



Economia Criativa
Casa Firjan
Julia Zardo

Gerência de Ambientes de Inovação
Gerência Geral de Desenvolvimento e Inovação Empresarial - GGD





Contexto NOVA ECONOMIA

CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO

Moldada por **novos parâmetros** que nos desafiam

Novos **comportamentos**

Novas **tecnologias**

Novos **valores**

Novas **formas de consumo**

Um mundo paralelo (**digital**)

*nova economia : Forum Econômico Mundial Report 2018

NOVA ECONOMIA

Perguntas...

Quais são as tendências na Nova Economia?
Para onde estamos indo?

Impactos no **mercado de trabalho**:

Quais serão as profissões do futuro?

Quais são as novas competências necessárias?

Quais serão as áreas de conhecimento determinantes?

Quais são os impactos **nos negócios**?

Qual é a nova configuração da empresa?

Quais são os novos modelos de negócios?

O que se espera do líder empresarial?

Modelos de gestão tradicionais são suficientes?

Ambiente regulatório suporta? / Legislação é adequada?





PROPÓSITO CASA FIRJAN

Um espaço de **INOVAÇÃO**, conectado com o **FUTURO** e comprometido em pensar, refletir, criar propostas e entregar soluções **HOJE** para os desafios da **NOVA ECONOMIA** em uma sociedade em transformação.



RECUPERAÇÃO DE UM
PATRIMÔNIO HISTÓRICO

ESPAÇO PARA O RIO DE
JANEIRO

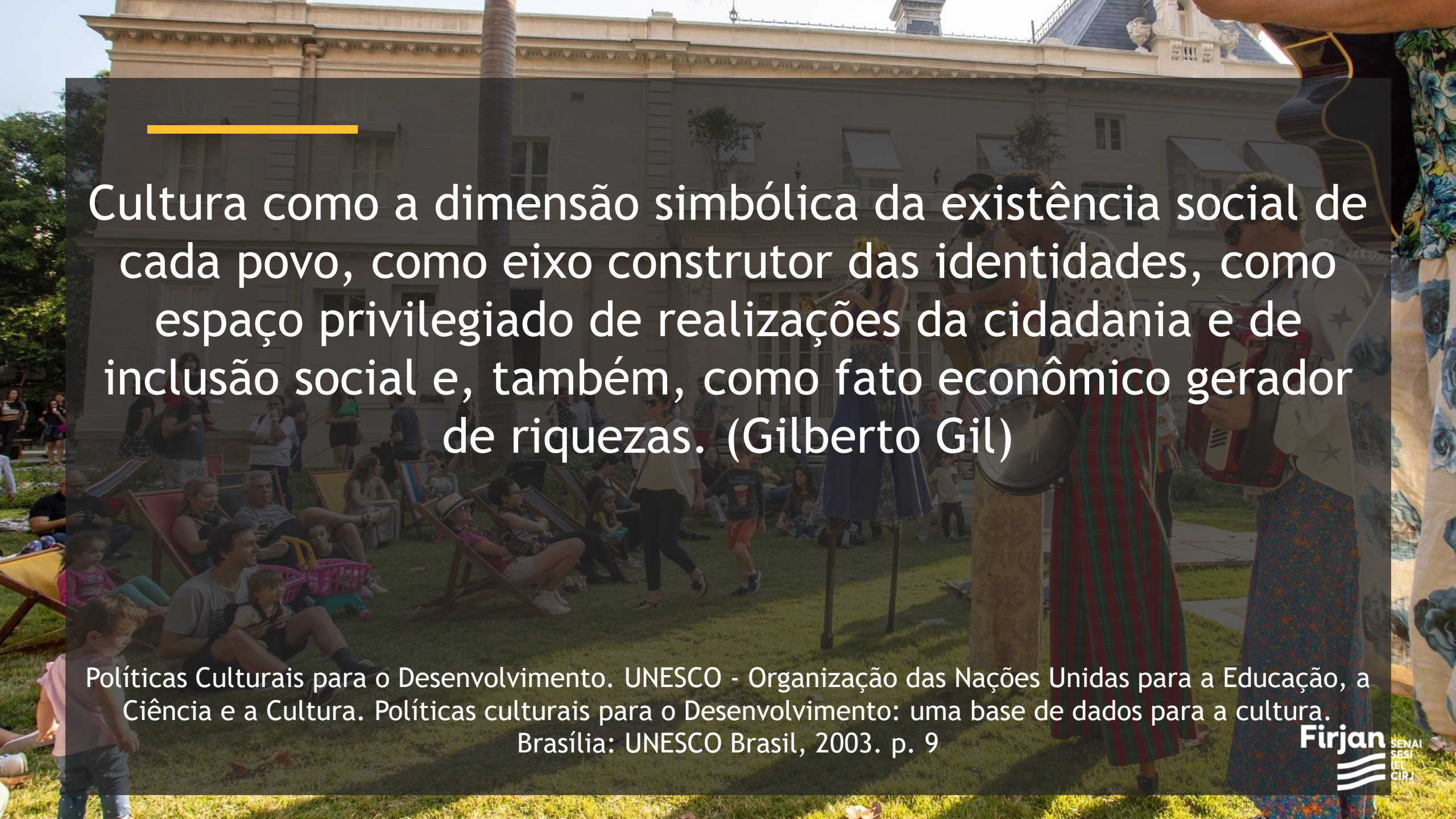
CONCURSO DE
ARQUITETURA

Firjan
SENAI
SESI
IEL
CIRJ

A photograph of a street festival. In the foreground, a band of four people is performing on stilts. One person is playing a trumpet, another a saxophone, and a third a drum. They are wearing colorful, patterned clothing. In the background, a large, multi-story building with many windows is visible. A crowd of people is gathered on the grass in front of the building, some sitting on chairs and others standing. The scene is outdoors and appears to be in the late afternoon or early evening.

Como e Por que a Economia Criativa como Fator de Desenvolvimento?

Por que?



