



# **Global Megatrends e a Inovação**

Dra. Susana Kakuta  
BADESUL – Diretora Presidente

# MUDANÇAS DEMOGRÁFICAS



O envelhecimento da população

NÚMERO DE IDOSOS CRESCE 55% EM 10 ANOS E REPRESENTAM 12% DA POPULAÇÃO

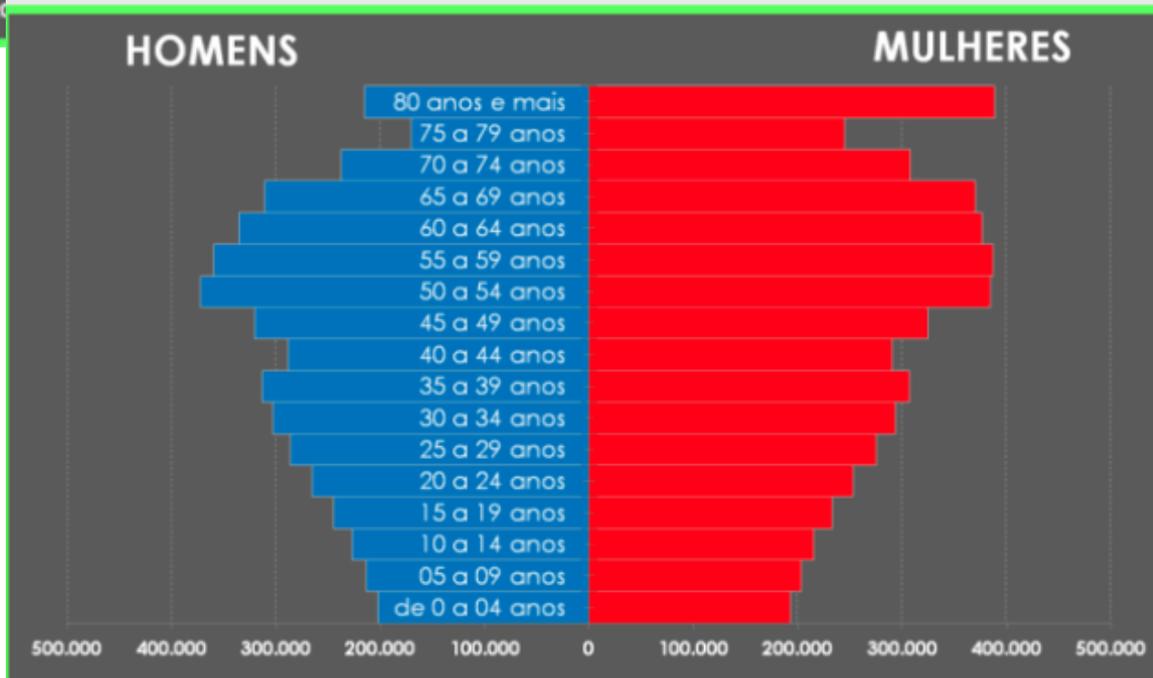


**Número de idosos dobrou nos últimos 20 anos no Brasil, aponta IBGE**

## Pirâmide Etária do RS em 2010



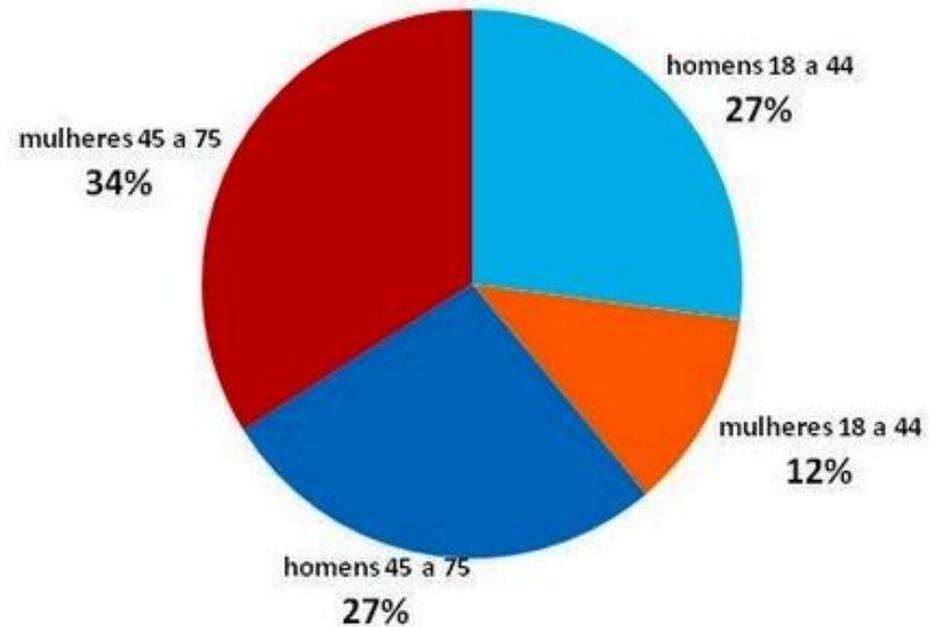
## Pirâmide Etária do RS em 2050



# INDIVIDUALISMO – NOVO STATUS



Individualismo, um fenômeno global



# DISPARIDADES SOCIAL E CULTURAL



Crescente polarização de ricos e pobres

## Redução da taxa de pobreza extrema

Em 2012, o Brasil foi um dos países que mais contribuiu para o alcance global da meta, ao reduzir a pobreza extrema a menos de um sétimo do nível de 1990.



