

ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA: ESTUDO DE CASO NA CADEIA DA MODA DE ITABAIANINHA/SE

ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION ECOSYSTEM OF THE BRAZILIAN CREATIVE INDUSTRY: A CASE STUDY IN THE FASHION CHAIN OF ITABAIANINHA/SE

Matheus Pereira Mattos Felizola

Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil).
Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN (Rio Grande do Norte/Brasil).
Professor Associado IV do curso de Publicidade e do Mestrado Profissional em Ciência da Informação -PPGCI da Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil).
E-mail: matheusfelizola@academico.ufs.br

Jane Aparecida Marques

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (São Paulo/Brasil)
Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing, coordenadora do curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte na Universidade de São Paulo - USP (São Paulo/Brasil).
E-mail: janemarq@usp.br

Amanda Luiza Soares Silva

Doutora em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil).
Bolsista em Gestão de Transferência de Tecnologia da Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia da Universidade Federal de Sergipe – AGITTE.SE/UFS (Sergipe/Brasil).
E-mail: amandalsoaressilva@gmail.com

Recebido em: 5 de outubro de 2025
Aprovado em: 9 de dezembro de 2025
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
BCIJ | v. 5 | n. 2 | p. 382-406 | jul./dez. 2025
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v5i2.3783>



RESUMO

O trabalho teve como objetivo apresentar um estudo de caso único envolvendo a análise do ecossistema de empreendedorismo e de inovação da Economia Criativa no Polo Têxtil e Comercial da Moda do município de Itabaianinha em Sergipe, cidade considerada a “capital da moda de Sergipe”. A pesquisa teve um caráter qualitativo a partir de Yin (2014, 2017) e da análise de conteúdo proposta por Bardin (2016). Dentre os resultados, percebemos a importância da indústria de confecção e da moda desenvolvida na cidade de Itabaianinha para a economia criativa do estado de Sergipe. A análise do ecossistema de empreendedorismo da cadeia de moda de Itabaianinha/SE, a partir dos modelos BEEP, iEcosystems e de Conexão, evidencia tanto avanços quanto limitações. No BEEP, observa-se o fortalecimento do capital humano por meio de capacitações oferecidas por instituições como SENAI, SENAC, SEBRAE e IFS. Sob a perspectiva do iEcosystems, verifica-se a predominância de micro e pequenas empresas familiares, de baixa capacidade produtiva e restrita adoção de práticas inovadoras. O capital de risco é incipiente e inexistem incubadoras locais, embora a tradição e o baixo custo da mão de obra configurem vantagens comparativas. No Modelo de Conexão, a articulação entre atores ocorre principalmente por meio de eventos e redes informais, como o WhatsApp. Embora lideranças locais tenham papel ativo, persistem fragilidades na institucionalização das conexões, na proteção da propriedade intelectual e na incorporação de práticas de sustentabilidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo. *Habitats* de Inovação. Inovação. Moda. Modelos de Ecossistemas.

ABSTRACT

This study aimed to present a single case study involving the analysis of the entrepreneurship and innovation ecosystem of the Creative Economy in the Textile and Fashion Commercial Hub of the municipality of Itabaianinha, in Sergipe, a city recognized as the “fashion capital of Sergipe.” The research followed a qualitative approach, drawing on Yin (2014, 2017) and the content analysis method proposed by Bardin (2016). Among the results, we highlight the importance of the clothing and fashion industry developed in Itabaianinha for the creative economy of Sergipe. The analysis of the fashion chain’s entrepreneurship ecosystem in Itabaianinha/SE, based on the BEEP, iEcosystems, and Connection models, reveals both progress and limitations. In the BEEP model, human capital strengthening is evident through training programs offered by institutions such as SENAI, SENAC, SEBRAE, and IFS. From the iEcosystems perspective, there is a predominance of micro and small family-run businesses, with low productive capacity and limited adoption of innovative practices. Venture capital is incipient, and there are no local incubators, although tradition and the low cost of labor represent comparative advantages. In the Connection Model, interactions among actors occur mainly through events and informal networks, such as WhatsApp. While local leadership plays an active role, weaknesses remain in the institutionalization of connections, intellectual property protection, and the incorporation of sustainability practices.

Keywords: Entrepreneurship. Innovation Habitats. Innovation. Fashion. Ecosystem Model.



1 INTRODUÇÃO

O município de Itabaianinha, localizado no estado de Sergipe, ganhou destaque no ambiente da Moda devido à sua longa tradição na produção e comercialização de peças de vestuário que são vendidas para todo o Brasil. Diversos atores nacionais e regionais tradicionais do ecossistema de empreendedorismo e inovação, como o Banco Itaú, BNB, Fecomércio, SEBRAE, SENAC, SENAI e SESC desenvolvem ações importantes para a economia do município. Além disso, o Governo de Sergipe, a Prefeitura de Itabaianinha, o Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL e a Associação das Confecções de Itabaianinha - ASK, também são fundamentais para o impulsionamento do setor da moda no município e desenvolvem projetos específicos para o desenvolvimento da cadeia da moda.

Dentro desse cenário de destaque na indústria criativa, o Moda Mix que acontece todos os anos no mês de setembro, é o maior evento de moda autoral do estado de Sergipe e nos últimos anos a cidade ganhou a alcunha de "Capital da Moda do estado de Sergipe", mas embora o ecossistema de empreendedorismo e inovação torne o ambiente para negócios em Itabaianinha promissor, os empreendedores da Cadeia da Moda têm enfrentado desafios para inovar de maneira sustentável. Os problemas perpassam por toda a sua cadeia de produção e também sobre aspectos relacionados com a propriedade intelectual e a dificuldade em conseguir mão de obra capacitada para o trabalho.

A partir deste cenário, foi possível iniciar o estudo de caso único a partir de Yin (2015, 2017), que teve como objetivo a análise do ecossistema de empreendedorismo e de inovação da Economia Criativa no Polo Têxtil e Comercial da Moda do município de Itabaianinha em Sergipe, cidade considerada a "capital da moda de Sergipe".

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO

O conceito de ecossistema de empreendedorismo oferece uma nova perspectiva distinta das teorias tradicionais de *clusters* industriais e sistemas regionais de inovação, focando nas necessidades únicas de empreendimentos de alto crescimento, enfatizando o processo de aquisição de recursos como conhecimento técnico, habilidades empreendedoras, capital social, a importância das redes sociais, instituições âncoras (como universidades) e políticas públicas de apoio, além de aproveitar as capacidades digitais e espaciais para apoio da inovação de modelos de negócios e do crescimento de *startups* (Autio *et al.*, 2018; Spigel; Harrison, 2018).



Esses ecossistemas de empreendedorismo são interconectados, interagem dinamicamente para promover a inovação e o crescimento econômico e incluem uma rede complexa de atores, tais como: os empreendedores que são os líderes desses ecossistemas e fazem parte de redes formais e informais que facilitam a colaboração entre diversos setores; o governo que cria condições favoráveis como proteção da propriedade intelectual e desenvolvimento de leis de apoio ao empreendedorismo; as universidades que são responsáveis pela educação dos talentos, a comercialização da pesquisa acadêmica e a criação de mentalidade e habilidades empreendedoras; e as incubadoras que oferecem espaço de escritório e serviços, como consultoria e treinamento (Goswami; Mitchell; Bhagavatula, 2018; Spigel; Harrison, 2018; Van Weele *et al.*, 2018; Yi; Uyarra, 2018; Ancona *et al.*, 2023).

