

VERSÃO
1.0

GUIA DE DESENVOLVIMENTO
DE ECOSISTEMAS E
**CENTROS DE
INOVAÇÃO**



**GOVERNO
DE SANTA
CATARINA**

Secretaria do Desenvolvimento
Econômico Sustentável

LIVRO I

CONCEITOS, FUNDAMENTOS & PACTO PELA INOVAÇÃO

GUIA DE DESENVOLVIMENTO
DE ECOSSISTEMAS E
**CENTROS DE
INOVAÇÃO**

S231g Santa Catarina, Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável
Guia de Implantação dos Centros de Inovação: Livro I- conceito e fundamentos /
Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico Sustentável. -Florianópolis: SDS, 2017.

77 f. :il

1. Santa Catarina. 2. Centros de Inovação. 3. Inovação. 4.
Rede de Centros. 5. Ecossistema de Inovação. I. Título.

CDD 500

leonel.carlos@gmail.com







PREFÁCIO

Em maio de 2011, uma comitiva partiu de Santa Catarina em direção à região autônoma da Catalunha, na Espanha. A proposta era estreitar laços econômicos e conhecer algumas das bem-sucedidas estratégias que seu governo colocou em marcha, especialmente, para superar a crise econômica que ainda chacoalhava a Europa naquele momento.

Esta missão foi o ponto de partida para importantes projetos voltados ao desenvolvimento econômico de Santa Catarina e foi, também, a semente da Rede de Centros de Inovação e do Pacto pela Inovação. Os dois movimentos trazem um conjunto de políticas e projetos para promover a cultura do empreendedorismo inovador e preparar nossa economia para o futuro.

Se hoje, mesmo sob um cenário de crise, mantemos o melhor nível de emprego do País é porque no passado fizemos um bom trabalho, construindo uma economia robusta e diversificada, que soube extrair o melhor de cada região e de seus empreendedores. Agora, em um tempo marcado por rápidas e profundas mudanças no mundo, a garantia de um futuro promissor passa, necessariamente, pela transformação das economias e, inclusive, dos governos e demais organizações por meio da inovação. Entretanto, esta não é uma tarefa fácil ou trivial.

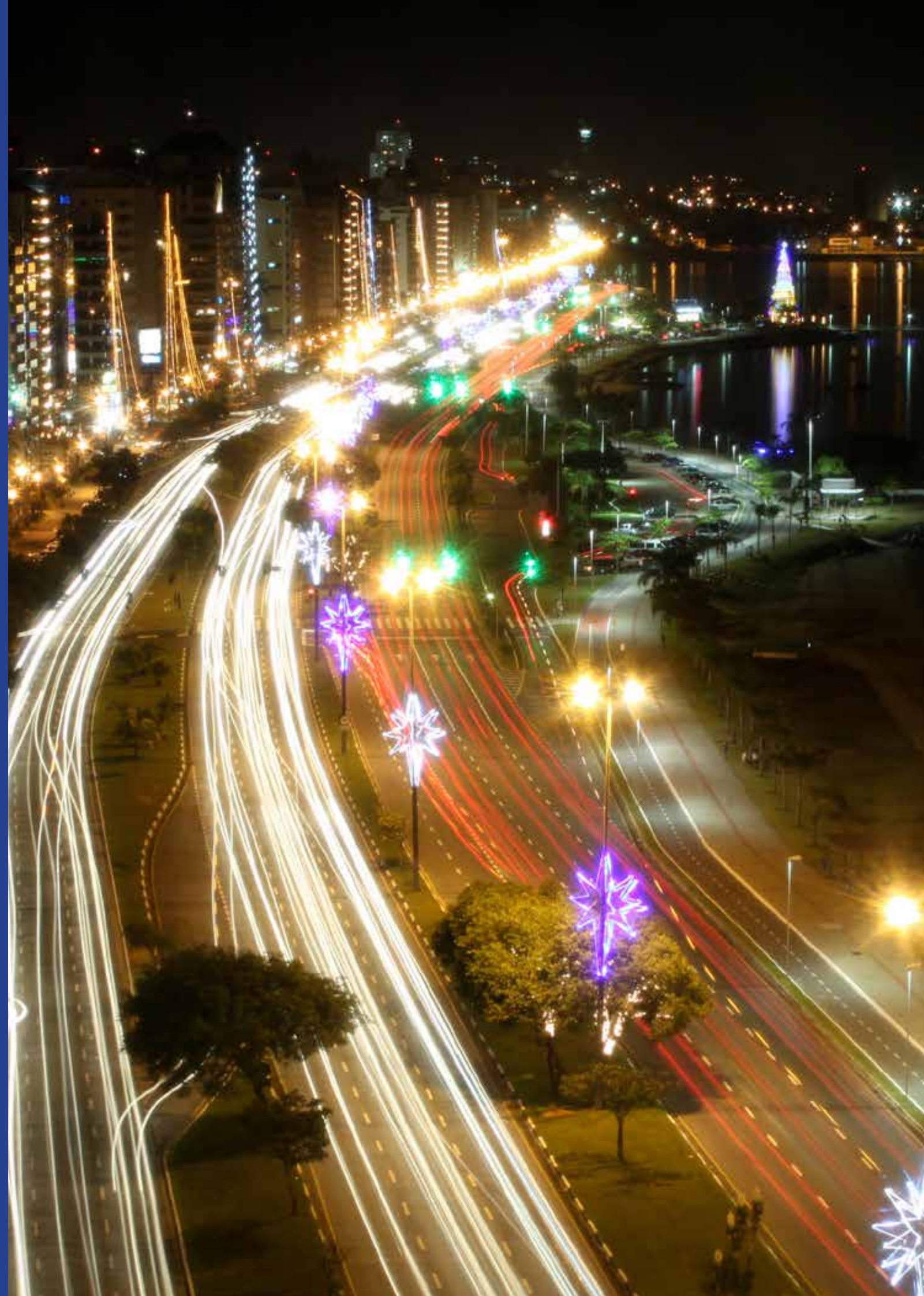
É preciso criar espaços, infraestrutura, políticas, redes e conexões que facilitem o fluxo do conhecimento, do capital e da cultura inovadora. É preciso que a produção de conhecimento seja ampliada e qualificada. É preciso encorajar nossas empresas a inovar. É preciso levantar capital de investimento público e privado e também formar novas gerações de empreendedores inovadores.

Isso tudo significa muito trabalho. Um trabalho que só pode prosperar se for transmitido em um pacto entre Governo, universidades, empresas, canais de comunicação e todas as instituições que promovem inovação, empreendedorismo e educação.

Trata-se de um Pacto pela Inovação.

No material que segue, a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável apresenta um guia para o processo de implantação dos Centros de Inovação de Santa Catarina. Em princípio, 13 prédios estão sendo construídos, mas o Guia servirá, da mesma forma, para todos os municípios que estão se esforçando para desenvolver ecossistemas e ambientes de inovação e investir na transformação da sua economia e da sua realidade.

A Rede de Centros será um dos grandes instrumentos para a promoção da inovação no Estado e quiçá representará o início de um novo tempo para todos nós.



INOVAR OU MORRER!



Depois de um século XX baseado na economia industrial, no qual as fontes energéticas e as matérias-primas marcaram a agenda de desenvolvimento econômico, entramos em um século XXI em que talento e tecnologia estão marcando o desenvolvimento da economia baseada no conhecimento.

Os territórios que sejam capazes de criar condições ecossistêmicas que maximizem as capacidades instaladas e desenvolvam outras novas estarão em ótimas condições para liderar esta nova economia.

Santa Catarina leu muito bem esta oportunidade e está desenvolvendo uma estratégia territorial única no mundo na instalação de Centros de Inovação em suas diversas regiões.

O estado inova, ainda, ao reconhecer e potencializar setores estratégicos regionais, por meio da Especialização Inteligente, e ao articular os Centros em rede, conectando-os às redes internacionais. Isso garantirá que os Centros desempenhem seu papel como faróis de inovação em seus territórios e sejam aeroportos de conexão com outros centros e parques tecnológicos do resto do mundo.

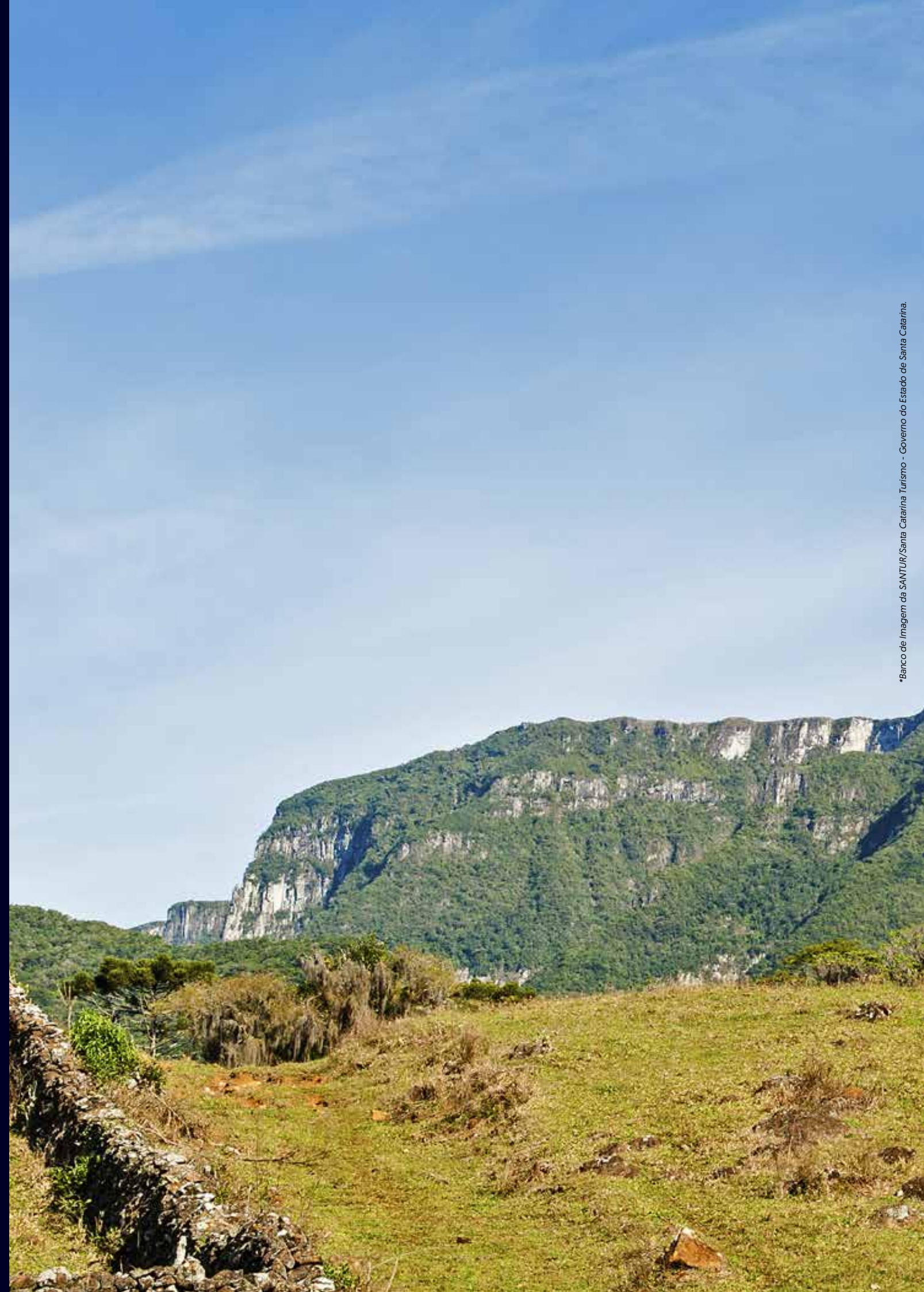
Com este escrito, quero felicitar a todos aqueles que têm feito o possível para que o Projeto dos Centros de Inovação venha à luz. E, desejo que seu impacto transforme Santa Catarina preparando-a para os desafios que nos esperam neste século XXI.

Josep Miquel Piqué

Presidente da Associação Internacional de Parques Científicos e Áreas de Inovação - IASP

Presidente da Associação de Parques Científicos e Tecnológicos da Catalunya - XPCAT

Presidente Executivo da La Salle Technova Barcelona





APRESENTAÇÃO

O que você vai encontrar neste Guia?

O Guia de Implantação dos Centros de Inovação apresenta os conceitos, fundamentos e diretrizes do Governo de Santa Catarina para a instalação dos Centros nas regiões catarinenses.

O Guia pode, no entanto, servir à implementação de qualquer *habitat* de inovação¹, já que oferece portfólios de soluções que podem ser customizados conforme a realidade de cada local.

1 - *Habitats de inovação ou ambiente inovador: [a] espaço relacional em que a aprendizagem coletiva ocorre mediante a transferência de know how, imitação de práticas gerenciais de sucesso comprovado e implementação de inovações tecnológicas no processo de produção. Nesse ambiente é intenso o intercâmbio entre os diversos agentes de inovação: empresas, instituições de pesquisa e agências governamentais; [b] ambiente que congrega fatores favoráveis ao processo de inovação contínua (ANPROTEC & SEBRAE, 2002).*

O Guia de Implantação se divide em 2 partes:

Livro I – CONCEITOS, FUNDAMENTOS & PACTO PELA INOVAÇÃO

A primeira parte do Guia é **conceitual e informativa**. Apresenta a visão de futuro do Governo do Estado para a economia e o desenvolvimento de Santa Catarina à luz das transformações e tendências globais que inspiraram o projeto dos Centros de Inovação.

Em seguida, apresenta um conjunto de considerações de autores e instituições reconhecidos internacionalmente na busca de compreender os reflexos dessas mudanças no Brasil e em Santa Catarina.

A partir desta reflexão propomos:

- As linhas de atuação do **Pacto pela Inovação**, programa a ser construído colaborativamente com os agentes do ecossistema de inovação catarinense. Como ponto de partida, lançamos as bases de projetos para responder o que consideramos os principais gaps do nosso sistema de Ciência, Tecnologia, Inovação e Empreendedorismo.
- O conceito de Centro de Inovação em Santa Catarina, diretrizes de atuação e posicionamento estratégico como acelerador do nosso futuro desejável;
- As linhas gerais para atuação dos Centros em rede, formando a Rede Catarinense de Centros de Inovação.

Público-alvo do Livro I: Meios de comunicação, instituições de apoio, empresas, empreendedores, órgãos governamentais, instituições de ensino, cidadãos e interessados em geral.

Livro II – PLANO DE IMPLANTAÇÃO

No Livro II, apresentamos uma rota para implantar os Centros e colocá-los em operação. Os pontos dessa rota incluem: ativação do ecossistema regional de inovação, desenvolvimento da cultura inovadora, portfólio dos serviços a serem oferecidos pelos Centros, modelo de gestão, modelo de negócio, planejamento estratégico, plano de ocupação, alternativas para a configuração jurídica, estrutura organizacional, modelos de documentos regulatórios, sugestões para sustentabilidade financeira, entre outros.