MUDA  
MAIS

Fonte: Secretária de Assuntos Estratégicos/Presidência da República

# REORGANIZAÇÃO DA SAÚDE



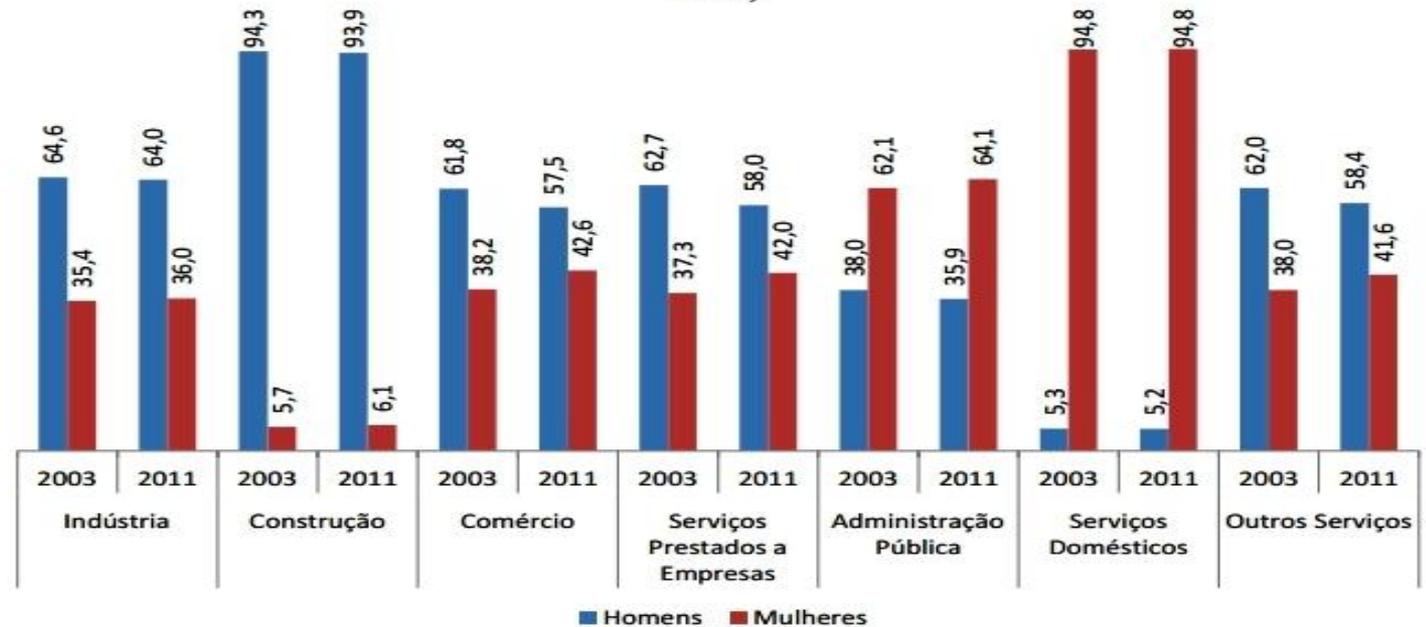
Fonte: ANAHP- Associação Nacional de Hospitais Privados.



# MUDANÇAS DE PAPEL NOS GENEROS

Cada vez mais importante o papel desempenhado pelas mulheres no local de trabalho

Participação na população ocupada, por grupamentos de atividade, segundo o sexo (%) – (2003 e 2011)\*



FONTE: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Mensal de Emprego 2003-2011.  
\*Média das estimativas mensais.

# NOVOS PADRÕES DE MOBILIDADE



# CULTURA DIGITAL



As tecnologias digitais que permeiam e ligam todos os aspectos da vida diária

## **Pesquisa da Microsoft aponta influência da tecnologia na economia, emprego e inovação**

- 80% dos brasileiros acreditam que a tecnologia pessoal cria oportunidades de emprego.
- Para 72% dos ouvidos no País, a tecnologia também ajuda a reduzir diferenças econômicas.
- 84% dos brasileiros que participaram do estudo acreditam que a tecnologia pessoal traz inovação aos negócios.
- Do lado do empreendedorismo, 82% dos brasileiros entrevistados creem que a tecnologia pessoal amplia a capacidade de criação de um novo negócio.
- 73% dos entrevistados dizem que a tecnologia pessoal está contribuindo para o aprimoramento da educação.
- Para 61% dos brasileiros, a tecnologia pessoal também contribui para a melhoria da qualidade de vida.
- Segundo 74% dos brasileiros, a tecnologia tem forte impacto na cultura e nas artes.

**Fonte: Jornal O Estado, 2014.**

# APRENDENDO COM A NATUREZA

Estruturas e processos naturais tornando-se uma característica essencial da inovação