Cultura como a dimensão simbólica da existência social de cada povo, como eixo construtor das identidades, como espaço privilegiado de realizações da cidadania e de inclusão social e, também, como fato econômico gerador de riquezas. (Gilberto Gil)

Políticas Culturais para o Desenvolvimento. UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Políticas culturais para o Desenvolvimento: uma base de dados para a cultura. Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. 9



MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA

ÓTICA DO MERCADO DE TRABALHO

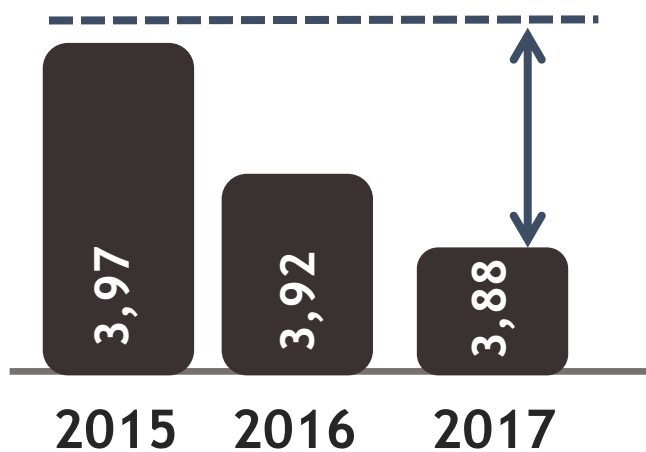
ÓTICA DA PRODUÇÃO

PROFISSIONAIS PIB CRIATIVOS CRIATIVO

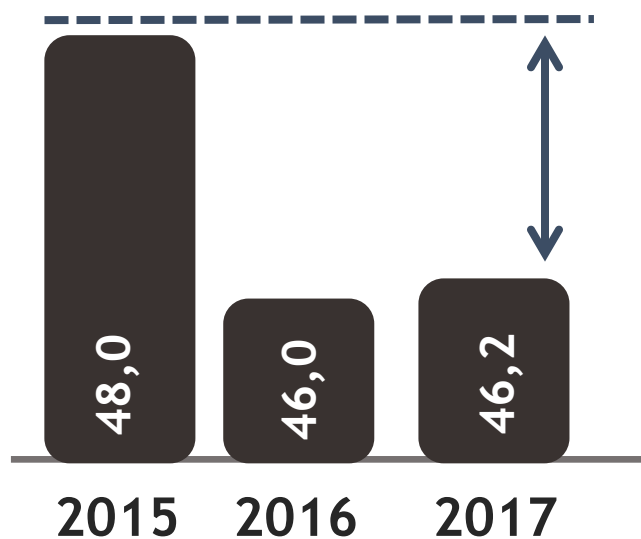
- Estudo divulgado a cada 2 anos que acompanha o desenvolvimento da área criativa no Brasil e nos estados.
- Fonte: Dados oficiais do Ministério do Trabalho/ RAIS. Ano base: 2017.

Crise econômica

Total de estabelecimentos
(em milhões)



Total de empregados no
Brasil
(em milhões)



Mais de 80 mil
estabelecimentos
fechados e 1,7
milhões
de postos de
trabalho
encerrados no
biênio

Como a digitalização está
mudando o nosso
mundo





**Novas tecnologias
+ acessíveis**

MUDA A LÓGICA DE CONCORRÊNCIA!

MUDAM OS CANAIS!

Novas

formas de trabalho

Novos modelos de

negócios

A vintage Sharp television set is shown on a tripod stand. The TV is dark-colored with a silver trim around the screen. The screen is dark and reflects some light. The control panel on the right side of the TV has several knobs and buttons, including a large dial with numbers 1 through 12. The brand name 'SHARP' is visible at the bottom left of the TV frame. The background is a textured, light-colored wall. The floor is a greenish-brown color.

