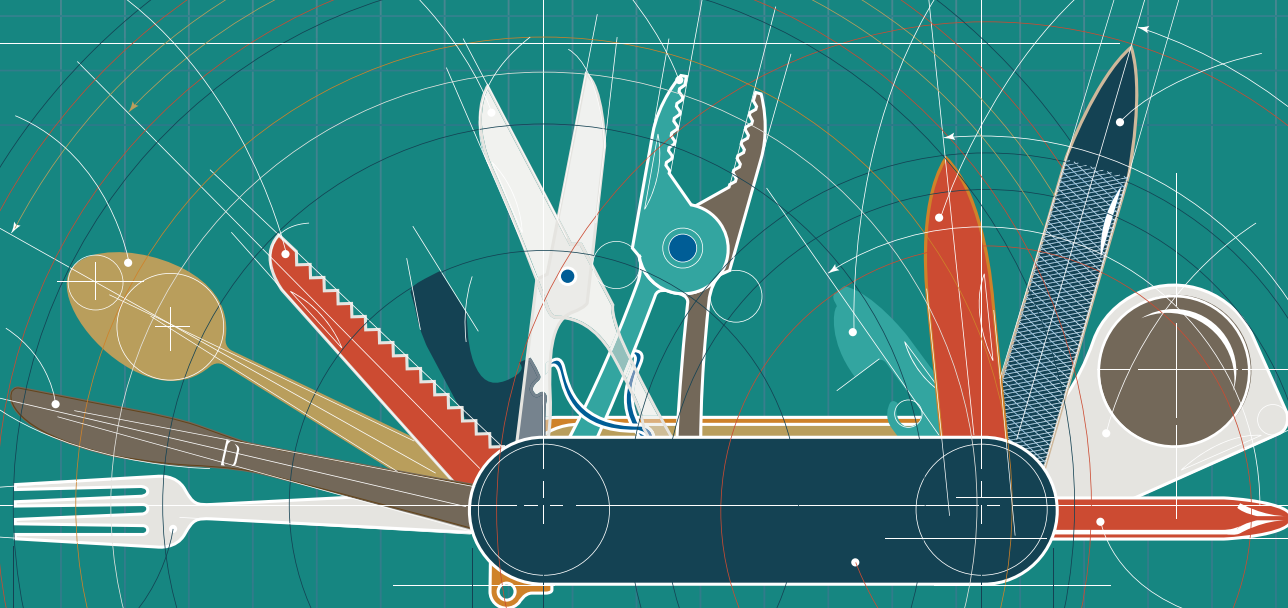


ANO V / Nº 29 / MAR-ABR 2012

Conexão

SEBRAE
SP



FAZER DIFERENTE

*Saiba como utilizar a economia criativa
para garantir o sucesso do seu negócio*

MUNDO EM EVOLUÇÃO

Países como Estados Unidos, Nova Zelândia e Alemanha subsidiam projetos de inovação

NÓ NO DESENVOLVIMENTO

Veja o que emperra os negócios criativos e aprenda a se livrar dos obstáculos

MECA DA TECNOLOGIA

Aproveite os benefícios dos parques tecnológicos para desenvolver seu negócio

CIDADES CRIATIVAS

Prefeituras do Estado implantam gestão que destaca a economia criativa



Conecte-se e **Compartilhe!**

Histórico

Desde 2010, a R.E.D.E vem se configurando através da parceria do SEBRAE-SP com importantes entidades de ensino do Estado de São Paulo, e conta atualmente com 186 pesquisadores cadastrados no site, representantes de 78 instituições. A ideia é ampliar gradativamente a quantidade de pesquisadores e de entidades envolvidas, de forma a colaborar cada vez mais com os debates sobre empreendedorismo.

O que é

A R.E.D.E. é uma conexão de pesquisadores que visa fomentar a produção de conhecimento colaborativo e individual sobre empreendedorismo e educação empreendedora.

Faça parte

Se você é pesquisador de instituição de ensino superior ou de entidade que visem o empreendedorismo e a educação empreendedora, conecte-se na R.E.D.E.!

Contato

www.estudoemrede.com.br
estudoemrede@sebraesp.com.br
www.facebook.com/estudoemrede
twitter: @estudoemrede



25 a 28
outubro 2012
PARTICIPE!





CRIATIVIDADE SEM AMARRAS

Todos sabem que o mundo vem passando por uma (r)evolução gigante. Por conta das mudanças tecnológicas, em todos os campos, avançamos, em curtíssimo prazo, o que levaríamos décadas para alcançar. Quem imaginaria, há 20 anos, ter à disposição ferramentas de comunicação e interação tão potentes e tão disseminadas como as que utilizamos hoje.

Estas mudanças não se aplicam apenas no campo das comunicações e interações virtuais. Estão impactando fortemente nos modelos de desenvolvimento social, econômico, político. Modelos estes que contemplam as formas de interrelação num mundo extremamente conectado e interligado.

Um dos aspectos que surgiram por conta deste “admirável mundo novo” foi a economia criativa, tema principal desta edição da revista **Conexão Sebrae-SP**.

O Relatório de Economia Criativa 2010, produzido pela Unctad, mostrou que os serviços e bens da economia criativa cresceram até 14% em 2008, apesar da queda de 12% no comércio global no mesmo período.

Entendemos economia criativa como o processo que engloba criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o conhecimento e o ativo intelectual. Enquadram-se nesta cadeia produtiva os setores do cinema, música, design, animação, jogos, moda, gastronomia, TV e rádio, publicidade, arquitetura, mercado editorial, artes visuais, artes cênicas, cultura digital, tradicional e expressões populares.

Por conta do potencial desta atividade, o Governo Federal implementou em janeiro de 2011, no âmbito do Ministério da Cultura, a Secretaria da Economia Criativa. O BNDES, por sua vez, começa a analisar a melhor maneira de fomentar a economia criativa, por meio de suas políticas de financiamento.

São iniciativas muito bem-vindas. Entretanto, é preciso focar em algo essencial para o fortalecimento e a consolidação desta nova forma de economia, cuja base é atender as demandas por produtos e serviços criativos e inovadores, sem prejudicar e comprometer as gerações futuras. Não há como atingir patamares sustentáveis com os atuais marcos regulatórios nos campos tributário, trabalhista e burocrático, elaborados para atender uma realidade que já não é mais a que vivemos.

É impensável que o brasileiro tenha que trabalhar 149 dias por ano para pagar seus tributos (a carga tributária brasileira é de 34,5%) e que o futuro empreendedor leve, em média, 80 dias para abrir sua empresa.

Por isso não nos surpreende estar entre os últimos no ranking do Banco Mundial, entidade que produz um estudo sobre os países mais fáceis para abertura de empresas (*Doing Business*): de 183 países pesquisados, o Brasil ficou na 126ª posição.

Mas não podemos nos calar diante desta situação. Temos tudo que é necessário para o Brasil figurar entre as nações mais desenvolvidas do mundo, ainda mais com o incremento da economia criativa.

Alencar Burti, Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-SP

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE-SP

Associação Comercial de São Paulo (ACSP)
Alencar Burti - Presidente

Associação Nacional de Pesquisa,
Desenvolvimento e Engenharia
das Empresas Inovadoras (Anpei)
Celso Antonio Barbosa

Banco do Brasil
Diretoria de Distribuição São Paulo
Antonio Maurício Maurano (interino)

Federação da Agricultura e Pecuária
do Estado de São Paulo (Fapesp)
Fábio de Salles Meirelles - Presidente

Federação do Comércio de Bens, Serviços
e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio)
Abram Szajman - Presidente

Federação das Indústrias do Estado
de São Paulo (Fiesp)
Paulo Antonio Skaf - Presidente

Fundação Parque Tecnológico
de São Carlos (Parqtec)
Sylvio Goulart Rosa Júnior - Presidente

Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT)
João Fernando Gomes de Oliveira - Presidente

Nossa Caixa Desenvolvimento
Milton Luiz de Melo Santos - Presidente

Secretaria do Estado de Desenvolvimento Econô-
mico, Ciência e Tecnologia.
Paulo Alexandre Barbosa

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro
e Pequenas Empresas (Sebrae)
Carlos Alberto Silva

Sindicato dos Bancos de Estado de São Paulo
(Sindibancos)
Wilson Roberto Levorato

Superintendência Estadual
da Caixa Econômica Federal (CEF)
Paulo José Galli

DIRETORIA

Diretor-superintendente - **Bruno Caetano**
Diretor Técnico - **Ricardo Tortorella**
Diretora de Administração
e Finanças - **Regina Bartolomei**

REDAÇÃO

Gerente do projeto - **Eduardo Pugnali Marcos**
Editora responsável - **Paola Bello** - MTB SC03022 JP
Produção e Coordenação
Fischer2 Indústria Criativa Ltda.
Coordenador do projeto
Jander Ramon - MTB 29.269
Editores Assistentes - **André Rocha**
e **Selma Panazzo**
Reportagem - **Andrea Ramos Bueno**,
Enzo Bertolini, **Gabriel Pelosi**,
Raphael Ferrari, **Thiago Rufino**
Fotos - **Agência Luz**, **Olício Pelosi**
e **Patricia Cruz**

