria inicial e maioria tardia/retardatários.



Em geral, os inovadores e primeiros adeptos são sujeitos com maior apetite ao risco e grande familiaridade com a lógica da inovação, ao passo que os retardatários são sujeitos excluídos do fluxo primário da inovação.

A grande massa que se interpõe entre ambos domina a atenção do mercado. Aqui, nosso foco é bastante específico: procuramos aproximar nossos clientes da margem esquerda da maioria inicial, tanto em termos conceituais, quanto em termos implementacionais.

A capacidade de atuar nesta esfera demanda-nos habilidade para dominar concepções e mecânicas tecnológicas em estágios genuinamente iniciais. Não acreditamos que seja possível posicionar bem empresas e marcas no pelotão da maioria inicial sem jamais ter criado nada de relevante e sem ter um diálogo estabelecido com geradores de tendências, nos grandes centros científicos mundiais.

Isso, porém, não basta. Tão importante quanto este posicionamento interno é a capacidade de aportar tecnologia como consequência de uma visão, assim gerando exclusividade quase à revelia.

O tratamento desta delicada dinâmica levou-nos a adotar o seguinte princípio: “ao mesmo tempo em que damos corpo às implementações definidas nos projetos em curso, dedicamos tempo e recursos a apreender e dominar tecnicamente os formatos que despontam em seus microcosmos de origem, com foco nas mecânicas geradoras de valor, para absorver lógicas e práticas que darão bases a entregáveis que escalarão no futuro próximo, bem como subsídios às estratégias de comunicação”.

**Nosso
convite**
é por um passeio
à beira do
abismo,
sem jamais
cair nele.



O coração do WeMind Group é seu departamento de research & development (R&D), enxuto e totalmente focado na tradução técnica de tendências e aciocináveis, para consumo metodológico.

Metodologias exclusivas

Somos bastante céticos em relação a vasta maioria das metodologias voltadas ao ciclo da inovação propostas por empresas, uma vez que percebemos que o espaço mais propício ao desenvolvimento metodológico de temas altamente complexos é a universidade. Acreditamos, todavia, na relevância de metodologias pautadas por questões específicas, relacionadas à prática da incorporação de novas diretrizes tecnológicas às empresas.

Neste contexto, adotamos uma série de paradigmas consagrados e, no topo deles, a matriz decisória da inovação (MDI), nossa própria criação metodológica, a qual se justifica tanto do ponto de vista acadêmico, quanto do ponto de vista corporativo, uma vez que se trata de uma síntese de nossa experiência na translação dos impulsos criativos de base tecnológica para o mercado, utilizando pesquisas científicas dos sócios. Em essência, a MDI é uma abordagem do custo/benefício de uma ação inovadora, que incorpora de maneira econométrica (em função de paradigmas utilitários), a projeção de valor gerado ao longo do tempo.

O método parte de uma constatação: a criatividade está associada a processamentos em áreas do cérebro igualmente utilizadas pela memória episódica, da qual se aproxima. O novo tende a surgir de rearranjos de informações capazes de levar a transgressão de sistemas de expectativas introjetados.

Criar bem significa reaproveitar bem e, onde realmente fizer muito sentido, acomodar tecnologias e estratégias verdadeiramente originais, as quais são naturalmente mais demandantes. A matriz acaba na prática sendo uma maneira de identificar onde vale a pena redesenhar e onde vale a pena radicalizar.

Em um segundo nível, mais próximo à ação em si, adotamos uma outra metodologia da nossa lavra própria, a qual é denominada storytelling da jornada do cliente (SJC). Esta serve para ajudar a desenhar ações e produtos mais empáticos para o público-alvo.



Método MDI

A matriz decisória da inovação (MDI) gera um entregável voltado ao provimento das seguintes respostas:

- O que dá para reorganizar?
- O que precisa se reinventar?
- Quais os parâmetros econômicos em jogo?
- Como estamos em relação ao tempo e à concorrência?

Método SJC

Esta é uma metodologia de identificação das personas-alvo da criação, aqui sendo definidas como a do conjunto mínimo de sujeitos prototípicos que deverão ter suas experiências de mundo alteradas pela iniciativa disruptiva a ser desenvolvida.

Após a circunscrição destes perfis partimos para a definição da unidade experiencial mínima da inovação, a qual circunscreve o conjunto de experiências que procuramos despertar neste núcleo de indivíduos.

Por vezes, existem lacunas sobre o target, o que por sua vez demanda pesquisa - não sendo mero acaso o fato de termos duas unidades inteiras dedicadas a tal intento: a Neuraltechnologies (pesquisas com neurociências) e a Future Surveys (pesquisas analíticas e digitais). A primeira aprofunda, a segunda escala.

Com as informações necessárias à mão, criamos uma narrativa da inovação, à luz das unidades experienciais mínimas, o que sintetiza o método SJC. Nossa metodologia de storytelling vai na contramão da hipótese de que é impossível realizar a engenharia reversa das ideias criativas. Tanto pelo contrário, buscamos definir com o máximo rigor a fruição da inovação para descobrir falhas conceituais ocultas sob seu apelo criativo inicial, antes de qualquer execução.

Em suma, o nosso receituário envolve o aprimoramento de ideias criativas supostamente geniais, nossas e dos outros, para que de fato funcionem para quem devem funcionar.



Oficina de protótipos

Uma maneira que temos de trabalhar com marcas e empresas é através de um ciclo que chamamos de oficina de protótipos.

Não se trata de sessões brainstorming, prática que comprovadamente funciona mal.

Trata-se de uma abordagem sistemática para, junto com o cliente, conectar o storytelling relevante à prototipação, evitando a fabricação de produtos com foco, desenho e modelo de negócios errados.