Perda de força das mídias tradicionais

Aumenta o
volume de dados

Que representam uma
mina de ouro para as
empresas

Data has a better idea

837,2 mil
profissionais criativos

10 maracanãs lotados

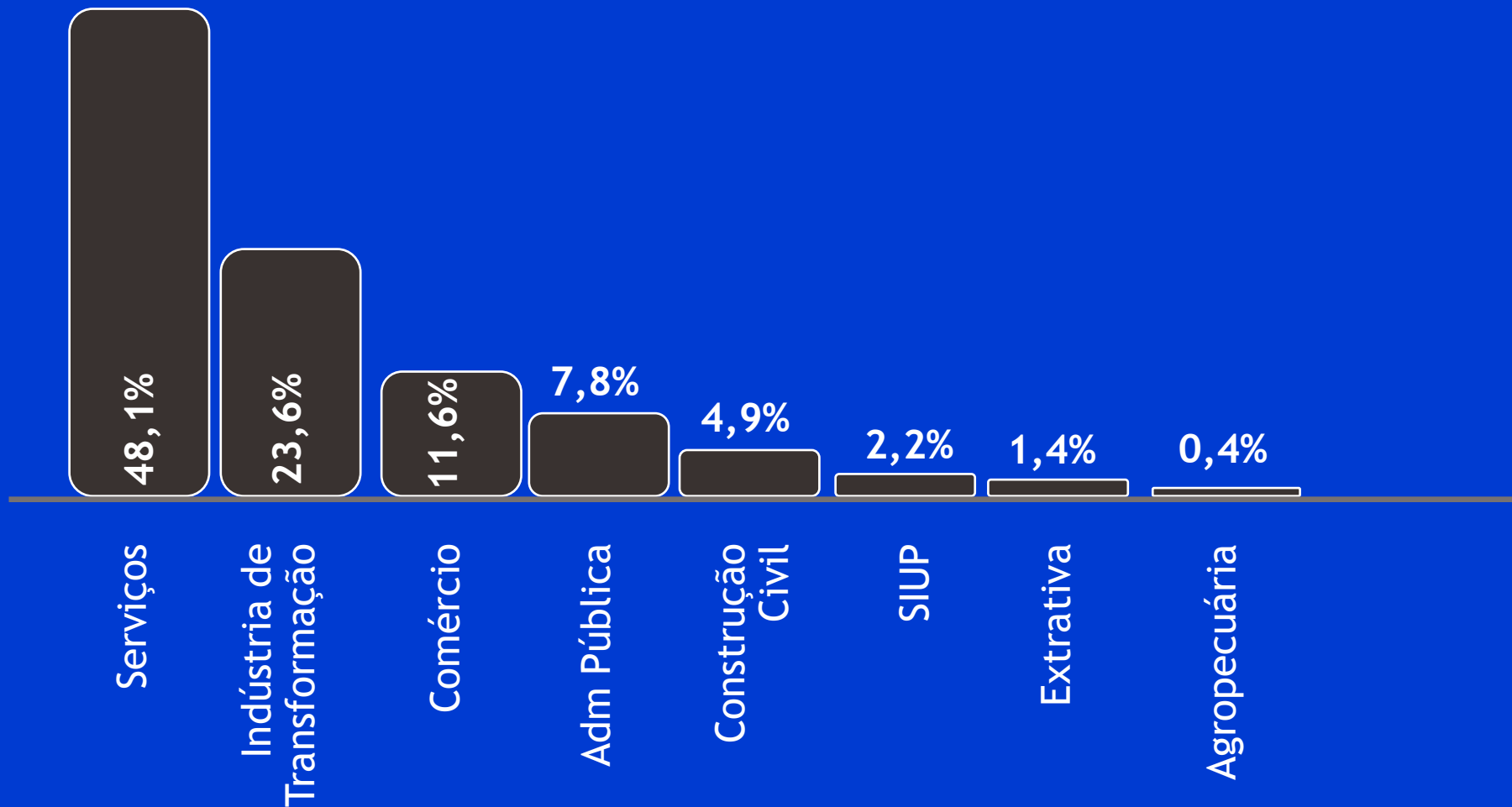


QUEM SÃO OS CRIATIVOS



Designers
Engenheiros
Arquitetos
Publicitários
Autores
Profissionais De Marketing
Biomédicos
Programadores
Cenógrafos
Apresentadores
Pesquisadores
Pesquisadores De Mercado
Editores
Produtores
Antropólogos
Geneticistas

Estão presentes em toda a economia



Também muito relevantes na Indústria de Transformação...



a cada 5 profissionais criativos 1
está na indústria de transformação

181,5 mil criativos na IT

**E como os criativos se
comportam no período**

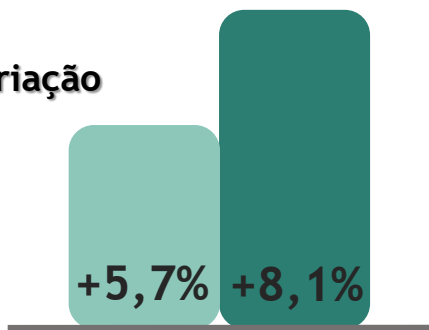


Criativos, que até então tinham sido poupados, também sentem efeitos da crise

2013 em relação a 2011:

A Indústria Criativa estava crescendo acima do total do mercado de trabalho

Variação

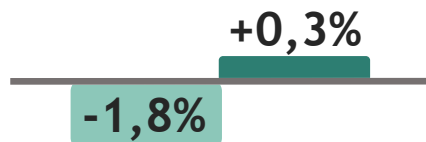


Total do Indústria
mercado criativa

2015 em relação a 2013:

O mercado de trabalho brasileiro já apresentava retração e a Indústria Criativa se mantinha em ascensão.

Variação

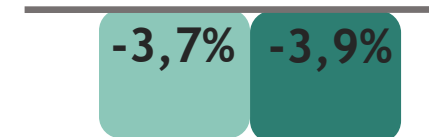


Total do Indústria
mercado criativa

2017 em relação a 2015:

Indústria Criativa também sente efeitos da crise econômica

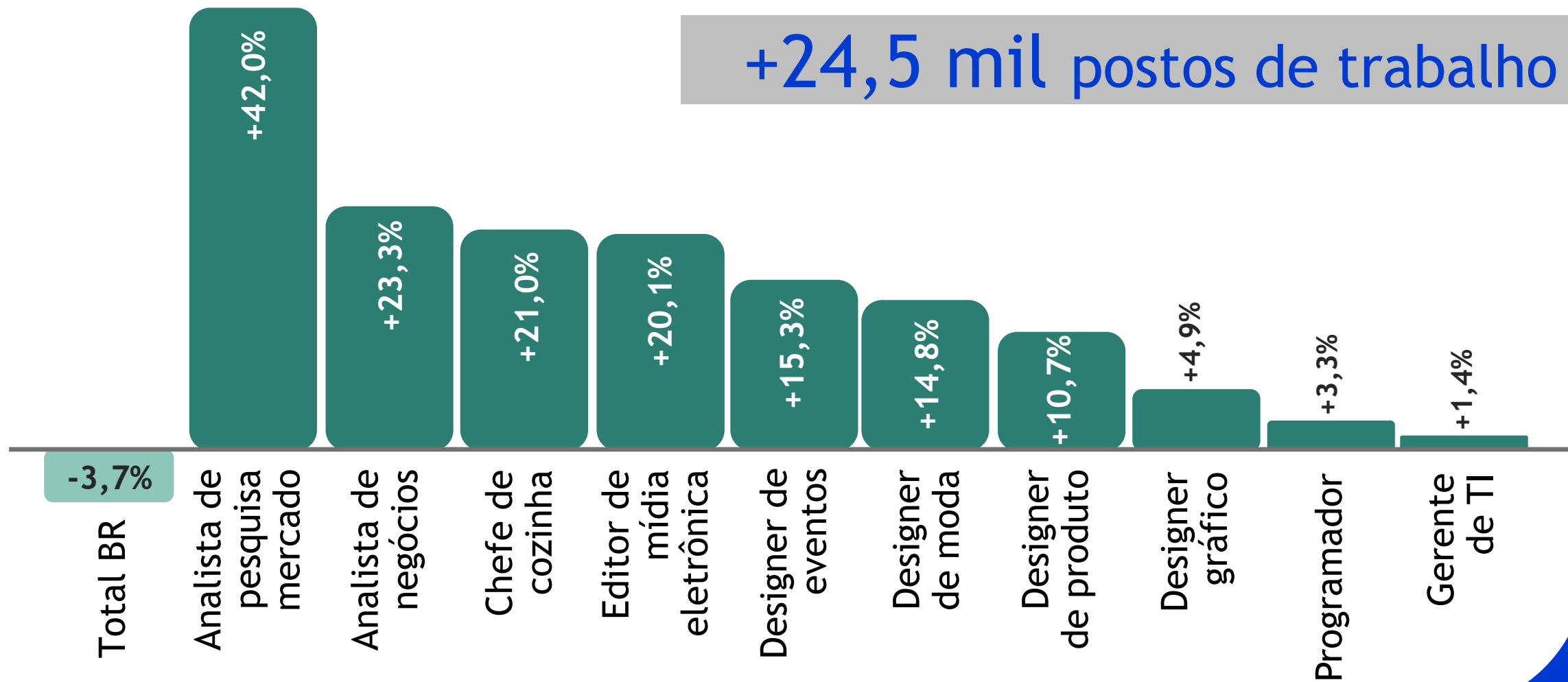
Variação



Total do Indústria
mercado criativa

**O Brasil já se prepara para
a transformação digital**

Variação 2017/2015

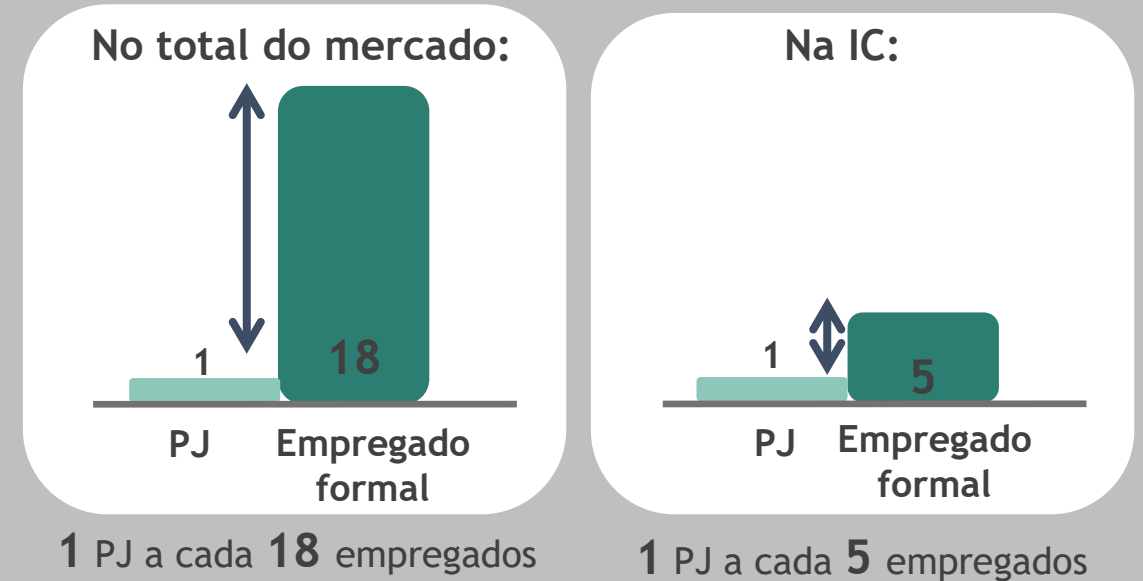


Cresce a busca por profissionais ligados
ao foco no consumidor, digitalização e
diferenciação de produtos/serviços

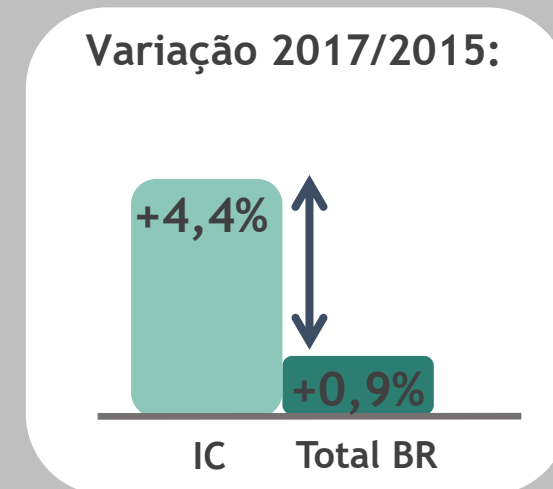
- + compreensão do consumidor
- + geração de experiências
- + grande volume de dados
- + digital

Maior proporção de PJs dentro da IC

Novas formas de trabalho mais presentes na Indústria Criativa



Maior crescimento de PJs dentro da IC



Fonte: RAIS, 2017.