ARTE

atendimento@designtutu.com.br

Editores de arte
Maria Clara Voegeli e **Demian Russo**
Chefe de arte - **Juliana Azevedo**
Designers - **Ângela Bacon** e **Cristina Sano**
Produção gráfica - **Clayton Cerigatto**

Impressão - **Gráfica Bandeirantes**
Bimestral / 50 mil exemplares
Cartas para: Comunicação Social
Rua Vergueiro, 1.117, 8º andar,
Paraíso, São Paulo, SP,
CEP 01504-001 - Fax (11) 3177.4685
ascom@sebraesp.com.br
www.sebraesp.com.br



FSC
www.fsc.org

MISTO

Papel produzido
a partir de
fontes responsáveis
FSC® C101666



Serviço de Apoio
às Micro e Pequenas
Empresas do Estado
de São Paulo

06

10

12

20

24

26

28

30

34



ENTREVISTA

O grafiteiro e artista plástico Eduardo Kobra fala de ARTE E NEGÓCIOS

MICRO E PEQUENAS

Conheça as iniciativas e novidades do Sebrae-SP

CAPA

A ECONOMIA CRIATIVA SE EXPANDE no campo, na indústria e no setor de serviços agregando valor



INTERNACIONAIS

VÁRIOS PAÍSES incentivam o desenvolvimento de inovação pelas empresas

PODER PÚBLICO

Prefeituras paulistas implantam gestão diferenciada, aumentando o bem-estar da população

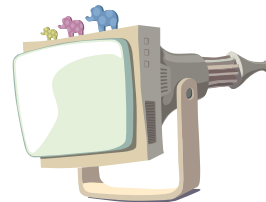
TECNOLOGIA

Empresas de pequeno porte se beneficiam de estruturas de INCUBADORAS



ENTRAVES

Excesso da burocracia e falta de financiamento inibem EMPRESAS CRIATIVAS



AGRICULTURA

Propriedades rurais adotam gestão inovadora para produção de alimentos puros

PANORAMA

O empreendedor da área de moda, Paulo Borges, fala sobre criatividade aplicada nos negócios

EMPREENDEDORISMO CRIATIVO

Imaginação, criatividade e inovação são palavras que sintetizam a essência da economia criativa, tema da edição da Revista **Conexão** Sebrae-SP que você, leitor, tem em mãos. Não por acaso, são palavras que definem, também, o empreendedores de sucesso e donos de micro e pequenos negócios em todo o Brasil.

A economia criativa tem como foco a capacidade intelectual, a criatividade e a inovação capazes de gerar produtos, serviços e renda. São novidades que vão além dos setores conhecidamente criativos, como a arte e a moda, nesta edição representadas por Eduardo Kobra e Paulo Borges. Estão também na agricultura, no desenvolvimento de serviços inovadores, em produtos da indústria que fazem a diferença na vida do consumidor.

A criatividade nos negócios, liderada hoje por EUA, Nova Zelândia, Israel e Alemanha, está forte no Brasil e, em especial, no Estado e na cidade de São Paulo. E, neste cenário, as MPEs estão cada vez mais participantes.

Estudo encomendado pela Prefeitura do Município de São Paulo mostra que a economia criativa não só tem ganhado destaque, mas tem gerado empregos. Hoje, 1,87% dos empregos formais do Brasil, 2,21% da Região Sudeste, 2,46% do Estado de São Paulo e 3,47% dos empregos do Município de São Paulo estão ligados diretamente à economia criativa. São números que mostram que o empresário está despertando para a qualidade de seus produtos e serviços e pela busca de diferenciais no mercado.

Já se percebem a necessidade de consumo e as preferências na escolha feita pelo consumidor, mas ainda há a carência de serviços que apoiem o empreendedor quando o assunto é a criatividade. É neste cenário que o Sebrae-SP, em trabalho conjunto com parceiros, busca promover capacitação e conhecimento. Exemplo são as incubadoras de empresas e os parques tecnológicos, com serviços essenciais para o nascimento e desenvolvimento de ideias inovadoras, de produtos e serviços que proporcionem bem-estar da população e crescimento da nação.

Com boas ideias, informação e conhecimento, a economia criativa gera o estímulo para os mais diferentes setores econômicos, que crescem e se desenvolvem incluindo o ser humano, suas percepções e preferências, no leque de demandas a serem atendidas.

Foi assim na revolução tecnológica de Israel, no Estado da Baviera, na Alemanha; na revolução cinematográfica da Nova Zelândia; e no exemplo mais robusto de todos: o Vale do Silício estadunidense. Esses são os destaques da matéria de capa desta revista, ricamente complementada por exemplos que se multiplicam em grandes centros e em pequenos municípios, na tecnologia de ponta e em soluções simples da agricultura. São iniciativas que requerem muito ou pouco investimento, mas que têm em comum a inovação e a criatividade aliadas ao desejo de sucesso.

São ideias, sonhos e sentimentos que suscitam nas empresas a necessidade de investir em capital social, em meio ambiente, em responsabilidades por si e por seu entorno. É neste sentimento que alguns governantes despertam para a diminuição das burocracias e aumento dos investimentos, iniciativas que fomentam a indústria criativa de milhares de micro e pequenas empresas em todo o País.

É neste cenário que você recebe esta edição da Revista **Conexão** Sebrae-SP. E é neste cenário que o Sebrae-SP tem buscado fazer a diferença, dia após dia, no apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo competente, responsável, inovador e criativo.

A Diretoria



Bruno Caetano
Diretor-Superintendente



Ricardo Tortorella
Diretor Técnico



Regina Bartolomei
Diretora de Administração e Finanças



galeria DAS RUAS

Por Enzo Bertolini

ARTISTA NASCIDO E CRIADO NO BAIRRO MARTINICA, NA REGIÃO DO CAMPO LIMPO, EM SÃO PAULO, EDUARDO KOBRA TEM OS MUROS DE SÃO PAULO COMO UMA GRANDE TELA. “O GRANDE BARATO DE PINTAR NA RUA É QUE VOCÊ ESTÁ COLOCANDO A ARTE AO ACESSO DE TODOS OS TIPOS DE PESSOAS, DESDE UM GARI, QUE TALVEZ NUNCA TENHA ENTRADO EM UMA GALERIA, ATÉ UM EXECUTIVO”, AFIRMOU KOBRA DURANTE A ENTREVISTA QUE A REPORTAGEM DE **CONEXÃO** REALIZOU COM ELE EM SEU MURAL “IMIGRANTES ITALIANOS”.

PRIMEIRO, GOSTARIA QUE VOCÊ CONTASSE UM POUCO DA SUA HISTÓRIA, COMO E ONDE COMEÇOU A PINTAR?

Eduardo Kobra - Sou de um bairro chamado Martinica, na região do Campo Limpo. Comecei pichando muros em 1987 e fiz isso por quatro anos na cidade toda. Em 1991, me envolvi com grupos de brake e hip-hop, e descobri a possibilidade de fazer desenhos e grafites em muros. Sou autodidata e sempre busquei uma característica própria no meu trabalho, uma linguagem, alguma coisa que trouxesse identidade. Esse painel da praça Panamericana, por exemplo, faz parte do projeto Muro das Memórias.

QUANDO O PAINEL DA PRAÇA PANAMERICANA FOI PINTADO E COMO COMEÇOU O PROJETO MURO DAS MEMÓRIAS?

Kobra - Esse painel foi feito em março de 2011 e retrata imigrantes italianos que estavam chegando a São Paulo no começo do século passado. Sempre passo pela região e vi esse muro à disposição. Entrei em contato com o proprietário, que autorizou a pintura. Foram 20 dias pintando, junto com a minha equipe. Tenho oito artistas que trabalham comigo e muitos deles vieram trabalhar por causa do meu trabalho com o Muro das Memórias. São ex-pichadores e grafiteiros que não tinham muitas possibilidades e oportunidades de trabalhar com esse tipo de arte. Infelizmente, ainda é difícil trabalhar com arte sob qualquer aspecto, principalmente arte de rua.

COMO FOI O PROCESSO MIGRATÓRIO DA PICHANÇA PARA O GRAFITE ATÉ SE

TORNAR O ARTISTA RECONHECIDO QUE É HOJE?

Kobra - Sofri muito preconceito da minha família no começo por causa da pichação, mas foi uma evolução natural. Estudava e trabalhava em uma agência bancária, mas chegou um momento que abandonei tudo isso para fazer o que acreditava: pintar os muros da rua. Até hoje, muita gente que pinta na rua sofre preconceito. Não sofro mais porque já estou há mais de 20 anos trabalhando com isso. As pessoas se acostumaram a ver meu trabalho e hoje

com o que faço. Acreditava mais nisso do que trabalhar em uma agência bancária ou coisa do tipo. Abandonei tudo para fazer isso. Apesar de dizer que sou autodidata, isso não significa que não tive que pesquisar muito, visitar muitas galerias e museus. Minha vida toda é voltada para isso. Precisei me profissionalizar ao longo do tempo. Hoje presto serviço para diversas agências de todo Brasil e faço trabalhos no Brasil e no exterior. Ano passado, fiquei sete meses fora do Brasil, pintamos em diferentes países (Inglaterra, Estados Uni-

“PARA MIM TUDO ACONTECEU MUITO NATURALMENTE. SOU UM EMPREENDEDOR PORQUE ACREDITEI NO MEU TRABALHO E BATALHEI POR AQUILO QUE ACREDITAVA E QUERIA FAZER EMBORA NÃO HOUVESSE NENHUMA PORTA ABERTA, NENHUMA POSSIBILIDADE DE SE VIVER COM O QUE FAÇO”

elas compreendem melhor. No passado, fui detido três vezes por pichação. A discriminação não veio só quando pichava, mas quando grafitava também. As pessoas levaram um tempo para compreender.