# INTELIGENCIA UBIQUA

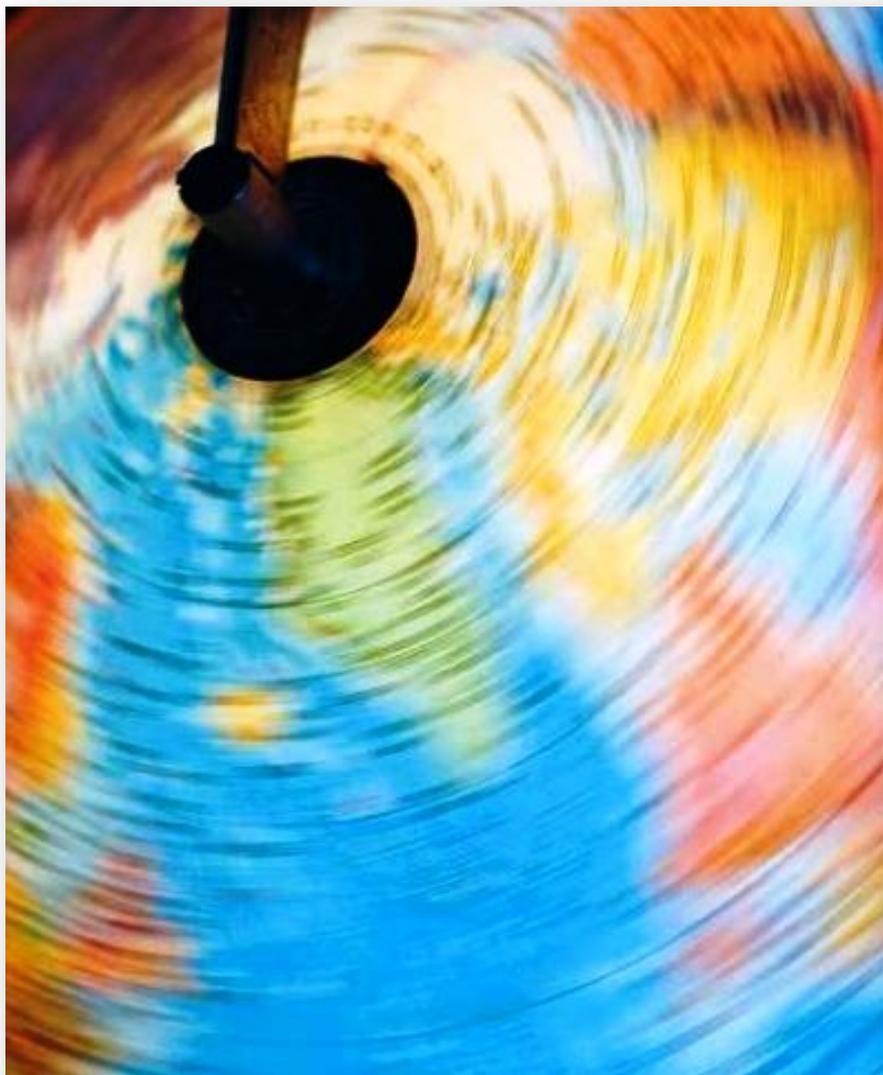


# CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA

Tecnologias matriciais



# GLOBALIZ



Fonte: Época Negócios.

## OS SETE MITOS DA NOVA CLASSE MÉDIA

As pesquisas qualitativas desvendaram os hábitos da classe C e fizeram cair por terra alguns pensamentos mais recorrentes a respeito deste consumidor

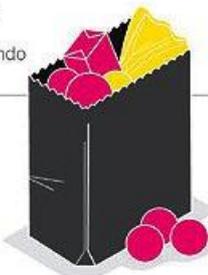
1



▶ MITO  
O principal interesse do consumidor é preço baixo

### ▶ REALIDADE

Ele prefere pagar por produtos que lhe deem melhor custo-benefício – não necessariamente os mais baratos. Se errar na escolha, não tem dinheiro sobrando para comprar de novo até o outro mês



2

▶ MITO  
A nova classe média restringe suas compras de supermercado apenas aos itens da cesta básica

### ▶ REALIDADE

No quesito alimentação, ela dá muito valor aos alimentos de indulgência, como chocolates e bolachas recheadas porque são sinal de que existe mais dinheiro no bolso. Quatro em cada dez latas de creme de leite e três em cada dez potes de sorvete são vendidos para a nova classe média

3



▶ MITO  
Não tem dinheiro para lazer

### ▶ REALIDADE

77% das pessoas acham que o lazer, incluindo viagem, é um luxo que elas merecem. Só que o sonho de viagem da nova classe média não é sair do país, mas conhecer melhor o Brasil, em viagens para o interior ou para o litoral

4



▶ MITO  
A propaganda para esse público tem de remeter aos ídolos do momento. Quanto mais conhecida e popular for a personalidade, melhor

### ▶ REALIDADE

Nem sempre. Os maiores ídolos da nova classe média são pessoas próximas, geralmente pais ou amigos que se assemelhem a eles. Em relação aos famosos, fazem sucesso na propaganda para a classe média aqueles que venceram na vida por meio de esforço próprio – o consumidor sente identificação com a própria história

5

▶ MITO  
A nova classe média quer melhorar de vida e, por isso, migrar para os melhores bairros

### ▶ REALIDADE

Eles estão felizes onde vivem – sim, eles gostam da periferia. Quando alguém casa, a preferência é por morar perto de quem conhece – 42% das pessoas da nova classe média moram a menos de 200 metros de algum parente. Uma mudança de bairro representa também um trabalho maior, não só com a mudança mas também para encontrar uma vizinha para cuidar do filho ou para pegar confiança com o dono do armazém



6



▶ MITO  
A nova classe média não é conectada à internet

### ▶ REALIDADE

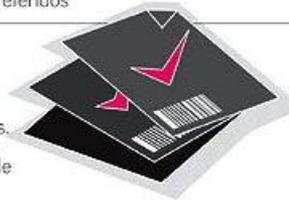
Com a proliferação das lan houses e o barateamento dos computadores e notebooks, a inserção é forte nos meios digitais. Cerca de 25% dos lares já têm computador próprio e 60% não só fazem uso da lan house como também dizem ser um de seus pontos de encontro preferidos