Consumo



Publicidade



Arquitetura



Design



Moda

13 segmentos
4 grandes áreas

Mídias

Editorial



Audiovisual



Cultura



Expressões culturais



Patrimônio & Artes



Música



Artes cênicas

Tecnologia

Pesquisa &
Desenvolvimento



TIC



Biotecnologia



Consumo

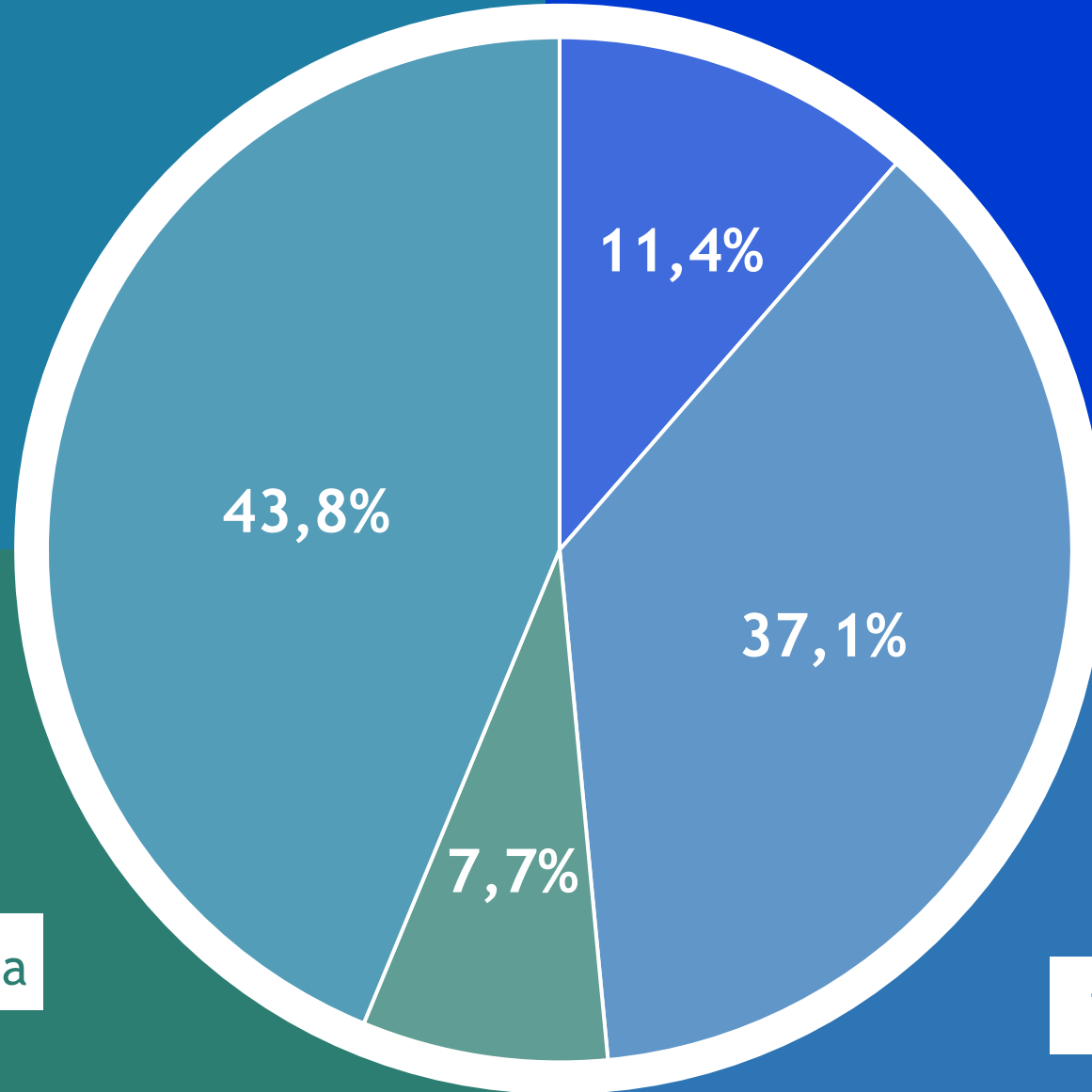
366,3 mil

Mudança no perfil dos
profissionais

Cultura

64,9 mil

Consolidação da gastronomia
impulsiona a área



Mídias

95,6 mil

Perda de força
das mídias tradicionais

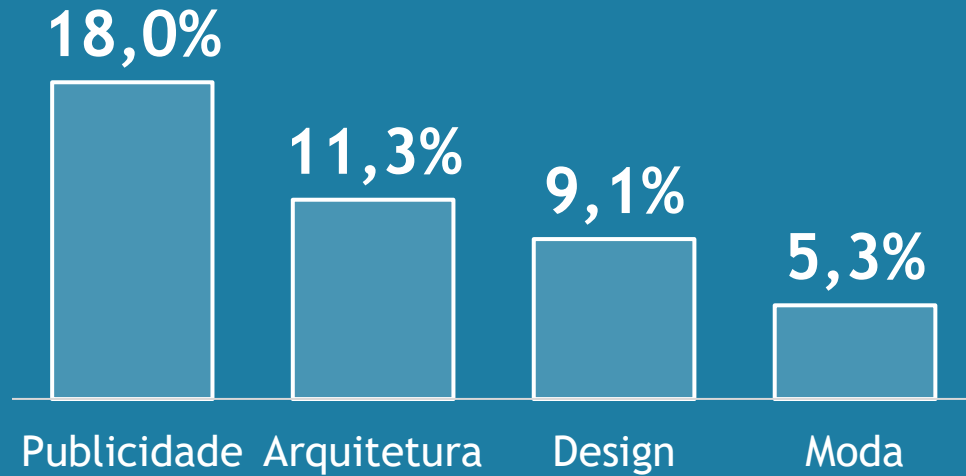
Tecnologia

310,4 mil

Empresas se preparam para
trabalhar o grande volume de
dados

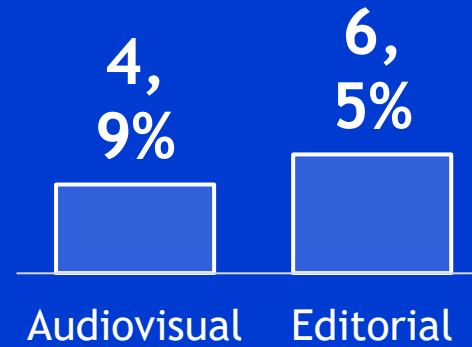
Consumo

366,3 mil



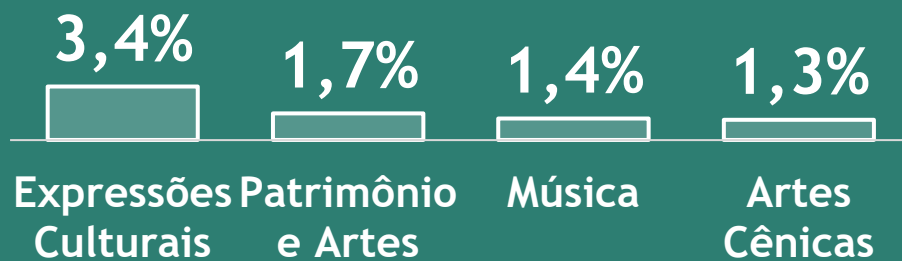
Mídias

95,6 mil



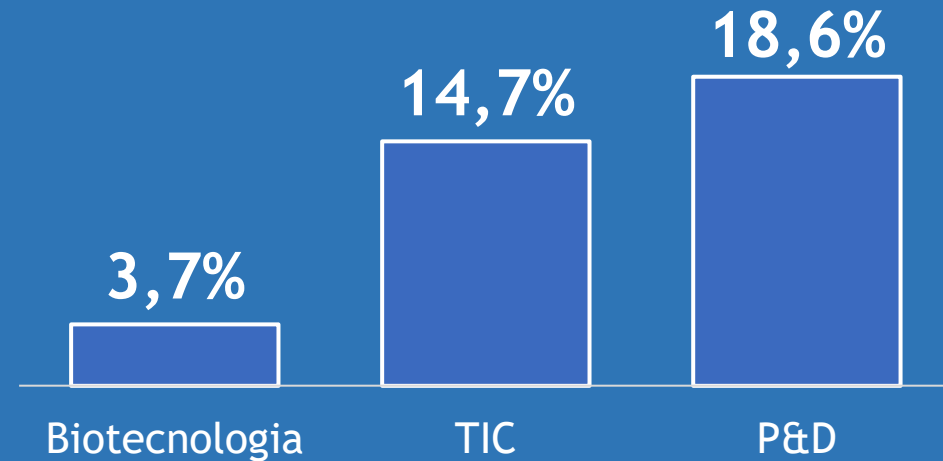
Cultura

64,9 mil



Tecnologia

310,4 mil




A photograph of a street festival. In the foreground, a band of performers on stilts is playing music. One performer is a woman in a purple dress playing a trumpet, another is a man in a white shirt with black polka dots playing a drum, and a third is a man in a white shirt with black stars playing a red and white accordion. They are on a grassy area. In the background, a large, multi-story building with many windows is visible. A crowd of people is sitting on the grass, watching the performance. A yellow horizontal line is at the top left of the image.

Como e Por que a Economia Criativa como Fator de Desenvolvimento?

Como?

- 
- 1 – Conhecendo o Setor
- 2 – Formando Empreendedores e empreendimentos
- 3 – Criando Ambientes de Inovação