COMO TRANSFORMAR A CRIATIVIDADE EM UM NEGÓCIO?

Kobra - Para mim, tudo aconteceu muito naturalmente. Sou um empreendedor porque acreditei no meu trabalho e batalhei por aquilo que acreditava e queria fazer, embora não houvesse nenhuma porta aberta, nenhuma possibilidade de se viver

dos, França entre outros) e em abril e maio nós vamos fazer quatro países (França, Líbano, Estados Unidos e Emirados Árabes Unidos). Para que isso acontecesse, precisei abrir uma empresa, formar uma equipe, emitir nota fiscal e, acima de tudo, tenho pessoas que trabalham comigo, há uma estrutura por trás disso, para que os trabalhos aconteçam. Não dá para ser um artista como as pessoas imaginam, só na boemia, festas. Para conseguir fazer com que tudo isso aconteça, existe um pensamento empresarial, um planejamento.

QUANDO VOCÊ CONSEGUIU GANHAR DINHEIRO PELA PRIMEIRA VEZ COM A SUA ARTE?

Kobra - Primeiro, quero dizer que faço isso porque gosto, porque amo. Por morar na periferia, só fui ter acesso a uma galeria de artes com 25 anos. Nem imaginava que alguém pudesse pagar alguma coisa para você pintar um muro ou vender uma tela. Não tinha essa noção. A primeira oportunidade que tive foi na época que trabalhava com grafite hip-hop e o pessoal me chamava para grafitar loja de roupa, de skate. Trocava meu serviço por roupa, skates e tal. Mas a primeira oportunidade real de trabalho foi em 94, quando participei em um projeto no Playcenter [parque de diversões localizado na Zona Oeste de São Paulo]. Quatro agências de publicidade estavam disputando para ver quem conseguia ser contratado para pintar quatro painéis atrás dos brinquedos. Apresentei meus projetos por meio de uma agência e peguei esses trabalhos.

HOJE, TODO O SEU TRABALHO É REMUNERADO?

Kobra - Vale dizer que 90% dos murais que faço na rua são murais que não tenho nenhum tipo de apoio ou patrocínio para fazer. Faço como um projeto de *street art* na cidade. Banco esses murais com outros projetos que faço. Presto serviços nos três principais parques de diversões do Brasil: Beto Carrero World [na cidade de Penha, em Santa Catarina], Playcenter [na capital] e Hopi Hari [em Vinhedo, interior de São Paulo]. Parte da grana que ganho com esses trabalhos invisto nos murais que faço pela cidade e fora do País também. [A média das obras do Eduardo Kobra são de US\$ 40 mil, sendo

que a mais cara até hoje custou R\$ 500 mil.]

COMO VOCÊ LIDOU COM A PARTE BUROCRÁTICA?

Kobra - Até hoje tenho dificuldade, acho super chato, não gosto e, se pudesse pular isso, pularia. Contratei uma contadora para organizar essas coisas, porque, se depender de mim não rolaria. Mas não tem como você prestar serviços hoje em dia se você não tiver tudo certo. Por isso que tem muitas pessoas que trabalham com arte que acabam não conseguindo fazer trabalhos para determinadas empresas, porque elas não conseguem corresponder com toda a documentação

quadrado foi definido por um crítico de arte que conhece minha história e chegou a um determinado valor. Hoje, optei por fazer poucos trabalhos encomendados e invisto mais nos murais na cidade. O dinheiro que vem das obras, estou investindo nos muros.

ALÉM DAS VENDAS DAS TELAS, VOCÊ RECEBE POR LICENCIAMENTOS DE OBRAS PARA PRODUTOS E POR TEMPO DE EXPOSIÇÃO?

Kobra - Sempre pedem para utilizar meus trabalhos em cadernos, capas de notebooks, malas etc, mas optei por não fazer licenciamentos dos meus trabalhos em uma série de produtos.

“EXISTE UMA MÉDIA QUE É COBRADA POR METRO QUADRADO EM RELAÇÃO AO MEU TRABALHO. O VALOR FOI DEFINIDO POR UM CRÍTICO DE ARTE QUE CONHECE A MINHA HISTÓRIA E CHEGOU A UM DETERMINADO VALOR”

necessária. Quando você vai fazer trabalhos para uma empresa grande, há uma série de coisas que precisam ser feitas por todos que vão trabalhar.

COMO PRECIFICAR UMA OBRA? O QUE VOCÊ ANALISA AO DETERMINAR UM VALOR?

Kobra - Tenho algumas telas em galerias, tenho trabalhos encomendados por algumas empresas e tem os murais que faço na rua. Existe uma média que é cobrada por metro quadrado em relação ao meu trabalho. O valor por metro

Fiz isso em respeito às pessoas que estão comprando minhas obras em galerias e para que minha arte não seja um produto simplesmente. A arte envolve muitas coisas que esses produtos não captariam.

A PINTURA É UM PROCESSO CRIATIVO QUE DEMANDA TALENTO, DEDICAÇÃO E INSPIRAÇÃO. COMO SE PROTEGER DE APROVEITADORES QUE COPIAM SUA ARTE E TÉCNICA?

Kobra - Quando você está na rua, você está exposto a todo tipo de situação. Gosto de colo-





car meu trabalho na rua, é uma prioridade da minha vida. Meu trabalho surgiu na rua e quero manter assim.

Muitas pessoas me perguntam não só sobre cópias, mas ao fato de estar dentro de galerias. Quando o artista começa na rua, abandona a rua e parte pra galeria e fica só lá, ele está perdendo as origens. Resolvi ficar na rua. Na rua, todo mundo pode ver o seu trabalho, alguém pode pichar, copiar, só que o que faço hoje foi construído ao longo de anos, não foi ao acaso. Cada detalhe que acrescento ao meu trabalho foi fruto de pesquisa, levei tempo para chegar nisso. Quando alguém vê uma obra e opta por copiar, nunca vai conseguir destaque no que faz. Arte é uma coisa muito pessoal.

QUAIS LIÇÕES VOCÊ PODE EN- SINAR AOS EMPREENDEDORES DE PEQUENO PORTE?

Kobra - As mesmas lições que apliquei na minha vida. Acredito muito na sensibilidade, em respeito ao cliente, em apresentar sempre o teu melhor trabalho e colocar pessoas altamente qualificadas, que te completem, em áreas que você possui deficiência. Também é preciso ter espírito de equipe, pois ninguém vai a lugar nenhum sozinho. Consigo ir muito bem nos trabalhos que faço porque tenho uma equipe de suporte e artistas atrás de mim que são muito bons. Não existe fórmula mágica, você tem que acreditar realmente e dedicar sua vida naquilo que você quer fazer. Essa é a única maneira que vejo. Se hoje não continuar me dedicando como me dedico, minhas coisas vão desaparecer. Sempre soube o que quis fazer, e não desisti.



RETRATO DO FUTURO

Em fevereiro, o Sebrae-SP lançou a *Pesquisa Cenários 2020* para ajudar empreendedores na identificação de potenciais negócios. De acordo com o trabalho, São Paulo terá uma empresa a cada 17 habitantes. A maioria delas será de empresas de serviços. Os segmentos de alimentação e habitação lideram as oportunidades de negócios para as empresas de pequeno porte. No período, a participação das mulheres nas atividades empreendedoras aumentará.



PRÊMIO MULHER

O Sebrae-SP realizou, no dia 8 de fevereiro, a etapa paulista do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios. Florentina Kera, proprietária do laboratório de análises clínicas LAC, e Branca de Carvalho e Silva, fundadora da cooperativa Arte & Ofício, foram as vencedoras nas categorias Pequenos Negócios e Negócios Coletivos, respectivamente. As duas concorreram à final nacional do Prêmio, que aconteceu dia 8 de março em Brasília, conquistando o troféu de bronze e o de prata, respectivamente.

CRESCIMENTO IMPORTANTE

O total de empresas registradas no Estado de São Paulo cresceu 27% em 2011, saltando de 348,9 mil empresas, em 2010, para 444,6 mil. Conforme dados da Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp), foram registrados 241,8 mil novos Empreendedores Individuais, um incremento de 58% em relação a 2010. O salto no total de empreendimentos também foi acompanhado por um impulso de 3,8% no faturamento das micro e pequenas empresas entre 2010 e 2011. De acordo com a pesquisa Indicadores, do Sebrae-SP, o aquecimento do mercado interno foi o principal motivo para o bom desempenho das empresas dos setores de comércio e serviços, que registraram impulso de 3,3% e 7,5%, respectivamente, no faturamento do período. Segundo o diretor superintendente do Sebrae-SP, Bruno Caetano, as Micro e Pequenas empresas geraram R\$ 336,6 bilhões em receita no Estado em 2011.