A aplicação do Livro II resultará no Modelo de Gestão customizado de cada Centro.

Público-alvo do Livro II: Comitês de Implantação dos Centros de Inovação e lideranças regionais.

O documento é público, mas o conteúdo tem caráter técnico e está direcionado a estes grupos.



*Banco de Imagem da SANTUR/Santa Catarina Turismo - Governo do Estado de Santa Catarina.

SUMÁRIO

1. POR QUE GOVERNOS INVESTEM CADA VEZ MAIS EM INOVAÇÃO?	16
1.1 Inovação: A rota da seda atual	17
1.2 Um mundo em transição	20
1.3 Os valores que estão mudando o mundo	22
1.4 O ciclo virtuoso da inovação	28
1.5 Onde começa a inovação?	31
1.6 Como vai o Brasil com a inovação?	31
2. POR QUE SANTA CATARINA ESTÁ INVESTINDO EM INOVAÇÃO?	34
3. PACTO PELA INOVAÇÃO	38
3.1 Missão, Visão e Princípios do Pacto pela Inovação	42
3.2 Objetivos estratégicos	42
3.3 Os quatro eixos do Pacto pela Inovação	43
3.4 Frentes de Trabalho do Pacto pela Inovação	45
3.5 Pacto pela Inovação: um convite aos agentes do ecossistema estadual de CT&I+E	48
3.6 Como cada um pode contribuir?	49
3.7 Por que participar do Pacto pela Inovação?	51
3.8 Implantação dos Centros de Inovação: o primeiro passo rumo ao futuro	51
4. O QUE É UM CENTRO DE INOVAÇÃO?	52
4.1 A Missão dos Centros de Inovação	56
4.1.1 Ativar o ecossistema de inovação	57
4.1.2 Criar a cultura inovadora e empreendedora	60
4.1.3 Gerar e escalar negócios inovadores	61
5. REDE DE CENTROS DE INOVAÇÃO DE SANTA CATARINA	68
5.1 A Rede	70
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76

POR QUE GOVERNOS INVESTEM CADA VEZ MAIS EM INOVAÇÃO?

1.1 Inovação: A Rota da Seda atual

A Rota da Seda é a lendária via comercial que ligava o Oriente ao Ocidente. Nela transitaram, durante séculos, caravanas que levavam, no lombo de cavalos e camelos, produtos locais para serem trocados por artefatos de terras longínquas. Em viagens que duravam um ano ou mais, homens de diferentes origens trocavam mercadorias como sedas chinesas, garrafas egípcias, frutas secas, animais e artesanatos diversos. Era a maior rede comercial do Mundo Antigo [MUNDO GEO ESPANHA, 2016].

Os riscos na travessia desse caminho, no entanto, eram altíssimos. Longos períodos de fome e sede, perigos de ataque de bandidos e piratas, animais, geleiras, caminhos desérticos. A travessia do Deserto de Taklamakán e das Montanhas Tian Shan [que estão entre as mais inacessíveis do mundo] faziam parte da longa jornada [NATIONAL GEOGRAPHIC ESPANHA, 2016].

Rolos de finas sedas chinesas eram carregados, passo a passo, no lombo dos animais desde a China até os mercados de Roma, por exemplo. Uma jornada desumana, impensável. Ainda assim, esses homens faziam esses percursos, 1.500 milhas de leste a oeste, ano após ano [NATIONAL GEOGRAPHIC ESPANHA, 2016].

E por quê?

Que recompensa poderia justificar tamanho esforço?

A resposta, provavelmente, está no coração do capitalismo e do próprio processo de evolução humana: o impulso de trocar. Ideias querem se misturar, trocar, recombinar, dizem Hwang e Horowitz [2012].

A troca está no cerne da evolução do planeta, desde a evolução biológica até o progresso cultural. Ela nos faz melhores. Trocar algo que era comum em uma região por algo novo, proveniente de outro local, permitiu-nos expandir, ampliar possibilidades.

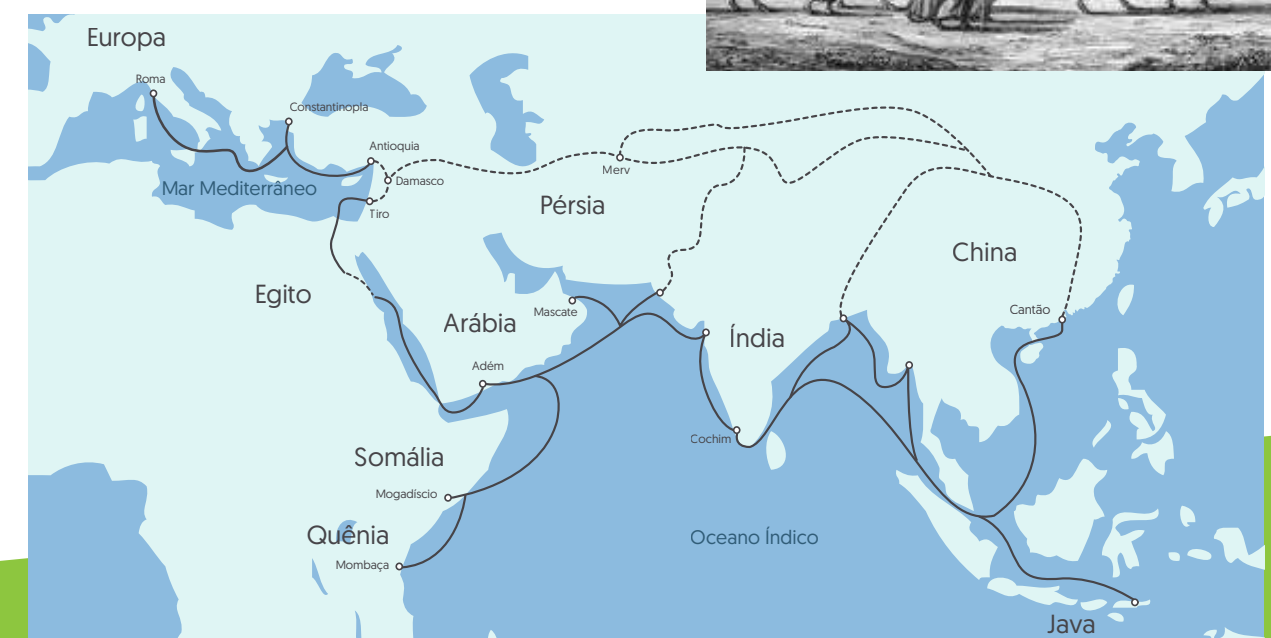
Inovar é o jeito moderno de fazer a Rota da Seda, só que, em vez de mercadorias, nós trocamos talentos, habilidades, ideias.

Depois de longas e duras jornadas, de muitas conexões, estudos e recombinações, nasce a inovação.

Queremos inovar, porque queremos evoluir. Evoluir é parte da nossa natureza.



Figura 1: Caravana na Rota da Seda



Fonte: internet.



1.2 Um mundo em transição

Embora a inovação seja assumida aqui como parte do ímpeto humano desde o passado mais remoto, nos últimos 50 anos ela tem ocupado lugar de destaque nas discussões globais sobre desenvolvimento.

Há pelo menos 50 anos os países desenvolvidos se preparam para a era do conhecimento e para a liderança global, buscando dominar os ativos que ganham cada vez mais relevância na nova agenda global de desenvolvimento.

Há uma mudança estrutural em curso e poucos temas serão tão prioritários quanto a inovação daqui em diante. Governo, mercado, sistema educativo, sociedade civil organizada: todos precisarão se abrir, se adaptar, se reinventar.

O Manual de Oslo define Inovação como a implementação de um produto [bem ou serviço] novo ou significativamente melhorado, ou um processo ou um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. O primeiro aspecto importante sobre inovação é que ela deve ter sido implementada. Isso significa que, se ela for um produto ou um serviço, deve ter sido introduzida no mercado. Se for um processo, método ou uma prática, deve ter sido efetivamente utilizada nas operações da empresa ou organização [OCDE, 2005³].

A Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OCDE] sustenta que fontes tradicionais de crescimento estão perdendo cada vez mais importância. Com a população de muitos países estabilizando, a economia vivendo profundas mudanças e o crescimento dependente do aumento de produtividade, o volume da força de trabalho conta cada vez menos nos indicadores de crescimento das nações. Também os investimentos em bens de capital⁴ estão em queda e tendem a seguir nessa tendência, além de já não serem suficientes para impulsionar o crescimento [OCDE, 2014].

Autores como Tapcott [2012], Botsman e Rogers [2010], Deheinzelin [2009, 2012 e 2014], Louette [2010], Henderson [2014], Gunderson e Holling [2002] têm estudado e disseminado conclusões a respeito da grande transição que marca nosso tempo. Ela será contada como uma passagem mais importante do que o Renascimento italiano

ou a Democracia grega [TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006]. Esta transição, já em marcha, afeta nossos modelos de desenvolvimento, sistemas econômicos e de consumo, a política, os governos, a organização social, nossos valores individuais e coletivos e até nosso modo de vida.

Os autores referidos sustentam que estamos vivendo um salto evolutivo, que marca a transição de séculos em que a centralidade da vida esteve baseada no material para um tempo onde o imaterial ganha cada vez mais força.

A faceta mais visível dessa mudança está na passagem de um modelo econômico que valoriza e cria escassez e recursos limitados [excludente, portanto] para um modelo nascido dos conceitos inversos: abundância, sustentabilidade, compartilhamento, colaboração, superconexão, inclusão, inteligência coletiva.

A crise brasileira, latino-americana e global, para além do bug financeiro americano de 2008, da desvalorização das commodities e das escolhas político-econômicas, é resultante do esgotamento de um velho modelo, cujas bases são o crescimento baseado na força de trabalho, o investimento intensivo em bens de capital e os ganhos de escala.

O esgotamento de recursos finitos como a terra, o petróleo e o ouro é diretamente proporcional à valorização de recursos intangíveis como conhecimento, tecnologia, inovação, criatividade, cultura e talento. Estes recursos são infinitos e podem ser o caminho para modelos socioeconômicos mais inclusivos. É a "economia da abundância" [DEHEINZELIN, 2009].

O material, naturalmente, continuará em jogo, mas o que vai gerar mais valor, sobretudo financeiro, são os atributos intangíveis a ele agregados. Como nos fala Howkins [2013], autor do livro *The Creative Economy*, as pessoas da nova economia querem lucrar usando seus cérebros, não precisam de capital ou terra e não há barreiras de entrada iguais às que podem existir nos setores tradicionais para quem quiser começar um negócio [HOWKINS, 2013]. A proposta é embutir conhecimento intensivo e significado aos produtos, serviços e processos, transformando negócios tradicionais em negócios inovadores intensivos em conhecimento e com alto potencial de crescimento.

Nesta nova economia que nos acena, a inovação é quem impulsiona o crescimento. Para se ter uma ideia, as empresas dos países da OCDE, já no início desta década, investiam em ativos intangíveis - como pesquisa e desenvolvimento, softwares, bases de dados e em atitude de seus colaboradores - tanto quanto em equipamentos e infraestrutura [OCDE, 2015].

Mais além, o relatório anual das Nações Unidas, *World Economic Situation and Prospects 2016*, destaca que as taxas de crescimento de formação de capital fixo⁵ (bens de capital) quase colapsaram em 2014, registrando crescimento negativo em grande parte das nações. Já os ativos intangíveis e de propriedade intelectual estão em franca ascensão e representaram a maior fatia de investimentos em grande parte dos países desenvolvidos em 2014. Para se ter uma ideia, dos investimentos realizados na Alemanha no referido ano, 47,2% foram alocados em ativos intangíveis. Nos Estados Unidos, foram 42,3%. Aposta-se que este tipo de insumo é o que elevará as taxas de investimento nos próximos anos [UNITED NATIONS, 2016].

Em consonância, um estudo de Tredinnik [2011] destaca a forte correlação entre o PIB dos países e a presença de atividades ligadas à Propriedade Intelectual (PI) e Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). O trabalho ressalta o quanto os ativos intangíveis, em especial patentes, registros de marca e conhecimento acumulado, impactam o crescimento econômico.

A nova composição da economia global também aponta para a força crescente do setor de serviços, com taxas de Investimento Estrangeiro Direto [IED]⁶ subindo há, pelo menos, 10 anos. Em 2012, serviços responderam por 63% do estoque de IED, o que representa mais que duas vezes a fatia da manufatura⁷. Além disso, o setor primário⁸ representou apenas 10% do total investido naquele ano, conforme os dados levantados pelo Relatório de Investimento Global 2015 [World Investment Report 2015], da United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD, 2015].

Este cenário é palco, ainda, para a explosão da Economia Criativa. Incluindo setores como Artes Visuais, Patrimônio

Cultural, Artes Dramáticas, Audiovisual, serviços criativos como Arquitetura e Propaganda, Novas Mídias e Conteúdo Digital, Design, Edição e Mídia Impressa e seus respectivos componentes, a Economia Criativa pode ser vista como a criação, produção e distribuição de produtos usando conhecimento, criatividade e capital intelectual como principais recursos produtivos [UNITED NATIONS, 2015].

A essência e o valor do bem criativo se encontram na capacidade humana de inventar, imaginar e criar, seja de forma individual ou coletiva [MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011]. Mas, além de ter representatividade como setor, as indústrias criativas agregam valor a grandes blocos da economia. Para que a indústria de moda seja arrojada, por exemplo, é necessário que a indústria têxtil, os fornecedores de algodão e toda a cadeia sejam inovadores [FONSECA et al., 2012].

Entre 2002 e 2011 o percentual médio de crescimento da exportação de produtos criativos dos países em desenvolvimento foi de 12,1%⁹ [UNITED NATIONS, 2015]¹⁰.

Entre 2000 e 2005 os produtos e serviços criativos mundiais cresceram a uma taxa média anual de 8,7%, o que significa duas vezes mais do que manufaturas e quatro vezes mais do que a indústria [UNCTAD, 2007]. Neste caso, além de criar empregos, a Economia Criativa, ao fazer uso da criatividade e cultura, tem um significativo valor não-monetário que contribui para o desenvolvimento social inclusivo, a emancipação e o diálogo de pessoas e comunidades [UNITED NATIONS, 2015; DEHEINZELIN, 2014].

A Figura 2, adaptada de imagens largamente compartilhadas nas redes sociais em 2015, sintetiza outras importantes tendências para os novos negócios do Século XXI.

Algumas das maiores e mais promissoras empresas do mundo praticamente não possuem bem de capital. É o caso da Uber: a maior companhia de táxi do mundo, que não possui automóveis. Do Facebook, a maior empresa de mídia do mundo, que não produz conteúdo.