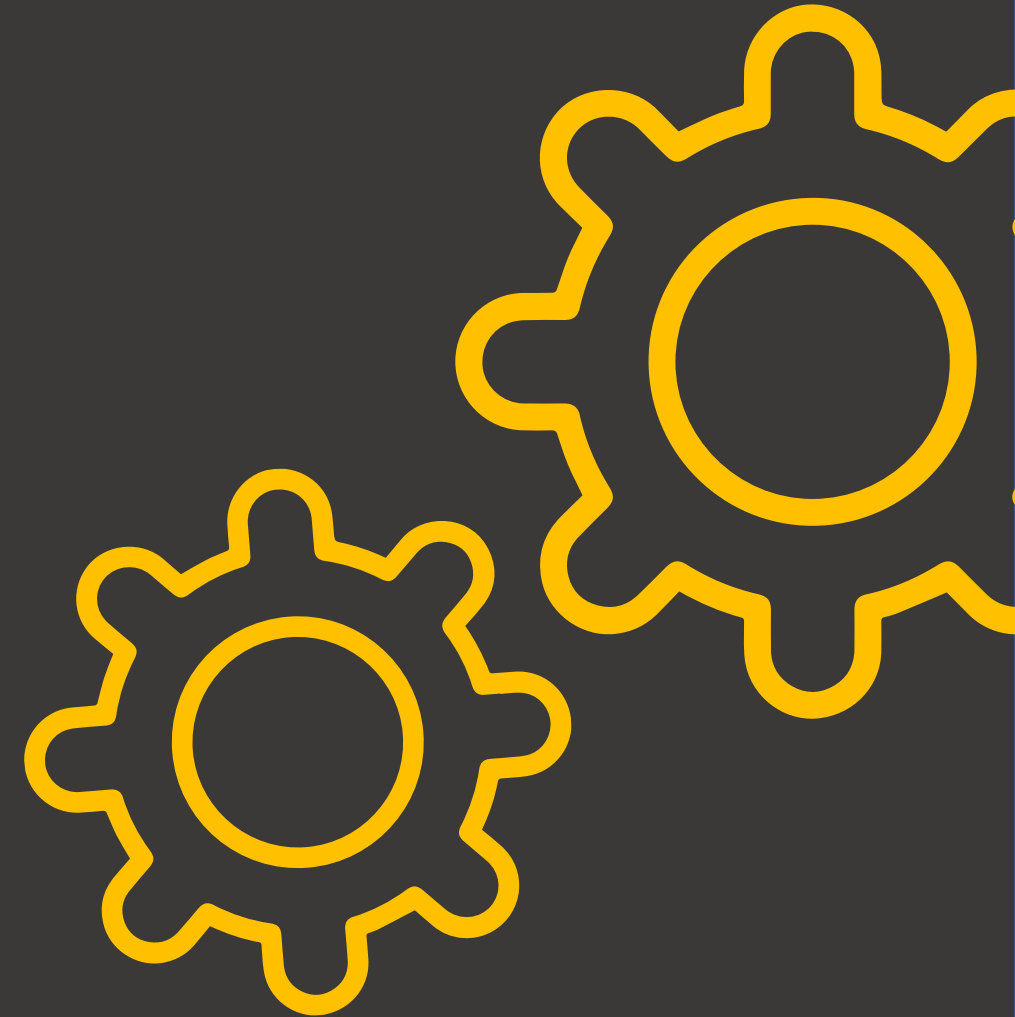


Pauta - Economia Criativa no Rio

Objetivos

Pauta Prioritária Atual

Pauta Futuro



Pautas de Hoje



Desenvolvimento

1. Estado eficaz e eficiente
2. Desburocratização



Infraestrutura



Fomento

1. Condecine (fundo setorial de audiovisual)

PARA TODAS AS INDÚSTRIAS,
INCLUSIVE TRADICIONAIS

Pautas do Futuro >>



Capacitação



PPP'S



Inovação



Regionalização

Setores



Audiovisual

Cinema, TV, games e publicidade



Design

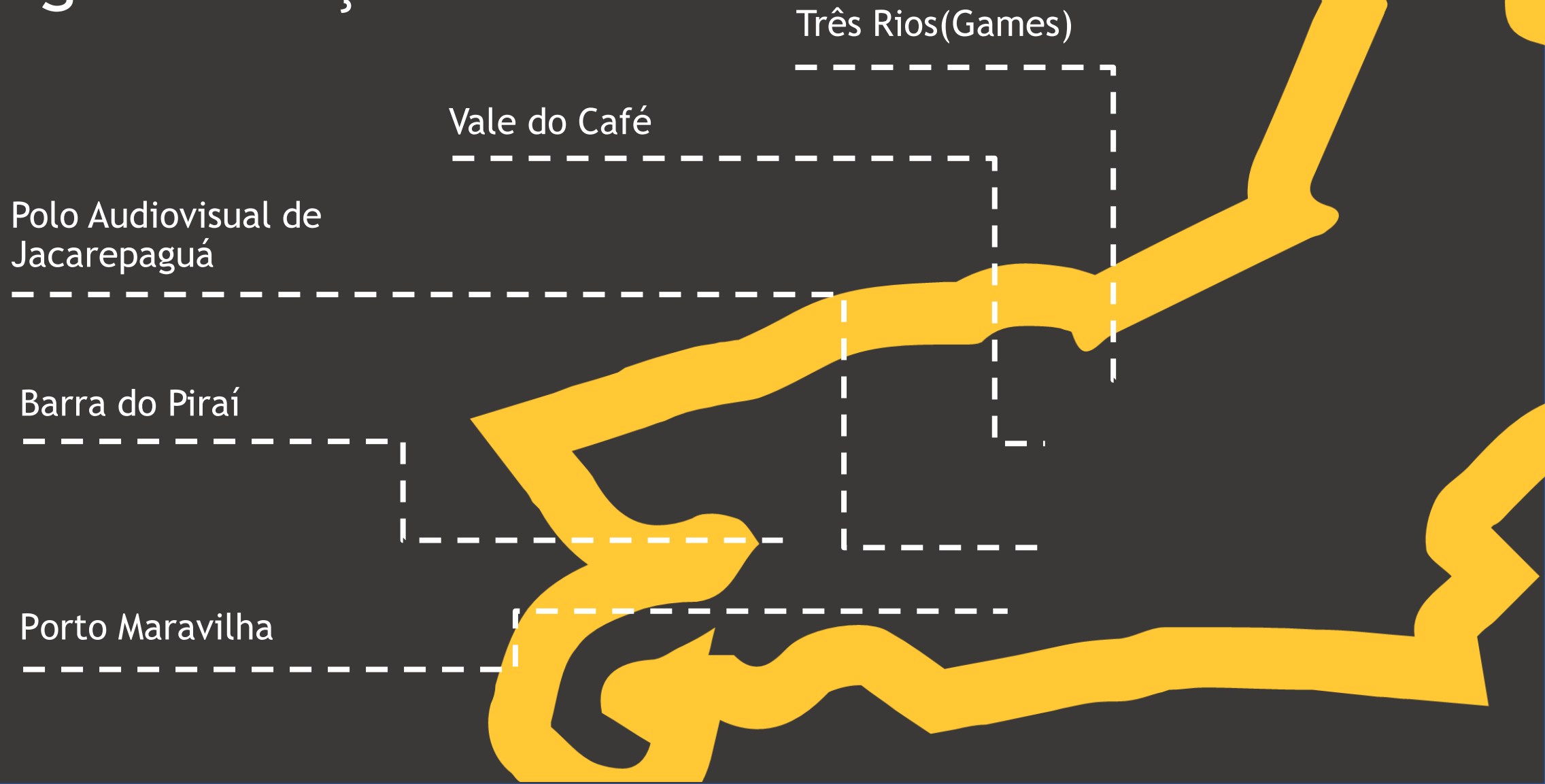
Moda, arquitetura e patrimônio



Entretenimento e Turismo

Música, eventos e artes plásticas

Regionalização

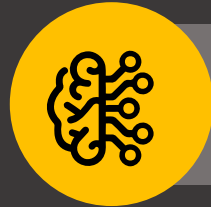




Criar desenho das ocupações territoriais



Identificar potencialidades setoriais



Montar estratégia integrada (PPP's)