7

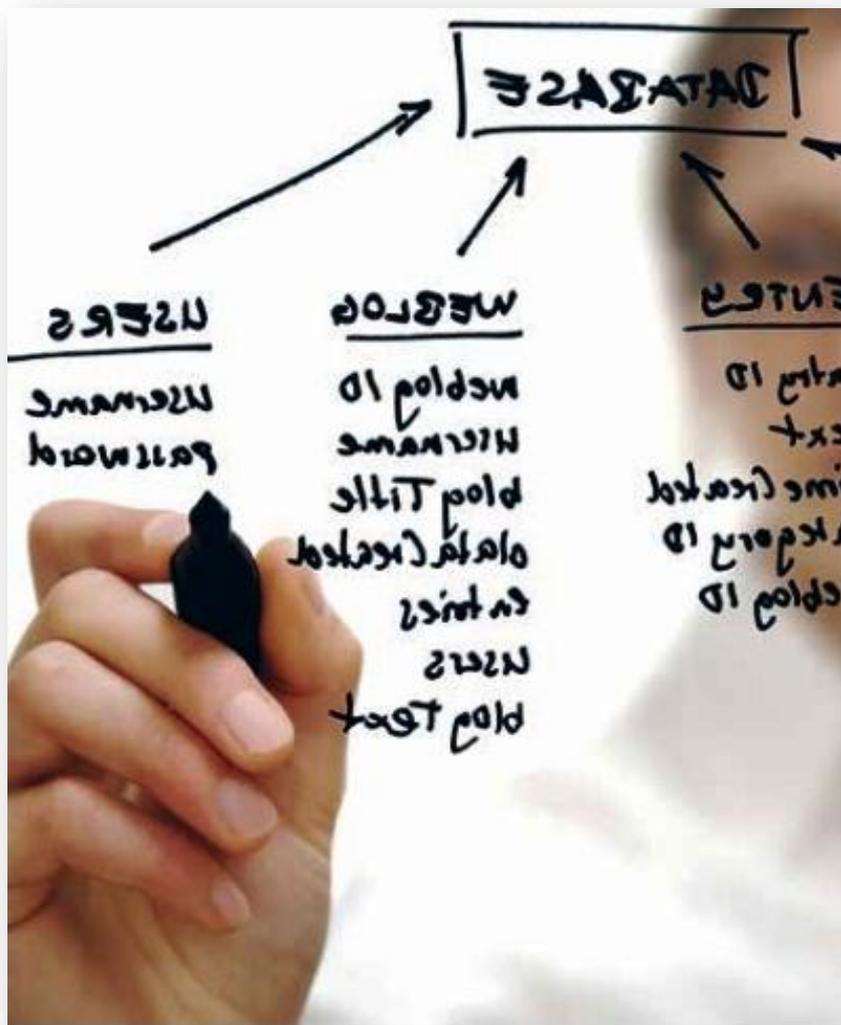
▶ MITO  
O consumidor da nova classe média não paga contas

### ▶ REALIDADE

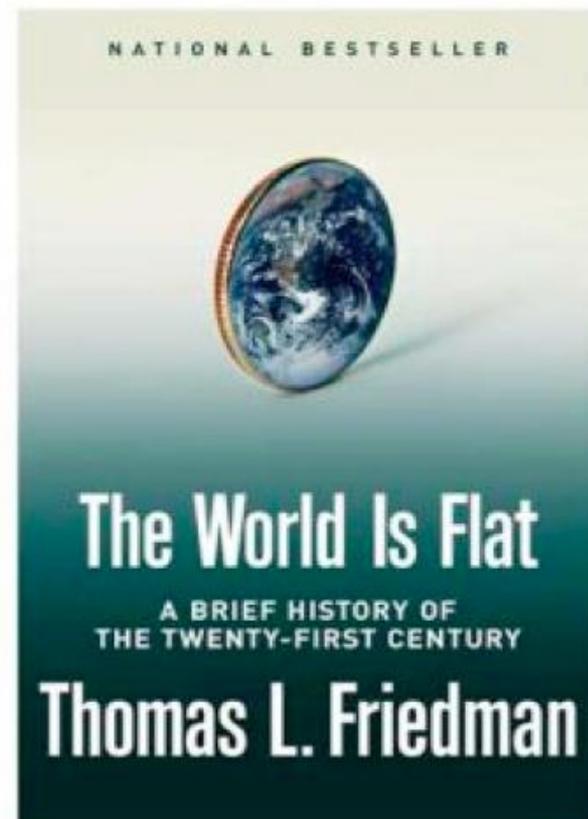
O maior índice de inadimplência por pessoa é nas classes mais altas. Para a classe C, o não pagamento significa ir para a lista negra do Serasa. Se isso acontece, ele perde crédito em todos os lugares onde compra. Por isso, não arrisca ficar na inadimplência