5 - Formação de capital fixo: mede o quanto as empresas aumentaram os seus bens de capital, ou seja, aqueles bens que servem para produzir outros bens. São basicamente máquinas, equipamentos e material de construção. Ele é importante porque indica se a capacidade de produção do país está crescendo e também se os empresários estão confiantes no futuro [IPEA, 2004]. 6 - Ou Foreign Direct Investment (FDI). 7 - Manufatura: processo de produção de bens em série padronizada. O processo pode utilizar somente as mãos, como acontecia antes da Revolução Industrial, ou pode utilizar máquinas, como passou a ocorrer após a Revolução Industrial [SUAPESQUISA, 2016]. 8 - Setor primário: conjunto de atividades que extraem ou produzem matéria-prima. Em geral, seu processo é transformar produtos naturais em produtos primários [que vão abastecer a indústria e gerar produtos industrializados]. As principais atividades do setor primário são agricultura, pesca, pecuária e mineração em geral [SUAPESQUISA, 2016].

NEGÓCIOS DO SÉCULO XXI

2015:

UBER

A maior empresa de táxi do mundo não possui nenhum veículo

facebook

O maior gerador de mídia no mundo não cria conteúdo

Alibaba.com

O varejista mais valioso não tem inventário

airbnb

O maior site de hospedagens do mundo não possui nenhum imóvel

Fonte: Compass. 2015

Algo mudou radicalmente no terreno dos negócios mundo afora. [Tapscott, 2012]

Essas empresas desenvolveram modelos de negócios originais e muito distantes dos padrões estabelecidos até o último século. Além disso, não necessariamente são as produtoras e, nem mesmo, as responsáveis pela produção daquilo que oferecem. Elas têm em comum a qualidade de serem abertas, altamente colaborativas, tributárias do compartilhamento e operarem a partir da internet.

TAPSCOTT (1998, 2000, 2003, 2006, 2013, 2016), importante pesquisador dessa transição, afirma que a internet está provocando o que ele chama de abertura do mundo. Da mesma forma, a crise do sistema financeiro global, eclodida em 2008, tem despertado a opinião pública no mesmo sentido: cidadãos exigem governos, corporações e instituições mais abertos e transparentes.

Segundo ele, com a chegada de uma geração de nativos digitais ao mercado e sua pressão por um novo ambiente econômico global e por um padrão de produção e consumo mais ético, eficiente e sustentável, “as instituições opacas da era industrial e tudo o que veio dos velhos modelos corporativos estão em vários estágios de encalhe, atrofia ou estão caindo” (TAPSCOTT, 2012). Este momento de virada na história nos permitirá reconstruir todas as instituições da Era Industrial. Estamos migrando para um novo mundo, baseado em novos valores (em geral, melhores e mais democráticos) que estão revolucionando nossos modelos de organizações, de negócios e as próprias relações humanas.

Estamos preparados?

1.3 Os valores que estão mudando o mundo

Para Tapscott (2012), o valor central que está conduzindo esta mudança é a abertura - openness world, openness organizations - que pode se dar de várias formas. Colaboração, transparência, compartilhamento e empoderamento parecem estar entre as mais importantes.

Para o autor, em primeiro lugar, esse processo de abertura tem a ver com **COLABORAÇÃO**. Organizações estão se tornando mais porosas e fluidas. Ou vão se tornar, para não morrer. As organizações nem sempre tem todas as respostas, nem mesmo para lidar com seu próprio core business. E está tudo bem assim, pois na sociedade conectada

elas podem, por exemplo, abrir seus desafios e trabalhar em colaboração com um empreendedor, um pesquisador, uma empresa de qualquer lugar do mundo que já possua uma solução mais avançada para o seu problema. Frequentemente, em algum lugar do planeta, existe alguém pensando exatamente naquilo de que se precisa. Ferramentas como open innovation e marketplace são cada vez mais utilizadas para facilitar essas conexões. E-mail, What’s App e Google, também.

Em segundo lugar, abertura tem a ver com **TRANSPARÊNCIA**. A internet, as redes sociais e as câmeras de celulares estão tornando o mundo cada vez mais transparente. As instituições estão se despiando. E, se vão se despir, existem algumas condutas que devem ser seguidas. Se a organização diz ter bons valores, é melhor que os tenha. A confiança é sine qua non neste novo mundo em rede e “a luz do sol é o melhor dos desinfetantes” (TAPSCOTT, 2012).

Em terceiro lugar, abertura tem a ver com **COMPARTILHAMENTO**. Subvertendo a sociedade do consumo que marcou o Século XX, a economia do compartilhamento dá preferência a alugar, pegar emprestado ou compartilhar ao invés de comprar um bem. O motivo do consumo e a atribuição de valor a ele passam a ser mais necessidade do que desejo. Casas, quartos, carros, espaços de trabalho, máquinas, bicicletas, ferramentas, roupas e até sofás já entraram para o consumo compartilhado.

Além disso, compartilhamento envolve “doar” ou abrir para a rede alguma coisa que antes poderia ser secreta ou muito controlada, como uma descoberta, uma pesquisa, uma invenção, um desafio de produto não acabado, em troca de encontrar a solução e uma forma de colocar isto no mercado.

Um novo tipo de empresa está surgindo – uma empresa que abre suas portas para o mundo, inova em conjunto com todos (sobretudo clientes), compartilha recursos que antes eram guardados a sete chaves, utiliza o poder da colaboração em massa e se comporta não como uma multinacional, mas como algo novo: uma firma verdadeiramente global (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2012).

A indústria farmacêutica é um exemplo importante de setor que pode aderir ao compartilhamento e colabo-

ração para se salvar das bruscas quedas de receita que vem sofrendo nesta década com o fim das vigências de muitas patentes e a sensível falta de reposição de novos produtos no mercado.

Só em 2013, as companhias perderam um quarto de sua receita no mundo pelo fim da proteção de drogas patenteadas. Ao mesmo tempo, as novas pesquisas têm tido resultados fracos (TAPSCOTT, 2013). Os laboratórios não têm escolha, a não ser se reinventar. Compartilhar pré-pesquisas engavetadas e abrir dados clínicos para que a rede encontre soluções são caminhos e, também, uma estratégia já utilizada com sucesso por corporações que se flexibilizaram para sobreviver ou para alcançar a liderança. Elas multiplicaram seus ganhos e permitiram que outros empreendedores ou pesquisadores – para não falar de toda a humanidade – ganhassem junto.

Em quarto lugar: **EMPODERAMENTO** (*empowerment*), que significa distribuição de conhecimento e poder. Conhecimento e inteligência são poder e quando eles se tornam mais distribuídos, o poder passa a estar descentralizado. O mundo aberto está trazendo mais poder e liberdade às pessoas em um movimento sem volta.

Muito além das ideologias individualistas ou coletivistas, é a internet e os meios de comunicação, com sua capacidade de colocar o mundo inteiro para conversar, quem está distribuindo o poder, emancipando as pessoas, potencializando os talentos individuais, ampliando a consciência coletiva, promovendo igualdade e encontrando soluções para os desafios humanos e prosperidade por meio da inteligência coletiva.

E, por trás de todas essas tendências, como valor fundamental da nova economia e do novo mundo, um ingrediente essencial: a **CONFIANÇA**. A confiança, que precisa ser aprofundada entre as pessoas, entre os cidadãos e os governos, entre as empresas e os consumidores, os empreendedores e os investidores. A confiança nas relações é, possivelmente, a estratégia mais basilar e mais profunda para desenvolver territórios e criar bem-estar duradouro.

São os valores que estão mudando o mundo, conforme mostra a Figura 3.

OS VALORES QUE ESTÃO MUDANDO O MUNDO

-  CONFIANÇA
-  COLABORAÇÃO
-  COMPARTILHAMENTO
-  TRANSPARÊNCIA
-  EMPODERAMENTO



Para Hwang e Horowitz (2012), a confiança reduz os custos das transações, pois facilita conexões, acelera a tomada de decisão, os negócios e a inovação, só para começar a história. Em ambientes onde há confiança, há menos burocracia, menos contratos, mais negócios, mais prosperidade. A confiança é, visivelmente, elemento escasso em territórios pouco desenvolvidos, dizem os autores.

Figura 4 – Economia da Escassez x Economia da Abundância



Fonte: Parcialmente adaptado de Hwang e Horowitz (2012).

Esse conjunto de princípios que caracterizam o modelo de desenvolvimento emergente pode ser usado para solucionar nossos problemas comuns. Mais do que efemeridades, são mudanças revolucionárias que podem nos ajudar a conquistar maior produtividade, crescimento, igualdade e bem-estar social.

A Figura 4 sintetiza a transição de valores que marcam a velha e a nova economia. São mudanças profundas. As gerações atuais convivem com os dois modelos, vivem a plena transição. Mas, certamente, é o paradigma da abundância o que ganha mais e mais adeptos a cada dia.

Abrir nossas instituições e seus dados, reconhecer e acionar nossos talentos por meio da rede, conectar, compartilhar, colaborar na construção de soluções coletivas são algumas das aplicações práticas desses valores.



1.4 O Ciclo Virtuoso da Inovação

Tanto o crescimento quanto a produtividade – desafios fundamentais do Brasil – vinculam-se com inovação e ganhos de eficiência sistêmicos. Em muitos países desenvolvidos esses atributos já representavam três quartos dos ganhos de produtividade na última década [OCDE, 2014].

O Banco Mundial, em seu estudo *El emprendimiento en América Latina – muchas empresas y poca innovación*¹¹, de 2014, sustenta que o desafio da produtividade é urgente, precisamente, porque o progresso social tem estado vinculado ao crescimento. Mas, aqueles indicadores sociais que avançaram estarão em risco no Brasil e América Latina, uma vez que o crescimento se mantenha baixo por tempo demasiado [BANCO MUNDIAL, 2014].

No mesmo estudo, o aumento da produtividade dos países é destacado como o principal fator para geração de crescimento econômico. A inovação, por sua vez, é o principal fator para gerar ganhos de produtividade.

Assim, temos um caminho que vai ficando cada vez mais claro: investir em conhecimento – para gerar inovações – para gerar crescimento econômico sustentável – para financiar as políticas sociais – para promover igualdade social – para criar bem-estar e felicidade a todos.

Figura 5 – O ciclo virtuoso da inovação



No limite, a inovação pode ser entendida como a grande política social de um governo ou como o caminho para se chegar a ela. Inovação é o comando para manter economias em ascensão e, desta forma, expandir sua capacidade real de criar igualdade de oportunidades por meio de políticas sociais emancipatórias.

Além disso, sistemas favoráveis à inovação empoderam pessoas! Pessoas empoderadas fazem seu país progredir! Um jovem empreendedor que recebe apoio para transformar uma ideia em negócio, por exemplo, está sendo encorajado a desenvolver seu potencial e, ainda, inspirar outros ao seu redor.

Os investimentos e os esforços para pesquisa, desenvolvimento e inovação no Brasil, no entanto, têm indicadores pouco animadores. Para se ter uma ideia, o já referido estudo do Banco Mundial sobre a América Latina, além de diagnosticar baixo índice de empresas que inovam, revela que até mesmo as multinacionais acabam investindo pouco em inovação em suas filiais brasileiras e latino-americanas. Ao disputarem o mercado com empresas locais não-inovadoras, acabam seguindo esse caminho, diferentemente do que fazem em suas plantas pelo mundo.

Em 2014, a revista *The Economist* publicou uma matéria na coluna de economia brasileira denominada o “O Sono de 50 anos”¹². As dramáticas conclusões da matéria decorrem da análise de dados sobre produtividade brasileira da organização internacional *The Conference Board*. Conforme mostra a Figura 5, afora um breve salto entre as décadas de 1970 e 1980, o índice de produtividade no Brasil permaneceu estagnado ao longo de toda a metade do último século, em contraste com a maior parte dos outros países emergentes (em desenvolvimento). A produtividade total (que mede a eficiência com que capital e trabalho são usados) é mais baixa do que em 1960. **Somos mais improdutivos hoje do que fomos na década de 1960.**

Ainda, a produtividade do trabalho representou apenas 40% do crescimento de nosso PIB entre 1999 e 2012. Na China, isso representou 91% e na Índia, 67%, conforme aponta a revista *The Economist* baseada em relatório da *Mckinsey&Company – Global Management Consulting*.

As razões encontradas para estas décadas de estagnação incluem, segundo *The Conference Board* [2014]:

- Baixo investimento em **infraestrutura**. O Brasil investe apenas 2,2% do seu PIB no setor, enquanto a média dos países desenvolvidos fica em 5,1%;
- Baixo investimento em **ciência, tecnologia e inovação**, revelado pelo baixíssimo número de patentes registradas nos Estados Unidos, 274 registros brasileiros entre 278.000 patentes do mundo inteiro;
- A má qualidade dos gastos com **educação**. Embora o País tenha alcançado gastos em educação comparáveis aos países desenvolvidos em percentual de PIB investido, a qualidade do ensino não tem melhorado e os estudantes brasileiros continuam aparecendo com os piores resultados nos testes internacionais.

A inovação e o empreendedorismo, companheiros inseparáveis, são os temas centrais das estratégias dos países desenvolvidos no pós-crise¹³. Também são a chave das principais conclusões da Cúpula do G20 2016 na China. “A inovação deve garantir um novo caminho para a paz e a prosperidade, já que não vale mais confiar só nas medidas fiscais e monetárias [...] a experiência ensina que isso já não funciona”, afirmou, em declarações, o presidente chinês [EXAME, 2016]. A cúpula

Figura 6 – O sono brasileiro de 50 anos



Fonte: *The Economist* (2014)

la dos líderes das principais economias desenvolvidas e emergentes concordaram neste encontro em dar mais peso à ciência, à tecnologia e à economia digital como forma de reacender o motor do crescimento.

A inovação e o empreendedorismo são, ainda, a principal aposta de muitos especialistas e lideranças globais para a **solução dos nossos maiores desafios**, como a redução da fome e da pobreza, o acesso à água potável, as mudanças climáticas, o envelhecimento da população (e suas decorrências como a previdência social e a saúde pública) e a concentração urbana.

Por fim, também são a esperança no desabrochar de modelos de desenvolvimento mais sustentáveis e inclusivos, já que o conhecimento, a tecnologia e a inovação representam o principal caminho para a geração das soluções disruptivas, baratas e escaláveis de que precisamos para resolver nossos problemas comuns.

A Comissão Europeia apresentou a sua Política de Pesquisa e Inovação para Especialização Inteligente¹⁴, chamada de **RIS3**, como medida central de retomada do crescimento em resposta à crise de 2008. A União Europeia encoraja seus países a direcionarem seus esforços e recursos para a especialização, segundo suas vocações, trazendo pesquisa e inovação para construir diferencial e competitividade junto aos mercados globais.