Este processo faz da prototipagem uma forma de tunelamento das tendências, consolidando por meio de evidências, os melhores requisitos funcionais e não funcionais (algorítmicos e estéticos).

Do mais, ajuda a empresa a ganhar cultura de inovação e a cultivar o hábito de pensar fora da caixa.

Há empresas que nos pedem para mantermos unidades de prototipagem da inovação em funcionamento contínuo para elas, o que lhes é vantajoso, já as torna muito mais inteligentes e flexíveis.

Setores de atuação do WeMind Group

Nossa atuação estende-se pelos seguintes setores:

- Corporações
- Instituições Financeiras
- Marcas

O paradigma adotado para corporações é o de atualizações (“critical updates to your company”), para instituições financeiras é o de inovações (“financial innovations”), enquanto para marcas é o de aprimoramento (“upgrade your brand”).

A ideia é que a atualização realiza uma renovação em processos, métodos e visões de negócio, a inovação tende a desenhar divisões inteiras (dada a concorrência com as Fintechs), muitas vezes demandando contratações, desenvolvimento massivos de software e algoritmos e criação de spin-offs, enquanto o aprimoramento versa sobre aumentos na sofisticação, com base na absorção de tendências que ainda não se vulgarizaram, sem que se perca o DNA da marca.



Especificação das divisões

Nossas divisões discriminam-se entre aquelas que diretamente fazem parte do núcleo WeMind e spin-offs.

No núcleo WeMind, temos:

Atualizações críticas para a sua empresa

Gestão Corporativa

Tecnologias que enunciam novas regras de negócios

Indústria e Logística

Blockchain, internet das coisas e softwares para indústria 4.0

Soluções Comerciais

Fidelização e incentivos como porposições de valor

Human Factor

Avaliações de competências feitas por cientistas cognitivos insisprados

Tecnologias para o Agro

Modelos de risco e crédito redondos como o luar do sertão

Aprendizado da máquina

Após a publicação de dezenas de papers aprendemos

Inovações Financeiras



News techs financeiras

Maximização utilitária para almas sensíveis



Behavioral score

Quando a psicologia encontra a tecnologia



Precificação dinâmica

Ciência das taxas ótimas



Deep learning

Adaptação e análise prospectiva



Blockchain e contratos

Apoiando instituições a dar o salto da década

Aprimore a sua marca

Apps para se apaixonar

Realidade aumentada

Neurociências das preferencias decisórias

Realidade virtual

Gestão intelectual de marcas

As três divisões trabalham interconectadas e, não raras vezes, uma corporação estabelece diferentes níveis de relacionamento conosco.



Atuação do núcleo WeMind

Em consonância com o que a divisão acima sugere, nossa atuação está centrada no atendimento a corporações, instituições financeiras e marcas, através dos eixos abaixo:

| MARCAS

O WeMind Group desponta como uma opção relevante para o atendimento a marcas, estruturado para desenvolvimentos científicos, seja em aplicativos, computação visual (AR/VR) ou em ações ainda mais ousadas, tal como em Encephalon, maior obra de arte neurocientífica do mundo, a qual adicionamos ao acervo permanente do Museu do Amanhã.

Conheça nossa atuação em:

Realidade aumentada e realidade virtual
Apps para se apaixonar
Narrativas da inovação para marcas
Neurociências das preferências decisórias

| BANCOS E SEGURADOS

O WeMind Group conta com um time de desenvolvimento de software com prática em embarcar estas soluções ultra-sofisticadas em plataformas escritas nas mais variadas linguagens, incluindo apps IOS e Android. Não trabalhamos com blackboxes; ao contrário da concorrência.

Conheça nossa atuação em:

Softwares financeiros
Behavioral score
Precificação dinâmica
Deep learning
Blockchain e contratos

| EMPRESAS

Apoiar a inovação empresarial é um de nossos objetivos mais elevados. Acreditamos que as mais elevadas proposições de valor tendem a se realizar quando regras de negócios amalgamam-se aos princípios mais elevados da usabilidade.

Conheça nossa atuação em:

Realidade aumentada e realidade virtual
Apps para se apaixonar
Narrativas da inovação para marcas
Neurociências das preferências decisórias

Em paralelo, mantemos uma atuação fundamentalmente conectada a escritórios de advocacia para a geração de experimentos & pareceres científicos.

Spin-offs

O WeMind Group conta com as seguintes divisões empresariais autônomas:

Human Factor: laboratório de inovação em contratação, incentivos e gestão de pessoas.

Portal: humanfactor.com.br

Human Factor divide-se em:

Plataforma Human Factor para seleção profissional

Plataforma Peer Connect para checagem de referências e assessments

Human Factor HRMS para a gestão de pessoas

People Analytics para aproximar contratação, remuneração e incentivos

Superledger: laboratório de inteligência artificial e blockchain para mercados de risco e capital.

Portal: superledger.com.br

Superloop: laboratório de inovação e cocriação tecnológica para marcas.

Portal: superloop.com.br

Neuraltechnologies: Pesquisas tecnológicas e neurociências da estética e do consumo.

Portal: neuraltechnologies.com.br

Future Surveys: laboratório de pesquisas. É também o nome da nossa plataforma de pesquisa digital proprietária, com análise de microexpressões e gameificação.

Portal: futuresurveys.com.br

Decision Hub - projeto social:

plataforma jornalística e de produtividade acadêmica. Conhecimento especializado sem paywall ou propagandas. Dezenas de ferramentas tecnológicas de alto valor agregado são oferecidas gratuitamente para laboratórios científicos de excelência.

Portal: decisionhub.com.br