Para Stam e Van de Ven (2021), o ecossistema de empreendedorismo é formado por 3 (três) categorias:

1) Instituições: este grupo inclui instituições formais, representando o ambiente legal e regulatório, e instituições informais, referindo-se às normas sociais e os padrões culturais;

2) Recursos: esta categoria inclui recursos físicos como infraestrutura física, recursos financeiros, recursos humanos, como habilidades, conhecimentos e experiências dos indivíduos, e recursos de conhecimento como investimentos em pesquisa e desenvolvimento;

3) Produção de valor: este grupo se concentra no resultado da atividade empreendedora, que é a criação de valor econômico. Isso pode ocorrer por meio do fornecimento de bens e serviços (meios de consumo), pela prestação de serviços intermediários que apoiam as funções empresariais (serviços do produtor) e, finalmente, pela realização de atividades empreendedoras que contribuam diretamente ou indiretamente para a produção líquida da economia (empreendedorismo produtivo). Boucher, Cullen e Calitz (2023) destacaram a importância de fatores culturais, sociais e materiais, bem como condições institucionais e *endowments* de recursos na promoção do empreendedorismo produtivo.

Para Hannigan *et al.* (2022), a abordagem cultural dos ecossistemas empreendedores emergentes analisa elementos como valores coletivos, narrativas compartilhadas e estruturas de pensamento subjacentes, onde atores diversos - desde fundadores de *startups* a investidores e governos - desempenham papéis cruciais na formação e evolução da cultura empreendedora, integrando essa compreensão cultural com medidas materiais, como recursos tangíveis e redes de relacionamento para obter uma visão mais abrangente e precisa dos ecossistemas empreendedores, destacando não apenas as oportunidades materiais, mas também as potenciais fontes de inovação e crescimento dentro desses sistemas dinâmicos.

O aspecto social é enfatizado pela existência dessas redes de empreendedores que facilitam a disseminação de informações e o acesso ao capital de risco pelos empreendedores (Ancona *et al.*, 2023). De



acordo com Thompson, Purdy e Ventresca (2018) e Berger e Blanka (2024), a importância do impacto social e ambiental no ecossistema de empreendedorismo sustentável reside na integração das preocupações socioambientais no cerne das atividades empreendedoras, sendo assim, os empreendedores de impacto social não apenas buscam o lucro financeiro, mas também solucionam problemas sociais, gerando valor para si mesmo e para toda a sociedade, ampliando o escopo das oportunidades empreendedoras, promovendo a inovação, colaboração, crescimento socioeconômico inclusivo e resiliência comunitária.

Para Angrisani, Cannavacciuolo e Rippa (2023), os ecossistemas de empreendedorismo promovem o desenvolvimento de modelos de negócios e o apoio a novos empreendimentos, os de inovação focam na cocriação de valor entre diversos atores, conectando os domínios acadêmico e empresarial, e os ecossistemas de transferência de tecnologia facilitam o movimento de transferência do conhecimento e da tecnologia da academia para o mercado, além da gestão de propriedade intelectual. Ainda de acordo com os autores, a integração dos ecossistemas de empreendedorismo, de inovação e de transferência de tecnologia desempenham papéis complementares na estimulação da inovação e do crescimento econômico.

2.2 ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO

A inovação na indústria é questão fundamental para a sobrevivência estratégica dos mercados criativos. Para a OECD (2018) o conceito de inovação, perpassa pelo marketing, produto, processo e organização. De acordo com Felizola e Gomes (2021), o conceito de ecossistema de inovação pode ser analogamente comparado a uma teia, uma rede ou mais precisamente a um sistema e tem sido debatido nos últimos anos, em resposta à necessidade de compreender o fenômeno da aglutinação de agentes em prol da inovação em determinadas localidades. Nos últimos anos, a discussão tem perpassado por temas como sistemas de inovação, ecossistemas de negócios, redes de inovação, ecossistemas de empreendedorismo, entre outras terminologias emergentes.

Audretsch *et al.* (2019) e Valkokari (2015, 2017), observam nomenclaturas diversas associadas aos ecossistemas de inovação (ecossistemas de negócios, ecossistemas de conhecimento), mas entende que nesses ambientes, existe a cocriação da inovação de atores geograficamente unidos, por níveis diferentes de colaboração. Nessa perspectiva, pode-se dizer que os ecossistemas de inovação têm graus de competição e cooperação diversos.

Na visão de autores como Adner e Kapoor (2010) e Gawer (2014) a competição comercial e a inovação tecnológica são desafios envolvendo os atores do ecossistema de inovação. Na perspectiva de Jacobides, Cennamo e Gawer (2018) os ecossistemas são consolidados a partir das interações dos seus atores, sendo assim, os ecossistemas de negócios são resultantes dos interesses empresariais na



criação de produtos inovadores voltados a um nicho específico. Na perspectiva dos autores a plataforma de inovação, envolve os fluxos de vendedores e fornecedores a criação de valor por meio de ações específicas ou de grupos de atores que contribuem para a proposta inovadora, e tem diferentes níveis de complementaridade multilateral e sem um controle hierárquico rígido.

Por fim, a partir da revisão sistemática do conceito de ecossistema de inovação formulado por Felizola e Gomes (2021), foi possível observar vários termos citados para identificar as relações entre os atores de empreendedorismo e inovação, tais como: Distritos de Inovação, Ecossistemas Regionais de Empreendedorismo, Ecossistema de Empreendedorismo Inovador, Ecossistema de Empreendedorismo, Ecossistema de Negócios, Ecossistema Empresarial, Ecossistema do Conhecimento e Plataformas de Inovação.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi de caráter exploratório e qualitativo tendo como questão de pesquisa a identificação de quais os atores do ecossistema de empreendedorismo e inovação que estão envolvidos na cadeia da moda no município de Itabaianinha em Sergipe a partir da perspectiva de estudo de caso único de Yin (2014, 2017).

O município de Itabaianinha, de acordo com os dados da Enciclopédia dos Municípios Brasileiros (1959) foi elevado à condição de cidade em 1891, a partir do censo do IBGE (2022), a área do município era de 501,794 km², o que o coloca na posição de 13º maior município do estado de Sergipe.

O município de Itabaianinha se encontra na Região Sul do estado de Sergipe, ficando distante 118 Km da cidade de Aracaju, capital de Sergipe, fazendo divisa ao norte com os municípios de Boquim e Riachão do Dantas, ao leste com Umbaúba, Santa Luzia do Itanh, Arauá e Pedrinhas, ao oeste com Tobias Barreto e ao sul com Cristinápolis e Tomar do Geru. Na **Figura 1** abaixo é possível observar o mapa da Divisão por Regiões do estado de Sergipe, construído pela gerência de Informações Geográficas e Cartográficas - GICEC/SUPES/SEPLAN (2008).



Figura 1 – Divisão por Regiões do Estado de Sergipe



Fonte: Gerência de Informações Geográficas e Cartográficas- GICEC/SUPES/SEPLAN (2008)

Para coleta de dados foram aplicados 133 questionários com empreendedores(as) da Cadeia da Moda da cidade de Itabaianinha e foram realizadas 26 entrevistas em profundidade por meio de roteiros semiestruturados, considerando como público-alvo os empreendedores do ramo de confecção, o poder público do município (Prefeitura e Secretaria Municipal), as lideranças locais, além de outras partes interessadas envolvidas na Cadeia da Moda como a Associação comercial, CDL, SEBRAE e Banco do Nordeste. Além disso, houve a observação participante com as visitas em lojas, oficinas e fábricas do Polo de Moda de Itabaianinha/SE e dos povoados deste município. E foram utilizados dados secundários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), do Ministério da Fazenda e da Receita Federal do Brasil (RFB).

No **Quadro 1**, mostra-se as dimensões/ categorias pesquisadas por meio dos questionários e entrevistas semiestruturadas.