A partir da década de 1980 a inovação, somada aos fortes investimentos no sistema educacional, tornou-se a reconhecida receita de sucesso de países asiáticos pouquíssimo beneficiados pelas condições naturais, como Japão, Coreia do Sul, Malásia, Hong Kong, Singapura, etc.

Com exceção do Japão, nenhum dos países possuía relevância no cenário global 50 anos atrás e, hoje, são referências mundiais em distintas áreas tecnológicas, assim como sustentam altos níveis de qualidade de vida. A pequena Singapura, que não possui nem mesmo fonte de água própria, ostenta, há cinco anos, a segunda colocação em consistência de desempenho [no Global Competitiveness Index] entre todas as economias do mundo, tendo nota máxima em 10 dos 12 pilares de competitividade global, além do melhor sistema de training e educação superior do mundo [WORLD ECONOMIC FORUM, 2015].

O investimento e o planejamento para a inovação também deram a linha da revolução que tornou Israel conhecida como a “Startup Nation” .



O despertar do seu potencial inovador e empreendedor é a principal explicação sobre como um país com menos de seis décadas de existência, com apenas 7,6 milhões de habitantes, quase sem recursos naturais, clima hostil e marcado pela guerra desde a sua fundação, gera mais startups do que países como a China, a Índia, o Japão ou o Reino Unido. Ou de que modo passou a ter mais companhias listadas na bolsa Nasdaq

do que toda a Europa, Japão, Índia, China, Coreia do Sul e Singapura somados [SINGER; SENOR, 2011].

Em uma referência mais próxima do Brasil, a cidade de Medellín, na Colômbia, também arquitetou sua própria revolução depois de tornar-se conhecida internacionalmente como o epicentro do tráfico de drogas do continente americano. A cidade transformou completamente sua história a partir de um plano ousado construído colaborativamente, onde a inovação e a educação tomaram o lugar de todas as velhas prioridades.

Em consonância com os governos nacional e estadual, Medellín tomou uma decisão e direcionou seus esforços e recursos para um projeto de transformação social e econômica, onde a inovação desempenhou um papel-chave que lhe conferiu o título de cidade mais inovadora do mundo em 2013 e 2014 . A importância do título é sobrepujada na medida em que substitui um outro bem mais amargo. Desde a década de 1990, Medellín era considerada a cidade mais violenta do mundo, com estatísticas criminais comparáveis a de territórios em guerra .

Decisão + Colaboração + Inovação: e Medellín foi de cidade mais violenta a mais inovadora do mundo em uma década.

Notadamente, a inovação é a nova corrida global e parece ser o principal caminho para darmos conta dos imensos desafios paralelos e multissetoriais que enfrentamos no Brasil.



A batalha pela produtividade

Para o Banco Mundial, a luta por sistemas mais produtivos consiste em estabelecer um entorno propício em que os empreendedores possam surgir, competir e inovar. Trata-se de construir uma nova classe empreendedora e inovadora comparável a de outros lugares do mundo. Os principais elementos para o desabrochar desta classe são:

- Geração de capital humano: elevar a qualidade da educação, reduzir o déficit histórico de engenheiros que remonta ao Século XX [tanto para o Brasil como para a América Latina], além de uma educação que privilegie os temas da inovação e empreendedorismo nas escolas e universidades;
- Melhoria de logística e infraestrutura;
- Aumento da concorrência [não ao protecionismo];
- Melhora do ambiente contratual: clareza e fiabilidade nos processos judiciais, regras contábeis, regulações e políticas que afetam o setor. A inovação não vai prosperar em locais sem proteção contratual adequada. Inovação é investimento e risco. Os direitos de propriedade intelectual são fundamentais no retorno que os empreendedores podem obter sobre seu investimento. Sem isso, não há estímulo para inovação.

Fonte: Banco Mundial, 2014.

1.5 • Onde começa a inovação?

Na promoção, gestão e aplicação do conhecimento.

A matéria-prima da inovação é o conhecimento, sobretudo os novos conhecimentos gerados a partir da pesquisa básica ou aplicada, que são, por sua vez, resultado de sistemas educacionais e de Ciência, Tecnologia e Inovação [CT&I] fortes.

Assim, **para criar riqueza e desenvolvimento, nossa primeira preocupação deve ser gerar e gerir conhecimento.** Estarão à frente governos, empresas e territórios que fizerem **melhor uso do seu conhecimento e do conhecimento disponível no mundo.** Quem melhor criar, adquirir, disseminar ou proteger [nos casos de propriedade intelectual estratégica] dados e informações que se convertam em inovação vai liderar o seu campo.

1.6 Como vai o Brasil com a Inovação?

Não obstante, os dados sobre gestão do conhecimento e investimento em inovação no Brasil ainda contam uma história triste. Nosso relacionamento com o café, por exemplo, traz uma narrativa elucidativa de como o “sono brasileiro”, em termos de produtividade, no último meio século tem nos mantido em uma posição desfavorável no cenário global.

Segundo produto mais comercializado do mundo [só perdendo para o petróleo] e item tão simbólico na história econômica brasileira, o café já nos abriu muitas portas ao redor do mundo. Mas, poucas vezes, o utilizamos como mais do que um grão vendido in natura com quase nada de valor agregado.

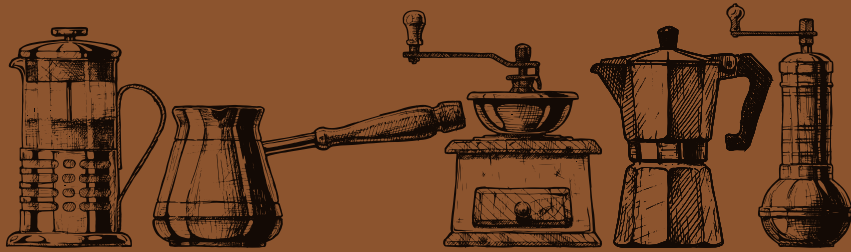
Durante décadas o café foi o produto mais exportado e o maior gerador de riqueza para o País. Com seus dólares demos início à industrialização nacional. Exportávamos o café e importávamos maquinário.

Desde o início do Século XX o Brasil segue como maior produtor de grãos de café do mundo. Em 2014, produzimos 2.720.520.000 quilos [INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION, 2016].

Mas, apesar deste século de liderança na produção do grão, que é a base da 3ª bebida mais consumida no mundo [atrás somente da água e do chá], veremos que outros países têm gerado muito mais valor e desenvolvimento para seu povo pela cadeia cafeeira do que o Brasil.

O que explica este contrassenso?

Sistemas que favorecem a pesquisa, a ciência, a tecnologia e, naturalmente, a inovação, muito mais do que nós.



- O filtro de café foi inventado pelo francês Louis-Bernard Rabaud.
- O café solúvel foi inventado pelo cientista japonês Satori Kato.
- A máquina de café expresso foi inventada pelo italiano Aquiles Gaggia, com base em experimentos anteriores.
- Outro italiano, Attilio Calimani, inventou a cafeteira hoje conhecida como French Press.
- O alemão Ludwig Roselius inventou o café descafeinado.
- A maior rede de cafeterias do mundo, a Starbucks, foi fundada em Seattle (EUA) e possui mais de 20 mil lojas em todo o mundo.
- E o Brasil? Qual nossa inovação dentro da cadeia para a qual somos o primeiro fornecedor mundial de matéria-prima?

Fonte: International Coffee Organization [2016].

Oppenheimer [2014] explica que quando se vende um copo de café a US\$ 3,00 nos Estados Unidos, apenas 3% deste valor fica com o produtor que cultivou o café no Brasil, Colômbia, Costa Rica, Vietnã, etc. Os 97% restantes ficam com os responsáveis pela engenharia genética do grão, processamento, venda, design, distribuição, publicidade e outras tarefas que fazem parte da economia do conhecimento, como ilustrado na Figura 6.

Comentando esses dados de acentuação do declínio relativo das matérias-primas em relação aos produtos com alto valor agregado em uma palestra, o autor conta em seu livro como foi surpreendido:

Estava na plateia o maior produtor de café de El Salvador, que se aproximou de mim e disse: “Você está errado. O percentual que fica para o produtor não é de 3%. A cifra real está mais perto de 1%” (OPPENHEIMER, 2014).

A tendência de declínio relativo das matérias-primas só tem se acelerado nos últimos anos: os países que agregaram valor ao café - produzindo sabores exclusivos, cafés medicinais, doces de café, licores, máquinas de café com cartuchos ou cadeias de distribuição e venda no exterior - têm se beneficiado enormemente. Os que seguem vendendo somente a matéria-prima têm ficado cada vez mais para trás.

Figura 7 – O Café na Economia do Conhecimento

PARA ONDE VÃO AS RECEITAS?



Fonte: os autores (2016).

As máquinas de café expresso individual e suas cápsulas são outro exemplo emblemático nesta cadeia. A Nespresso, marca do grupo Nestlé, é a líder do segmento. Entre 2000 e 2010 vendeu mais de 20 bilhões de cápsulas de café, cada uma com 5 gramas (EL PAÍS, 2010). Com cada cápsula vendida a uma média de R\$ 1,50¹⁸, nota-se que o quilo de café vendido pela Nespresso girava em torno de R\$ 300,00. Já os produtores brasileiros produziram e venderam, no mesmo período, 20 bilhões de quilos de café in natura. O valor médio de comercialização ficou em R\$ 3,00 o quilo. São cem vezes

menos do que o valor de venda do café Nespresso (INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION, 2016).

Ou seja, uma única linha de produtos da Nestlé, apenas a Nespresso (máquinas e cápsulas), gerou quase a mesma receita que o maior país produtor e exportador de café do mundo nos últimos 10 anos, que, casualmente, é o Brasil. Se fosse possível uma analogia com o futebol, esse seria um placar bem pior que 7x1.

[...] é hora de a América Latina entrar em cheio na era da economia do conhecimento e entender que o grande dilema do século XXI não será “socialismo ou morte”, nem “capitalismo ou socialismo”, nem “Estado ou Mercado”, mas algo muito menos ideológico: “inovar ou ficar para trás”. Ou, em termos mais dramáticos: “criar ou morrer” OPPENHEIMER (2014, p. 313).



2. POR QUE SANTA CATARINA ESTÁ INVESTINDO EM INOVAÇÃO?

Como os empresários pioneiros de Santa Catarina, intuitivamente, aproveitaram as oportunidades surgidas nas últimas décadas do Século XX, com o fim da segunda Guerra, este tempo de economia nacional em baixa e a economia mundial em transição é um momento ímpar para o surgimento de uma nova geração de pioneiros [RAIMUNDO COLOMBO, 2009. Em: O Povo tem Nome, Rosto e Endereço].

As crises, ao longo da história, têm servido, entre outras coisas, para deixar claro que precisamos transformar certas estruturas. Os próprios governos e os sistemas educacionais são modelos muito antigos esperando sua vez de serem revolucionados a favor das pessoas e do progresso.

“Em um mundo em transformação, o custo de ficar parado é muito alto” (Tapscott, 2012).

No Brasil, temos deixado para trás muitas oportunidades de promover as mudanças capazes de colocar o sistema para jogar a favor das pessoas, de dar vazão aos nossos talentos naturais. A criatividade, o espírito empreendedor, a habilidade social, a inventividade, a solidariedade, a capacidade de superação, a tolerância, a flexibilidade, a alegria e a autenticidade são ativos preciosos de nosso povo e podem perfeitamente ser canalizados para o empreendedorismo e a inovação.

Canalizar esses talentos para negócios e para transformar as estruturas disfuncionais significa criar uma nova geração de inovadores que pode redirecionar o futuro de Santa Catarina. Esse foi o papel dos pioneiros de outros tempos que investiram em sonhos cujos frutos o Estado colhe até hoje, duas ou três gerações mais tarde.

São histórias como as de Atilio Fontana, fundador da Sadia em Concórdia, ou de Saul Brandalise, da Perdigão, em Videira. Também, os amigos Werner, Egon e Geraldo, que iniciaram a WEG em Jaraguá do Sul; Maximiliano Gaidzinsky, fundador da Eliane em Criciúma; Cesar Gomes, da Portobelo em Tijucas, só para citar uns poucos exemplos.

Estes pioneiros foram coprodutores de um estilo diferenciado de desenvolvimento, que ficou internacionalmente conhecido como “modelo catarinense de desenvolvi-

mento”. Um sistema baseado em setores econômicos diversos, na força dos empreendedores locais, da pequena propriedade e pequenos negócios, no cooperativismo, nas vocações locais, desconcentração da riqueza e da população, entre outras coisas.

No entanto, não são raros os estudos que denunciam as fissuras que o modelo vem sofrendo há algumas décadas e os riscos de que se enverede pelos caminhos do modelo concentrador, excludente e contaminante praticado em muitas regiões do Brasil [VIEIRA, 2006; ANDION, 2007; RÉUS, 2012].

Além de um marcante fenômeno de litoralização, concentração populacional nas cidades-polo, decréscimo populacional contundente nas cidades periféricas e grandes empresas sendo absorvidas, a economia dá sinais de um desgaste que se explica não apenas pelo cenário de crise e instabilidade nacional, mas, também, pela necessidade de uma guinada em nossa matriz econômica [RÉUS, 2012].

Uma guinada capaz de nos levar na direção da maior eficiência e competitividade internacional, da economia do conhecimento, da agregação intensiva de tecnologia nos processos, produtos e serviços e, finalmente, das inovações disruptivas. Aquelas que mudam o rumo das coisas e geram mais valor.

Nosso leque de produtos para exportação e nossa economia, de maneira geral, precisam ser embebidos pelo pensamento e prática inovadora, adicionados de maiores quantidades de conhecimento e valor. Para se ter uma ideia, dos 10 produtos mais exportados pelo estado em 2015, seis são classificados como commodities e todos os demais estão fora do espectro das tecnologias de alta complexidade¹⁹ (MDIC, 2016), dando um sinal importante de que nossa posição no mercado global é bem menos vantajosa do que poderia. Temos pela frente um longo caminho de esforços e investimentos a serem realizados, além da necessidade de uma profunda unificação das agendas do Desenvolvimento Econômico e da Ciência, Tecnologia Inovação e setor educacional, só para citar alguns.

19 - Dados do MDIC apontam que os 10 produtos mais exportados por Santa Catarina em 2015 foram: frango, soja, tabaco não manufaturado, motores e geradores elétricos, carne suína, blocos de cilindros e cabeçotes para motores a diesel, motocompressores herméticos, preparações e conservas de carnes e miudezas, móveis de madeira, carnes e miudezas salgadas ou secas.

Motivado por este contexto de mudanças internas e externas, o Governo do Estado tem planejado e já vem investindo em um conjunto de iniciativas para elevar Santa Catarina no cenário internacional, posicionando nosso estado como uma economia mais moderna, eficiente e inovadora.

