

Introdução: Definimos **indústrias criativas** como setores cuja **criatividade** e **inovação** são elementos essenciais do negócio. O primeiro mapeamento desse setor iniciou-se na década de 1990 na Inglaterra pelo Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Governo do Reino Unido (DCMS). As indústrias criativas são aquelas que utilizam como **principais insumos** a **criação**, **produção** e **distribuição** de bens e serviços que usam a **criatividade** e o **capital intelectual**. Essas indústrias reúnem um conjunto de operações baseadas no **conhecimento**, produzindo bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com **conteúdo criativo** e **valor econômico**

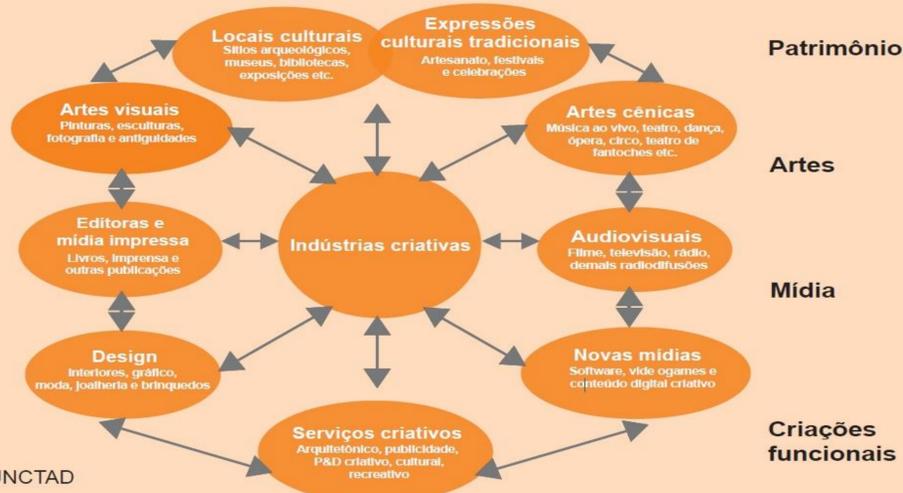
OBJETIVO: Analisar o conceito, processos e os fatores que contribuem à inovação em dois escritórios de design de pequeno porte, localizados no Brasil e na Inglaterra.

METODOLOGIA: Estudo de caso realizado em dois escritórios do setor de design de produto, localizados no Rio Grande do Sul e na Inglaterra. A coleta de dados foi realizada através de **entrevistas com roteiro semi-estruturado com funcionários dos escritórios**, observação e análise de documentos.

RESULTADOS:

: Para o escritório brasileiro (VLK), inovação é a “utilização máxima da capacidade criativa dos seus colaboradores”. Para se gerar novas ideias, o escritório aposta no entendimento e o envolvimento com o cliente, *brainstorming* e ambientes favoráveis à inovação. A VLK busca fazer projetos inovadores para os seus clientes, oferecendo não apenas aquilo que o cliente pediu, mas também repensar o modelo de negócio do cliente e oferecer novas possibilidades de negócios.

: Para o escritório inglês (ADP), inovação não é apenas criar algo novo, mas também criar novas propostas para algo já existente, de tal forma que mude a maneira como o cliente enxerga e o seu comportamento perante o produto ou serviço. O ADP também acredita que o envolvimento com o cliente é fundamental para a inovação.



Fonte: UNCTAD (2010)

A **inovação** e a **criatividade** assumem um papel central na sobrevivência das organizações que compõem os setores da **indústria criativa**, em especial, para os escritórios de **Design**, pois **esses demandam** alto grau de customização, buscando satisfazer vontades ou necessidades dos clientes. Propõe-se, as seguintes questões: qual é a percepção dos gestores de escritórios de design em relação ao conceito de inovação e quais os seus fatores antecedentes?

Utilização da
capacidade criativa

Criar novas propostas
para algo já existente

Exploração econômica
bem-sucedida de algo
novo

CONCLUSÃO E ESTUDOS FUTUROS: Os resultados obtidos evidenciam que como fatores influenciadores da inovação em nesses dois escritórios, destacam-se: a participação e o envolvimento com o cliente no projetos, a capacidade criativa dos funcionários, o processo de *briefing* e o compartilhamento de ideias. Novas pesquisas podem ser conduzidas para expansão do tema, buscando entender o processo de inovação em outros setores das indústrias criativas.

Autor: Vitor Klein Schmidt

Profª Orientadora: Drª. Aurora Carneiro Zen (PPGA/UFRGS)

Curso e universidade: Administração/UFRGS

Palavras-chave: inovação, indústrias criativas, design.