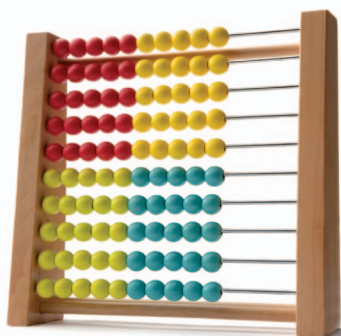
EMPREENDEDOR VITORIOSO

Vitor Lippi, prefeito de Sorocaba, é o vencedor da disputa estadual da 7ª edição (2011/12) do Prêmio Sebrae de Prefeito Empreendedor, que incentiva o desenvolvimento municipal com base nas micro e pequenas empresas. Os projetos de São Sebastião da Gramma, município na divisa com Minas Gerais, e de Mogi das Cruzes terminaram em 2º e 3º lugar, respectivamente. Os projetos de Presidente Prudente, São José dos Campos, Cubatão, Conchas, Andradina, Marília e São Paulo foram os vencedores dos sete destaques temáticos. Está prevista para maio a fase nacional do Prêmio.



A HORA DO LEÃO

O Sebrae-SP, a Federação das Associações Comerciais (Fapesp) e o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) realizaram, entre os dias 27 de fevereiro e 10 de março, no Largo São Bento, em São Paulo, um mutirão para promover a formalização de pequenos negócios e auxiliar Empreendedores Individuais (EIs) no preenchimento da declaração do Imposto de Renda (IR). No total, foram três mil atendimentos realizados.




DÍVIDAS PARCELADAS

O Simples Nacional já conta com mais de seis milhões de empresas. A marca foi alcançada em fevereiro, após cerca de 500 mil negócios em débito com União, estados e municípios se beneficiarem do programa de parcelamento conhecido como “Refis da crise”. As empresas que integram o programa podem pagar suas dívidas em até 60 parcelas mensais, sendo que o valor mínimo de cada parcela é de R\$ 500. Além disso, as empresas inscritas no “Refis da Crise” podem voltar para o Simples Nacional.

GOL NOS NEGÓCIOS

O programa Sebrae 2014 apresentou estudo que aponta 456 oportunidades de negócios que surgirão no Estado devido à realização da Copa do Mundo. De acordo com o estudo, encomendado à Fundação Getúlio Vargas (FGV), o setor de turismo e as produções associadas a ele concentram 139 dessas oportunidades, o setor de TI, 80, e o agronegócio, 75. Para possibilitar que os pequenos empreendedores se beneficiem dessas oportunidades, o programa Sebrae 2014 irá investir R\$ 80 milhões em programas de consultoria, inovação e capacitação, de forma geral. Um desses programas é o Taxista Nota 10, que oferece a esses profissionais cursos à distância de gestão de negócios, inglês e espanhol.



A decorative graphic at the top of the page features a large, dark brown gear with a light blue center, overlaid with a white grid. To its right is a smaller, orange gear with a yellow center and white plus signs. A red double-headed arrow is positioned below the gears. The background is a solid yellow color.

um caminho **DIFERENCIADO**

Por Raphael Ferrari

CÓDIGO COMERCIAL CENTENÁRIO PRECISA SER MODERNIZADO PARA
REGULAR AS RELAÇÕES COMERCIAIS DE MANEIRA EFICIENTE NO SÉCULO 21

Criatividade e inovação no mercado artístico são valores comuns a grandes obras. Igualmente no ambiente empresarial, esse caminho de sucesso pode ser alcançado por meio da Economia Criativa. Criada nos anos de 1990, o conceito pressupõe um modelo econômico inovador que agregue valor aos negócios e ganhe a empatia de consumidores.

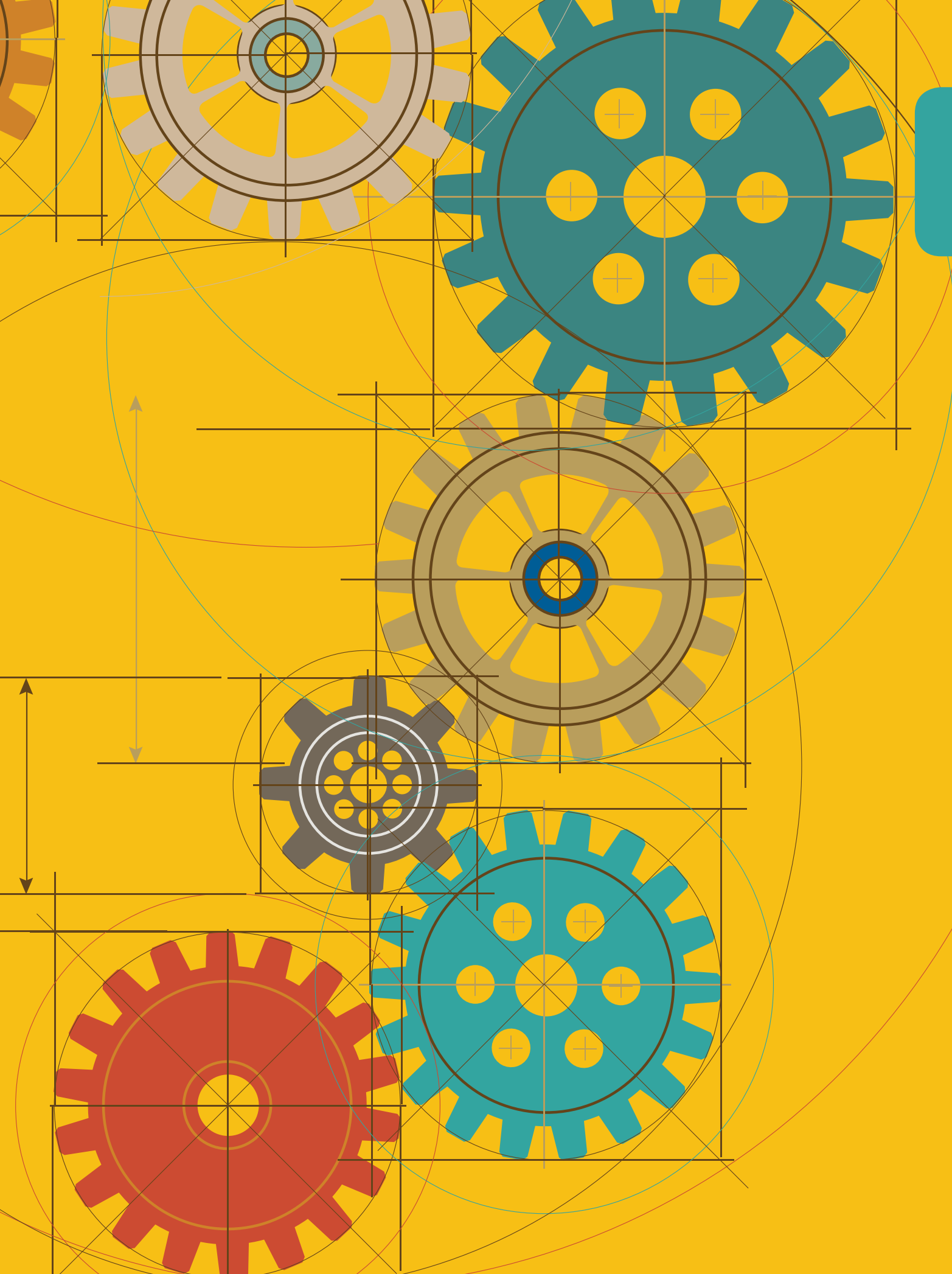
Para a criatividade não há amarras, nem paredes que a isolem. Ela transita de ideias simples, que ganham pela originalidade, até projetos tecnológicos de alta complexidade. Ela habita, sem distinção, o campo, a indústria e os serviços. Na economia criativa os processos também são relevantes para alcançar um resultado positivo e diferenciado.

Gerir com o olhar clínico da criatividade acaba por exigir um constante crescimento das organizações, sejam de que porte forem, privadas ou públicas. Na ponta final, o consumidor, surpreendido pelo diferente, exercerá seu poder de compra, tornando o negócio rentável e bem colocado dentro do mercado.

As fontes inspiradoras de projetos inovadores vem tanto de países como Estados Unidos, Nova Zelândia e Alemanha, como de administrações municipais do Estado. Há um trabalho rico sendo desenvolvido nas incubadoras e parques tecnológicos que logo serão comercializados para uma clientela que reúne uma nova, poderosa e exigente classe média.

A trajetória da economia criativa sofre com entraves, como o excesso de burocracia e a falta de linhas de financiamento para projetos inovadores, que leva à conscientização da necessidade de se reverter essa toada. Mas o nó pode ser desfeito se considerarmos a criatividade dos empreendedores do País.