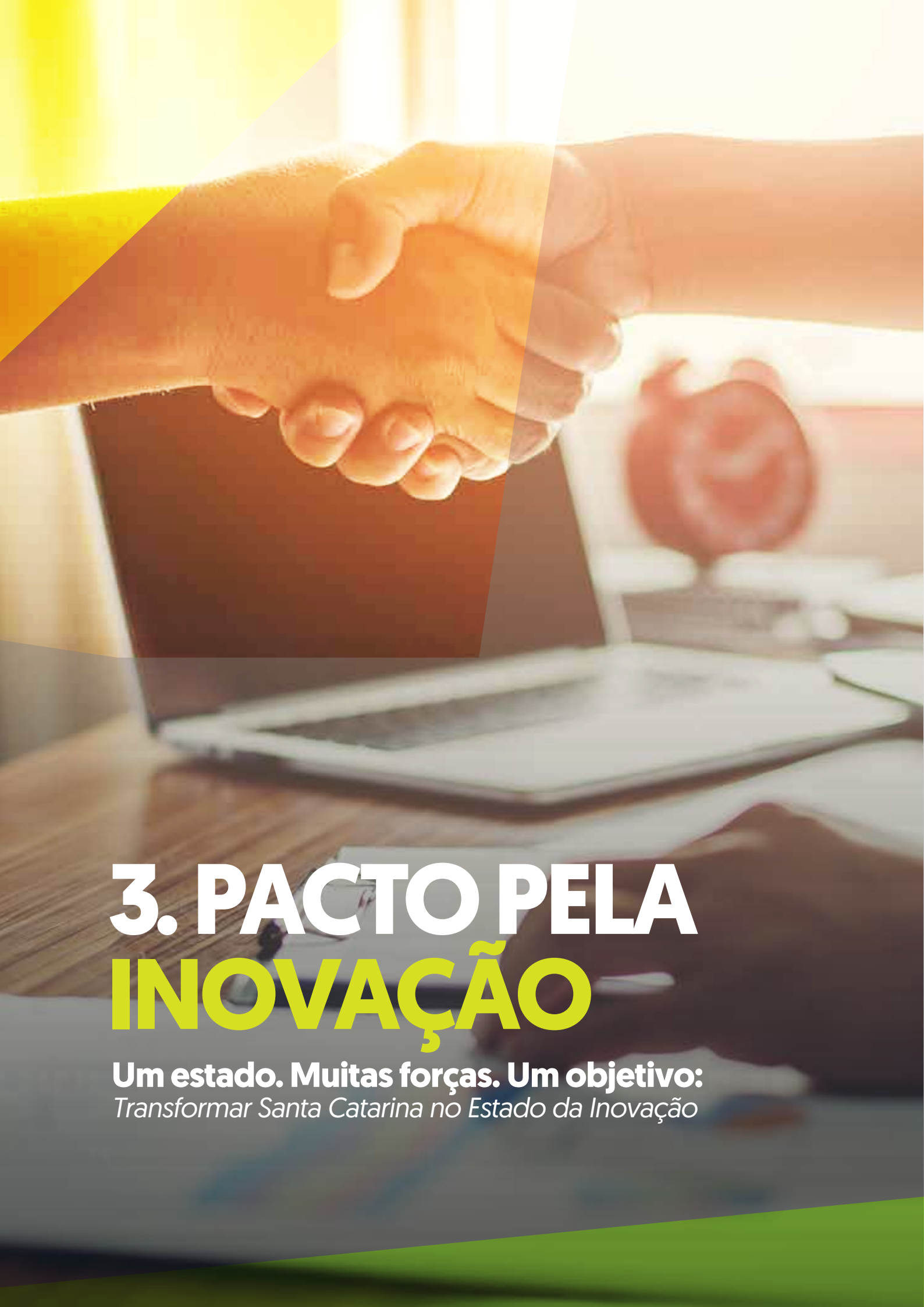
O foco dos esforços está na valorização das qualidades naturais e insumos nos quais Santa Catarina se destaca, como potencial humano (educação/formação), recursos naturais e situação geográfica. As ferramentas à nossa disposição, como a gestão do conhecimento, a colaboração intersetorial e o compartilhamento farão o papel de facilitadores deste processo.

Perseguiremos um modelo de desenvolvimento sustentável, regionalmente equilibrado e intensivo em conhecimento. Apostaremos que as políticas a favor da Ciência, Tecnologia, Inovação, Educação e Empreendedorismo serão a chave desta conquista.

É fundamental que este espírito seja compartilhado por todos: governo, empresas, universidades, instituições de apoio, meios de comunicação e cidadãos. O holandês Fred Polak [1973] , pioneiro em estudos futuristas no mundo, relaciona o desenvolvimento [ou não...] das culturas com sua visão de futuro. Seus estudos mostram que as imagens de futuro compartilhadas pelas pessoas funcionam como um barômetro, indicando o potencial de ascensão ou de queda de uma cultura. A história mostra que a visão de futuro compartilhada tende a ser muito parecida com o futuro manifestado.

Assim, encorajamos todos os cidadãos, empresas e organizações catarinenses a direcionar seus esforços para consolidar esta **visão de Santa Catarina: um estado empreendedor e altamente inovador**. Além de forte, dinâmico, diversificado, justo e sustentável. Um estado preparado para viver o melhor do século XXI.





3. PACTO PELA INOVAÇÃO

Um estado. Muitas forças. Um objetivo:
Transformar Santa Catarina no Estado da Inovação

*Você nunca muda as coisas
lutando contra a realidade
existente. Para mudar
algo, construa um novo
modelo, tornando obsoleto
o modelo existente.*

[Buckminster Fuller]

Para colocar em marcha esta visão de futuro de uma Santa Catarina ainda mais empreendedora e altamente inovadora, o Governo do Estado, ao lado das diversas entidades de alcance estadual, propõe um alinhamento de propósito e uma aliança entre as instituições e pessoas que desejam transformar Santa Catarina no estado mais inovador da América Latina até 2030.

O Pacto pela Inovação se constitui, assim, como um conjunto de ações estratégicas definidas de forma alinhada entre as entidades do ecossistema, cada uma delas focando em seu próprio público-alvo, mas contribuindo para o fortalecimento e solução dos principais defasagens do nosso ecossistema de empreendedorismo e inovação. Ele representa, também, uma estratégia mais coerente com a nova realidade, onde o papel do Estado deixa de ser o de mero financiador - muitas vezes de projetos pouco planejados e pouco convergentes – para ser, antes de tudo, o de grande orquestrador da visão de futuro almejada.

O custo de não se investir em ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo é muito alto e dificilmente será recuperado, já que as distâncias entre as economias baseadas em conhecimento e as demais vão se alargar

exponencialmente nos anos adiante [OPPENHEIMER, 2014].

As necessidades de investimento necessário para transformar Santa Catarina em um estado altamente inovador superam em muito a capacidade atual de financiamento do estado e dos municípios.

Ainda pior, em um tempo de recessão econômica e de luta diária para manutenção do equilíbrio das contas públicas, levantar a bandeira dos altos investimentos necessários à inovação soa quase desconexo da realidade.

O que fazer, então? Como fazer? Esperamos a crise passar? Esperamos um novo ciclo de alta das commodities para financiar a inovação²¹?

Não. Precisamos começar agora, com os recursos disponíveis nesse momento. E se nos desafiar a trabalhar de um jeito diferente, considerando os recursos que não são apenas financeiros, que não são necessariamente do Estado, que não são novos?

Em síntese, a ideia é assim:

Tanto o Pacto pela Inovação como o projeto dos Centros de Inovação, apresentado a seguir, visam:

- Consolidar o estado na economia do conhecimento;
- Preparar Santa Catarina para os novos desafios da competitividade global baseado em nossas vocações e vantagens comparativas;
- Transformar o perfil econômico catarinense: passando de uma economia de bases tradicionais para uma economia intensiva em conhecimento e inovação.

Mas, os resultados perseguidos vão além de avanços econômicos. Buscamos construir um estado ainda mais próspero, sustentável e justo com mudanças que serão sentidas na vida de cada cidadão, de sul a oeste.

O Pacto pela Inovação vai funcionar como uma aliança onde Governo, empresas, universidades, instituições de apoio, meios de comunicação e cidadãos vão construir estratégias de atuação coletiva, definir prioridades e comprometer-se com esforços e investimentos adequados às capacidades de cada um, buscando:

- Ações alinhadas em conjunto com os agentes do ecossistema de CT&I+e;
- Planejamento mais consistente;
- Execução coerente;

- Critérios claros para aplicação de recursos;
- Novos tipos de recursos reconhecidos como investimento: pessoas, conhecimentos, talentos, redes, colaboração, compartilhamento, etc;
- Maior eficiência no uso dos recursos disponíveis, desde equipamentos, espaços e estruturas até pesquisas e habilidades específicas;
- Queda dos custos de transação;
- Soma de esforços [contrariando a cultura de ações duplicadas e desconectadas];
- Resultados mais baratos e mais significativos para a sociedade.

Tudo isso começa pela convergência e integração dos diversos agentes e forças para a formação de um ambiente estadual altamente favorável à inovação, à pesquisa e desenvolvimento, ao empreendedor e ao investidor.

O ecossistema estadual será fortalecido a partir da ascensão dos ecossistemas regionais. As regiões, por sua vez, devem operar em rede para maximizar seus ativos e resultados por meio, sobretudo, da colaboração e do compartilhamento.

Figura 8 – Princípios do Pacto pela Inovação



Fonte: os autores [2016]

21 - A Consultoria Tendências estima que o próximo ciclo de alta das commodities – como os que o Brasil viveu na última década até os anos anteriores – só voltará a acontecer dentro de 15 anos, quando a Índia tomar a posição da China no cenário global com economia super acelerada e grande importadora mundial [CONSULTORIA TENDÊNCIAS, 2016].

3.1 • Missão, Visão e Princípios do Pacto pela Inovação

MISSÃO

Expressa nosso objetivo maior, aquele que nos motiva e direciona o planejamento

Unir Governo, empresas, universidades, instituições de apoio, canais de comunicação e cidadãos em um pacto para consolidar Santa Catarina na economia do conhecimento e da inovação.

VISÃO

Define nossa meta em um espaço de tempo

“Posicionar Santa Catarina como estado mais inovador e empreendedor da América Latina até 2030”.

PRINCÍPIOS

Expressam os valores e sentimentos que inspiraram o programa e orientam decisões e ações. Não são violados conforme a ocasião, são um meio de se construir um projeto consistente e coerente afinado com novas formas de se trabalhar e construir o bem comum.

CONFIANÇA: empenhar-se em criar um ambiente de confiança para que as relações fluam melhor e acelerem a inovação.

COLABORAÇÃO: colaborar sempre que possível. Colaborar é uma nova forma de trabalhar.

COMPARTILHAMENTO: prezar mais pelo acesso do que pela posse das coisas. É mais eficiente e mais sustentável. É preciso otimizar as estruturas que já estão disponíveis.

EFICIÊNCIA: agir rápido, errar rápido, retomar rápido. Fazer mais com menos.

TRANSPARÊNCIA: o mundo está cada vez mais aberto, é melhor que sejamos o que dizemos que somos.

PROPÓSITO COLETIVO: trabalhar para que nossas ações sempre possam beneficiar o maior número de pessoas possível. Se o ecossistema for vibrante e próspero, todos serão beneficiados.

3.2 • Objetivos Estratégicos

- Desenvolver uma forte **cultura de inovação** e empreendedorismo
- Construir um **ecossistema altamente conectado** trabalhando em rede, colaborando e compartilhando ativos
- Multiplicar a abertura de novos negócios inovadores e de **alto potencial de crescimento**
- Intensificar **a inserção de CT&I nas empresas** catarinenses de pequeno, médio e grande porte
- **Agregar conhecimento e valor** aos nossos produtos e serviços básicos e tradicionais
- Equilibrar **diferenças regionais**
- **Vender conhecimento e criatividade**, mais do que matéria-prima
- Aumentar o percentual de **investimento** em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) público e privado.

3.3 • Os Quatro Eixos do Pacto pela Inovação

São muitas frentes de trabalho necessárias à concretização de um projeto que busca potencializar e expandir todo um ecossistema de inovação a fim de que as pessoas e empresas que inovam tomem um lugar cada vez mais destacado na economia estadual.

Por essa razão, o Pacto foi dividido em quatro eixos de ação, de modo que as frentes de trabalho e as áreas de intervenção prioritária fiquem claras, conforme ilustra a Figura 9.

PACTO PELA INOVAÇÃO

Figura 9 – Os quatro eixos do Pacto pela Inovação



Fonte: os autores [2016]



3.4 Frentes de Trabalho do Pacto pela Inovação

A seguir apresentamos um quadro inicial de projetos que devem ser desenvolvidos ou ampliados no estado a fim de fortalecer nosso ecossistema de empreendedorismo e inovação, olhando para seus principais gargalos. Naturalmente, novos projetos e desafios podem e devem ser acrescentados a este documento na medida em que outras necessidades forem sendo levantadas.

Os projetos citados não estão detalhados, apenas apontam a direção de atuação necessária. As estratégias para planejamento e implementação deles estão sendo construídas junto às entidades e empresas.

EIXO I: + CONHECIMENTO E TALENTOS

Capacitação. Atração e Retenção de Talentos. Novas Gerações. Expansão da Geração de Conhecimento. Propriedade Intelectual. Transferência Tecnológica. Conhecimento e Ativação do Ecossistema de Inovação.

1.1 Ativação do Ecossistema Estadual de Inovação

Fase 1: microrregiões dos Centros de Inovação.

Fase 2: demais microrregiões.

1.1.1 Projeto: Mapeamento do Ecossistema Estadual de Inovação (Mapeamento de instituições, empresas, infraestrutura e talentos)

1.1.2 Projeto: + Parcerias Estaduais Estratégicas

1.1.3 Projeto: + Parcerias Nacionais Estratégicas

1.1.4 Projeto: + Parcerias Internacionais Estratégicas

1.1.5 Projeto de Sensibilização: Cultura da Inovação e Empreendedorismo
Encontros, conferências, feiras, workshops, concursos e desafios realizados.

1.1.6 Projeto: Programa de Capacitação para Gestores de Centros e Habitats de Inovação
Fase 1: regiões dos Centros. Fase 2: demais regiões.

1.1.7 Projeto: Escola Empreendedora
Inserção de disciplinas específicas ou transversais ou atividades complementares nas escolas públicas e privadas.

1.1.8 Projeto: Universidade Empreendedora
Inserção de disciplinas específicas ou transversais ou atividades complementares nas escolas públicas e privadas.

1.1.9 Projeto: Startup TCC

Incentivo à implementação de nova modalidade de Trabalho de Conclusão de Curso nas universidades: plano de negócio de empresa inovadora, preferencialmente, com alto potencial de crescimento.

1.2 Especialização Inteligente das Regiões

1.2.1 Projeto: Estratégia de Especialização Inteligente
Estudo, definição e pactuação coletiva das áreas de especialização econômica e setores emergentes que cada região vai priorizar.

