



# Iniciativas Regionais Inovadoras



UNIVALI

**Prof. Dr. Renato Büchele Rodrigues**  
**renatobr@univali.br**

**“A melhor forma de prever  
o futuro é criá-lo.”**

***Peter Drucker***



# Empreendedorismo

Inovação

Desenvolvimento Regional

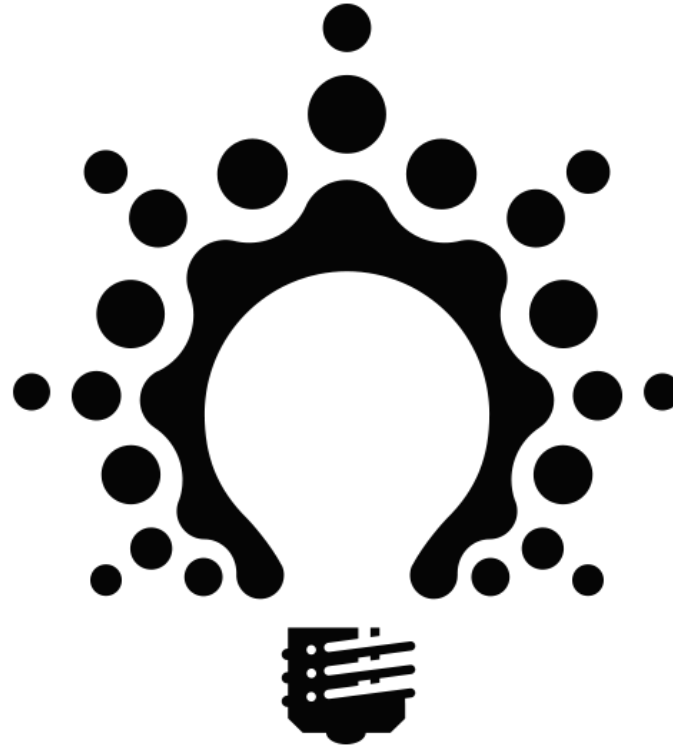
Economia Criativa

Iniciativas  
Regionais  
Inovadoras

Cidades

Iniciativas

**Emprendedorismo**



**Como ser  
empreendedor?**

**Empreendedorismo**

**Como ter iniciativas**

**empreendedoras?**

**criativas? inovadoras?**

# Empreendedorismo

## Mitos

**FAKE**

**Empreendedores nascem  
empreendedores;**

**Qualquer pessoa pode iniciar e  
manter um negócio;**

**Empreendedores são  
independentes e não possuem  
chefe;**

**Empreendedores devem ter  
empresa;**

# EMPREENDEDORISMO

Compreende a **visão sistêmica e inovadora** para transformar ideias em projetos consistentes, realizar melhorias e alcançar soluções de problemas para o desenvolvimento regional.

- Necessária para:

**Realizar uma análise ambiental consistente**

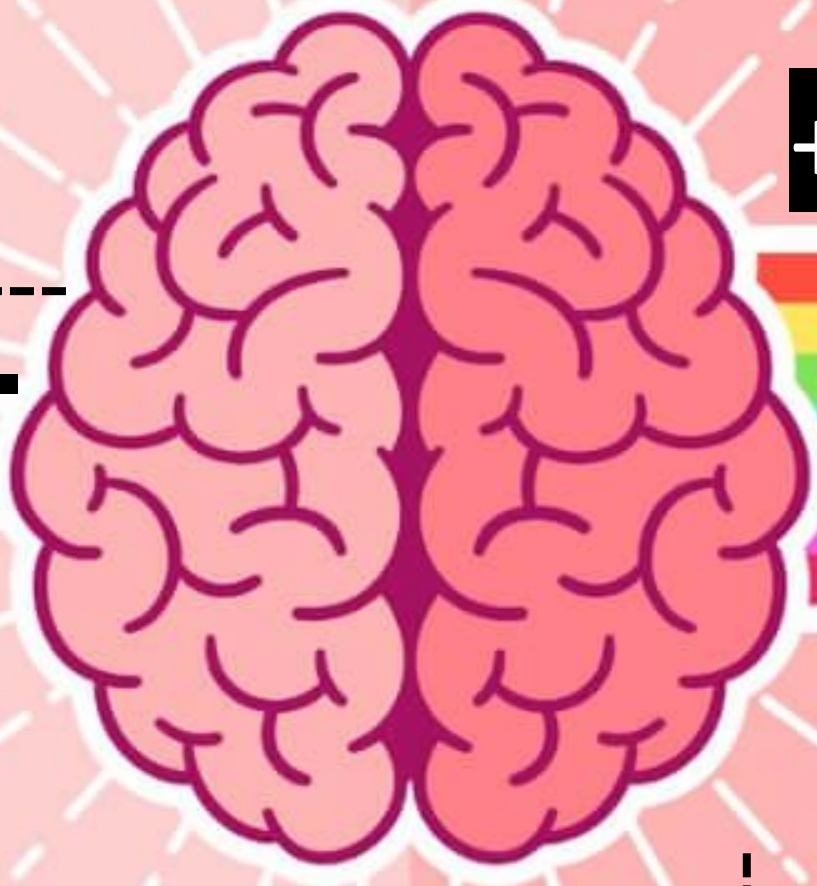
**Identificar oportunidades**

**Empreender e Inovar**

**CONHECIMENTOS**

**+ HABILIDADES**

**+ ATITUDES**



**ENSINO**



**PESQUISA**

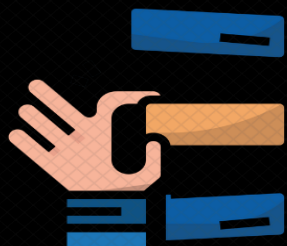
**EXTENSÃO**



**EMPREENDEDOR**

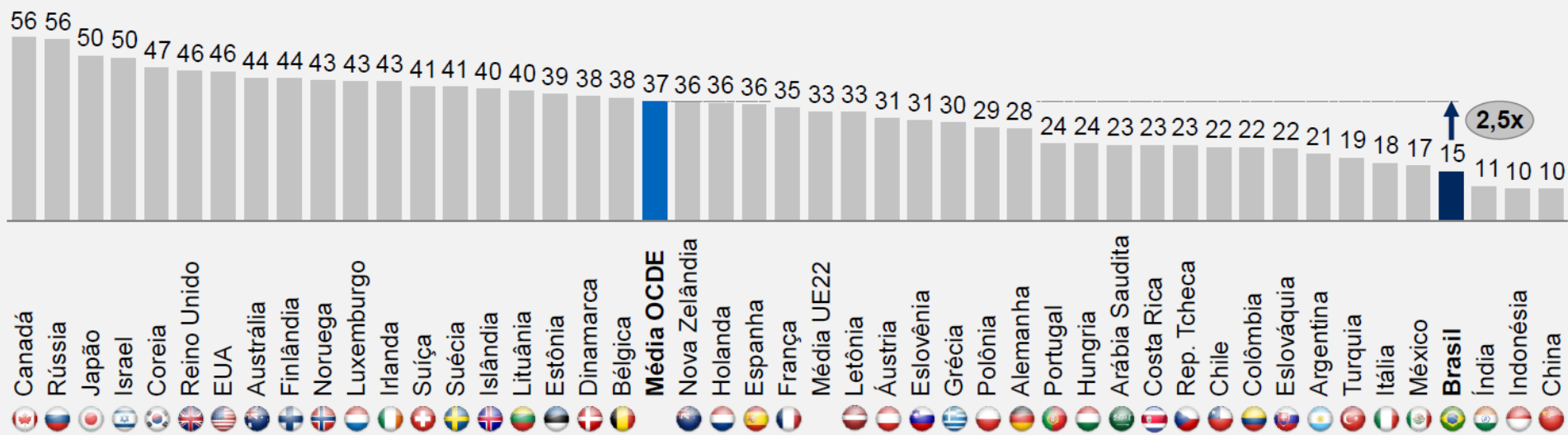
**INTERVENÇÃO**

**INOVAÇÃO**

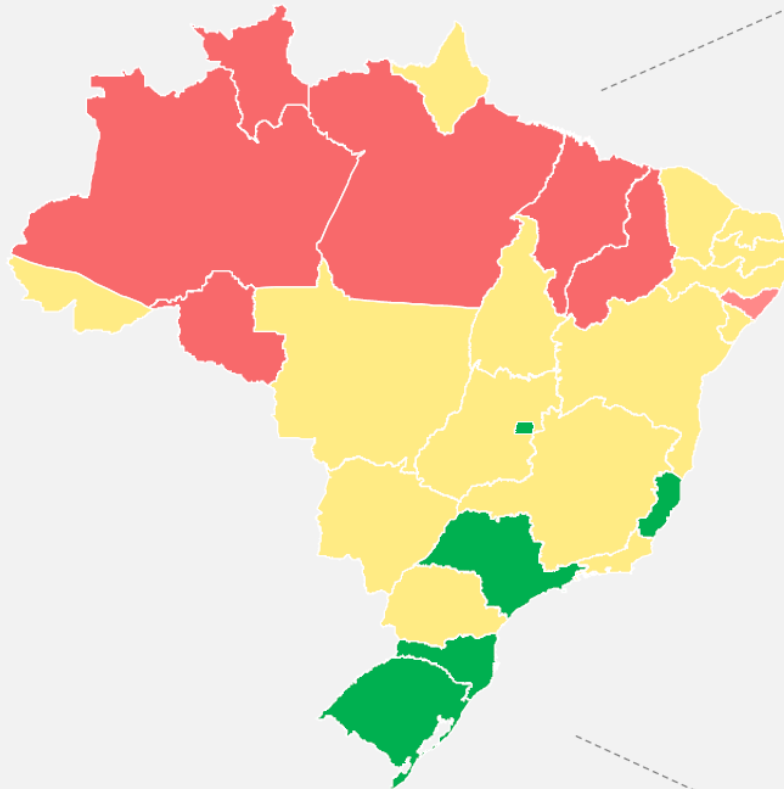


# Nível universitário Brasil

População entre 25-34 anos com escolaridade de nível universitário  
2016, Percentual

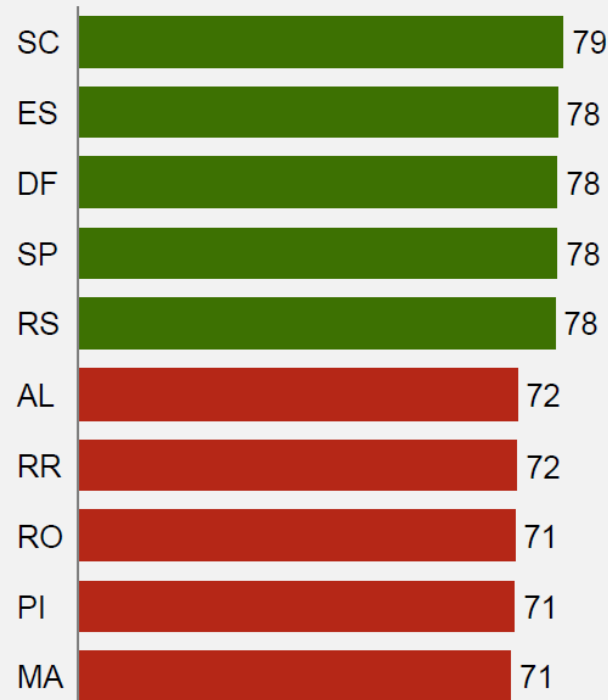


# Expectativa de Vida



## Comparação melhores e piores estados

Expectativa de vida ao nascer; 2016



- Brasileiro tem expectativa de vida 8 anos menor no Maranhão em comparação a Santa Catarina
- 15 estados do Brasil têm expectativa de vida inferior à Colômbia e Venezuela
- Expectativa de vida dos melhores estados ainda está abaixo do Chile e Cuba

# Inovação

**Introdução de novos elementos ou uma nova combinação de elementos (SCHUMPETER, 1961).**

**Processo contínuo envolvendo a solução de problemas em diferentes atividades e processos de aprendizagem nas empresas (MANUAL DE OSLO, 2005; MIRANDA; FIGUEIREDO, 2010).**


Manual de Oslo: uma das principais referências para as atividades de inovação na indústria brasileira. Foi traduzido sob a responsabilidade da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) das edições originais em inglês e francês. Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) (1961).

**Inovação**

**COMO  
PROCESSO**

era de modelos de negócios  
produtos ou serviços  
**conhecimento, criatividade**  
**capital intelectual**  
geração trabalho e renda.

(LEITÃO, 2011; POLI; YANAZE, 2018)

Modelos de Inovação	Definição
 <b>Radical</b>	<b>Corresponde à criação de um novo conjunto de características.</b>
<b>Ameliorativa</b>	<b>Qualidade do produto ou processo melhorado.</b>
<b>Incremental</b>	<b>Adição ou eliminação de características.</b>
<b>Ad hoc</b>	<b>Produção de novas competências ou codificação e formalização.</b>
<b>Recombinativa</b>	<b>Combinação ou fragmentação de um grupo de características.</b>
<b>Formalização</b>	<b>Formatação e padronização de características.</b>

## MENOR ACESSIBILIDADE

A INOVAÇÃO RADICAL, NA BUSCA POR NOVOS PARADIGMAS, PRECISA CRIAR SITUAÇÕES NOVAS, POR ISSO, É MENOS ACESSÍVEL QUE OUTRAS INOVAÇÕES.