# ECONOMIA BASEADA NO CONHECIMENTO

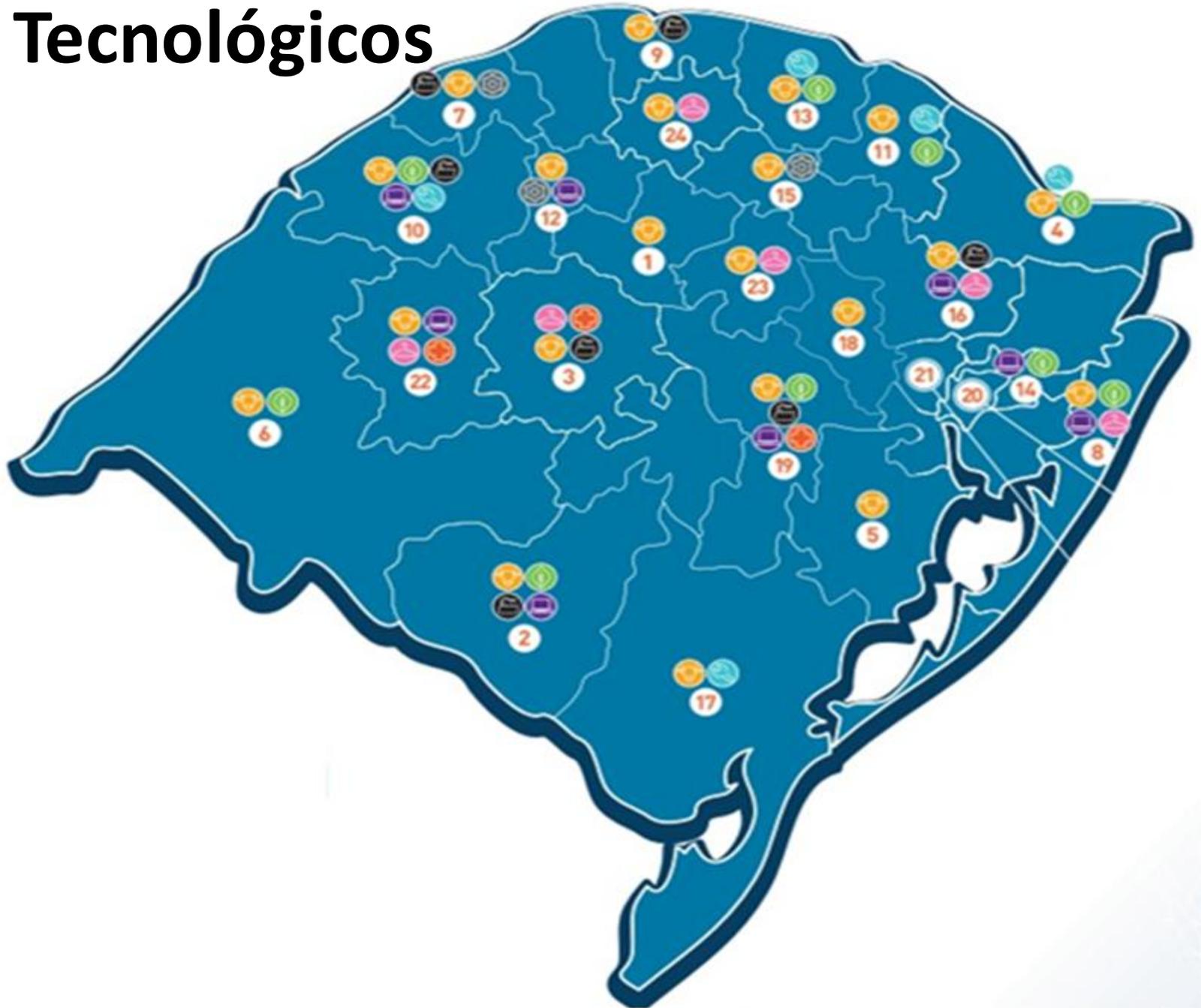


Aumento dos níveis de educação em todo o mundo



New York: Farrar, Straus and Giroux, 2005

# Polos Tecnológicos



# Mapa das Incubadoras



# ECOSISTEMAS DE NEGÓCIOS



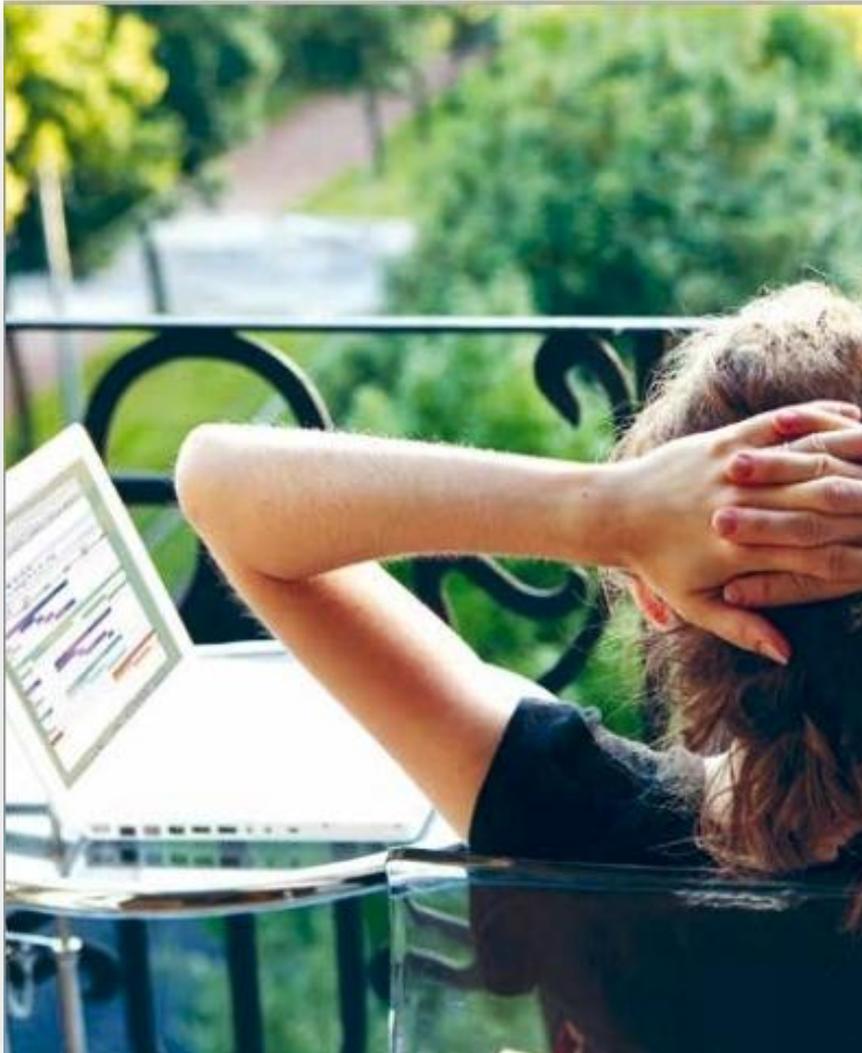
Inovações do sistema

Estratégia Inicial para Posicionamento dentro de Ecosystemas de Inovação: **análise das dimensões.**

- Liderança e papel de parceiro;
- Riscos de aprisionamento de tecnologia;
- Riscos do lado da oferta;
- Reputação da marca;
- Prós e contras de ecosystemas prioritários ou secundários.