1.2.2 Projeto: Capacitação para Especialização Inteligente dos Municípios
Treinamento para líderes e operadores regionais dos Centros de Inovação.

1.3 Geração de Empresas Inovadoras com Alto Potencial de Crescimento

1.3.1 Projeto: Projeto Harpia
Formação e preparação de empreendedores para criação ou consolidação de Empresas Inovadoras de Alto Potencial de Crescimento, empresas harpia²².

1.3.2 Projeto: Go-to-Market
Metodologia de oficina intensiva para transformação de ideias em planos de negócio prontos para serem implementados. "Da ideia ao modelo de negócio em 10 semanas". Aplicação por meio de parceiros especializados.

1.3.3 Projeto: SCALERATOR - Escalar empresas com alto potencial de crescimento.

1.4 Inovação e Fortalecimento Empresarial

1.4.1 Projeto: Sensibilização, Capacitação e Facilitação para Inovação
Mapeamento das demandas e dificuldades das empresas em tecnologia e inovação junto ao ecossistema estadual de inovação. Eventos e atividades voltados ao atendimento destas demandas, especialmente às empresas pertencentes aos setores estratégicos para o estado.

1.4.2 Projeto: PD&I Empresa Sênior
Intensificação de processos de inovação e criação de Núcleos de Inovação e Planos de Inovação para empresas catarinenses já constituídas. Ampliação do apoio à inovação em micro e pequenas empresas por meio de parceiros.

1.5 Expansão da Produção Científica e Tecnológica Especializada

1.5.1 Projeto: Expansão de Pesquisa e Desenvolvimento Especializados
Desenvolvimento de linhas de fomento, concursos e desafios para incentivo à pesquisa científica e tecnológica nas áreas de especialização inteligente eleitas pelas regiões.

1.5.2 Projeto: Geração SmartTec
Criação de novos cursos no programa GeraçãoTec (já em execução em todo o estado) agora direcionados à formação de jovens profissionais nas áreas de especialização inteligente eleitas pelas regiões.

1.6 Transferência Tecnológica e Propriedade Intelectual

1.6.1 Projeto: Programa Estadual de Propriedade Intelectual
Capacitação de profissionais para assessoria em assuntos relacionados à proteção da Propriedade Intelectual (PI) em parceria com o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Disseminação do tema.

1.6.2 Projeto: Connect Zone
Capacitação em Transferência Tecnológica. Estímulo à interação Universidade-Empresa por meio de apoio a desafios, concursos e projetos conjuntos de desenvolvimento tecnológico. Criação de Escritórios de Transferência de Tecnologia nos NITs²³.

1.6.3 Projeto: Agência Estadual de Transferência de Tecnologia
Estudo de viabilidade para criação ou credenciamento de entidade de Transferência de Tecnologia em nível estadual e posterior implementação.

1.6.4 Projeto: Sistema de Indicadores de CT&I
Desenvolvimento de metodologia e ferramenta para monitoramento de indicadores de CT&I e Transferência Tecnológica em Santa Catarina.
1.6.5 Projeto: Política Catarinense de Propriedade Intelectual
Elaboração da Política.

EIXO II: + CAPITAL E ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Mapeamento, divulgação, facilitação e expansão de fontes de acesso ao capital financeiro, crédito, aval e garantias.

2.1 Atração de Investidores e Fundos de Capital de Risco

2.1.1 Projeto: Planos de Atração de Investimentos
Elaboração de plano estadual e planos regionais prevendo ações para atração de investimentos e empreendimentos. Elaboração de mapeamento das lacunas tecnológicas.

2.1.2 Projeto: Guia do Empreendedor
Elaboração de Guia para empreendedores para ajudar a identificar e se apresentar a potenciais investidores.

2.1.3 Projeto: Conferência Anual de Investidores
Realização de evento anual de empreendedorismo e capital de risco com apresentação de empresas selecionadas de todo o estado a investidores nacionais e internacionais especialmente convidados.

2.1.4 Projeto: Prêmio Anual de Empresas Inovadoras
Competição para identificar e premiar os negócios

de maior potencial e com melhores resultados alocados física ou virtualmente nos Centros de Inovação e incubadoras de Santa Catarina. Premiação realizada na Conferência Anual de Investidores.

2.1.5 Projeto: Fundo Estadual para Inovação
Desenvolvimento de novas estratégias para ampliação dos recursos para investimento em inovação.

2.2 Atração de Empresas e Empreendedores

2.2.1 Projeto: Conexão Centros de Inovação e Agência de Atração de Investimentos
[1] Consolidação da Agência Investe SC como porta de entrada para investidores e empresas internacionais. [2] Estruturação de estratégia de trabalho integrado entre Agência e Centros de Inovação.

2.3 Acesso a Fontes de Financiamento

2.3.1 Projeto: Banco de Oportunidades em Capital de Risco
Desenvolvimento de banco digital de oportunidades em acesso ao capital para empreendedorismo e inovação. Desenvolvimento de metodologia de assistência digital em acesso ao capital de risco.

EIXO III: +INFRAESTRUTURA

Espaços, tecnologias, equipamentos, arcabouço legal, gestão.

3.1 Projeto: Implantação de 13 Centros de Inovação e apoio a outros habitats de inovação

3.2 Projeto: Expansão da Rede Estadual de Fibra Óptica
Conexão em banda larga de centros de inovação, incubadoras, parques, NITs, escolas públicas e entes governamentais.

3.3 Projeto: Wi-fi Livre
Disponibilização de rede de internet wi-fi para uso do público em escolas, habitats de inovação e outros locais estratégicos das cidades selecionadas.

3.4 Projeto: Espaço Maker
Implantação de rede de laboratórios de produção e prototipagem nos Centros de Inovação e, posteriormente, em outros habitats de inovação.

3.5 Projeto: Portal da Rede de Centros e Habitats de Inovação
Desenvolvimento de portal e plataforma para atuação em rede dos Centros de Inovação, parques tecnológicos, incubadoras, aceleradoras, NITs, laboratórios, ICTs, etc.

3.6 Projeto: Catarina Smart Cities
Elaboração de metodologia e estratégias de apoio a projetos de Smart Cities em Santa Catarina.

3.7 Projeto: Leis para Inovação
[1] Incentivo e apoio à criação de Leis Municipais de Inovação, com previsão de incentivos e criação de fundo garantidor de crédito para inovação. [2] Revisão e Ampliação da legislação e mecanismos estaduais de apoio à inovação.

3.8 Projeto: Gestão da Qualidade
Capacitação de gestores e implantação de gestão de qualidade e certificação em ambientes de inovação.

EIXO IV: +REDES E COLABORAÇÃO

Apoiar a formação de redes setoriais visando integrar todo ecossistema estadual de inovação potencializando suas capacidades.

4.1 Projeto: Formação da Rede de Centros de Inovação

4.2 Projeto: Fortalecimento da Rede Estadual de Incubadoras

4.3 Projeto: Fortalecimento da Rede Estadual de NITs.

4.4 Projeto: Implementação da Rede Estadual de Parques Tecnológicos

4.5 Projeto: Formação de Rede de Mentores
Mapeamento, atração e formação de mentores para assessorar os negócios nascentes nos Centros de Inovação e outras iniciativas (mentores poderão atender virtualmente toda a rede).

4.6 Projeto: Organização do Sistema Catarinense de Habitats de Inovação

4.7 Projeto: Plataforma de Compartilhamento de Ativos de Pesquisa e Desenvolvimento

Mapeamento dos equipamentos, laboratórios, grupos de pesquisa, temas de pesquisa e competências dos pesquisadores em todo o estado. Desenvolvimento de plataforma para divulgação e alimentação contínua dos dados para potencializar o uso dos ativos já existentes, expandir PD&I, expandir parcerias Universidade-Indústria, ampliar compartilhamento, eficiência e trabalho em rede.

4.8 Projeto: Implementação de clusters nas áreas de Especialização Inteligente das regiões

3.5 • Pacto pela Inovação: um Convite aos Agentes do Ecossistema Estadual de Ciência, Tecnologia, Inovação e Empreendedorismo

Medellín: de cidade mais violenta a mais inovadora em uma década

A cidade de Medellín, na Colômbia, internacionalmente conhecida como a capital do tráfico de drogas, apostou, na década de 1990, em um grande pacto pela inovação. Anos mais tarde, pôde abandonar o título de cidade mais violenta do mundo para a vestir a faixa de mais inovadora.

“Em 1990, éramos um município inviável, mas a crise se transformou em nosso motor da mudança. Nossa sociedade entendeu que nós mesmos éramos a solução e a dificuldade gerou uma consciência coletiva sobre a cidade desejada. Os cidadãos, empresários, acadêmicos e políticos entenderam que os mesmos problemas afetavam a todos e que não seriam resolvidos por uma só pessoa.” (Jorge Pérez Jaramillo, ex-diretor de planejamento de Medellín para o Portal Algar Tech em 12.Jun.2016).

O Pacto pela Inovação é uma estratégia estadual coletiva, cujo objetivo é acelerar a consolidação de Santa Catarina como na economia do conhecimento e posicioná-la como o estado mais inovador da América Latina até 2030.

Ele começa como um CONVITE destinado a todos os atores estaduais envolvidos com iniciativas em Ciência, Tecnologia, Inovação e Empreendedorismo, além do setor educacional, para trabalhar de maneira integrada a partir dos quatro Eixos de Ação acima referenciados: Conhecimento e Talentos; Capital e Atração de Investimentos; Infraestrutura; Redes e Colaboração.

Para todos os que aceitarem este convite, o primeiro desafio será definir, em conjunto, estratégias e formatos de ação inovadores para solucionar os principais gaps do ecossistema estadual de inovação e ampliar os resultados obtidos.

A partir dessa articulação entre os agentes, teremos um programa completo com metas e indicadores pactuados, com compromissos assumidos e expectativas esclarecidas por cada um dos envolvidos. Daí em diante a palavra passa a ser: AÇÃO!

O Pacto seguirá sendo um acordo e programa aberto, passível de abraçar novos projetos sempre que houver viabilidade financeira ou cooperação que o apoie e sustente.

As parcerias, a colaboração, o compartilhamento e a convergência de interesses serão os recursos essenciais para sua sustentação.

A principal convicção por trás desta proposta é de que UNICAMENTE um pacto construído e apropriado pelos atores do ecossistema pode realmente nos levar do lugar onde estamos para o lugar onde queremos chegar: uma economia altamente inovadora e empreendedora onde as melhores oportunidades e a prosperidade alcançam cada cidadão catarinense.

3.6 • Como Cada um Pode Contribuir?

Inovação não é o quanto você investe em Pesquisa e Desenvolvimento, é o quanto você consegue conectar as coisas. (Steve Jobs)

Cada setor e entidade definirá onde e como pode contribuir com o programa, de acordo com suas possibilidades e especialidades. Abaixo são listadas algumas ações com as quais cada ente pode se comprometer. Os compromissos assumidos passarão a fazer parte do Pacto e serão acompanhados, medidos e divulgados à sociedade.

GOVERNO DO ESTADO

- Conduzindo o programa e zelando pela preservação de seus objetivos e princípios fundamentais
- Sensibilizando e angariando parceiros estratégicos públicos e privados
- Articulando parcerias
- Conectando pessoas e instituições
- Ampliando seu investimento direto
- Estimulando o investimento privado em PD&I
- Captando recursos nacionais e internacionais
- Abrindo dados e servindo como plataforma para novas políticas e novos negócios
- Atualizando e complementando o arcabouço legal para inovação
- Reduzindo barreiras burocráticas
- Incluindo empreendedorismo e inovação na rede de ensino
- Realizar licitações voltadas a Micro e Pequenas Empresas, especialmente, inovadoras

PREFEITURAS

- Criando lei, conselho, fundo e incentivos municipais para empresas inovadoras
- Apoiando o Centro de Inovação e outros habitats de inovação do município
- Incluindo empreendedorismo e inovação na rede de ensino municipal e estimulando a adesão pelas escolas privadas
- Realizar licitações voltadas a Micro e Pequenas Empresas, especialmente, inovadoras

EMPRESAS

- Aumentando seu percentual de investimento próprio em PD&I
- Criando seus próprios núcleos de inovação
- Participando de programas de extensão tecnológica
- Aproximando-se da Academia para desenvolvimento conjunto de projetos
- Capacitando suas equipes para a cultura da inovação e intraempreendedorismo
- Apostando na aquisição de novos conhecimentos e tecnologias emergentes na sua área de atuação
- Aprimorando seus métodos e ferramentas de produção, aderindo a elementos como Gestão da Inovação, Design Thinking, Open Innovation, Inovação em Modelos de Negócios
- Transformando-se em empresas intensivas em conhecimento

- Incentivando seus executivos a lecionar e colaborar em atividades nas Universidades

ACADEMIA

- Implementando disciplina específica ou transversal em empreendedorismo e inovação
- Incentivando seu corpo docente a se capacitar no tema
- Incentivando projetos de extensão no tema
- Expandindo a transferência de tecnologia
- Melhorando a interlocução entre pesquisador e empresário
- Fortalecendo seu NIT
- Direcionando parte dos investimentos em pesquisa para as demandas tecnológicas da sua região
- Promovendo uma educação globalizada
- Incentivando alunos e professores no estudo de línguas estrangeiras

ESCOLAS

- Implementando disciplina específica ou transversal em empreendedorismo e inovação
- Desenvolvendo programas complementares ou de contraturno em empreendedorismo e inovação
- Explorando novos métodos e ambientes educativos
- Explorando o uso de tecnologias e ferramentas digitais
- Promovendo uma educação globalizada
- Reforçando ensino de línguas estrangeiras

INSTITUIÇÕES DE APOIO

- Sensibilizando outros agentes
- Capacitando
- Gerando, transferindo e compartilhando conhecimento alinhado às necessidades do mercado e setores estratégicos para o estado
- Liderando e articulando ações
- Desenvolvendo radar permanente e pró-ativo para captação de projeto nas empresas

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

- Difundindo esta iniciativa
- Divulgando eventos e ações relacionadas
- Criando e promovendo conteúdos sobre empreendedorismo e inovação
- Promovendo campanhas de valorização do empreendedor catarinense

CIDADÃOS

- Ajudando a difundir esta iniciativa
- Incentivando as próximas gerações para o empreendedorismo
- Empreendendo

3.7 Por que Participar do Pacto pela Inovação?

“O que tínhamos antes do movimento era uma concorrência por migalhas. Nossa premissa foi: ou continuamos brigando por essas migalhas ou construímos um mundo novo que beneficie a todos.”