Quadro 1: Instrumento de Pesquisa, Dimensões/Categorias e Público-alvo

Instrumento de Pesquisa	Dimensões/Categorias	Público-alvo
Questionário	Recursos humanos; Associações; Dificuldades enfrentadas; Barreiras para expansão das vendas; Propriedade intelectual; Compra de matéria-prima e sustentabilidade.	Empreendedores(as) da Cadeia da Moda da cidade de Itabaianinha
Entrevistas Semi Estruturadas	Recursos humanos; Geração de empregos; Capacitação; Associações; Apoio dos atores do ecossistema de inovação; Projetos para desenvolvimento econômico; Adoção de tecnologias digitais como sistemas de gestão e whatsapp; Feiras e eventos; Linhas de crédito tradicionais acessadas; Dificuldade em financiar inovação e expansão produtiva; Rodadas de negócio; Estratégias de marketing e vendas; Histórias de sucesso envolvendo a cadeia da moda; Histórico como polo da moda; Propriedade intelectual; Sustentabilidade.	Empreendedores do ramo de confecção, o poder público do município (Prefeitura e Secretaria Municipal), as lideranças locais, além de outras partes interessadas envolvidas na Cadeia da Moda como a Associação comercial, CDL, SEBRAE e Banco do Nordeste.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

No **Quadro 2**, apresenta-se os Modelos de Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação que foram utilizados para Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa, especificamente a indústria da moda em Itabaianinha/SE. Na etapa de análise, foram utilizados os preceitos da Análise de Conteúdo da Bardin (2016).

Quadro 2: Modelos de Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação

Modelos de Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação	Descrição
Babson <i>Entrepreneurship Ecosystem Project</i> (BEEP) de Isenberg (2011a; 2011b)	1) Capital Humano: qualidade do ensino superior e o nível de capacidade da força de trabalho; 2) Política: regulamentos governamentais; estruturas políticas para apoio ao empreendedorismo; instituições governamentais que promovem o apoio ao empreendedorismo e inovação; 3) Serviços de Apoio: infraestrutura local; instituições não governamentais; presença de profissionais como advogados, contadores, bancos de investimentos e investidores; 4) Cultura: normas da sociedade e histórias e modelos de sucesso para inspirar a próxima geração de empreendedores; 5) Finanças: serviços/produtos/programas financeiros disponíveis para empreendedores; 6) Mercado: redes e associações de empreendedores bem como a existência de acesso a clientes; eventos, concursos/desafios para empreendedores e conselho empresarial.



<p>Modelo iEcosystems do Massachusetts <i>Institute of Technology</i> - MIT (Budden; Murray, 2018; 2019; Budden; Murray; Turskaya, 2019)</p>	<p>1) As Instituições Alicerce formam a base do sistema, incluindo leis, proteção de propriedade intelectual, abertura para novas ideias e facilidade para negócios; 2) A Capacidade de Inovação - I-CAP refere-se à habilidade de uma região gerar ideias inéditas e transformá-las em impacto econômico, social ou ambiental. Isso engloba pesquisa científica, desenvolvimento de produtos e tecnologias úteis; 3) A Capacidade de Empreendedorismo - E-CAP destaca o ambiente necessário para a formação de startups e empresas escaláveis - <i>scale-ups</i>. Foca em iniciativas voltadas à inovação, combinando habilidades empreendedoras, infraestrutura apropriada e acesso a financiamento para fomentar negócios orientados à inovação. 4) A Vantagem Comparativa reflete os pontos fortes específicos de uma região, que a diferenciam em um contexto global. Essa vantagem geralmente se manifesta em clusters industriais ou setores geográficos específicos, conectando as capacidades de inovação e empreendedorismo com os ativos únicos da região. 5) O impacto do modelo é avaliado por indicadores como Produto Interno Bruto - PIB per capita, Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS, criação de empregos e qualidade dos negócios orientados à inovação gerados.</p>
<p>Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa (Adaptado de Felizola, 2021; Felizola; Marques; Silva, 2024)</p>	<p>1) Dimensão Relacionamento: Pilar 1 – Eventos de Empreendedorismo e Inovação; Reuniões Periódicas; Pilar 2 – Sistemas Integrados de Conexão; Pilar 3 – Lideranças Ativas; 2) Dimensão Institucionalização: Pilar 1 – Amplitude dos Atores; Pilar 2 – Cooperações Oficializadas; Pilar 3 – Ligação Cruzada entre os Atores; 3) Dimensão Criatividade: Pilar 1 – Profissionais Criativos; Pilar 2 – Propriedade Intelectual; 4) Dimensão Sustentabilidade: Pilar 1 – Fator Social; Pilar 2 – Ambiental; Pilar 3 – Fator Econômico.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISE DO ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO DE ITABAIANINHA/SE POR MEIO DO BABSON *ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM PROJECT* - BEEP

Em relação ao Ecossistema de Empreendedorismo da Cadeia de Moda de Itabaianinha/SE foram analisados os elementos do Modelo Babson *Entrepreneurship Ecosystem Project* - BEEP: 1) Capital Humano; 2) Política; 3) Serviços de Apoio; 4) Cultura; 5) Finanças; e 6) Mercado.



O **Capital Humano** é um dos elementos fundamentais do ecossistema de empreendedorismo, abrangendo a qualidade do ensino superior e a capacidade da força de trabalho. No caso da cadeia da moda de Itabaianinha/SE, embora os empreendedores apontem desafios na capacitação de mão de obra, há um esforço significativo para sanar essa dificuldade. Instituições como SENAI, SENAC, SEBRAE, SENAR e o Instituto Federal de Sergipe (IFS), em parceria com o setor público e privado, têm oferecido capacitações e treinamentos que elevam o nível técnico e criativo dos profissionais da região. Profissionais como costureiras, bordadeiras, estilistas e gestores de produção, entre outros, têm se destacado, evidenciando o impacto positivo da qualificação na construção de um ecossistema sólido.

A dimensão de **Política** enfatiza o papel das regulamentações governamentais e estruturas de apoio ao empreendedorismo. Em Itabaianinha, as políticas locais têm promovido o fortalecimento do ecossistema por meio da criação de estruturas como o Comitê Gestor de Confeção e Indústria Têxtil, coordenado pelo Banco do Nordeste e apoiado por órgãos municipais e estaduais. Além disso, iniciativas como o projeto do Cinturão de Confeções pelo Governo do Estado de Sergipe demonstram um esforço em integrar políticas públicas com demandas do setor. Contudo, desafios permanecem, especialmente na implementação de mecanismos de proteção à propriedade intelectual e no suporte contínuo à inovação.

Os **Serviços de Apoio** incluem a infraestrutura local, instituições não governamentais e a presença de profissionais qualificados, como advogados e contadores. Em Itabaianinha, embora não existam plataformas tecnológicas específicas para conectar os atores do ecossistema, ferramentas como WhatsApp desempenham um papel central na comunicação. O SEBRAE, junto a outras entidades como SENAC e SENAI, oferece suporte técnico e consultorias, enquanto instituições financeiras como BNB e Banco do Brasil fornecem linhas de crédito para fomentar os negócios. Esse suporte, mesmo que ainda careça de maior profissionalização, é crucial para a sustentabilidade da cadeia produtiva.

A **Cultura** do ecossistema é moldada por normas sociais e histórias de sucesso que inspiram novos empreendedores. Em Itabaianinha, eventos como o Moda Mix desempenham papel estratégico ao valorizar a moda local e promover a inovação criativa. O evento reúne atores de diversas regiões e consolida a imagem do município como um polo relevante no cenário da moda em Sergipe. A cultura empreendedora é reforçada pela atuação de lideranças regionais que compartilham suas experiências e impulsionam iniciativas voltadas para o desenvolvimento do setor, criando um ambiente favorável ao empreendedorismo e à inovação.