## CUSTOS MAIORES

EXATAMENTE POR TRAZER MUDANÇAS MAIS ACENTUADAS, SEUS CUSTOS DE DESENVOLVIMENTO SÃO MAIS ELEVADOS.

## PROCESSOS INOVADORES

A INOVAÇÃO RADICAL TENDE A CRIAR PROCESSOS TOTALMENTE NOVOS.

## TEMPO MAIS LONGO

A INOVAÇÃO RADICAL GERA PRODUTOS OU SERVIÇOS DE CICLO DE VIDA BEM MAIS LONGO.

## RESULTADOS

A INOVAÇÃO RADICAL É IMPLEMENTADA EM UM MERCADO COMO NOVIDADE, TRAZENDO RESULTADOS EXCEPCIONAIS AO TORNAR A EMPRESA PIONEIRA E EXCLUSIVA.

## PARTICIPAÇÃO

A INOVAÇÃO RADICAL EXIGE A PARTICIPAÇÃO DE TODAS AS ÁREAS DA EMPRESA.

## OPORTUNIDADES

ELAS SE CARACTERIZAM POR RESPONDER A DESCONTINUIDADES DO MERCADO, FAZENDO ALGO QUE AS PESSOAS QUERIAM MAS NINGUÉM OFERECIA.

# 7 CARACTERÍSTICAS DA INOVAÇÃO RADICAL

The infographic features a central yellow lightbulb with the number '7' and the text 'CARACTERÍSTICAS DA INOVAÇÃO RADICAL' inside it. The lightbulb is surrounded by seven stylized human figures sitting around a table, each with a number from 1 to 7 next to them. Lines connect these figures to seven text boxes, each describing a characteristic of radical innovation. The background is a dark blue with circuit-like patterns.

# Produtos

# Serviços

# Experiência



## The Most Innovative Companies of 2018

- |                          |                     |                      |                         |                                  |
|--------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|
| 1 Apple                  | 11 Airbnb           | 21 Siemens           | 31 Intel                | 41 3M                            |
| 2 Google                 | 12 SpaceX           | 22 Unilever          | 32 NTT Docomo           | 42 SAP                           |
| 3 Microsoft <sup>1</sup> | 13 Netflix          | 23 BASF              | 33 Daimler <sup>3</sup> | 43 DuPont                        |
| 4 Amazon                 | 14 Tencent          | 24 Expedia           | 34 AXA                  | 44 InterContinental Hotels Group |
| 5 Samsung <sup>2</sup>   | 15 Hewlett-Packard  | 25 Johnson & Johnson | 35 Adidas               | 45 Disney                        |
| 6 Tesla                  | 16 Cisco Systems    | 26 JPMorgan Chase    | 36 BMW                  | 46 Huawei                        |
| 7 Facebook               | 17 Toyota           | 27 Bayer             | 37 Nissan               | 47 Procter & Gamble              |
| 8 IBM                    | 18 General Electric | 28 Dow Chemical      | 38 Pfizer               | 48 Verizon                       |
| 9 Uber                   | 19 Orange           | 29 AT&T              | 39 Time Warner          | 49 Philips                       |
| 10 Alibaba               | 20 Marriott         | 30 Allianz           | 40 Renault              | 50 Nestlé                        |

Source: 2017 BCG global innovation survey.

<sup>1</sup>Includes Nokia. <sup>2</sup>Includes all Samsung business groups (electronics and heavy industry). <sup>3</sup>Includes Mercedes-Benz.

# Desenvolvimento Regional

## Dados do Mercado

### Fatores que definirão carreiras:

#### Inovação

Ênfase no desenvolvimento tecnológico, na educação continuada e na procura por novos conhecimentos



#### Qualidade de vida

Busca por comodidade deve alavancar os serviços on-line



#### Sustentabilidade

Demanda por alternativas de baixo impacto ambiental



Fonte: "Carreiras do Futuro" (Profuturo/FIA)



# **Desenvolvimento Regional Nova Economia Criativa**

**Atividades baseadas no capital intelectual e desenvolvimento social e regional;**

**Vários estudos e relatórios governamentais têm sido publicados em todo o mundo;**

**Efeitos sobre o crescimento econômico baseado no conhecimento.**

(Florida, 2002, 2008, Higgs; Cunningham, 2007; Stolarick, 2008; Higgs; Cunningham; Bakhshi, 2008; Mellander; Stolarick, 2008; Cunningham; Higgs, 2009; Hansen, 2009; Clifton; Cooke, 2009; Mellander, 2009; Huggins; Stoneman, 2010; Clifton, 2011; Gabe, 2012; Townsend, 2016; Nurmala e Ahyar 2018.



# Desenvolvimento Regional Políticas

Políticas e ações devem ser colocadas em prática para **maximizar o impacto benéfico do desenvolvimento regional** e suas profundas relações com a economia.

Uma região deve também possuir uma sólida base de **negócios criativos que seja capaz de fornecer produtos e serviços** de boa qualidade e em quantidade suficiente para responder de forma positiva às demandas regionais.



# Desenvolvimento Regional Paradigma do Conhecimento

**Sociedade industrial para pós-industrial**

**Século XXI – Sociedade do Conhecimento**

***KBUD (Knowledge Based in Urban Development)***

**Conhecimento conduz para a inovação,  
aprendizagem, criatividade e mudança.**

(Castells, Gerhardt, 2002; Yigitcanlar;  
Lonnqvist, 2013; De Mais, 2014)