*Gastón Acurio • Chef Peruano e Empresário.
Líder do movimento que colocou a cozinha peruana no mapa da gastronomia internacional.*

3.8 Implantação dos Centros de Inovação: o primeiro passo rumo ao futuro

O primeiro grande passo para a consolidação desta visão de futuro é a construção e implementação de 13 Centros de Inovação ao redor do estado, que funcionarão como os hubs regionais da inovação e do empreendedorismo. Cada um dos projetos do Pacto pela Inovação terá no Centro sua principal base de operação regional. No endereço www.painelsc.sc.gov.br é possível acompanhar o andamento das obras.

A proposta é de que os Centros acelerem o processo de consolidação de uma cultura estadual altamente favorável à inovação e ao empreendedorismo.

No capítulo 4, logo a seguir, são apresentados o conceito e os objetivos destes novos ambientes dinâmicos que darão início a um novo tempo para Santa Catarina.

No Livro 2 deste Guia de Implantação serão apresentadas todas as diretrizes e estratégias de ocupação e operação dos Centros.

4. O QUE É UM CENTRO DE INOVAÇÃO?

A Associação de Tecnologia e Centros de Incubação de Negócios da Alemanha [ADT] define um Centro de Inovação [CI] como um empreendimento baseado em infraestrutura para estabelecimento e crescimento de empresas. Objetivos relacionados incluem o desenvolvimento da região, cooperação entre pesquisadores e indústria, fornecimento de informações, treinamento técnico e gerencial e fortalecimento do desenvolvimento econômico regional através de uma rede de contatos regional e internacional para troca de informações e cooperação entre empresas [ACS; AUDRETSCH, 2010].

No contexto catarinense, o Centro de Inovação (CI) é uma comunidade (física ou virtual) que promove cultura inovadora e empreendedora, capacita pessoas para negócios e conecta agentes de inovação.

Além disso, acomoda empreendedores inovadores, profissionais liberais, startups e laboratórios de PD&I por tempos limitados. Em seu período de passagem pelo Centro, o empreendedor recebe assessoria para desenvolver, prototipar, produzir e comercializar seu produto, processo ou serviço com alto valor agregado.

O CI oferece espaço físico, infraestrutura tecnológica e um leque de serviços compartilhados para o empreended

edor a fim de qualificar, facilitar e acelerar o desenvolvimento de negócios inovadores.

O Centro pode ser visto como uma estrutura intermediária entre uma incubadora de empresas e um parque tecnológico. Oferece um leque maior de serviços e atividades do que uma incubadora e se diferencia de um parque, sobretudo, por não fazer gestão imobiliária de áreas para instalação de grandes empresas. Seu tamanho e custo operacional também são intermediários.

No caso de Santa Catarina, os Centros de Inovação estão sendo instalados em áreas estratégicas, onde as próprias regiões já possuem projetos para abrigar parques ou distritos de inovação no curto ou médio prazo. Assim, os Centros atuarão como os propulsores dos ecossistemas regionais em formação ou consolidação, acelerando seu amadurecimento.

Na Figura 10 podemos ter uma ideia do posicionamento do centro de inovação dentro de um conjunto ascendente de instituições de suporte à inovação.

Alguns exemplos próximos do modelo de Centros de Inovação que serão implantados em Santa Catarina podem ser encontrados na Coreia de Sul, Reino Unido, Espanha [Catalunha], Alemanha, entre outros.

Figura 10 - O Centro de Inovação no contexto dos habitats de inovação



Fonte: Via – estação conhecimento (2016)

Figura 11

MISSÃO DOS CENTROS DE INOVAÇÃO

**Ativar
Ecossistema
de Inovação**

**Criar Cultura
Inovadora e
Empreendedora**

**Gerar e Escalar
Negócios
Inovadores**





4.1 - A Missão dos Centros de Inovação

Os Centros de Inovação estão sendo criados para promover inovação e empreendedorismo em suas regiões. Como mostra a Figura 11, três grandes pilares sustentam a missão que eles têm a cumprir:

- Ativar o ecossistema de inovação
- Criar cultura inovadora e empreendedora
- Gerar e escalar negócios inovadores

O maior desafio dos Centros e dos trabalhadores da inovação é ENCURTAR DISTÂNCIAS entre:

Pessoas com ideias
Pessoas com talento (conhecimentos, habilidades, atitudes)
Pessoas com capital

Criando conexão, fluxo e, finalmente, inovação. Necessariamente nesta ordem.

4.1.1 Ativar o ecossistema de inovação

*"Precisamos de pontes, não de muros."
(Papa Francisco, na comemoração do 25º aniversário da queda do muro de Berlim)*

Há uma triagem ampla de estudiosos da inovação que concordam no teor das seguintes premissas:

A **Inovação** acontece no **Fluxo** (de ideias, talento, capital. Dificilmente acontece em água parada). O Fluxo depende de **Conexão** (entre pessoas e organizações). Conexão só existe com **Confiança**.

As barreiras sociais, políticas, culturais, emocionais ou institucionais que mantêm **pessoas e organizações distantes, são as armas que matam a inovação**. Ao separarem as pessoas com ideias de pessoas com talento e capital e vice-versa, essas barreiras elevam os custos de transação de todos e deixam as oportunidades de inovação se esvaírem a cada dia (HWANG; HOROWIT, 2012).

Para conectar pessoas e organizações é preciso **derubar essas barreiras** e construir territórios com altos níveis de confiança.

Os Centros de Inovação devem atuar como **força mobilizadora do ecossistema**, motivando, informando e conduzindo os atores para colaborar, compartilhar e cocriar, assim como deveria ser em um ecossistema saudável e vibrante.

A principal falha na projeção de habitats de inovação ao redor do mundo é não considerar que o mais importante é o **fluxo**, porque é ali que a inovação ocorre, e que o fluxo só pode surgir a partir de conexões (HWANG; HOROWIT, 2012). Os agentes do sistema precisam conversar, precisam se conectar. O Centro será o lugar para isso.

Um estudo do BID, que avalia os fracos resultados em termos de inovação dos parques tecnológicos da América Latina, constata:

A concentração de empresas com alto componente de conhecimento em um âmbito geográfico reduzido deve dar lugar em teoria à aparição de fluxos de cooperação tecnológica que, por sua vez, contribuam para dinamizar o tecido produtivo. No entanto, de acordo com os especialistas consultados, na grande maioria dos parques latino-americanos estes fluxos são ou muito escassos ou praticamente inexistentes (BID, 2013, p. 10).



Além disso, o Centro, como instituição de intermediação – entre empresas, governos e universidades –, deverá operar como plataforma para alinhar os interesses desses atores aos objetivos de desenvolvimento da região [MIAM; HULSINK, 2015].

Miam e Hulsink [2015] sustentam que é essencial fortalecer o ecossistema, mais do que fortalecer as instituições individualmente. Se o ecossistema estiver vivo, as instituições naturalmente serão fortalecidas. A inovação acontece no fluxo, por isso é mais importante investir na expansão do fluxo do que apenas nos stakeholders individualmente.

Keystone (Pedra Angular) é o nome dado por Hwang; Horowit [2012] a uma nova espécie identificada nos ecossistemas de inovação que observaram ao redor do mundo. Na verdade, os keystones são uma descoberta científica dos biólogos. São espécies que interagem com tantas outras espécies e causam um impacto tão grande que sua ausência poderia significar a queda do sistema.

Em ecossistemas de inovação, **keystones** são pessoas ou instituições integradoras, que circulam em diferentes grupos sociais, levam informações de um lado para o outro, são conectadas com muitas pessoas e conectam muitas outras. São os nós da rede.

Como são necessárias muitas interações entre indivíduos até que se juntem as pessoas certas, com os recursos certos, na hora certa para a inovação acontecer, ser um nó é muito eficaz (em muitos casos, muito lucrativo): como você conecta um monte de pontos, tem mais chances de fazer as conexões certas.

Isso é o que se espera de nossos Centros de Inovação e seus operadores; que sejam as pedras angulares dos seus ecossistemas, ampliadores das fronteiras entre as pessoas e instituições que estavam distanciadas e fechadas.

Como pedras angulares de seus ecossistemas regionais, os Centros de Inovação, seguindo o caminho de Hwang; Horowit [2012] devem:

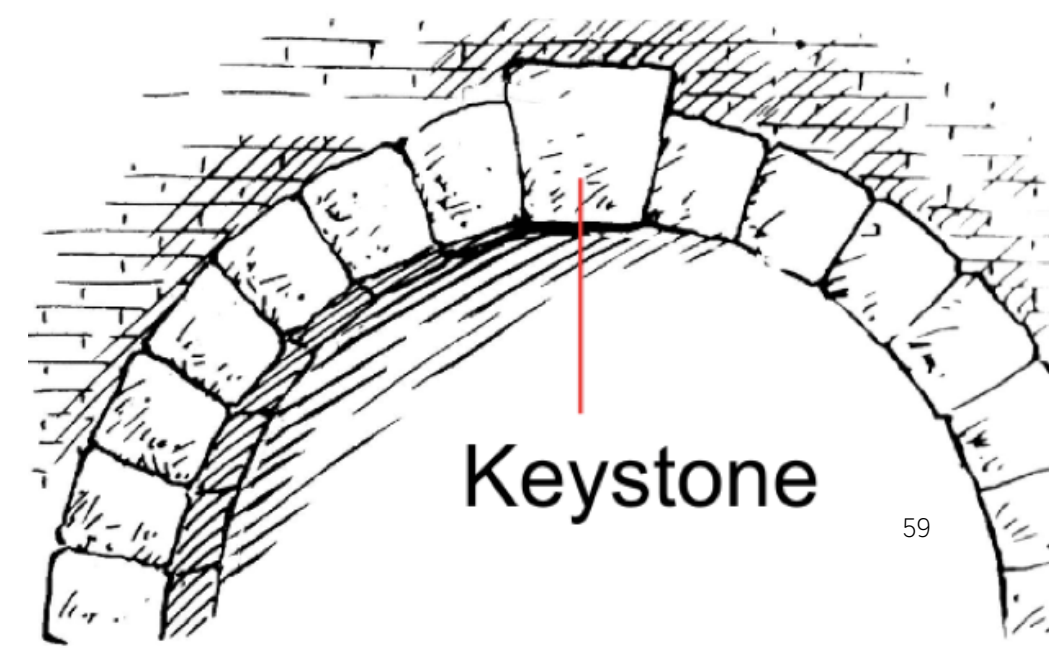
- Facilitar o acesso e a conexão entre pessoas com ideias, capital, conhecimento, etc, superando a hierarquia tradicional e penetrando barreiras sociais;
- Liderar ações que aumentem a colaboração entre indivíduos e organizações, de modo que eles possam refinar seus trabalhos e criar novos projetos juntos;
- Ser um filtro para conexões de alta qualidade;
- Tornar-se um hub respeitado porque tem um papel muito importante;
- Validar e disseminar um comportamento cultural que conduz à inovação;
- Intermediar relações e retirar-se quando elas estiverem consolidadas, ir para a próxima²⁴.

Confiança facilita Conexão.

Conexão gera **Fluxo**.

Fluxo é onde a **Inovação** acontece.

Estas ficam sendo as palavras mais importantes para as pessoas que gerenciarão os Centros e que animarão os ecossistemas de inovação. As demais funções dificilmente serão eficazes sem que estas sejam colocadas em passo.



24 - Há instituições – como muitos centros de transferência de tecnologia, por exemplo – que permanecem no meio da relação entre os organismos que elas uniram. Os estudos mostram que esse modelo tem menos eficiência do que o modelo de keystones, que intermediam e se retiram [HWANG; HOROWIT, 2012].

4.1.2 Promover a cultura inovadora e empreendedora

Aqui está um pouco das minhas reflexões de uma década imerso no Vale do Silício. Primeira coisa: cultura é tudo! As pessoas falam muito sobre cultura, mas até que você gaste um bom tempo nas trincheiras de um ambiente inovador, de alta velocidade e alto risco como é o Vale, é muito difícil entender. [...] Quando eles dizem que o Vale do Silício não é um lugar, mas um estado mental, é verdade. Pessoas talentosas estão em todo lugar do mundo. Mas, o modelo mental adequado é que é precioso [Victor W. Hwang, 2016].

Para que a inovação aconteça e faça proliferar negócios e oportunidades significativas para a região, ela precisa se tornar parte da cultura, do **espírito deste lugar**. E aí se inicia o trabalho dos Centros.

Se por um lado é fundamental que sejam retiradas as duras barreiras do caminho do empreendedor, como a burocracia na abertura de empresas e o difícil acesso à pesquisa científica, por outro é decisivo que a **mentalidade das pessoas esteja sintonizada com a criatividade e a disponibilidade para criar um mundo que ainda não existe**. É decisivo considerar que, tentando resolver problemas do dia a dia das pessoas e da coletividade, podemos criar negócios muito lucrativos, postos de trabalho e renda qualificados e até empresas globais.

Só depende do tamanho do problema que estamos resolvendo e das conexões certas.

Para isso, é preciso que a **linguagem e a forma de pensar e de enxergar oportunidades, inerente aos empreendedores inovadores**, torne-se um lugar comum, especialmente, entre os jovens, as crianças e aqueles que estão no mercado de trabalho.

O papel dos Centros vai além dos limites do seu prédio. Eles deverão não apenas realizar atividades de promoção da cultura inovadora, como também influenciar, apoiar e articular a criação de ações, programas e políticas que favoreçam esta nova cultura em ascensão.

A partir de extensas investigações sobre a América Latina e seus desafios, Andres Oppenheimer [2013] sugere que nosso continente, para lograr uma guinada em seu desenvolvimento, precisa aplicar à ciência, tecnologia e inovação o mesmo esforço, paixão e disciplina dedicados ao futebol, por exemplo.

“Precisamos formar o próximo ‘Neymar do software’ ou o próximo ‘Messi da robótica’”, coloca o autor, enfatizando a necessidade de uma mudança de direção em nossas plataformas educacionais, culturais e certos valores compartilhados.

Ao tentar entender o porquê de a América Latina criar tão poucos inovadores de impacto mundial, o autor encontra respostas que vão além dos elementos conhecidos como a má qualidade da educação, a falta de cientistas e engenheiros e a falta de ecossistemas favoráveis às empresas inovadoras. Para ele, a maior trava à inovação é a ausência de uma cultura **de admiração aos inovadores e empreendedores e a falta de tolerância social ao fracasso individual**, que são fatores-chave do êxito do Vale do Silício, por exemplo. Nesse sistema, “cria-se uma geração de meninos que querem avidamente ser estrelas do futebol, mas poucos que sonham ser um empresário exitoso ou o próximo Prêmio Nobel de Química” [OPPENHEIMER, 2014].

O florescimento da inovação, do empreendedorismo e da criatividade em um território passa pela formação de uma geração de empreendedores e inovadores, que passa por lideranças políticas, artísticas e sociais, além de canais de comunicação que apoiem e disseminem essas ideias.

Portanto, ao instalar estruturas que serão o símbolo de um estado e de regiões que decidiram apostar na inovação, precisaremos usar toda nossa criatividade e talento para sacudir as percepções e os sonhos de nossas crianças, jovens e adultos.