A dimensão de **Finanças** abrange serviços e produtos financeiros acessíveis aos empreendedores. Em Itabaianinha, atores como o Banco do Nordeste, o BANESE e o Banco do Brasil têm papel relevante no financiamento de pequenas e médias empresas da cadeia da moda. Além disso, destaca-se a presença de investidores anjos locais, que aportam recursos em negócios emergentes. Apesar disso, a necessidade



de diversificar as fontes de financiamento e facilitar o acesso a créditos específicos para inovação e sustentabilidade ainda são desafios a serem enfrentados no ecossistema.

O **Mercado** é impulsionado por redes e associações de empreendedores, eventos e a conectividade entre fornecedores e consumidores. Itabaianinha apresenta iniciativas robustas nesse sentido, com eventos sazonais e feiras organizados pela Associação da Confecção de Itabaianinha (ASK), além de reuniões da CDL e do Comitê Gestor do setor têxtil. Essas atividades promovem a integração entre os atores e criam oportunidades de negócios. No entanto, há um potencial inexplorado no uso de plataformas digitais para expandir o mercado e integrar ainda mais os diferentes segmentos da cadeia produtiva, ampliando o alcance geográfico e comercial do polo de moda.

4.2 ANÁLISE DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO POR MEIO DO MODELO IECOSYSTEMS DO MIT

As **instituições alicerces** em Itabaianinha incluem organizações públicas e privadas que proporcionam suporte regulatório, financeiro e educacional. Entidades como SEBRAE, SENAI, SENAC e o Instituto Federal de Sergipe (IFS) desempenham papéis fundamentais, oferecendo capacitação, consultoria e suporte técnico. No entanto, há desafios em relação à implementação de mecanismos de proteção à propriedade intelectual, o que limita a capacidade de proteger e alavancar ativos inovadores. Além disso, a infraestrutura jurídica e as práticas comerciais locais precisam de fortalecimento para garantir maior facilidade na condução de negócios.

De acordo com dados do Ministério da Fazenda (2024) e Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da RFB (2024), a cidade de Itabaianinha tem em 2024, 1.455 pessoas jurídicas, sendo que 15% dessas empresas estão relacionadas à indústria criativa da moda. Os empreendedores de Itabaianinha têm 120 empresas com Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE: 13 - Toda Divisão de Fabricação de Produtos Têxteis e 14 - Toda Divisão de Confecção de Artigos do Vestuário e Acessórios. Em relação ao CNAE 4781400 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios foram encontradas 100 empresas. Comparativamente, Sergipe tem 2.117 empresas de fabricação e confecção e 7.357 de varejo. Em relação ao CNAE: 4642701: Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança, identificou-se apenas uma empresa em Itabaianinha, a OXINTTY SPORT FITNESS IND. E COM. DE CONFECÇÕES LTDA, enquadrada como Empresa de Pequeno Porte (EPP).

Na **tabela 1** abaixo, é possível observar a quantidade de empresas de Itabaianinha e CNAE Principal na área de Varejo, Fabricação de Produtos Têxteis e na Divisão de Confecção de Artigos do Vestuário e Acessórios.



Tabela 1 – Empresas de Itabaianinha das Áreas de Varejo, de Fabricação de Produtos Têxteis e Confeção de Artigos do Vestuário e Acessórios em Fev/2024

Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	Número de Empresas	Percentual (%)
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	100	45,5%
Confeção de peças do vestuário exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	63	28,6%
Facção de peças do vestuário exceto roupas íntimas	23	10,5%
Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	9	4,1%
Confeção sob medida de peças do vestuário exceto roupas íntimas	9	4,1%
Confeção de roupas íntimas	6	2,7%
Fabricação de artigos do vestuário produzidos em malharias e tricotagens exceto meias	3	1,4%
Estamparia e texturização em fios tecidos artefatos têxteis e peças do vestuário	2	0,9%
Confeção sob medida de roupas profissionais	2	0,9%
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	1	0,5%
Facção de roupas profissionais	1	0,5%
Facção de roupas íntimas	1	0,5%
Total	220	100,0%

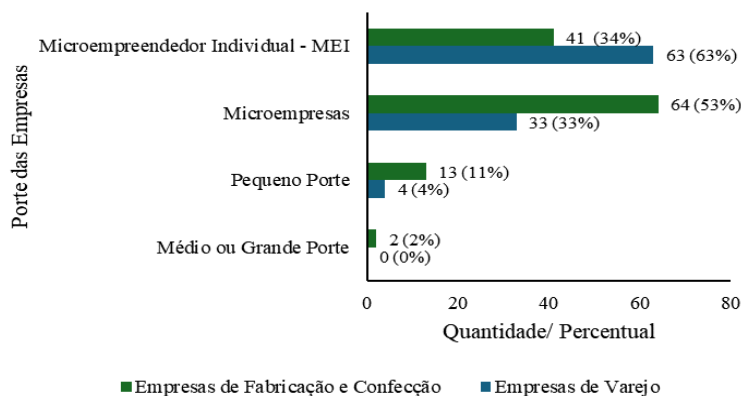
Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024)

Embora Itabaianinha seja um polo consolidado na produção de vestuário, a **capacidade de inovação** ainda enfrenta barreiras. A região é caracterizada por pequenas e microempresas que, muitas vezes, carecem de recursos para investir em pesquisa e desenvolvimento. As iniciativas existentes, como o evento Moda Mix, promovem criatividade e conectividade no setor, mas há uma lacuna na transição de ideias inovadoras para produtos e serviços de impacto significativo. Parcerias com universidades e instituições técnicas podem fortalecer a inovação na cadeia produtiva, ampliando o potencial de geração de valor.

Em relação ao porte das 120 empresas de Fabricação de Produtos Têxteis e Confeção de Artigos do Vestuário e Acessórios, observa-se que 2 (2%) são de Médio ou Grande Porte, 13 (11%) de Pequeno Porte, 41 (34%) são MEI e 64 (53%) são Microempresas conforme **Figura 3**. Em relação ao Porte das 100 empresas de Varejo, 63% são MEI, 33% Microempresas, apenas 4% de Pequeno Porte e nenhuma empresa de Médio ou Grande Porte.



Figura 3 – Porte das Empresas da Área de Confecção e de Varejo do Município de Itabaianinha/SE



Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024)

A **capacidade empreendedora** de Itabaianinha é impulsionada pela forte presença de empreendedores locais que lideram negócios de pequeno porte. A disponibilidade de capital de risco é limitada, e os mecanismos de apoio para startups inovadoras ainda são incipientes. A presença de espaços modulares e infraestrutura adequada para novos empreendimentos também precisa ser ampliada, facilitando a criação e consolidação de negócios inovadores.

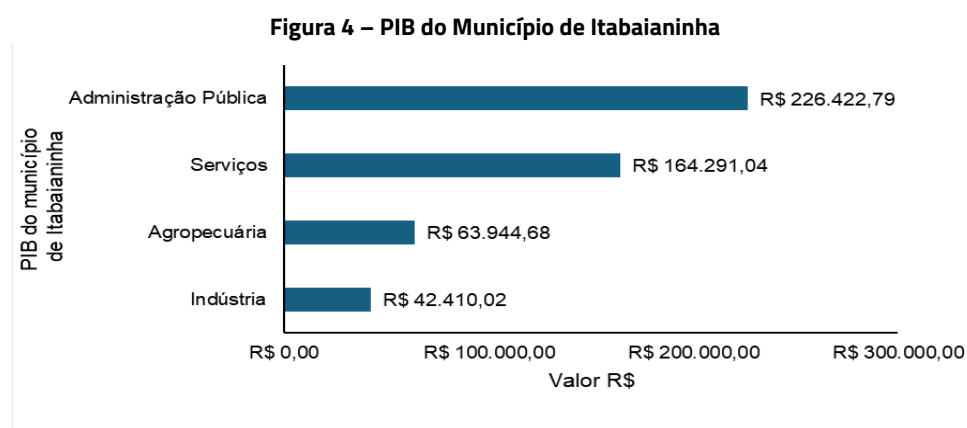
A **vantagem comparativa** de Itabaianinha reside em seu histórico como polo da moda regional, com expertise consolidada na produção de roupas e acessórios. A localização estratégica e o custo competitivo da mão de obra também conferem um diferencial importante. No entanto, para competir em um contexto global, é essencial que o ecossistema se especialize em nichos de mercado e inove em produtos sustentáveis e de alto valor agregado.