Fonte: InnovationManagement

# MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO



Novos padrões gerenciais e organizacionais

As **10 principais** mudanças nos últimos anos:

1. Conectividade
2. Sigilo X Imagem
3. Qualidade de vida
4. Home-Office
5. Diversidade dentro das empresas
6. Bullying e assédio moral
7. Informalidade
8. Economias Interligadas
9. Complexidade
10. Agilidade mental

Fonte: InfoMoney

# NOVOS PADRÕES DE CONSUMO

Mudanças nos gastos do consumidor e as preferências dos consumidores

Tabela 3 - Aquisição alimentar domiciliar per capita anual – 2003/2009.

Brasil e Regiões	Bebidas e infusões		Alimentos preparados e misturas industriais	
	2003	2009	2003	2009
Brasil	45,30	50,70	2,56	3,50
Norte	24,51	40,40	1,87	3,10
Nordeste	34,52	41,10	1,03	1,90
Sudeste	55,28	55,80	3,33	4,30
Sul	52,77	64,13	3,99	2,90
Centro-Oeste	34,78	43,40	1,73	3,20

Fonte: IBGE. Pesquisa de Orçamentos Familiares, 2003/2009.

# ESGOTAMENTO DE ENERGIAS E OUTRAS FONTES



O uso de fontes alternativas de energia e recursos renováveis

Dados:

Hoje, **90%** energia **hidrelétrica.**

Dois produtos: **etanol e biodiesel.**

Futuro:

**Meta:** aumentar 10 vezes a produção de energia eólica até 2022.

Fonte: Encontro Econômico Brasil-Alemanha, 2014

# IMPACTO DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS E MEIO AMBIENTE



Estratégias para a mitigação e adaptação às mudanças climáticas

Dados:

Há Comitês setoriais que conduzem as atividades conexas aos Planos de Mitigação e Adaptação à Mudança do Clima, são eles:

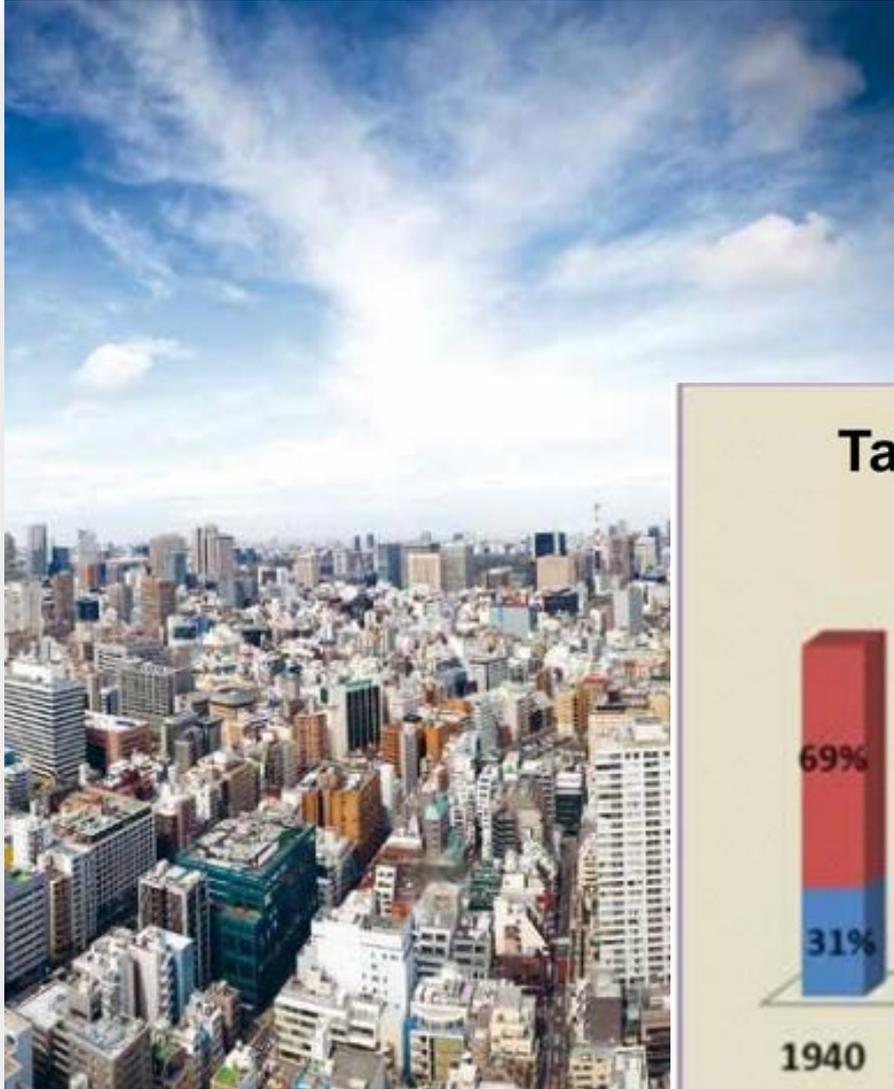
-Grupo Técnico de Mitigação e Adaptação às Mudanças Climáticas em Transporte Público Urbano - GT - Clima/Transporte Público;

-Comissão Gestora do Plano Setorial da Saúde de Mitigação e de Adaptação às Mudanças Climáticas.