Nas reportagens a seguir, **Conexão** mostra iniciativas vitoriosas nos setores da agricultura, indústria, serviços e poder público. São histórias de empreendedores que inovaram e consagraram a economia criativa como modelo de desenvolvimento sustentável.

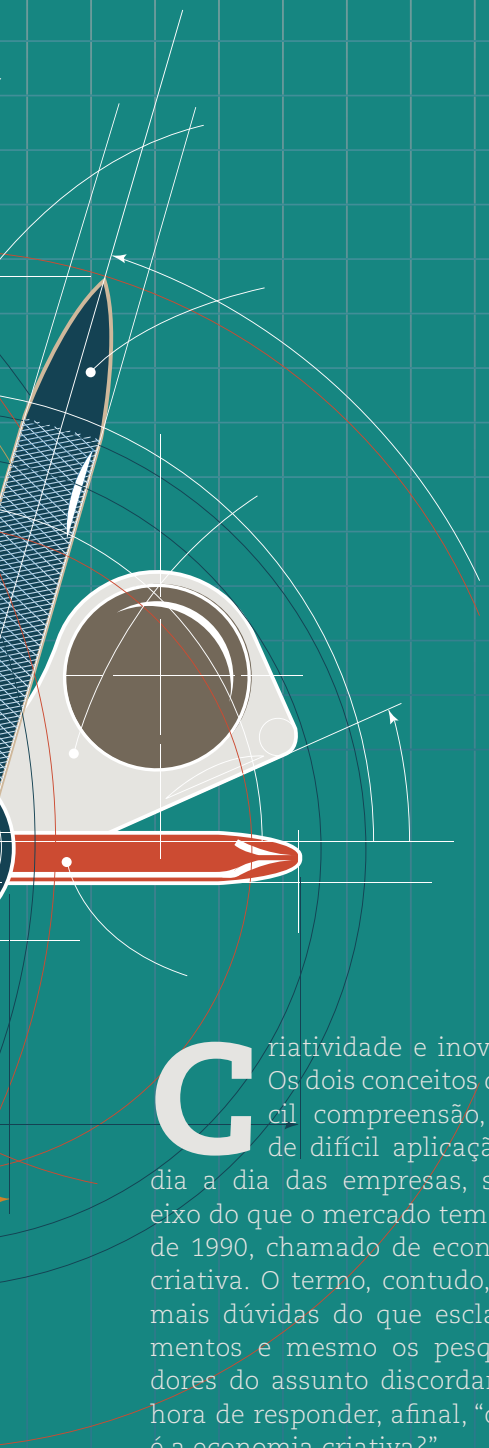




A PALAVRA *de ordem é inovar*

Por Raphael Ferrari

DESCUBRA O QUE É ECONOMIA CRIATIVA E COMO SE BENEFICIAR DE SEUS
CONCEITOS PARA CONSOLIDAR NEGÓCIOS DIFERENCIADOS E MAIS RENTÁVEIS



Criatividade e inovação. Os dois conceitos de fácil compreensão, mas de difícil aplicação no dia a dia das empresas, são o eixo do que o mercado tem, desde 1990, chamado de economia criativa. O termo, contudo, gera mais dúvidas do que esclarecimentos e mesmo os pesquisadores do assunto discordam na hora de responder, afinal, “o que é a economia criativa?”.

Os mais conservadores afirmam que ela é a movimentação proporcionada pelas indústrias criativas – aquelas com origem na criatividade, competência e talentos individuais, que transformam a cultura em valor econômico e, geralmente, pertencem ao setor das artes ou comunicação –, que impulsionam outros mercados. “O carnaval, por exemplo, é um produto da indústria criativa que movimentou o comércio de

alimentos, hospedagem, turismo etc., aquecendo a economia como um todo”, exemplifica Laura Pansarella, pesquisadora do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Cenn) da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Já Ary Scapin, consultor do Sebrae-SP, defende que essa ligação com a cultura não é um elemento intrínseco da economia criativa. Para ele, estar inserido na economia criativa é “trabalhar formas criativas e inovadoras de se posicionar no mercado, aproximando o produto das necessidades do consumidor e introduzindo inovação dentro de um processo produtivo com o objetivo de gerar lucro para a empresa”. “Falar de criatividade em setores em que isso já é inerente, como aqueles ligados à cultura, é muito fácil. A economia criativa é mais ampla”, defende.

O mesmo raciocínio é seguido pelo presidente do Instituto Brasileiro de Economia Criativa e do Conselho de Criatividade e Inovação da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), Adolfo Melito, que afirma que o fundamento da economia criativa é desenvolver inovações que gerem retorno para a empresa. “Se você cria ou adiciona um elemento novo em um produto e alguém se dispõe a comprá-lo por essa inovação, você faz parte da economia criativa”, resume Melito.

O certo é que o conceito de economia criativa pode ser aplicado em todas as empresas. Principalmente, para as micro e pequenas é uma forma de sobrevivência no mercado. A empresária Roberta Caruso é um exemplo de que simplicidade e criatividade podem andar juntas com o desenvolvimento. Ar-

quiteta, Roberta criou, em 2006, uma empresa de hospedagem com acomodações que podem ser montadas e desmontadas sem deixar rastros. A Overland emprega comunidades locais para montar as acomodações com equipamentos de camping e hotelaria, misturando, por exemplo, barracas e camas. “É um mercado que está começando a crescer”, conta Roberta. “Hoje, já forneço acomodações para eventos como o Rally dos Sertões, o SWU e a Festa do Peão de Barretos”, completa.

Para os empresários interessados em introduzir o conceito de economia criativa no dia a dia de sua empresa, o Sebrae-SP oferece, por meio de seu site (www.sebraesp.com.br), cursos de Educação à Distância (EAD), que podem ser feitos a qualquer hora, de Inovação, Design e Criatividade, que estimulam o empresário a se posicionar no mercado de forma diferenciada.

Contudo, antes de fazer um desses, Scapin recomenda que os empresários façam os cursos de gestão mais tradicional, que ensinam a gerir a empresa e a estruturar um plano de negócios. “Não dá para uma empresa pensar em ser inovadora se não conseguir fazer um plano de negócios bem elaborado, que aponha um norte para suas ações”, opina. “O Empretec é uma ótima opção para todos os empresários. Mesmo para os que pretendem se dedicar somente a parte criativa e contratar um administrador, é importante entender do assunto para se proteger”, concorda Laura.

A Carbono Zero Courier, empresa de pequeno porte com menos de dois anos de atividade, é um exemplo da importância que um plano de negócios

tem para, entre outros pontos, definir qual será o papel da empresa no mercado. Danilo Mambretti, criador da empresa, conta que sempre teve vontade de empreender, mas que o sonho só virou realidade quando procurou o Sebrae-SP para estruturar a ideia. “Usei muitos recursos do site para criar um plano de negócios, então, chamei meu irmão e, juntos, reunimos os recursos para investir”, relembra. O negócio deu certo. Hoje, a empresa conta com 23 *bike boys*, 16 com carteira assinada e sete em período de experiência, que entregam em todo o município de São Paulo. Até o fim de 2012, Mambretti calcula que a empresa crescerá mais 50%, chegando o ano com 35 funcionários e R\$ 60 mil de faturamento.

O empresário também pensa em formar uma escola de *courriers*, já que tem dificuldade para encontrar funcionários capacitados a fazer o serviço, “mesmo dando oportunidade para jovens que estão começando agora, mulheres e ex-presidiários”. Mambretti conta que

o maior diferencial da Carbono Zero Courier, além do preço, que é menor do que o de um motoboy, é o rastreamento de carbono. “A cada entrega, computamos o carbono que teria sido emitido caso o serviço fosse feito por um motoboy com uma moto de 125 cilindradas”, explica.

Outro ponto importante a se trabalhar é a cooperação. Scapin afirma que as grandes empresas de setores pouco criativos podem, e devem, buscar parceiros entre as micro e pequenas empresas para introduzir inovações em seu negócio. Já que, segundo ele, as empresas de menor porte “têm mais agilidade e capacidade de percepção do mercado do que as grandes empresas, por uma questão de estrutura”.

Por outro lado, Laura, do Cenn/FGV, pondera que esta é uma questão que pode ser trabalhada nos dois sentidos. “Um artista pode contribuir para uma grande empresa, associando seu nome e sua arte a um produto”, aponta. “No sentido oposto, uma pequena ou

média empresa que venda camisetas pode se beneficiar da criatividade de uma grande empresa, como a Disney, licenciando personagens para estampar seus produtos”, completa. Laura afirma que é esta a grande vantagem da indústria criativa, agregar valor aos produtos que deixam de ser simplesmente materiais e adquirem um valor imaterial, devido ao trabalho de um artista.

E quando as empresas são do mesmo ramo, a cooperação deve ser maior ainda. “Os empresários não devem entender as empresas concorrentes como inimigas, mas, sim, como parceiras”, ensina Scapin. O consultor acredita que formar grupos para discutir inovação e debater o mercado acelera a evolução das empresas, a expansão e a modernização do mercado.

O empreendedor precisa ter a cabeça aberta e proativa, precisa ter tempo de ‘respirar informação’, e não ficar restrito a atividade de apagar incêndios do dia a dia. O empresário precisa estar atento ao mercado.