Autor

# Desenvolvimento Urbano Baseado em Conhecimento (KBUD)

Autor	Ano	Conceito
Knight	1995	<b>Transformação de recursos</b> de conhecimento em desenvolvimento local que pode prover uma base para o desenvolvimento sustentável.
AEUB Agência d'Ecologia Urbana de Barcelona	2000	Um conjunto crucial de estratégias para alcançar <b>qualidade de vida.</b>
ENOVATION	2004	É o novo meio para um crescimento mais suportável, <b>estimulante, limpo, inteligente, tolerante,</b> de comunidades significativas em todo o mundo.
Yigitcanlar	2005	Fenômeno emergente de desenvolvimento urbano e regional para incrementar a <b>competitividade</b> da cidade na Era da economia do conhecimento.
Yigitcanlar, Veliebeyoglu e Martinez-Fernandez	2008	Processo de produção de conhecimento e seus reflexos na forma urbana e em suas funções, que proveem uma nova perspectiva para o desenvolvimento de <b>regiões criativas.</b>
Yigitcanlar <i>et al</i>	2008	Estratégia global de desenvolvimento para alimentar a transformação e a <b>renovação da cidade</b> em cidade do conhecimento, bem como sua economia em economia do conhecimento.
Yigitcanlar	2009	<b>Ambiente de incubação</b> de conhecimento para empreendedores a partir da parceria público-privado, ao invés de um estreito controle governamental sobre o desenvolvimento, mesmo que descontrolado do mercado.
Yigitcanlar	2009	Um novo <b>paradigma de desenvolvimento.</b>
Yigitcanlar	2016	Um <b>novo paradigma de desenvolvimento</b> da Era do conhecimento, cujo objetivo é alcançar prosperidade econômica e sustentabilidade ambiental, integrado a uma governança justa e ordenada do espaço, visando uma cidade desenhada para encorajar a produção e circulação de conhecimento.

# Desenvolvimento Regional Economia Criativa

A importância de um ambiente estimulador e empreendedor para o desenvolvimento do potencial criativo;

Criatividade + Economia +  
Propriedade Intelectual

o maior ativo da nova economia.

(Wechsler; Torrance, 2002; Alencar; Fleith, 2003;  
Levickaité, 2011)

# Economia Criativa Abordagens e Pesquisas

**Termo criado para definir modelos de negócios ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento e criatividade de indivíduos para geração de trabalho e renda.**

(Leitão, 2011; Poli; Yanaze, 2016)

# Conceitos de Economia Criativa

Autor, Ano	
UNESCO, 2004	As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, <b>tanto econômica quanto cultural</b> , uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial.
Howkins, 2007	Uma economia onde as ideias das pessoas, não a terra ou o capital são o mais importante input e output do <b>desenvolvimento econômico</b> .
Hartley, 2005	Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as <b>conexões que se estabelecem</b> entre eles.
Machado, 2009	[...] trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a <b>área cultural no Brasil</b> – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural.
Leitão, 2011	Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela <b>abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social</b> e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades.
UNCTAD, 2011	Economia criativa seria uma <b>abordagem holística e multidisciplinar</b> , lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma.
Brasil, 2012	A economia criativa é, portanto, a <b>economia do intangível, do simbólico</b> . Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria [...]
Caiado, 2011	Economia Criativa é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da <b>combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias</b> , agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.
Poli, 2016	Uma nova organização social que trabalha a cultura e a criatividade como elemento transversal de um novo <b>modelo de desenvolvimento</b> em comunidade e agrupamentos.

**Empreendedorismo:  
Iniciativas  
Regionais  
Inovadoras**

Florida (2002), vários estudos e relatórios governamentais têm sido publicados em todo o mundo na análise dos trabalhos envolvendo a economia criativa:

sua **dimensão** (HIGGS; CUNNINGHAM, 2007; HIGGS; CUNNINGHAM; BAKHSHI, 2008; CUNNINGHAM; HIGGS, 2009), **distribuição espacial, setorial e baseada no conhecimento** (GABE, 2012; HUGGINS; CLIFTON, 2011; ASHEIM; HANSEN, 2009; CLIFTON; COOKE, 2009; MELLANDER, 2009), e seus efeitos sobre o **crescimento econômico** (FLORIDA; MELLANDER; STOLARICK, 2008).