O **impacto** do ecossistema de Itabaianinha pode ser medido por indicadores como geração de empregos, PIB, crescimento econômico regional e fortalecimento da imagem do município como referência na moda. Além disso, iniciativas que promovam soluções sustentáveis e inclusão social podem alavancar o progresso social, alinhando o ecossistema aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS. Após a análise de dados secundários que auxiliaram no entendimento da realidade econômica nacional, regional, estadual e do Município de Itabaianinha, nas próximas páginas serão apresentados os resultados da análise da conexão entre os atores do ecossistema de empreendedorismo e inovação.

De acordo com dados do IBGE (2021), Itabaianinha é um município cuja economia está fortemente ligada ao setor têxtil, formando um polo de confecções relevante em Sergipe. O PIB a preços correntes do município é de R\$535.800.000, subtraindo-se os Impostos, líquidos de subsídios, sobre produtos de R\$38.728.013, é possível chegar no Valor adicionado bruto a preços correntes de R\$497.068.540, sendo



que R\$226.422.790 (45,5%) do PIB, vem da Administração Pública (em suas ações de Administração, Defesa, Educação, Saúde Públicas e Seguridade Social), o setor de Serviços tem R\$164.291.040 (33,1%), a Agropecuária com o valor de R\$63.944.680 (12,9%), enquanto que a Indústria R\$42.410.020 (8,5%) Na **figura 4**, apresenta-se a divisão por setor do PIB de Itabaianinha.



Fonte: IBGE (2021)

Na comparação estadual, Itabaianinha ficou na posição 59° entre os municípios do estado de Sergipe. Os dados do IBGE (2015), apontaram que o percentual de receitas externas era de 91,8%, o que o colocava na posição 42° entre os municípios de Sergipe. Segundo dados do IBGE entre 2006 a 2021, o crescimento do PIB municipal apresentou o 2° melhor desempenho do Sul Sergipano. Nos últimos dez anos, o crescimento nominal do nível de atividade da cidade foi de 130,3% e a taxa apresentada nos últimos 5 anos foi de 31,7%.

4.3 ANÁLISE DA CONEXÃO DO ECOSSISTEMA DE MODA DE ITABAININHA/SE

A **dimensão de relacionamento** está atrelada ao fortalecimento das redes entre os atores, do impulsionamento das operações e da integração da comunicação do ecossistema. A análise enfocou os pilares de Eventos de Empreendedorismo e Inovação e Reuniões Periódicas, Sistemas Integrados de Conexão e Lideranças Ativas. Ao avaliar a conexão da cadeia da moda do município de Itabaianinha, em relação ao **Pilar 1 - Eventos de Empreendedorismo e Inovação e Reuniões Periódicas**, o ponto de destaque é o “Moda Mix” que é considerado o maior evento de moda do estado de Sergipe e está em sua nona edição. A proposta do referido evento é conceitual e anual, e consegue atrair a cadeia da moda da região Centro Sul do estado de Sergipe, sendo organizado pela Associação da Confecção de Itabaianinha (ASK) que tem mais de 50 empresas da cadeia da moda e conta com o apoio do Sebrae e da Prefeitura do município. O polo da moda de Itabaianinha realiza eventos promocionais para cada mudança de estação,



além disso, o SEBRAE desenvolve eventos, cursos e capacitações específicas para os empreendedores, essa prática do ecossistema segundo a lógica de Adner e Kapoor (2010) está associada a amplitude de vendedores, consumidores e outros atores interdependentes que vão além do ambiente de negócios tradicional e promovem o desenvolvimento da inovação considerando toda a complexidade da rede.

Em relação às reuniões periódicas, foi criado um Comitê Gestor de Confecção/Indústria têxtil do território Centro Sul Sergipano, que é coordenado pelo Banco do Nordeste - BNB e conta com a participação de vários atores do ecossistema, além disso acontecem mensalmente reuniões da Associação da Confecção de Itabaianinha - ASK e da Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL, onde outros atores do ecossistema também são convidados. Ao se avaliar a estrutura do ecossistema sob a ótica do primeiro pilar, é importante mencionar que a conexão envolve atores com representatividade nacional, regional e estadual e não apenas na esfera da cidade de Itabaianinha, noção que foi analisada por Audretsch *et al.* (2019) que destacam a importância de avaliar a geografia dos ecossistemas, principalmente devido aos limites físicos e a atuação dos atores líderes, sendo importante considerar os limites do impacto dos ecossistemas de inovação, que se devem principalmente à presença de atores que operam virtualmente no campo da inovação, mesmo fora da região, ou no caso específico do município de Itabaianinha.

Ao avaliar o **Pilar 2 - Sistemas Integrados de Conexão** que dão suporte à conexão da cadeia da moda do município de Itabaianinha, foi possível identificar que não existem plataformas criadas especificamente para os atores do ecossistema do município de Itabaianinha, e eles utilizam as principais plataformas internacionais, a principal ferramenta instantânea de comunicação é o WhatsApp. Os atores do ecossistema não utilizam ferramentas de gestão compartilhada e gerenciamento de documentos. Para Valkokari (2015) novas estratégias ecossistêmicas impulsionadas pelos desenvolvimentos nas tecnologias de informação e comunicação facilitam a comunicação entre diferentes regiões. A ausência de uma maior profissionalização, pode ser considerado um ponto fraco do ecossistema do município de Itabaianinha.

Em relação ao **Pilar 3 - Lideranças Ativas**, foi possível identificar organizações públicas, privadas e terceiro setor e pessoas físicas sem representatividade jurídica que assumem a responsabilidade de comandar os diversos atores de inovação. A prefeitura municipal atualmente conta com um Prefeito e um Secretário de desenvolvimento econômico que são empreendedores do ramo da moda, além disso, a principal associação comercial ligada a moda, tem um empreendedor de destaque na liderança e a CDL tem um empreendedor que atua no varejo e na área de tecnologia com experiência no lançamento de startups. Além disso, o SEBRAE assume o protagonismo com um escritório regional na região, além da importante participação de entidades como o Governo do Estado de Sergipe, SENAC, SENAI e do Banco Itaú na formação de mão de obra qualificada para a área de moda na região e de outras entidades



financeiras como o Banco do Estado de Sergipe - BANESE, BNB e Banco do Brasil como entidades importantes para o financiamento das operações. A análise da conexão em seu terceiro pilar, permitiu observar novamente a amplitude proposta por Audretsch *et al.* (2019) ao analisarem a capacidade dos atores em captar recursos, fornecer serviços e gerar insumos para outros intervenientes e mercados através da expansão das fronteiras geográficas.