“ESTAR INSERIDO NA ECONOMIA CRIATIVA É TRABALHAR FORMAS INOVADORAS DE SE POSICIONAR NO MERCADO, APROXIMANDO O PRODUTO DA NECESSIDADE DO CONSUMIDOR”

Ary Scapin, consultor do Sebrae-SP



**“A GRANDE IDEIA
FOI INOVAR NAS
TAÇAS E NO
JEITO DE SERVIR.
FIZEMOS UM
SORVETE EM FOR-
MA DE FEIJOADA,
USANDO UM CRE-
MINHO, GOTAS E
SALAME, TUDO
DE CHOCOLATE”**

Ricardo Ferreira,
proprietário da Ice by Nice



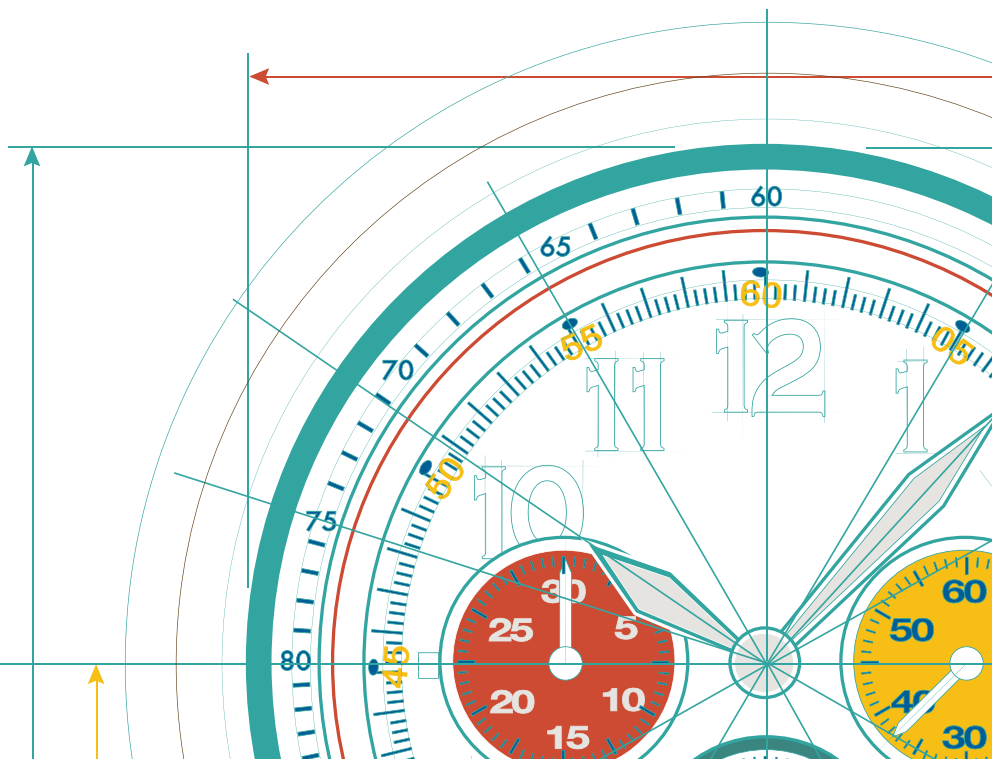
Um exemplo disso é o crescimento da sorveteria Ice by Nice.

Sediada em Jaboticabal, a cerca de 50 quilômetros de Ribeirão Preto, no interior de São Paulo, a sorveteria Ice by Nice, que hoje conta com mais de 10 lojas, foi criada por Ricardo Ferreira em 1989. Em um bairro afastado do centro comercial, Ferreira se viu obrigado a procurar meios criativos de atrair os consumidores. Desde o início, o foco foi inovação. “Pegávamos o gancho de um evento de agronomia da Unesp (Universidade do Estado de São Paulo), por exemplo, e fazíamos degustação de um sorvete com leite de cabra ou de amendoim”, lembra. “Às vezes, o sabor não era tão bom, mas era algo diferente, que chamava a atenção”, conta.

A grande ideia de Ferreira foi inovar nas taças e na forma de servir o sorvete. “Fizemos um sorvete em forma de feijoada, usando um creminho de chocolate, gotas de chocolate lembrando feijão e salame de chocolate parecido com linguiça. Depois foi o espague-

te, que era um sorvete de creme prensado em uma máquina para lembrar os fios da massa”, descreve. Ferreira explica que sempre pesquisou o que poderia fazer diferente do que já existia. “Na época foi difícil, mas, hoje, com a internet, é mais fácil acompanhar o que acontece no mercado, nas sorveterias do mundo todo.”

A disposição de acompanhar as novidades do mercado ao redor do globo continua rendendo frutos. Em março, Ferreira inaugurou um novo conceito de sorveteria no País. “Parti de um modelo que vi na Itália e em Nova York e estou aprimorando, buscando explorar com mais qualidade e mais ‘brasilidade’”, revela Ferreira.



TECNOLOGIA

aplicada nos negócios

A inovação e a criatividade, cada vez mais buscadas pelas empresas, também têm alterado o cotidiano das pessoas. Apesar de ser um exemplo comum, quem imagina sua vida sem celular? Aliás, sem um *smartphone*?

Outro exemplo de inovação é a utilização de vídeo games para a realização de terapia. Fabio Navarro Cyrillo, professor do curso de Fisioterapia da Universidade Cidade de São Paulo (Unicid), é o responsável por instituir a atividade no centro de terapia da Unicid. “Em 2007, fiz um estágio em uma universidade do Canadá que utilizava jogos do Wii (da Nintendo) nos processos de reabilitação”, conta. “Quando voltei, institui a atividade aqui.”

Cyrillo salienta que o jogo não substitui a terapia tradicional, mas funciona como um exercício adicional, com o benefício de aumentar a motivação dos pacientes. “Os pacientes ficam mais animados

com esses exercícios, o que significa mais empenho no tratamento e, consequentemente, menor tempo na reabilitação”, destaca.

A terapeuta ocupacional, Daniela Carraro, que desde 2008 desenvolve tratamentos com vídeo game na Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), pontua que, durante o jogo, o paciente realiza movimentos que não faria durante a terapia tradicional. “A criança faz com prazer, se divertindo, não pensa no movimento que está fazendo”, explica Daniela.

Além do Wii, os dois centros utilizam o Xbox 360 com Kinect, da Microsoft – um sistema que permite jogar sem a utilização de controles, somente com o movimento do corpo, e que, justamente por isso, tem possibilitado novos avanços. “O diferencial do Kinect é a mobilidade”, resume Cyrillo. “Podemos trabalhar com deslocamento, movimentação dos membros inferiores e equilíbrio”, completa.

“JÁ FORNEÇO ACOMODAÇÕES PARA EVENTOS COMO O RALLY DOS SERTÕES, O SWU E A FESTA DO PEÃO DE BARRETOS. É UM MERCADO QUE ESTÁ COMEÇANDO A CRESCER”

Roberta Caruso,
proprietária da Overland



A ideia é deixar mais de 40 sabores de picolé expostos, sem embalagem, para que o consumidor escolha. Depois, é possível completar o sorvete com cobertura, castanhas, nozes etc. “A finalização será feita por um atendente que confere ao picolé sabor e designs únicos”, explica. “Também teremos sabores diferentes, como whisky e caipirinha”, conta. O novo modelo já tem nome, Nicebar. Se o produto for bem aceito, Ferreira afirma que, até abril, terá uma loja trabalhando com o novo conceito em Uberlândia (MG), e depois começará a transformar o modelo em franquia.

Mas fazer parte da economia criativa não é só inovar na forma de apresentar o produto final ou criar novos bens e serviços. Organizar a empresa com criatividade, focando a preservação de talentos e ampliando a produtividade da empresa também conta, e muito. “Se os funcionários produzirem mais devido à estrutura diferenciada de trabalho, você está adotando elementos da economia criativa”, aponta Melito.

Aliás, na opinião do presidente do Instituto Brasileiro de Economia Criativa, este deve ser o primeiro cuidado que as micro e pequenas empresas devem tomar após estruturar seu plano de negócios. “Atraia boas pessoas, cuide de seus talentos e de autonomia aos profissionais”, Melito recomenda. “Não é possível exercer uma atividade criativa monitorada. A pessoa precisa estar à vontade para evoluir”, conclui.

A Trust Sign, uma das três empresas capacitadas a emitir certificado digital no Brasil, é um caso a ser observado. Segundo o gerente de operações, Ivo Machado, a empresa tem programa de meditação para os funcionários, não cobra o horário de entrada ou saída (somente os resultados), permite que os funcionários trabalhem de casa e dá bolsas para faculdades e cursos de inglês. “No momento, por exemplo, estamos pagando para uma funcionária passar quatro meses nos Estados Unidos para aperfeiçoar seu domínio do inglês”, explica Machado.

O diferencial da empresa, entretanto, são os encontros com os funcionários e a família, no qual são propostos desafios esportivos, como corridas de bicicleta, *rafting* e tirolesa. “Além da interação, aproveitamos esse momento para avaliar como o funcionário lida com gerenciamento de risco e de equipe e sua capacidade de liderar e tomar decisões”, revela Machado. “Aliamos o lazer ao comprometimento com o time.”