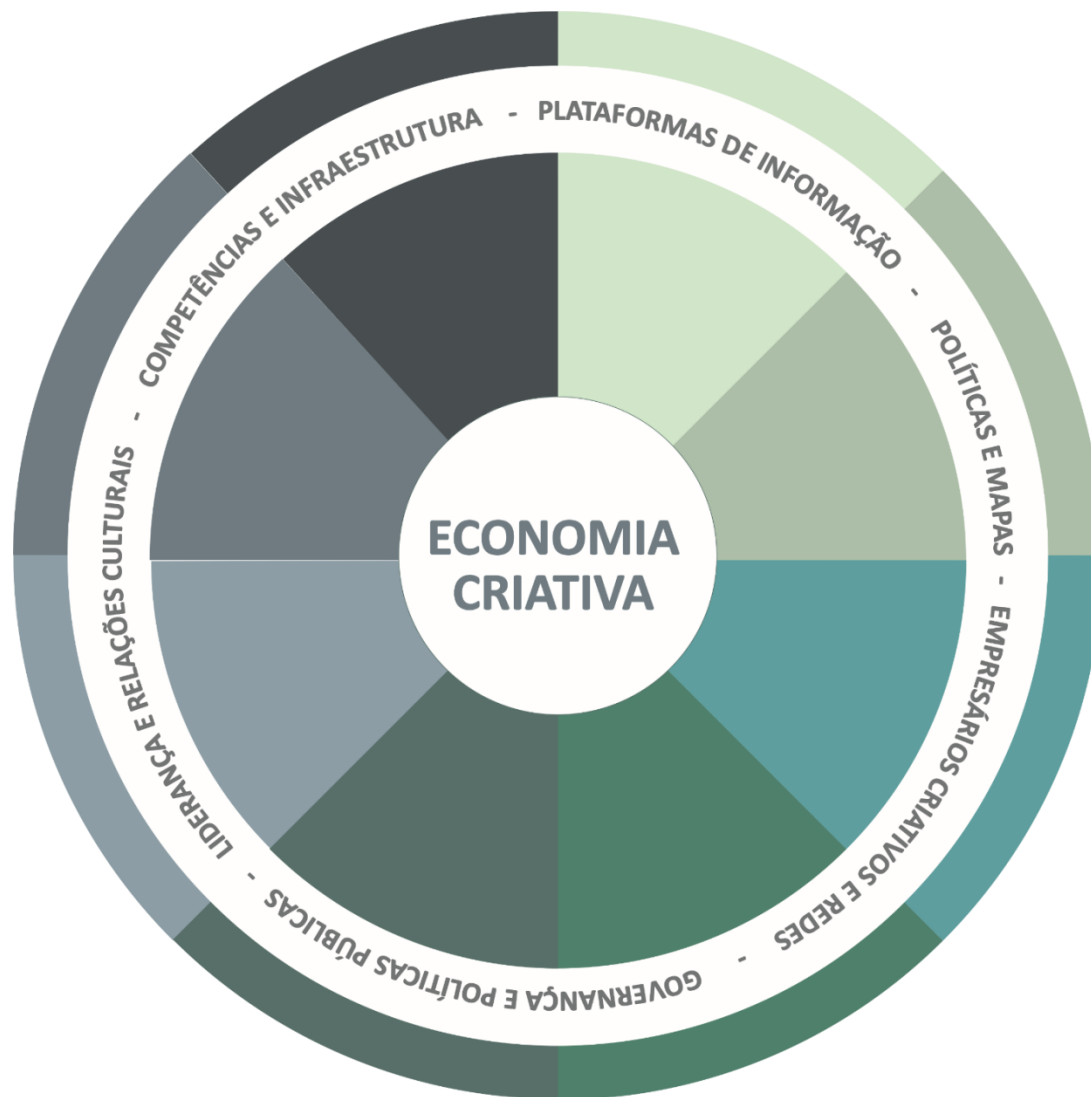
# Economia Criativa

## Modelos para o Desenvolvimento Regional

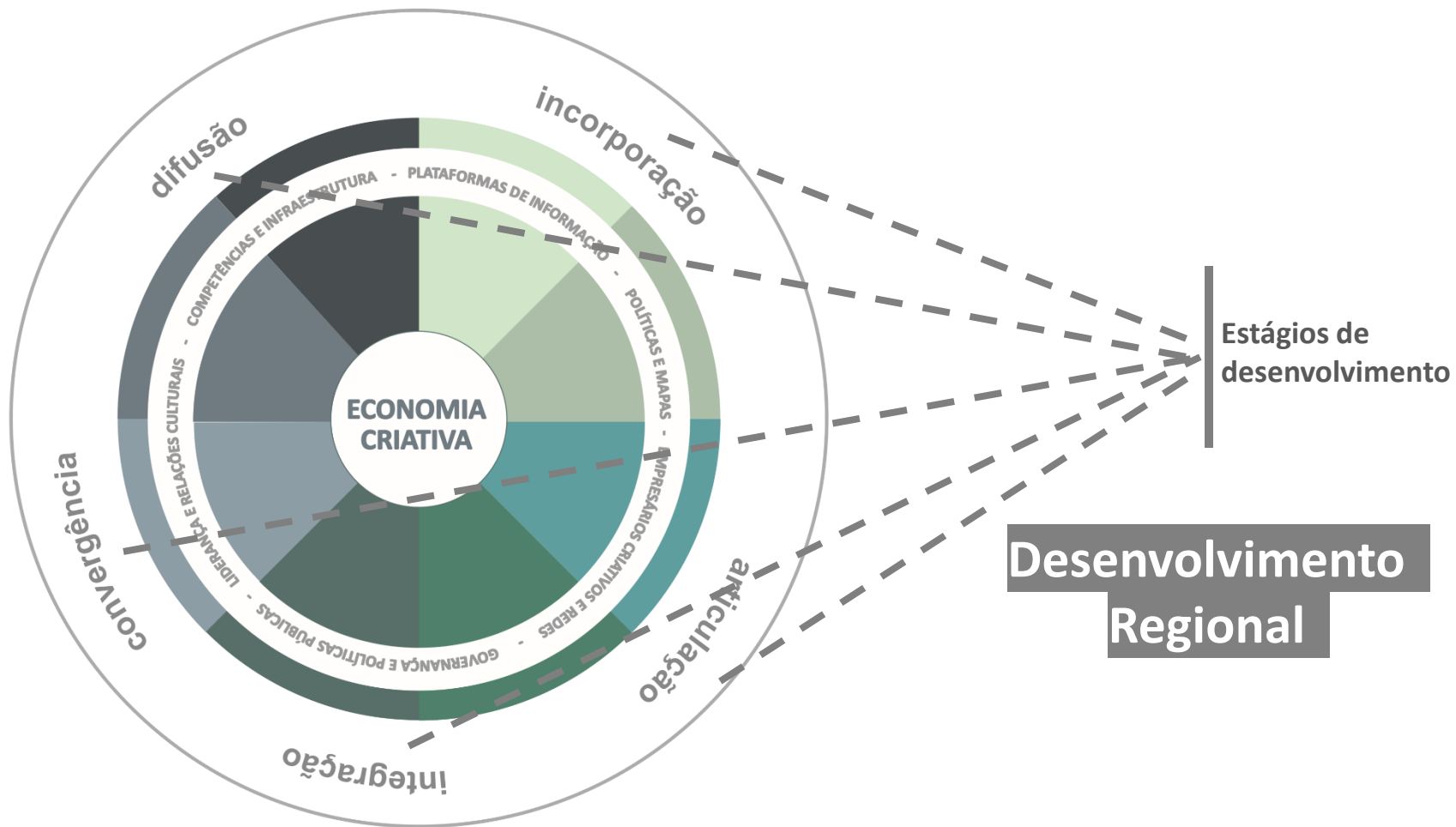
Modelo / Ano	Dimensões de Análise da Economia Criativa/ AUTORES	Categorias
(Unctad, 2010; Berzins, 2012; Unesco, 2015)	Políticas e Mapas;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas Públicas;</li> <li>• Propriedade Intelectual;</li> <li>• Mapeamentos Culturais;</li> </ul>
	Competências e Infraestrutura;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhecimento e Difusão;</li> <li>• Recursos de Apoio;</li> <li>• Habilidades de Negócios;</li> </ul>
(Unctad, 2010; Levickaitė, 2011; Mendrot, Oliveira, Vieira, 2015)	Empresários Criativos e Redes;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empreendedorismo;</li> <li>• Redes Criativas;</li> <li>• Meritocracia;</li> </ul>
British Council, 2014	Liderança e Relações Culturais;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidade e Imagem;</li> <li>• Iniciativas de Cooperação;</li> <li>• Integração e Protagonismo;</li> </ul>
(Unctad, 2010; Lyubareva, Benghozi, Fidele, 2014; Vinodrai, 2015)	Plataformas de Informação;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnologia da Informação;</li> <li>• Bases de Dados;</li> <li>• Promoção e Comunicação;</li> </ul>
	Estrutura de Governança;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituições e Organizações;</li> <li>• Articulação das Estruturas;</li> <li>• Sistematização e Operação;</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelo Autor (2018), Adaptado de British Council (2014).