Na dimensão institucionalização, a proposta é a de avaliação dos atores do ecossistema enquanto personalidades jurídicas que atuam em conjunto para o benefício do ecossistema, aqui foi observada a existência e as relações entre as Empresas Públicas, de Economia Mista, Associações, Institutos, Fundações, Organizações Não Governamentais, Empresas particulares em suas diversas configurações: Microempreendedores Individuais – MEIS, Microempresas - ME, Empresas de Pequeno Porte - EPP, Grandes Empresas, Sociedades Anônimas – S/A, Indústrias etc. A análise enfocou os pilares: a amplitude dos atores, as cooperações oficializadas e as ligações cruzadas entre os atores.

Em relação ao **Pilar 1 - Amplitude dos Atores**, foi possível identificar no estudo de caso, a presença de investidores anjos entre os próprios empreendedores da cadeia da moda de Itabaianinha, que aportam recursos em empresas relacionadas com o ecossistema, de banco convencionais que oferecem linhas de crédito para os atores do ecossistema, do governo do Estado de Sergipe que pretende lançar um Cinturão de Confecções com a criação de um Centro de Comercialização no Polo de Moda no município e da Prefeitura do Município, principalmente da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo de Itabaianinha, de consultorias independentes e cadastradas no SEBRAE atendendo demandas específicas da região e de mentores experientes da área da confecção que auxiliam novos entrantes no mercado. Em relação às instituições de ensino, foi possível observar a participação importante do Instituto Federal de Sergipe - IFS na região, bem como dos cursos de capacitação promovidos pelo SENAC, SENAI e SEBRAE. Em Valkokari (2015), os intervenientes que formam o ecossistema de inovação incluem decisores políticos de inovação, prestadores de serviços regionais e organizações generalistas ou especialistas que prestam serviços relacionados com a inovação e o financiamento da inovação.

Em relação às associações, destaca-se a atuação de associações comerciais específicas da área de moda, da CDL e do Sindilojas. Um importante traço do ecossistema foi a presença de Prestadores de Serviços de auxílio ao Ecossistema, tais como: Contadores, Publicitários, Designers Gráficos e Advogados especializados. Para Jacobides, Cennamo e Gawer (2018), um ecossistema de inovação consiste em muitos atores com níveis variados de compatibilidade que o sistema não pode controlar totalmente.

Em relação ao **Pilar 2 - Cooperações Oficializadas e Pilar 3 - Ligações Cruzadas entre atores**, verificou-se que o Comitê Gestor de Confecção/Indústria têxtil do território Centro Sul Sergipano, oficializou o compromisso com entidades como a Associação de Confecções de Itabaianinha, Banco do



Nordeste - BNB, Câmara dos Dirigentes Lojistas - CDL de Itabaianinha, Instituto Federal de Sergipe - IFS, Prefeitura Municipal de Itabaianinha, SENAC, SENAI e SEBRAE dentre outras entidades. Nessa amplitude de atores, é possível observar como avaliou Valkokari (2015, 2017) que o ecossistema envolve a cocriação de inovação entre atores geograficamente próximos e com diversos graus de relacionamento e cooperação.

Na dimensão criatividade, a proposta é a de avaliação dos pilares profissionais criativos e propriedade intelectual. O pilar 1 - Profissionais Criativos referem-se às atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor, atividades relacionadas como registros de marcas e patentes, comércio varejista e materiais para publicidade e outros profissionais de apoio, em setores como construção civil, telecomunicações e serviços educacionais (FIRJAN, 2016).

A seguir algumas das atividades profissionais dos segmentos da Indústria Criativa (FIRJAN, 2016): 1) Consumo: Arquitetura, *Design*, Moda e Publicidade; 2) Cultura: Artes Cênicas; Expressões Culturais como artesanato e gastronomia; Música; e Patrimônio e Artes, tais como, serviços culturais, museologia, produção cultural e patrimônio histórico; 3) Mídias: Audiovisual e Editorial; e 4) Tecnologia: Biotecnologia; Pesquisa e Desenvolvimento - P&D como desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto biologia; Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC, desenvolvimento de *software*, sistemas, consultoria em TI e robótica.

O Pilar 2 - Propriedade Intelectual refere-se a Lei nº 9.279/1996 especificamente aos itens do art. 2º: 1) concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade; 2) concessão de registro de desenho industrial; 3) - concessão de registro de marca; 4) repressão às falsas indicações geográficas; e 5) repressão à concorrência desleal (Brasil, 1996). Pretende-se identificar e analisar quais tipos de propriedade industrial são usados pela indústria criativa da moda de Itabaianinha/SE.

Em relação ao **Pilar 1 - Profissionais Criativos**, os empreendedores(a) citaram a ausência de mão de obra capacitada, mas essa dificuldade já está sendo sanada, com o próprio ensino público da região e com parceiros estratégicos tais como SENAI, SENAC, SEBRAE, SENAR, IFS, Banco Itaú etc. No Polo de Moda de Itabaianinha tem-se diversos profissionais criativos da Moda, tais como, costureiras, bordadeiras, estilistas de moda, maquiadores, modelistas, vitrinistas, gestores de produção e mecânicos. Além desses profissionais existem publicitários, social *media*, fotógrafos, jornalistas, *filmmakers*, modelos, *influencers*, blogueiros. Além disso, também interagem com o ecossistema, profissionais de outras áreas que estão se especializando na economia criativa, tais como fornecedores de matéria-prima, advogados e contadores. Stam e Van de Ven (2021) citaram os recursos humanos, como habilidades, conhecimentos e experiências dos indivíduos como um dos elementos que formam o ecossistema de empreendedorismo.



Em relação ao **Pilar 2 - Propriedade Intelectual**, os empreendedores(as), afirmam terem preocupação com o registro de marca, embora algumas empresas provavelmente tenham que mudar sua marca, pois o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI não foi liberado ainda, já sofreram notificações extrajudiciais por uso de nomes registrados ou usaram nomes genéricos que não podem ser registrados. Van Weele *et al.*, (2018) e Angrisani, Cannavacciuolo e Rippa (2023) citaram a importância do governo em criar condições favoráveis para proteção da propriedade intelectual e do papel do ecossistema de transferência de tecnologia na estimulação da inovação e do crescimento econômico.

Em relação à indicação geográfica, eles nunca buscaram se unir com outros empreendedores para tentar o processo no INPI. Os empreendedores também citaram que as marcas que realizam pirataria não são bem-vistas pelos atores da Cadeia da Moda de Itabaianinha/SE e a questão de cópia de modelos é percebida como um tipo de reconhecimento pelo trabalho bem realizado, o que pode explicar a falta de proteção das coleções por meio de registro de desenho industrial.

A pesquisa feita na base de marcas do INPI (2024) identificou registros de marcas em vigor de 11 empresas, sendo a Oxxinty, a empresa que mais tem registros (Line4D Fitness, Oxxinty, Oxxinty Sport Fitness e Oxyline JeansWear) conforme **Figura 5**.

Figura 5 – Marcas Registradas dos Negócios de Moda de Itabaianinha/SE



Fonte: Pesquisa INPI (2024)

Na dimensão sustentabilidade, a proposta é a de avaliar a importância das interações sociais e culturais na promoção da inovação e do crescimento econômico (Ancona *et al.*, 2023), a integração das preocupações socioambientais no desenvolvimento de modelos de negócios (Thompson, Purdy e Ventresca, 2018; Berger e Blanka, 2024) e a criação de valor econômico por meio do desenvolvimento



de um ambiente propício ao empreendedorismo com investimentos em educação empreendedora, infraestrutura e políticas públicas de apoio (Autio et al., 2018; Spigel e Harrison, 2018). A análise enfocou os pilares: fator social, ambiental e econômico.

Em relação ao **Pilar 1 - Fator Social**, o curso de Modelagem do Vestuário do Colégio Estadual Monsenhor Olímpio Campos é um exemplo da importância de investimentos em educação e formação criativa para nutrir o talento local e preparar a próxima geração de profissionais e empreendedores criativos da moda de Itabaianinha.