A economia criativa é um universo sem fim de possibilidades para agregar valor e eficiência aos bens, aos serviços e aos processos das empresas, gerando retorno econômico para elas. Certo mesmo, só que a inovação e a criatividade são elementos cruciais para o futuro das empresas, de qualquer tamanho.

Em abril, o Sebrae-SP lança o Programa de Economia Criativa. Composto por quatro cursos gratuitos de Educação à Distância, é destinado a donos de micro e pequenas empresas. Capacite-se em <http://sebrae.sp/ead>



Marcelo Nakagawa: os governos devem subsidiar os projetos de inovação

CRIATIVIDADE, *um bem que fez a história*

Por Enzo Bertolini

CONHEÇA UM POUCO DAS EXPERIÊNCIAS DE POLOS INTERNACIONAIS DE INOVAÇÃO
E ENTENDA COMO ELES SE TORNARAM REFERÊNCIA

Em 387 a.C., o filósofo e matemático grego Platão fundou a Academia, primeira instituição de educação superior do mundo ocidental. Discípulo de Sócrates e mentor de Aristóteles, o filósofo grego colaborou para construir os fundamentos da filosofia natural, da ciência e da filosofia ocidental e é sempre lembrado pela Teoria das Ideias. A ele, é atribuída a máxima: “A necessidade é mãe da inovação”.

Sendo ele o autor ou não da frase, o conceito pode ser comprovado com diversos exemplos ao

longo da história. Na Nova Zelândia, na década de 30, o fazendeiro William Gallagher enfrentava problemas com um cavalo que se esfregava constantemente em seu carro. Ele desenvolveu então uma cerca elétrica, que impediu que o cavalo circulasse por onde não deveria. A solução de Gallagher permitiu que os fazendeiros kiwis (sinônimo de neozelandeses) gerenciassem suas pastagens com um custo menor do que o empregado com as cercas normais. A tecnologia nascida com o propósito de controlar um cavalo hoje é utilizada em segurança

e a empresa já desenvolveu novas tecnologias para as áreas de combustíveis e mineração.

Avançando um pouco no tempo, no final da década de 80 o mundo passava por uma grande transformação geopolítica com a queda do Muro de Berlim na Alemanha e o fim da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Por ocasião desses eventos, muitos judeus

ca e Gestão Tecnológica da Universidade de São Paulo (USP).

A indústria de comunicações israelense se caracteriza pelo elevado nível de inovação gerador de mudanças radicais que se traduz em sucessos comerciais. Valem destacar a telefonia baseada em IP, tecnologias *Disc on Key* (utilizada em *pen drives*), os conhecidos arquivos Zip e o programa de mensagens instantâneas ICQ.

“O MODELO INSPIRACIONAL DOS JOVENS DE PALO ALTO SÃO OS EMPREENDEDORES. TER UMA STARTUP É MUITO BEM VISTO, ENQUANTO TRABALHAR EM UMA EMPRESA COMO FUNCIONÁRIO NÃO É BEM ACEITO LÁ”

Marcelo Nakagawa, coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper

emigraram para Israel em busca de melhores oportunidades de vida. A chegada de um afluxo muito grande de pessoas e a dificuldade de absorção dessa massa pelo Estado, então o principal empregador, gerou uma política de incubação de empresas em 1991 com a finalidade de complementar a capacitação técnica da grande quantidade de profissionais da área tecnológica aliada ao empreendedorismo e capacidade de gestão. “A partir daí se criaram um conjunto de incubadoras que foram responsáveis pelo surgimento de um ambiente de inovação para novas empresas de base tecnológica. Por Israel ser um país de pequenas dimensões, essas empresas já nasceram com foco no mercado externo, o conhecido *born global*”, explica Guilherme Ary Plonski, coordenador do Núcleo de Politi-

O país também é conhecido na área de equipamentos médicos. O número de patentes registrado por Israel no setor de ciências da vida está entre os mais altos do mundo, tanto em farmacêutica (setores específicos) quanto em equipamento médico.

Conhecida como o Japão do ocidente, por seu pragmatismo e capacidade de se reerguer, a Alemanha é mais um exemplo de um ambiente de inovação que surgiu da necessidade. “Nós não temos muitas matérias-primas como o Brasil. A riqueza da Alemanha precisa ser produzida por meio das tecnologias, inovação e criatividade”, afirma Martin Langewellpott, representante do Estado da Baviera no Brasil na Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha.

O estado da Baviera é berço de empresas multinacionais, como

BMW, Audi, Siemens, Allianz, Adidas e Puma. Mas nem sempre foi assim. Por muito tempo, a Baviera foi uma região pobre com uma economia majoritariamente agrária. Hoje, a região é uma das mais ricas da Alemanha e da Europa. Como se deu essa transformação? A região possui vários *clusters* (concentração de empresas que possuem características semelhantes e coabitam próximas) nos setores de engenharia, máquinas e automotivo, aeronáutico, espacial, defesa, nanotecnologia na área humana e meio ambiente, tecnologia ambiental e energia renovável, informação e telecomunicação e mídias.

Langewellpott explica que 90% das empresas da Baviera são pequenas e médias, com taxas de exportação superiores a 80%, na maioria delas. “Mesmo em cidades pequenas há empresas líderes de algum tipo de mercado.” O representante da Baviera no Brasil conta que o fato do mercado interno alemão e europeu estarem saturados, as empresas são obrigadas a apresentar vocação para exportar desde o início. “Cerca de 50% do PIB da Baviera vem da exportação. Há procura por novos mercados nos BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), principalmente o Brasil, que recebeu 50 novas empresas Bávaras no último ano.”

Os ambientes de inovação na Baviera nasceram graças aos incentivos do Governo. Segundo Langewellpott, há um *cluster speaker* que coordena as ações dos centros de pesquisa para os próximos anos e organiza participação em feiras no exterior. Além do apoio financeiro e estratégico do Governo, as *startups* alemãs têm o apoio das universidades e de empresas de grande porte em busca de novos produtos e soluções.

Famosa por sua tecnologia de ponta na área agrícola e pela excelência no *rugby*, a Nova Zelândia também é reconhecida por sua indústria cinematográfica. Dono de paisagens exuberantes e variadas, que vão desde montanhas de gelo a grandes vales, além de pântanos e vulcões, o país foi cenário das filmagens da trilogia “Senhor dos Anéis”, do primeiro filme das “Crônicas de Nárnia: o Leão, a Feiticeira e o Guarda-Roupa”, de dois filmes da série “Matrix” e já recebe a equipe de filmagem do consagrado diretor Peter Jackson, que está dirigindo o filme “O Hobbit”.

Mais do que cenários naturais e ambientes perfeitos para a filmagem, a Nova Zelândia também possui tecnologia de ponta para filmagens. Em Wellington, capital do país, está a Park Road Post Production, estúdio de pós-produção onde sucessos de Hollywood foram finalizados. O campeão

mundial em bilheteria “Avatar” teve os seus efeitos em 3D realizada pela Weta Digital, líder mundial em todas as áreas de produção de efeitos visuais.

Charlotte Simcock, relações públicas da área de negócios da Embaixada da Nova Zelândia, diz que as empresas de seu país possuem um apoio importante do Governo para o desenvolvimento de suas incubadoras tecnológicas por meio do Ministério de Ciência e Inovação (MSI). “Na década passada o MSI investiu mais de U\$ 310 milhões em mais de 4.500 negócios para encorajar o desenvolvimento de pesquisa e tornar as empresas mais competitivas globalmente”, afirma. Entre 2001 e 2011, 257 empresas se “graduaram” das incubadoras, 69% conseguiram investimentos externos e 57% exportam.

Você deve estar se perguntando: Como é possível falar de ambiente de inovação e não falar do Vale do Silício? Bom, a

maior referência mundial em polo de negócios foi deixada por último porque, segundo Guilherme Ary Plonski, coordenador do Núcleo de Política e Gestão Tecnológica da USP, “o Vale do Silício é muito singular, é um mega ambiente de inovação”.

Há diferentes versões sobre a origem do ambiente de inovação em Palo Alto, na Califórnia. A mais aceita está ligada a William Shockley, prêmio Nobel em física, que dava aulas no Massachusetts Institute of Technology (MIT) quando a mãe dele, que morava em Palo Alto, ficou doente e ele se mudou para a cidade para cuidar dela. Shockley foi dar aulas na universidade de Stanford, que até então era incipiente e não tinha vocação tecnológica. Como ele era um prêmio Nobel, conseguiu atrair dinheiro do Governo para pesquisas em tecnologia, especificamente na área de transistores, do qual foi inventor.