(Unctad, 2010; Ygıticanlar, 2011; Snieska; Normantiene, 2012; Vinodrai, 2015)



Fonte: Rodrigues (2018)



LEGENDA MODO DE FUNCIONAMENTO



Fonte: Rodrigues (2018)



**Cidade  
como  
Região**

**um determinado qualitativo  
populacional formado por  
indivíduos socialmente  
heterogêneos;**

**a presença de um quantitativo  
populacional considerável, cujo  
limiar é redefinido a cada época  
da história;**

**uma considerável extensão  
espacial;**

**um padrão de espacialidade e de  
convivência;**

# Cidade como Território

## Ativos Territoriais

Contemplam recursos pertencentes a um determinado espaço geográfico e que possibilitam o desenvolvimento territorial, sendo;

capital institucional, capital intelectual, capital social, capital cultural, capital natural e produtivo

(BOISER, 1999; PECQUEUR, 2005; CARAVACA; ROMERO, 2009; DALLABRIDA; MARCHESAN, 2013)

## Sistemas de Inovação Territorial

Permitem identificar os recursos territoriais existentes a fim de fomentar a economia e desenvolver o seu potencial.

Geram o arcabouço no qual os governos baseiam-se para formular e implementar políticas de fomento e suporte aos processos de inovação.

(LUNDVALL, 1992, 2011; LUDWALL et al., 2002; JOHNSON, 2008)

# Cidade Criativa



**Cidades Criativas favorecem novas formas de interação entre as pessoas, de modo que estas encontrem novas soluções para o espaço urbano e regional que habitam.**

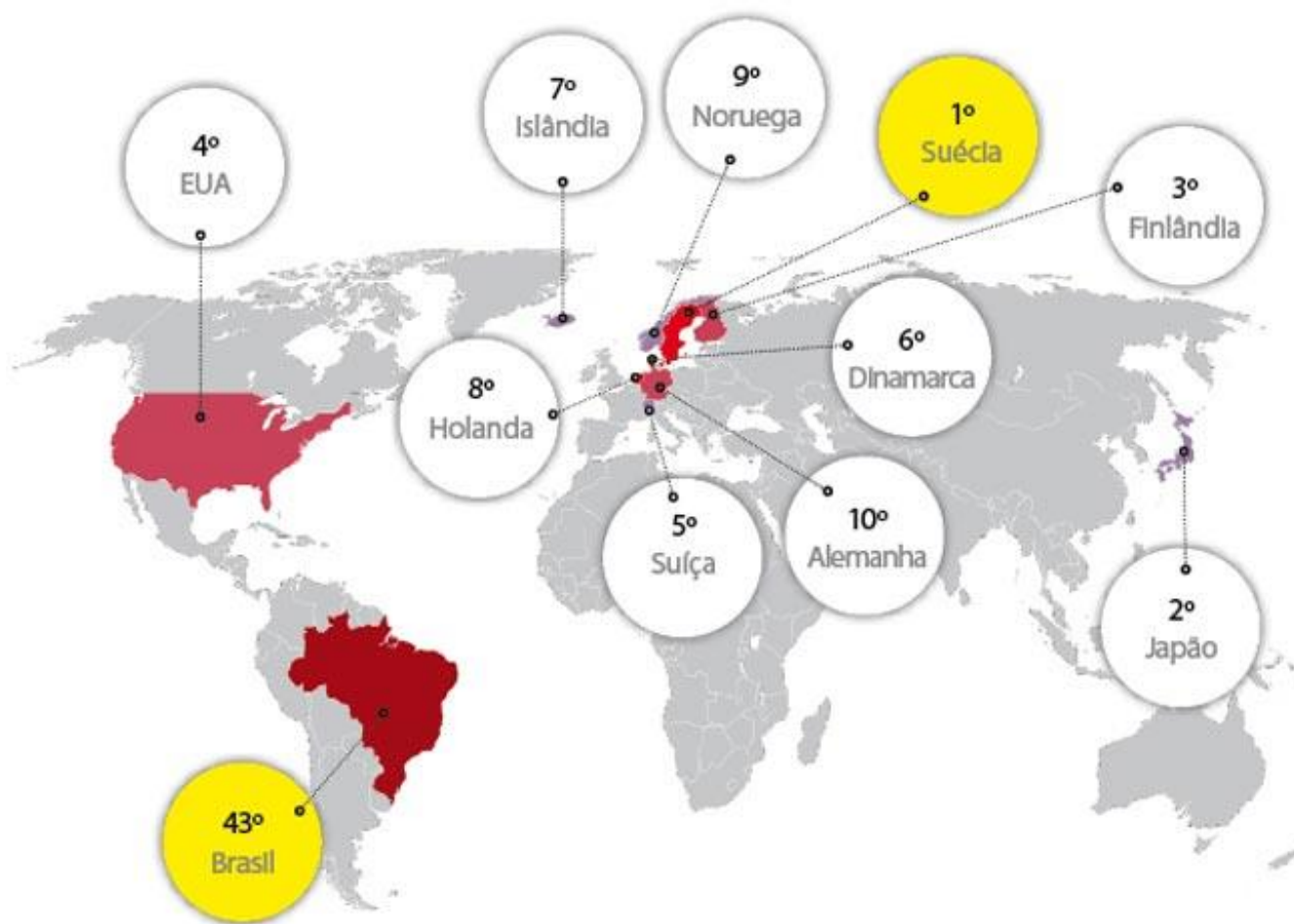
**Elas fazem uso de suas riquezas como fonte de dinamismo, inovação, criatividade e desenvolvimento.**

**(LANDRY, 2000)**



# RANKING GLOBAL DA CRIATIVIDADE

O PESQUISADOR RICHARD FLORIDA LISTOU OS PAÍSES MAIS CRIATIVOS TOMANDO COMO BASE SUA CAPACIDADE DE REUNIR TALENTO, TECNOLOGIA E TOLERÂNCIA