Precisaremos apostar em nossas qualidades, nas pessoas talentosas e nos ativos de toda ordem para compensar nossos problemas estruturais. E precisaremos trabalhar para que esses desafios, como a educação básica, venham a ser solucionados paralelamente, já que não podemos esperar, por exemplo, que o sistema educacional seja reformado para, então, começarmos a investir em inovação.

Nossa motivação e capacidade de superação serão nossos ativos mais valiosos.

Há muito trabalho pela frente.

4.1.3 Gerar e escalar negócios inovadores

[...] Nas inspirações durante o almoço, no esboço feito no guardanapo do café, nos flashes de insight, no primeiro protótipo testado – é aí que os avanços acontecem, onde as barreiras imaginárias são rompidas [Victor W. Hwang, 2016].

O terceiro item da missão dos Centros contempla sua função finalística: gerar e escalar negócios inovadores.

O Centro de Inovação deve se tornar a referência regional para qualquer cidadão que deseje **transformar uma ideia nova em um negócio ou levar a inovação para sua empresa**.

Essa função será cumprida por meio de um conjunto de serviços – gratuitos e não-gratuitos – prestados por profissionais especializados, que vão desde o acolhimento e informação, passando por mentoria, capacitação técnica e gerencial, até o acesso a investidores, novos mercados e internacionalização.

A segunda parte deste Guia – Livro II: Plano de Implantação – traz a descrição detalhada dos serviços e ações a serem oferecidos pelos Centros, diretamente ou por meio de parceiros.

O conjunto de serviços que os Centros podem oferecer parte do Meta Modelo para Centros de Inovação,

desenvolvido por Josep M. Piqué [2015], Presidente da Associação Internacional de Parques Científicos a Áreas de Inovação [IASP] e Presidente da Associação de Parques Científicos e Tecnológicos da Catalunha [XPCAT], em consultoria prestada ao Governo de Santa Catarina.

Cada função de Piqué é constituída por diversas subfunções. As funções e subfunções, bem como as atividades decorrentes delas, serão implantadas gradualmente nos Centros. A escolha de quais delas serão priorizadas e executadas por primeiro fica a cargo dos Comitês de Implantação, que devem tomar as decisões com base no nível de maturidade do seu ecossistema e de seus principais gaps. De maneira geral, é aconselhável que os trabalhos se iniciem pelas funções 1, 2 e 3.

Quadro 3 – Feitos para Conectar

Centros de Inovação... feitos para CONECTAR

A palavra norteadora da atuação dos Centros de Inovação é **CONEXÃO**

Conectar instituições para que trabalhem em parceria e somem esforços

Conectar conhecimento à geração de valor

Conectar Universidades a empresas

Conectar pesquisadores a empreendedores

Conectar empreendedores a investidores

Conectar talentos a oportunidades

Conectar criadores a consumidores

Conectar boas ideias a grandes negócios

Conectar problemas sociais a soluções eficazes

Conectar negócios tradicionais a ideias revolucionárias

Conectar os problemas locais às soluções globais

Conectar crianças e jovens ao pensamento criativo e ao futuro

Conectar gerações...unindo a criatividade à experiência

Conectar as organizações de hoje às tendências de amanhã

Conectar os governos aos sentimentos e necessidades dos cidadãos

Conectar os desafios do presente aos nossos sonhos de futuro

Fonte: autores (2016).

A proposta é que os empreendedores entrem no Centro com uma ideia e saiam com uma empresa inserida no mercado. Ou entrem com uma empresa nascente e saiam com uma empresa alavancada, ou entrem com uma empresa tradicional e saiam como uma empresa inovadora. **Sempre priorizando negócios com alto potencial de crescimento** a fim de que o impacto social e econômico seja o maior possível.

A rota natural de um negócio inovador nascente é, frequentemente, tortuosa. O número de elementos que o empreendedor precisa obter e de pessoas que precisa juntar para desenvolver seu produto é grande: especialistas no produto, investidores, bancos, advogados, contadores, designers, publicitários, distribuidores, profissionais de vendas e acesso a mercados, propriedade intelectual, manufatura, expertise regulatória e por aí vai...

As chances de as empresas morrerem no meio do caminho são altas. Muitas, efetivamente, ficam pela estrada. Mas, ao criar cultura de inovação, conectar as pessoas certas e prestar serviços de qualidade, os Centros têm a chance de aumentar drasticamente o número de negócios inovadores que prosperam.

Os Centros de Inovação devem ser o lugar onde o empreendedor pode se conectar com todas essas pessoas e oportunidades com rapidez, confiança e menor custo.

10 FUNÇÕES DOS CENTROS DE INOVAÇÃO DE SANTA CATARINA

Adaptado do Metamodelo de Josep M. Piqué [2015]

	FUNÇÕES	SUBFUNÇÕES					
1	GOVERNANÇA DO ECOSISTEMA	“Coordenação e Articulação*”	Mapeamento	Compartilhamento de Serviços	Compartilhamento de Infraestrutura	Padronização de Serviços	Monitoramento
2	INFORMAÇÃO	One Stop Shop	Eventos	Agenda Única	Networking	Comunicação interna e externa	Show Room
3	INOVAÇÃO	Coworking	Pré-incubadora	Incubadora Física e Virtual	Aceleradora	Scalerator*	Espaço Maker
		Projetos Inovadores de Empresas Estabelecidas	Transferência Tecnológica	Propriedade Intelectual	Open Innovation	Projetos de P&D	Socialização de ideias
4	TALENTOS	Formação	Orientação	Estágio	Atração e Retorno	Marketplace Talentos	Línguas estrangeiras
5	CAPITAL	Acesso a Investidores	Acesso a Crédito	Aval e Garantias	“Intermediação de Negociações”	Marketplace Investimentos	
6	ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS	Observatório dos Setores Estratégicos	Planejamento de Atração de Investimentos	Missões nacionais e internacionais	Landing Empresarial	Internacionalização de empresas	
7	ESPECIALIZAÇÃO INTELIGENTE	Plano de Especialização Inteligente	Governança de Clusters	Encontros de Inovação Crossectorial	Projetos Impulsionadores Setoriais	Agendas Setoriais	
8	“CONEXÃO INTERNACIONAL”	Redes Acadêmicas	Redes de Infraestrutura	Redes Institucionais	Redes de Parques e Incubadoras	Programa de Redes	
9	DESENVOLVIMENTO URBANO	Marketplace Espaços	Living Lab	Inventário de Imóveis Disponíveis	Mapa Urbanístico para expansão empresarial	Mapas de Infraestruturas de ecossistema	Cidades Inteligentes
10	COMUNIDADE	Inovação Social	Preparação de Novas Gerações de Inovadores	Formação de Pais e Mães	Inclusão Digital de Vovós e Vovôs	Desafios sociais	

Fonte: adaptado de Piqué [2015].



Missão dos Centros de Inovação

*“Ativar o ecossistema de inovação,
criar cultura inovadora e empreendedora,
gerar e escalar negócios inovadores para
transformar a economia da região.”*

Inovação é um esporte de equipe! Não houve apenas uma pessoa que pensou tudo e fez a Google. Foi o trabalho de muitos. Também não podemos ficar dependendo sempre dos mesmos atores ou dos velhos terrenos de troca conhecidos, é preciso ir além dessas fronteiras para inovar (HWANG; HOROWIT, 2016).

Uma das primeiras ações do projeto dos Centros de Inovação foi a seleção das cidades-polo para sediar estes espaços dotados de alto poder simbólico para promover empreendedorismo e inovação. Em princípio, 13 Centros foram planejados para serem implantados ao redor do Estado nas cidades-sede que estão marcadas no mapa [Figura 12].

Figura 12 - Cidades-sede dos Centros de Inovação



Fonte: autores, [2016]

5. REDE DE CENTROS DE INOVAÇÃO DE SANTA CATARINA

Esta é considerada a primeira fase de implantação de Centros. Os resultados apresentados nos próximos anos vão mostrar a necessidade de novas estruturas e o Governo de Santa Catarina é o maior incentivador para que elas se disseminem.

Também, estruturas já construídas podem ser aproveitadas para abrigar habitats de inovação nas cidades. O mais importante é que os passos pré-operacionais – que estarão descritos no Livro II –, como a ativação do ecossistema de inovação, a definição da Especialização Inteligente, além do arcabouço legal e financeiro, sejam preparados. Esses passos são fundamentais para oferecer garantia de êxito ao espaço.

Os municípios selecionados para receber os Centros nesta fase servirão como polo disseminador de inovação para as cidades do entorno. Os critérios para priorização das cidades que receberão os Centros são detalhados a seguir.

Critérios de priorização de cidades para receber Centros de Inovação:

- *Presença de grupos de pesquisas, mestres e doutores;*
- *Presença de pré-incubadora, incubadora e/ou núcleo de inovação tecnológica ou outros ambientes para promoção de inovação e empreendedorismo;*
- *Projetos para instalação de Parque Tecnológico, Distrito de Inovação (ou presença de Parques e Distritos já em operação);*
- *Presença de universidades com tradição de pesquisa e extensão;*
- *Presença de pessoas capacitadas para gestão de ambientes de inovação;*
- *Presença industrial e corpo econômico relevante na região;*
- *Presença de entidades empresariais organizadas;*
- *Posicionamento como cidade-polo na região ou microrregião.*

5.1 - A Rede

Se você fosse um grande investidor, uma multinacional ou um grande talento empreendedor procurando um novo lugar para se instalar, o que lhe pareceria mais atraente? Instalar-se em uma região que possui um Centro de Inovação? Ou se instalar em uma região que possui um Centro de Inovação que funciona em uma única plataforma com, pelo menos, outros 12 Centros e todos os seus profissionais e serviços especializados à disposição?

Entendendo que a resposta dos agentes de inovação que queremos ter em Santa Catarina seria a segunda opção, o Governo do Estado vai incentivar e dar suporte à **operação em rede dos 13 Centros**, considerando que os demais habitats venham se integrando à teia gradualmente.

Redes (sociais) são essencialmente pessoas interagindo, se comunicando. Elas acontecem naturalmente. Logo, o

que o Governo propõe é facilitar esse processo desenvolvendo ferramentas, em especial uma plataforma para abrigar iniciativas previstas e não previstas, com a qual todos os Centros, ambientes de inovação, seus profissionais e empreendedores possam se beneficiar.

Neste caso, a operação de Centros em Rede pode, sobretudo, ampliar o acesso de cada Centro a diversos recursos: especialistas, mentores, equipamentos, conhecimentos, talentos, experiências, eventos, investidores, etc.

Na prática, isso significa, por exemplo, que um evento realizado em um dos Centros pode ser transmitido, simultaneamente, aos outros 12. Que um mentor de negócios pode atender, virtualmente, empresas residentes de qualquer Centro, que a agenda de eventos e portfólio de produtos e serviços pode ser unificada, recursos de pesquisa compartilhados, projetos realizados em colaboração com diversas cidades, conhecimento e experiências organizados e geridos em uma única plataforma e assim por diante.

Além de ampliar as capacidades dos Centros, o trabalho em rede facilita o processo de atração de investimentos para o estado, aumenta a visibilidade das empresas residentes nos Centros e no ecossistema, amplia a atração de investidores interessados em aquisição e licenciamento de produtos e serviços, patentes, *join ventures*, aquisição de *startups*, desverticalização, etc.

Do ponto de vista do Governo, a Rede facilita o alinhamento estratégico e a complementaridade dos Centros e dos agentes do ecossistema, a otimização de recursos físicos e humanos distribuídos pelo estado e a redução de custos de operação. Também incentiva conexões, fluxo e trocas que são essenciais para a inovação e, ainda, permite o acompanhamento dos resultados e avaliação dos Centros de forma mais eficiente.

Os Centros de Inovação são um tipo de organização relativamente novo no Brasil, que prestará serviços não-convencionais, sob arranjos de gestão inovadores. Compartilhar experiências de êxito e falha, trocar ideias e consultar os pares são possibilidades especialmente valiosas neste contexto. A Rede pode facilitar e acelerar isso.

Deste modo, os Centros de Inovação de Santa Catarina operarão sob uma única plataforma digital, atuando de forma colaborativa e compartilhando todos os ativos passíveis de compartilhamento, sobretudo, virtual.





O que é a Rede de Centros de Inovação?

São os processos de interação entre os Centros de Inovação [e demais habitats]. Ou, mais especificamente, entre as pessoas que atuam nesses ambientes.

Por que atuar em Rede?

Para ampliar o acesso a recursos, talentos e oportunidades de cada Centro por meio da colaboração e compartilhamento, e para criar eficiência e reduzir custos de operação.

Como a Rede funcionará?

Por todos os meios de comunicação possíveis e por uma plataforma digital que poderá organizar, facilitar e dar suporte tecnológico às iniciativas.

Quem vai gerir a Rede?

O conceito de Rede implica multiliderança. Como proponente da iniciativa, o Governo do Estado oferecerá e fará a gestão da plataforma tecnológica sobre a qual a Rede atuará. Vai conduzir, organizar e provocar iniciativas específicas que gerem conexão, colaboração, crescimento coletivo, ganhos mútuos, impacto social e inovação.

O que os Centros poderão obter e oferecer na Rede?

A lista é imprevisível, mas, para começar:

- Serviços Compartilhados (mentoria, consultoria, instrutoria, assessoria, coaching, etc)

- Projetos colaborativos
- Processos colaborativos (contínuos)
- Agenda compartilhada
- Showroom unificado de empresas
- Infraestrutura compartilhada (TIC, equipamentos de ponta, etc)
- Compartilhamento de informação, conhecimento e boas práticas em gestão operacional, gestão da inovação, articulação do ecossistema, promoção da cultura da inovação, etc
- Maior visibilidade para os empreendimentos residentes

Reduzindo distâncias, removendo barreiras, expandindo conexões sem necessidade de intermediários [desintermediação] e substituindo a necessidade de posse de todos os recursos pelo “acesso” a eles, a Rede pode multiplicar o potencial de cada região individualmente. Criará, assim, um grande diferencial competitivo para o estado.

Uma vez que este fluxo obtenha êxito, estaremos, possivelmente, figurando no cenário internacional como o primeiro Estado do mundo a ter Centros de Inovação atuando em Rede.

Os detalhes para a operação da Rede serão detalhados no terceiro volume do Guia de Implantação dos Centros.



***A vida segue, mas certas verdades sempre
permanecerão. Inovadores e empreendedores
sabem disso intuitivamente. Apertos de mão
valem mais que contratos. Altruísmo é mais
eficiente que egoísmo. E coisas bobas como
confiança, sonhos e amor...
elas realmente movem o mundo.***

[Victor W. Hwang, 2016 em Farewell, Silicon Valley]

EXPEDIENTE

Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável/
Diretoria de Desenvolvimento de Ciência, Tecnologia e Inovação.