Outras iniciativas de formação de talentos são as capacitações na escola técnica do Polo da Moda e nas fábricas dos próprios empreendedores, o curso de Estilista de Moda disponibilizado gratuitamente pelo SENAC-SE e o Projeto Inova Moda Digital SENAI-SE, Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do Rio de Janeiro CETIQT/SENAI-RJ, SEBRAE-SE, SENAC-SE, Governo do Estado e Prefeitura que apoia a educação por meio de consultorias, capacitações e adoção de tecnologias inovadoras, buscando-se atualizar às empresas, promover a sustentabilidade, desenvolver a mão de obra e aprimorar toda a cadeia produtiva. De acordo com Spigel e Harrison (2018) e Ancona *et al.* (2023), as redes formadas pelos empreendedores e outros atores do ecossistema de empreendedorismo enfatizam o aspecto social das atividades empreendedoras.

Os empreendedores, a ASK e a prefeitura de Itabaianinha buscam a obtenção do título oficial para Itabaianinha de capital da moda sergipana, de acordo com os entrevistados, além das tratativas com o governo do estado, devido ao projeto do Cinturão de confecções de Sergipe, a cidade pretende aumentar a divulgação como “capital da moda” com uma estratégia de marketing de posicionamento da cidade no imaginário coletivo. Essas ações são importantes para fortalecer a identidade cultural da comunidade local, destacando a importância da indústria da moda nos valores coletivos e narrativas compartilhadas (Hannigan *et al.*, 2022) dos habitantes de Itabaianinha. De acordo com Stam e Van de Ven (2021) e Berger e Blanka (2024), os aspectos culturais são elementos importantes do ecossistema de empreendedorismo, promovendo a cultura empreendedora, crescimento socioeconômico inclusivo e resiliência da comunidade.

Em relação ao **Pilar 2 - Fator Ambiental**, há iniciativas focadas na sustentabilidade, especialmente na aquisição de insumos para a produção. Os empreendedores expressaram preocupações sobre a compra sustentável, dado que a matéria-prima frequentemente vem de fornecedores de outros estados do Brasil, resultando em visitas frequentes de representantes comerciais nas lojas do Polo da Moda. Para Thompson, Purdy e Ventresca (2018) e Berger e Blanka (2024), o ecossistema de empreendedorismo torna-se sustentável quando traz as preocupações socioambientais no cerne das atividades principais do negócio.



Embora os entrevistados observem que a sustentabilidade é uma tendência internacional da moda e algumas ações tenham aparecido ao longo das entrevistas, tais como, a preocupação de algumas lojas específicas em lançar linhas ecologicamente corretas e o tema Sustentabilidade já foi discutido no último Moda Mix de 2023, ainda falta divulgação das ações sustentáveis realizadas na compra de insumos, ou mesmo uma coleção que explore a moda sustentável.

Em relação ao **Pilar 3 - Fator Econômico**, os entrevistados consideram o ambiente propício para empreender, devido a experiência com confecção que é uma característica da cidade, além disso, eles consideram o município um “celeiro” de empreendedores desde a experiência surgida com a Grippon, que foi uma grande indústria instalada na região na década de 1990 e que acabou também motivando o surgimento de novos negócios que de acordo com Angrisani, Cannavacciuolo e Rippa (2023) é um dos objetivos do ecossistema de empreendedorismo. A experiência da Grippon como plataforma de inovação, de acordo com Jacobides, Cennamo e Gawer (2018) é amparada na lógica dos fluxos de entrada e saída que cercam a formação de plataformas destinadas a aumentar o potencial inovador. Esta concepção de plataforma de inovação é comum na literatura científica do ecossistema de empreendedorismo e inovação e aponta para conglomerados empresariais formados a partir dos interesses de uma determinada organização.

Em relação a facilitação para a abertura de empresas e instrumentos legais para auxiliar os empreendedores, de acordo com a prefeitura, um dos objetivos da sala do empreendedor é facilitar a rapidez na abertura de empresas e têm contadores que constantemente repassam informações para os empreendedores, sobre os melhores caminhos contábeis e legais para a abertura de empresas. Além disso, os funcionários da prefeitura estão estudando medidas orçamentárias para aumentar o incentivo, tais como redução de taxas e impostos, mas necessitam de aparato jurídico para dar legitimidade e legalidade aos atos. Stam e Van de Ven (2021) destacaram o ambiente legal e regulatório das instituições formais. Esse trabalho realizado em Itabaianinha deve surtir um efeito positivo nos próximos anos, pois de acordo com Jacobides, Cennamo e Gawer (2018), novos ecossistemas emergem através das preferências e experiências de diferentes atores e não surgem automaticamente.

Em relação a possibilidade de exportar os produtos, os atores chaves descrevem que algumas empresas do polo vendem para todo o Brasil, na ótica dos entrevistados os resultados dos eventos como Moda Mix e o Aniversário do Polo, demonstram o potencial do Polo da Moda de Itabaianinha para a venda de produtos em outros estados do Brasil e mesmo internacionalmente, visto que uma das lojistas do Polo em uma premiação foi convidada para que seus produtos fizessem parte do portfólio de produtos do Grupo Chinês *Shein*.



Outro ponto lembrado pela prefeitura, foi a iniciativa de desenvolver o turismo de negócios para a região por meio diversificação das ofertas turísticas, incluindo o Polo da Moda e outros itinerários, fortalecendo a atividade comercial, atraindo investimentos para a região e criando empregos e oportunidades de negócios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre ecossistemas de empreendedorismo e inovação revela que a integração de diversos elementos pode impulsionar o desenvolvimento sustentável em regiões com vocações econômicas específicas, como Itabaianinha/SE. Analisando modelos como o *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project (BEEP)*, o *iEcosystems* do MIT e o modelo adaptado para a indústria criativa, é possível identificar caminhos para fortalecer as capacidades locais, abordando desafios e oportunidades específicas. O caso de Itabaianinha ilustra como a aplicação desses modelos pode transformar um polo produtivo em um celeiro de inovação e sustentabilidade.

No modelo BEEP, os pilares de capital humano, políticas, serviços de apoio, cultura, finanças e mercado encontram ecos em Itabaianinha, onde eventos e reuniões são relevantes, mas ainda carecem de alinhamento estratégico com inovação e sustentabilidade. A liderança dos empreendedores locais na cadeia da moda é um ativo essencial, mas o fortalecimento do ecossistema exige maior integração entre atores e público, de forma a consolidar a percepção da região como inovadora e sustentável. Além disso, a qualificação da mão de obra e a melhoria da infraestrutura continuam sendo desafios importantes.

O modelo *iEcosystems* do MIT, com foco em instituições alicerce, capacidades de inovação (I-CAP) e empreendedorismo (E-CAP), é particularmente relevante para Itabaianinha. A vantagem comparativa da região, baseada na tradição e criatividade da cadeia têxtil, pode ser potencializada por investimentos em pesquisa e desenvolvimento, além do aprimoramento das práticas empreendedoras. O fortalecimento das conexões institucionais, incluindo a revisão de personalidades jurídicas das associações e a formalização de parcerias, também é fundamental para melhorar a governança e viabilizar acordos estratégicos.

No modelo de análise de conexão de ecossistema adaptado para a indústria criativa, as dimensões de relacionamento, institucionalização, criatividade e sustentabilidade evidenciam lacunas e oportunidades. A dimensão criatividade se destaca pelo talento dos profissionais locais, como costureiras e estilistas, além das parcerias com instituições como SENAI, SENAC e SEBRAE para capacitação. Contudo, desafios relacionados à propriedade intelectual, como a pirataria e a falta de registros adequados, limitam o crescimento sustentável. A ausência de iniciativas como a busca por indicação geográfica reforça a



necessidade de maior apoio governamental e conscientização dos atores locais sobre a importância da proteção intelectual.