Fonte: Ministério do Meio Ambiente.

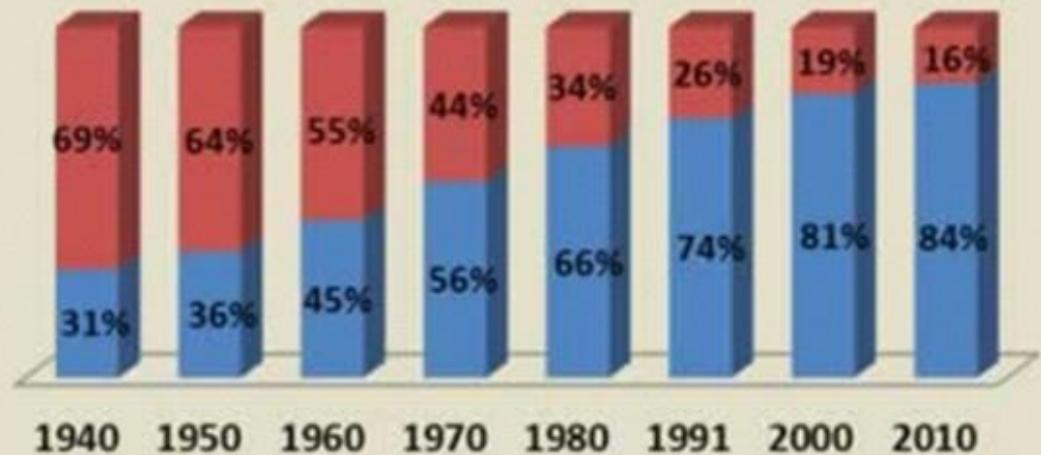
# URBANIZAÇÃO

Novas formas de residência,  
vida e participação



## Taxa de urbanização brasileira

■ População Urbana ■ população Rural



# NOVA ORDEM POLÍTICA MUNDIAL



Novas alianças estratégicas  
em um mundo multipolar

## BRICS

- Reúne quatro das sete maiores economias do mundo, com cerca de 50% da população e 26% da massa do planeta.
- Produz atualmente 25% do PIB mundial.

Fonte: Carta Capital

# GLOBAL RISK SOCIETY

Global contra o crime organizado e o cibercrime

- 60%** dos brasileiros internautas adultos já foram vítimas de cibercrime;
- 45%** dos adultos brasileiros já foram expostos a ataques virtuais nos últimos 12 meses;
- O custo líquido de crimes virtuais foi superior a R\$ 18 milhões nos últimos 12 meses;
- 57%** dos usuários de smartphones do Brasil já foram vítimas de crime virtuais;
- 49%** dos usuários de smartphones e 61% dos consumidores de tablets possuem sistema de segurança online instalado em seus dispositivos;
- 58%** dos brasileiros usam dispositivos móveis;
- 39%** dos usuários de smartphones disseram que não deletam e-mails suspeitos;
- 33%** dos brasileiros não se desconectam dos perfis de redes sociais após o uso e 31% se conecta com pessoas desconhecidas;
- 61%** dos adultos utilizam redes Wi-Fi públicas ou inseguras.

Fonte: Relatório Norton Report.

# BADESUL

Agricultura Sustentável: inovação e sustentabilidade



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO GRANDE DO SUL**  
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO  
E PROMOÇÃO DO INVESTIMENTO

# Destques Operacionais

## *Modernização do Agronegócio.*

Nos últimos 5 anos, o Badesul desembolsou, em termos nominais, R\$ 1.413,9 milhões para a execução de investimentos na economia agropecuária e agroindustrial do Rio Grande do Sul.

Investimentos Financiados	
Produto	Quantidade
Barragens/Açudes	66 un.
Benfeitorias/Instalações	1.116.217 m2
Colheitadeiras	479 un.
Correção de Solos	18.436 ha
Sistemas de Armazenagem	387 un.
Irrigação	467 un.
Tratores	605 un.
Diversos/equipamentos agrícolas	11.765 un.

ASSODEERE



ABRADA

ABRAFORTE (New Holland)



UNIMASSEY

**Investimento Total: R\$ 1,5 bilhão**    **Projetos Apoiados: 2.946 projetos**



**Agropecuária Schio  
Vacaria**



**E. Orlando Roos  
Não-Me-Toque**



**Cooperativa Languiru  
Teutônia**



**Cooperativa Piá  
Nova Petrópolis**

**Agroindústria**

Investimento Total: R\$ 221 milhões

Projetos Apoiados: 22 projetos



Implementos JAN  
Não-Me-Toque



Stara  
Não-Me-Toque



Vence Tudo  
Ibirubá



Bruning Tecnometal  
Panambi

**Investimento Total: R\$ 262 milhões    Projetos Apoiados: 6 projetos**

**BSBios  
Passo Fundo**



**Camera  
Santa Rosa**



**Granol  
Cachoeira do Sul**



**Oleoplan  
Veranópolis**

**Bocchi Agrobios  
Ibiraiaras**

**Olfar  
Erechim**

**Investimento Total: R\$ 450 milhões    Projetos Apoiados: 467 projetos**



# Programas de Destaque

Abrange desde a Pesquisa e experimentação, a produção de mudas, implantação e expansão de pomares, beneficiamento, padronização e armazenamento, até a comercialização para o mercado interno e exportações



## Itens Financiáveis:

- ✓ Implantação, melhoramento de pomares cítricos sem sementes;
- ✓ Aquisição, transporte e aplicação de corretivos;
- ✓ Práticas conservacionistas do solo;
- ✓ Produção de mudas;
- ✓ Instalação, ampliação e modernização de unidades armazenadoras e de sistemas de preparo, limpeza, padronização e acondicionamento e derivados.