Film Commission como ferramenta

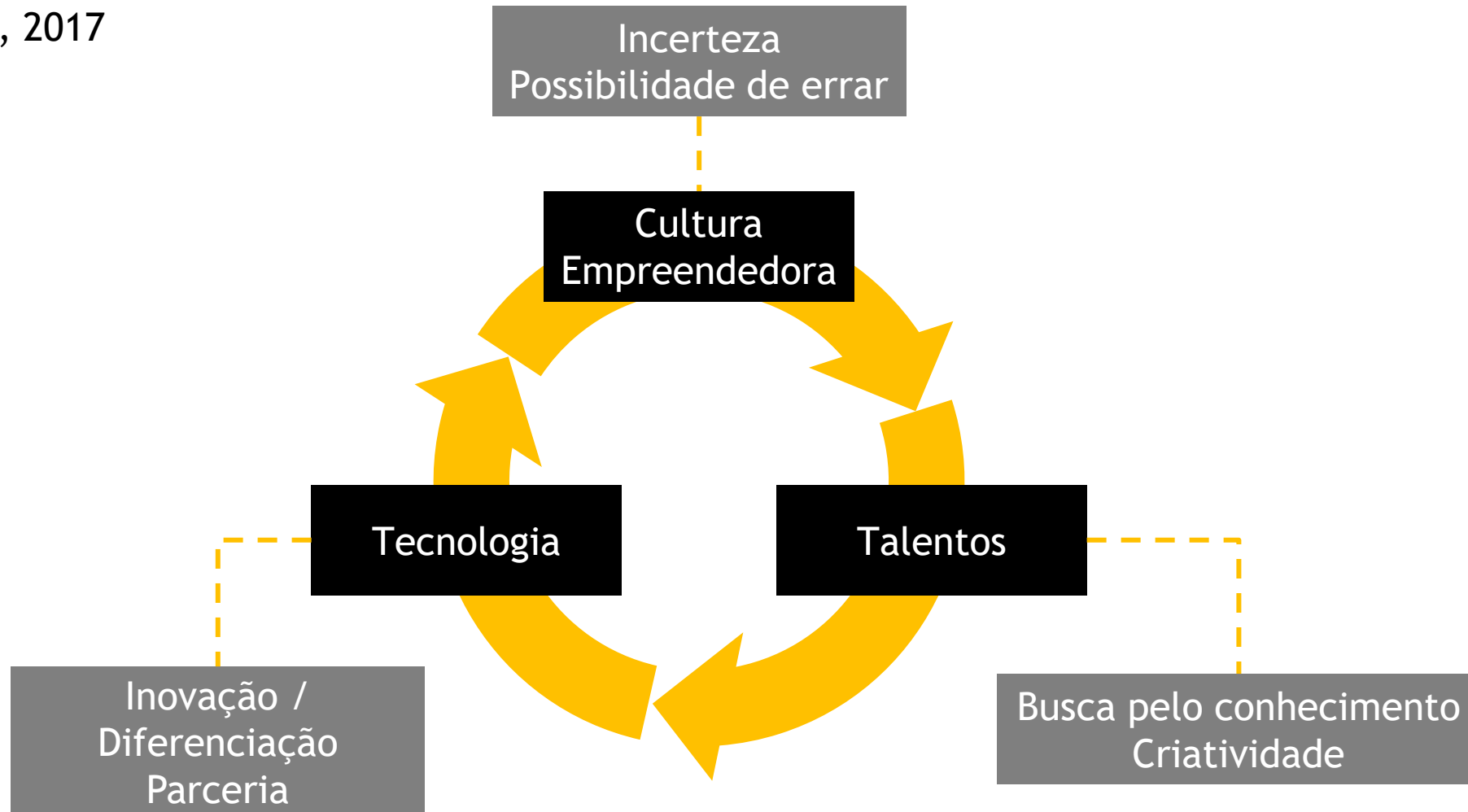
Visão de Futuro




Do que precisamos?

Redes Colaborativas

Julia Zardo, 2017

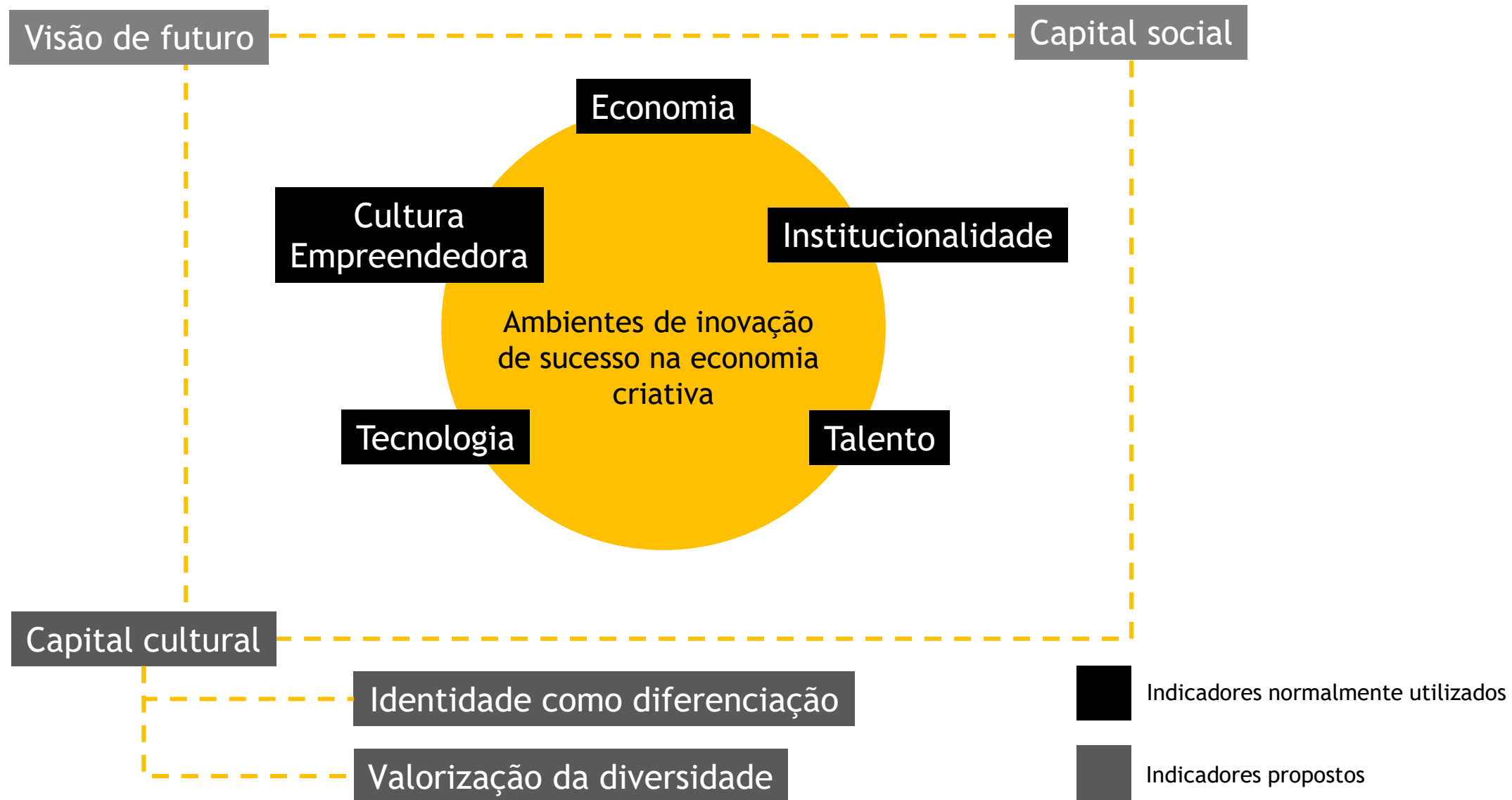




Diversidade possibilitando *local linkages*,
colaboração e transferência de *know-how*,
gerando sempre novas combinações.

Redes Colaborativas Criativas

Julia Zardo, 2017



Place Branding

City branding



I amsterdam.

The logo for "I amsterdam." features the word "I" in a bold, red, sans-serif font, followed by "amsterdam." in a bold, black, sans-serif font.

PEOPLE
MAKE
GLASGOW

The logo for "PEOPLE MAKE GLASGOW" features the words "PEOPLE", "MAKE", and "GLASGOW" stacked vertically in a white, sans-serif font, set against a blue background with a gradient effect.



hardware

Aspectos imóveis do lugar: geografia,
arquitetura...

software

Aspectos moveis do lugar: atividades,
programação...

peopIeware

Aspectos humanos do lugar: identidade,
cultura...

Firjan SENAI
SESI
IEL
CIRJ