**Cidade como Produto**

**Cidade como Serviço**

**Cidade como Marca**

LONDON *berlin* Berlin



**SALVADOR**  
Você sente que é diferente



**FLORIPA INTELIGENTE**

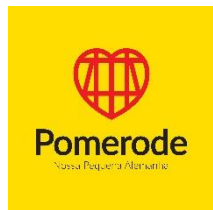


**NYC**

**I amsterdam.**



**México**



**minha Floripa**

**INOVA CONTESTADO**



**Polska**



**ESPAÑA**



**I ♥ NY**



**I amsterdam.**

**MADRID**  
about you



**gemeente Oost Gelre**

# Cidades Inovadoras



## Gentrificação Urbana





# Dinâmica das Cidades

# São Paulo



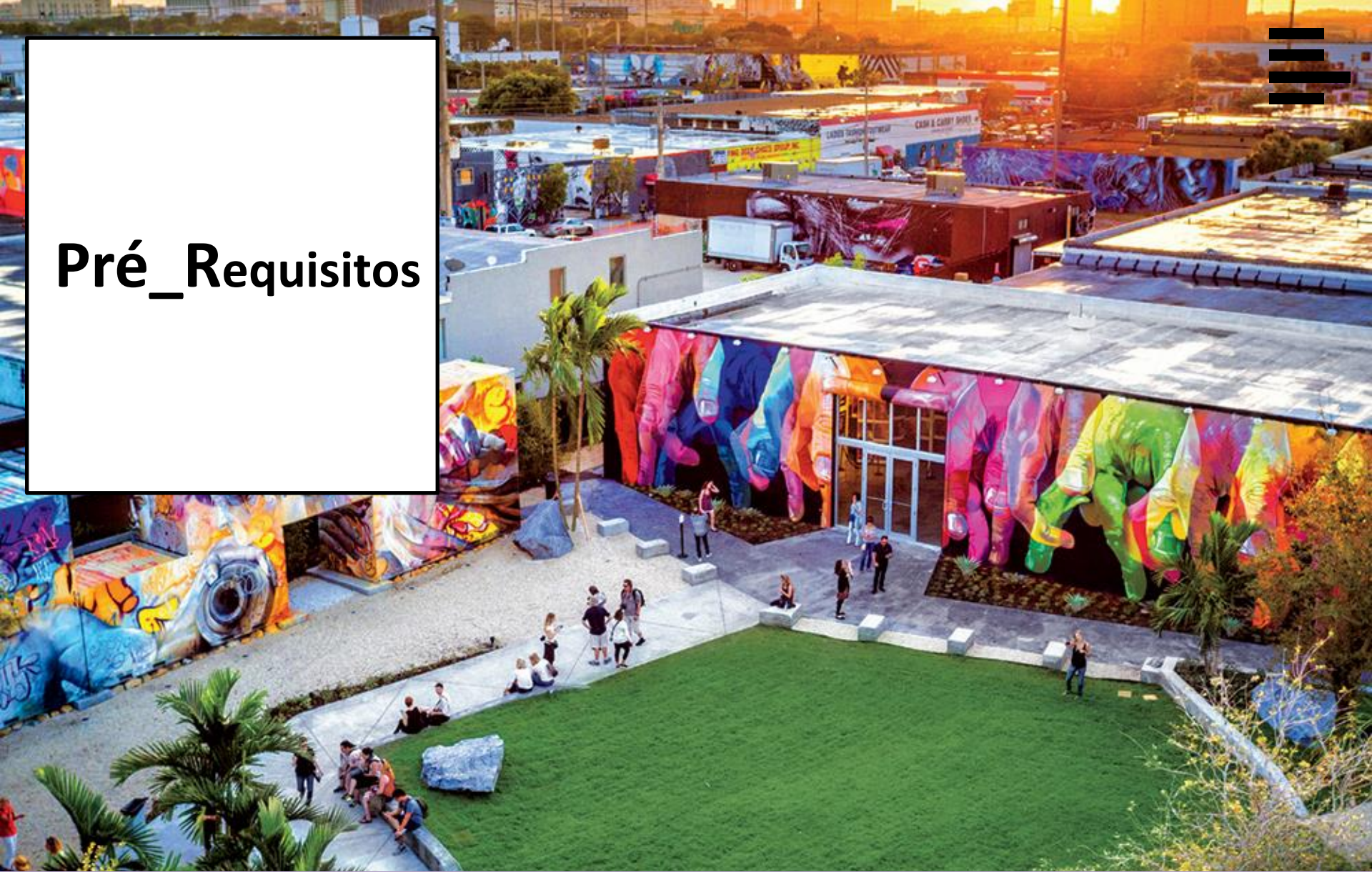
# Portland



The image shows the Cloud Gate sculpture, also known as 'The Bean', in Chicago at dusk. The sculpture is highly reflective, mirroring the surrounding city buildings and the sky. A white rectangular box with a black border is centered over the middle of the image, containing the word 'Vocação' in a bold, black, sans-serif font. The background features several tall skyscrapers, some with their lights on, under a clear blue sky with a few wispy clouds. People are visible in the foreground, some standing and some in motion, looking at the sculpture.