# Programas de Destaque

Promove, através da modernização e adequação dos processos de armazenagem, uma mudança de patamar tecnológico, adequando o agronegócio gaúcho às exigências internacionais para comercialização.



## PROGRAMA DE ARMAZENAGEM PCA

Segurança Alimentar



## Beneficiários:

- ✓ Produtores rurais, pessoas físicas ou jurídicas;
- ✓ Cooperativas de produção;
- ✓ Pessoas jurídicas prestadoras de serviços de guarda e conservação de grãos

# Novo Programa - OLIVICULTURA

O Programa pretende consolidar a Olivicultura no Estado do Rio Grande do Sul, impulsionar o desenvolvimento de uma olivicultura moderna, sustentável, competitiva, através do desenvolvimento da agroindústria, contribuindo para geração de renda dos agricultores, criação de emprego e diminuição das importações de azeite e conservas.



## Beneficiários:

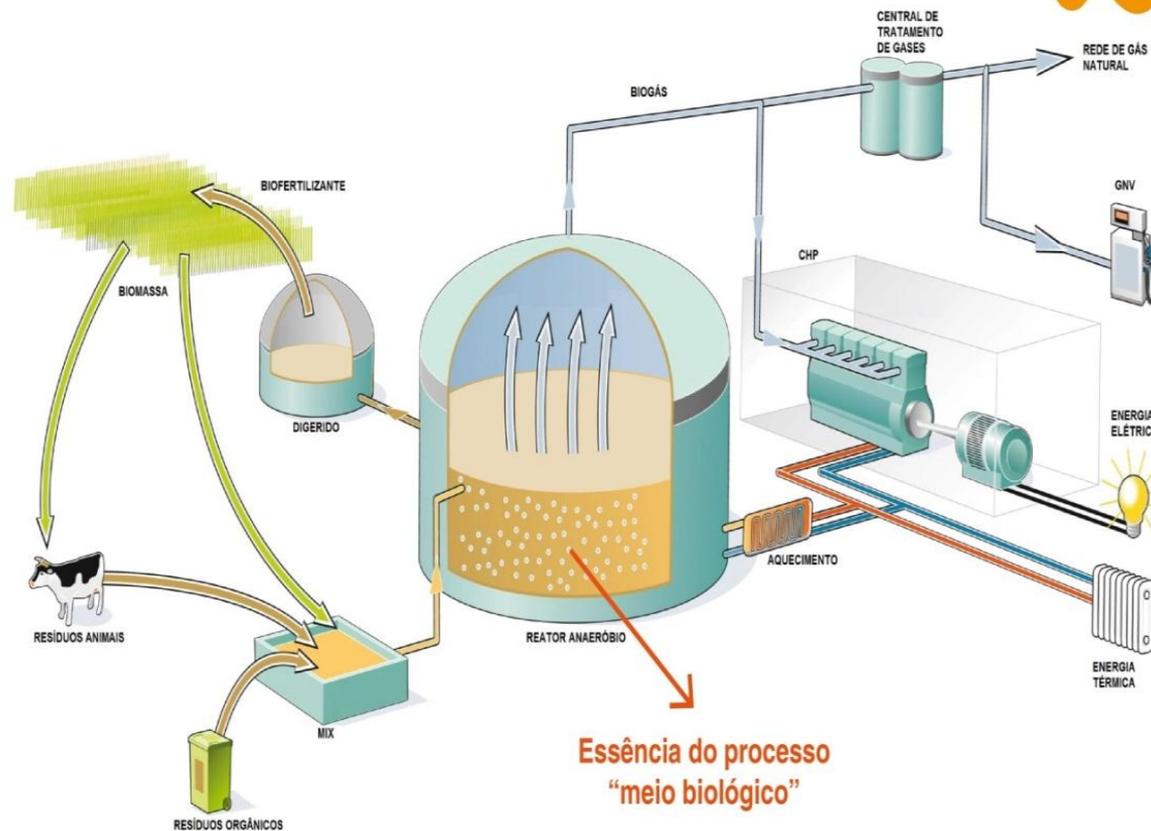
- ✓ Produtores rurais, pessoas físicas ou jurídicas na implantação de pomares;
- ✓ Indústrias de conservas e beneficiamento de olivas;

# Novo Programa INCENTIVO A PRODUÇÃO DE BIOMETANO

Incentivo a produção de Biometano no Estado do Rio Grande do Sul tendo como meta atingir o percentual de 10% - em um período de 10 anos – do total de gás distribuído, aumentando a participação de combustível de origem não fóssil na matriz energética Gaúcha.

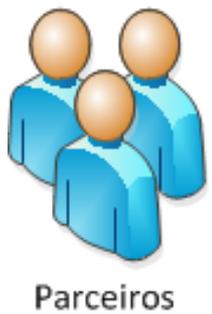


PROCESSO: Da fragmentação a complexidade



# Outros Destaques

## O Badesul criou um Aplicativo para captação no Agronegócio:



Acesso ao site do Badesul



Acesso ao sistema CPP



Envio para o Badesul via CPP



Análise da Proposta

Preenchimento da proposta



**Susana.kakuta@badesul.com.br**  
**Rua Andrade Neves 175 – 18º andar**  
**CEP 90010-210 - Porto Alegre - RS**  
**Fone: (51) 3284.5922**  
**[www.badesul.com.br](http://www.badesul.com.br)**