Por fim, a dimensão sustentabilidade aponta para um ambiente promissor, mas ainda em desenvolvimento. Embora haja iniciativas voltadas à formação criativa e cultural, práticas sustentáveis precisam ser mais difundidas e efetivadas. A busca pelo título de “Capital da Moda” reforça o valor da identidade cultural como pilar do desenvolvimento regional. Assim, integrando os elementos de diferentes modelos teóricos ao caso de Itabaianinha, conclui-se que o fortalecimento das conexões, a promoção da inovação e a incorporação de práticas sustentáveis são essenciais para transformar o potencial existente em impacto econômico, social e ambiental de longo prazo.

REFERÊNCIAS

ADNER, R.; KAPOOR, R. Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. **Strategic Management Journal**, vol. 33, n. 3, p. 306–333, 2010.

ANCONA, A.; CINELLI, M.; FERRARO, G.; IOVANELLA, A. Network-based principles of entrepreneurial ecosystems: a case study of a start-up network. **Small Business Economics**, v. 61, n. 4, p. 1497-1514, 2023.

ANGRISANI, Mariarosalba; CANNAVACCIUOLO, Lorella; RIPPA, Pierluigi. Framing the main patterns of an academic innovation ecosystem. Evidence from a knowledge-intensive case study. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 29, n. 11, p. 109-131, 2023.

AUDRETSCH, D. et al. Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts. **Journal of Technology Transfer**, v. 44, n. 2, p. 313-325, 2019.

AUTIO, E.; NAMBISAN, S.; THOMAS, L. D.; WRIGHT, M. Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 12, n. 1, p. 72-95, 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 7.ed. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERGER, Elisabeth SC; BLANKA, Christine. Comprehensive and multifaceted perspectives on sustainability, urban studies, and entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 62, n. 2, p. 471-501, 2024.



BOUCHER, Sasha; CULLEN, Margaret; CALITZ, André Paul. Culture, entrepreneurial intention and entrepreneurial ecosystems: evidence from Nelson Mandela Bay, South Africa. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, n. ahead-of-print, 2023.

BRASIL. Lei no 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**, Brasília, 14 mai. 1996.

BUDDEN, P.; MURRAY, F. **An MIT Framework for Innovation Ecosystem Policy: Developing policies to support vibrant innovation ecosystems (iEcosystems)**. Cambridge, MA: MIT Lab for Innovation Science and Policy, out. 2018.

BUDDEN, P.; MURRAY, F.; TURSKAYA, A. **A systematic MIT approach for assessing 'innovation-driven entrepreneurship' in ecosystems**. Cambridge, MA: MIT Lab for Innovation Science and Policy, fev. 2019.

BUDDEN, P.; MURRAY, F. **MIT's Stakeholder Framework for Building & Accelerating Innovation Ecosystems**. Cambridge, MA: MIT Lab for Innovation Science and Policy, abr. 2019.

ENCICLOPÉDIA dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 1959. v. 19. p. 323-324. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_19.pdf. Acesso em: 18 dez. 2023.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos. *Innovation Ecosystems Connection – Modelo de conexão entre os atores de um ecossistema de inovação* /Orientadora Iracema Machado Aragão. UFS, São Cristóvão, SE, 2021. 326 f.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; GOMES, I. M. A. REVISÃO DA LITERATURA E FORMAÇÃO DE UM MODELO HÍBRIDO DE ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO. **HUMANIDADES & INOVAÇÃO**, v. 8, p. 9-32, 2021.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; MARQUES, Jane Aparecida; SILVA, Amanda Luiza Soares. MAPEAMENTO DO ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 21, n. 2, 2024.

FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2016. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/economicriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa-Firjan2016.pdf>. Acesso em: 10 de abril de 2024.

GAWER, A. Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1239-1249, 2014.



GICEC - Gerência de Informações Geográficas e Cartográficas. Mapa Divisão por Regiões do Estado de Sergipe. Aracaju: SUPES/SEPLAN, 2008.

GOSWAMI, Ketan; MITCHELL, J. Robert; BHAGAVATULA, Suresh. Accelerator expertise: Understanding the intermediary role of accelerators in the development of the Bangalore entrepreneurial ecosystem. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 12, n. 1, p. 117-150, 2018.

HANNIGAN, T. R.; BRIGGS, A. R.; VALADAO, R.; SEIDEL, M. D. L.; JENNINGS, P. D. A new tool for policymakers: Mapping cultural possibilities in an emerging AI entrepreneurial ecosystem. **Research Policy**, v. 51, n. 9, p. 104315, 2022.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Percentual de receitas**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados dos Municípios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/perfil-dos-municipios.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Documentação do Censo 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Busca de marcas**. 2024. Disponível em: https://busca.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_classe_basica.jsp. Acesso em: 29 de fevereiro de 2024.

JACOBIDES, M.; CENNAMO, C.; GAWER, A. Towards a theory of ecosystems. **Strategic Management Journal**, v. 39, n. 8, p. 2255-2276, 2018.

HANNIGAN, T. R.; BRIGGS, A. R.; VALADAO, R.; SEIDEL, M. D. L.; JENNINGS, P. D. A new tool for policymakers: Mapping cultural possibilities in an emerging AI entrepreneurial ecosystem. **Research Policy**, v. 51, n. 9, p. 104315, 2022.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br>. Acesso em: 20 de janeiro de 2024.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br>. Acesso em: 20 de janeiro de 2024.

MTE - MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Institucional**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br>. Acesso em: 20 de dezembro de 2023.



OECD/Eurostat. **Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation**, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, 2018.

RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>. Acesso em: 20 de janeiro de 2024.

SPIGEL, Ben; HARRISON, Richard. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. **Strategic entrepreneurship journal**, v. 12, n. 1, p. 151-168, 2018.

THOMPSON, Tracy A.; PURDY, Jill M.; VENTRESCA, Marc J. How entrepreneurial ecosystems take form: Evidence from social impact initiatives in Seattle. *Strategic Entrepreneurship Journal*, v. 12, n. 1, p. 96-116, 2018.

VALKOKARI, K. Business, Innovation, and Knowledge Ecosystems: How They Differ and How to Survive and Thrive within Them. **Technology Innovation Management Review**, v.5(8), 17–24, 2015.

VALKOKARI, K. *et al.* Orchestrating Innovation Ecosystems: A Qualitative Analysis of Ecosystem Positioning Strategies. **Technology Innovation Management Review**, v. 7, n. 3, p. 12-24, 2017.

STAM, Erik; VAN DE VEN, Andrew. Entrepreneurial ecosystem elements. **Small business economics**, v. 56, n. 2, p. 809-832, 2021.

VAN WEELE, M.; VAN RIJNSOEVER, F. J.; EVELEENS, C. P.; STEINZ, H.; VAN STIJN, N.; GROEN, M. Start-up-EU-up! Lessons from international incubation practices to address the challenges faced by Western European startups. **The Journal of Technology Transfer**, v. 43, p. 1161-1189, 2018.

YI, Gaofeng; UYARRA, Elvira. Process mechanisms for academic entrepreneurial ecosystems: Insights from a case study in china. **Science, Technology and Society**, v. 23, n. 1, p. 85-106, 2018.

YIN, R. **Case Study Research Design and Methods (5th ed.)**. Thousand Oaks, CA: Sage. p. 282, 2014.

YIN, R. **Case Study research and applications: Design and methods**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. p. 352, 2017.