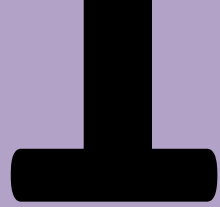
# Vocação

# Pré\_Requisitos

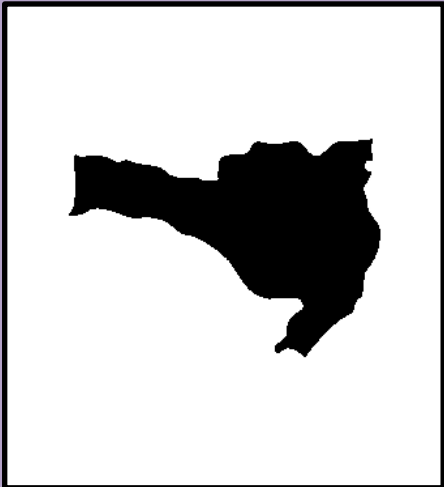


**Pré\_R**

**INICIATIVAS  
REGIONAIS**



**Definir um  
elemento  
diferenciador  
das políticas  
implantadas  
nas regiões.**

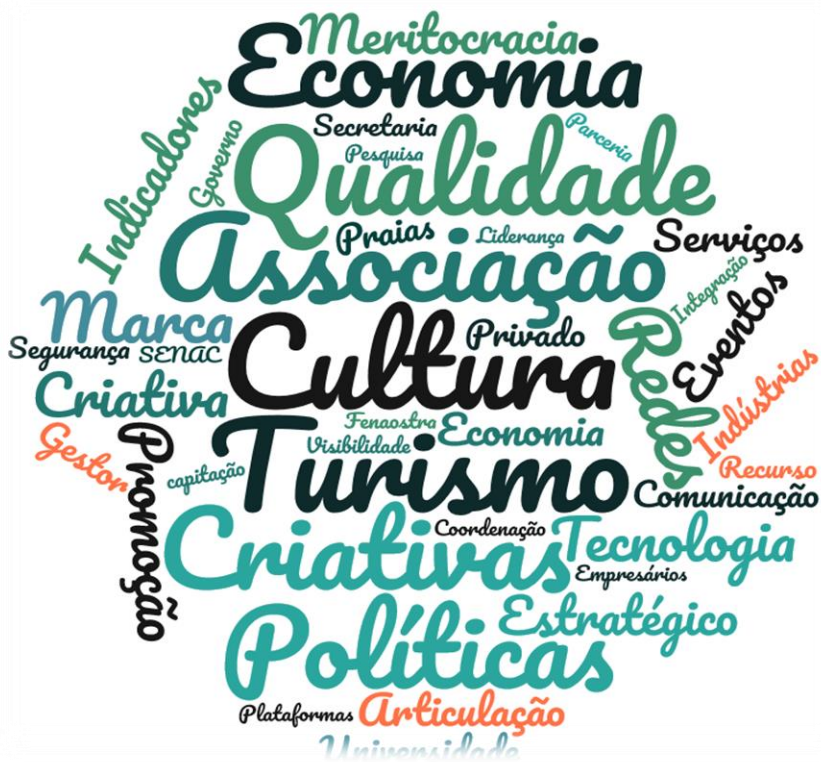


# INICIATIVAS REGIONAIS



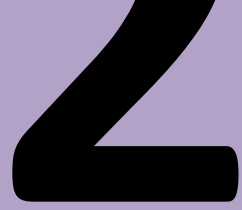
Visão  
**Setor Público**

Visão  
**Setor Privado**

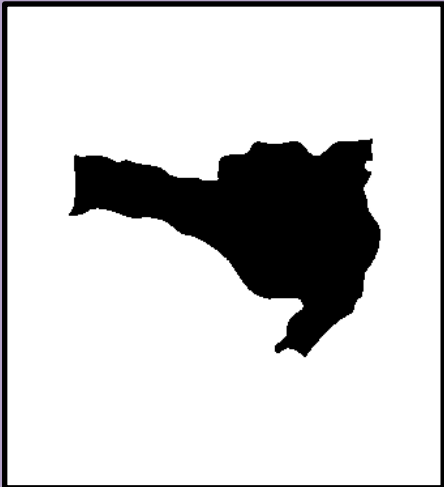


Pré\_R

INICIATIVAS  
REGIONAIS



Despertar o interesse pelas iniciativas bem sucedidas e pela **história local.**



# INICIATIVAS REGIONAIS

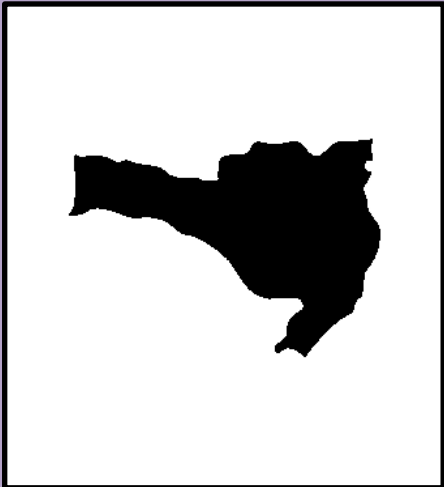


**Pré\_R**

**INICIATIVAS  
REGIONAIS**

**3**

**Atrair  
investimentos e  
novos negócios,  
colaborando com o  
desenvolvimento  
econômico e  
social.**



# INICIATIVAS REGIONAIS

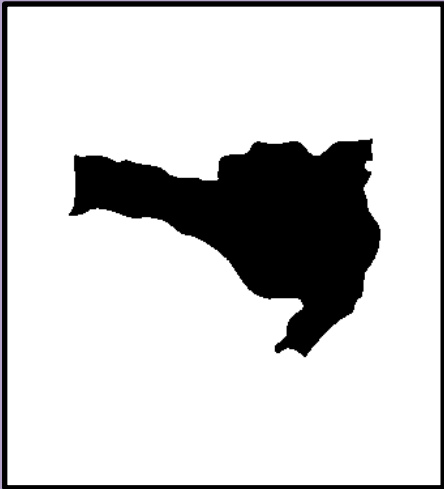


**Pré\_R**

**INICIATIVAS  
REGIONAIS**

**4**

**Imprimir  
identidade ao seu  
projeto  
empreendedor, no  
lugar, adotado  
pelos residentes e  
das pessoas da  
classe criativa e  
inovadora.**



# INICIATIVAS REGIONAIS



# Classe Inovadora e Criativa

O centro da classe inovadora e criativa é formado por pessoas de diferentes atuações: **cientistas, engenheiros, arquitetos, designers, educadores, artistas, músicos e profissionais do lazer.**

A função econômica destas pessoas é **criar novas ideias, tecnologias e conteúdos.**

Aderem ao grupo profissionais de negócios, finanças, legisladores, da saúde e outras.

# Classe Inovadora e Criativa

A classe criativa é  
**remunerada para criar.**

LifeStyle Experiencial

pessoas inovadoras privilegiam  
**experiências criativas**  
privilegiam a individualidade,  
a autoafirmação e experiências  
multidimensionais.



# Classe Inovadora e Criativa



sapiens  
parque

# Tendências para as Iniciativas Regionais Inovadoras

**Aumentar a  
competitividade com  
cadeias de valor  
regionais.**

**Preparar a força de  
trabalho para o emprego  
do futuro.**

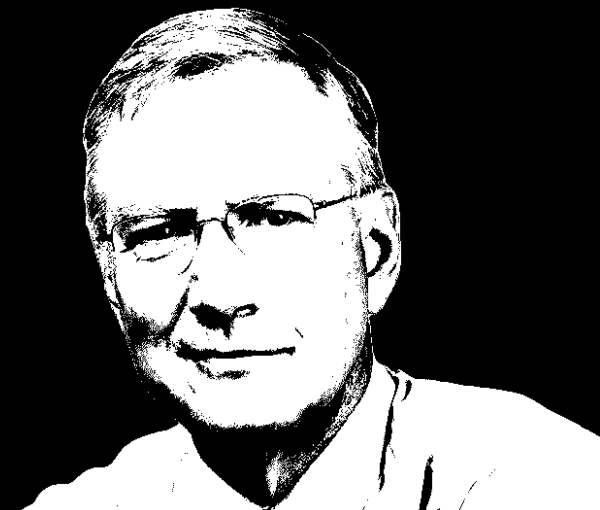
**Eliminar obstáculos ao  
processo de inovação para  
ganho de competitividade.**

**Garantir aproveitamento  
das riquezas pelas  
vocações econômicas.**

**Combater fontes de  
desigualdade de  
gênero no mercado de  
trabalho.**

**Hoje em dia, gostar da  
mudança, do tumulto, do  
caos é um pré-requisito para  
a sobrevivência,  
para não falar no sucesso.**

***Tom Peters***



Obrigado.

# Iniciativas Regionais Inovadoras



UNIVALI

Prof. Dr. Renato Büchele Rodrigues  
[renatobr@univali.br](mailto:renatobr@univali.br)