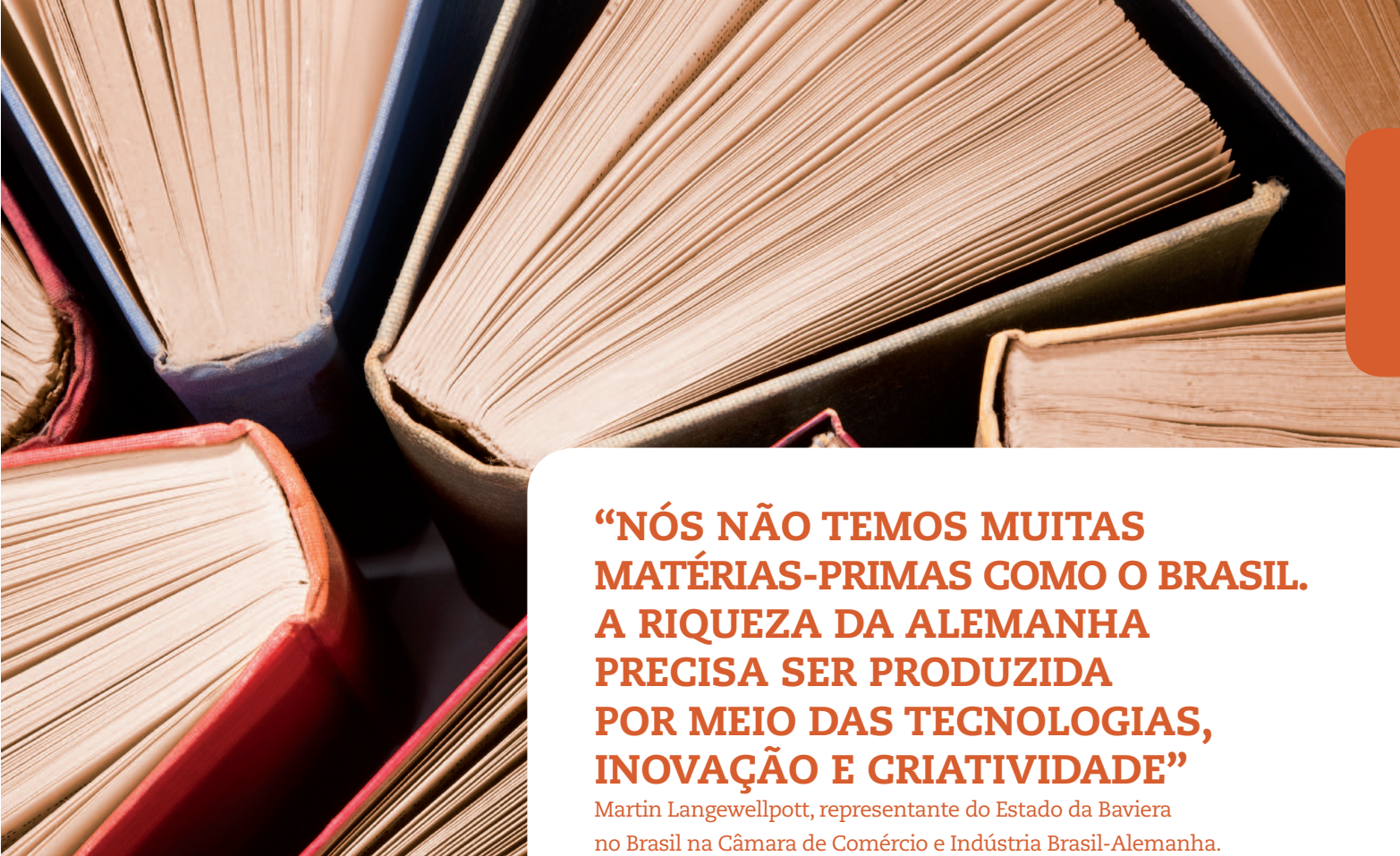
Em 1957, oito dos pesquisadores de Shockley optaram por deixar o Shockley Semiconductor Laboratory, criado por ele, e montaram a Fairchild Semiconductor, junto com Sherman Fairchild. Alguns anos depois, os engenheiros Robert Noyce e Gordon E. Moore saíram da Fairchild Semiconductor e formaram a Intel. Nos 20 anos seguintes, dos oito primeiros empregados de Shockley surgiram 65 novas companhias e essas empresas formaram o núcleo do que se tornou o Vale do Silício.

Outra pessoa que colaborou para o surgimento do Vale do Silício foi o especialista em rádio-engenharia e eletrônica. Frederick Terman, que dava aula na faculdade de engenharia de Stanford, junto com Shockley. Terman teve como alunos William Hewlett and David Packard (fundadores da HP) e incentivava seus alunos a criarem companhias e serem em-



“NA DÉCADA PASSADA O MSI INVESTIU MAIS DE U\$ 310 MI EM MAIS DE 4.500 NEGÓCIOS PARA ENCORAJAR O DESENVOLVIMENTO DE PESQUISA E TORNAR AS EMPRESAS MAIS COMPETITIVAS GLOBALMENTE”

Charlotte Simcock, relações públicas da área de negócios da Embaixada da Nova Zelândia



“NÓS NÃO TEMOS MUITAS MATÉRIAS-PRIMAS COMO O BRASIL. A RIQUEZA DA ALEMANHA PRECISA SER PRODUZIDA POR MEIO DAS TECNOLOGIAS, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE”

Martin Langewellpott, representante do Estado da Baviera no Brasil na Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha.

presários, inclusive apoiando-os financeiramente. “O modelo inspiracional dos jovens de Palo Alto são os empreendedores. Ter uma *startup* é muito bem visto e desejado, enquanto trabalhar em uma empresa como funcionário não é bem aceito lá”, explica Marcelo Nakagawa, coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper.

Além do histórico de inovação, o governo americano também desempenhou papel importante no surgimento de novas empresas por meio do Small Business Investment Company (SPIC), Companhia de Investimento em Pequenos Negócios (em tradução livre), fundo de investimento criado após a Segunda Guerra Mundial. Foram criados escritórios de investimento em todo o país que faziam investimentos de capital em pequenos negócios com chances de crescimento. Hoje, o Governo incentiva os negócios pela compra de alta tecnologia, principalmente na parte de defesa. “Esse modelo também

é seguido por Israel, Coreia do Sul e Canadá”, completa Nakagawa.

O investimento em tecnologia de ponta desde os primórdios também estimulou a capacidade empreendedora dos americanos. “Essa combinação de cultura empreendedora, alta tecnologia e investidores dispostos a correr risco é um sucesso”, reforça Nakagawa. Somente no escritório coletivo Plug and Play Tech Center há mais de 300 *startups* de todas as partes do mundo em um ambiente de apoio mútuo com o suporte de 170 investidores.

Outro ponto importante é o mercado de patentes bem desenvolvido que protegem a propriedade intelectual. Muitas empresas não focadas em tecnologia surgiram no Vale do Silício, como a Powerbar, Victoria Secret e Nike, todas criadas por alunos de Stanford.

A questão da inovação é levada ao extremo nos EUA. Para superar barreiras de imigração um grupo de empresários do Vale do Silício está tornando

mais fácil para os seus empreendedores estrangeiros fazerem e manterem relações comerciais por meio de um navio ancorado em águas internacionais, porém próximo o suficiente para que seja possível fazer visitas frequentes ao Vale do Silício. O Blueseed já tem mais de 100 *startups* interessadas na oportunidade. A próxima onda em Palo Alto são as empresas de biotecnologia, energia renovável e de alimentos orgânicos. O que surgirá de lá ninguém sabe, mas todos esperam algo grandioso.

Há muitos ambientes de inovação espalhados pelo mundo, como Kista (Suécia), Turku Science Park e Lahti Science and Business Park (Finlândia), entre outros, cada um com sua particularidade e especialidade. Mas uma coisa é certa: em todos eles, a criatividade e a inovação nascem de um ambiente onde o senso de comunidade é forte e grande aliado do sucesso.

Gestão pública INOVADORA

A CRIATIVIDADE E A INOVAÇÃO TAMBÉM ESTÃO PRESENTES EM ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO, REVERTENDO EM AÇÕES QUE BENEFICIAM OS CIDADÃOS

Por Andrea Ramos Bueno

O Estado de São Paulo tem, pelo menos, três bons exemplos que ambicionam resgatar a autoestima da cidade, por meio de ações criativas e inovadoras.

Começemos por Cubatão, a pequena cidade da Baixada Santista que se sentiu, durante anos, prejudicada econômica e ambientalmente pela localização e, contraditoriamente, também por conta do que se tornou sua vocação.

A 47 quilômetros da capital paulista e a poucos minutos de cidades turísticas do litoral sul paulista, o município tinha apenas o polo petroquímico como destaque. Trabalhadores com baixa qualificação profissional eram trazidos de diversas partes do País para a construção das indústrias, mas quando o trabalho era finalizado, o desemprego disparava, o que fazia aumentar o número de favelas.

“O comércio, que é essencial para o crescimento de uma cidade, era decadente”, relembra a atual prefeita de Cubatão, Márcia Mendonça Silva (PT), que usou os limites da Lei de Responsabi-

lidade Fiscal (LRF) para alavancar as vendas do comércio e diminuir os 53,8% do Orçamento do município comprometidos com a folha de pagamento (a LRF permite que sejam 54%).

Diante desse cenário, a prefeitura implantou o Cartão Servidor Cidadão. O funcionário que aderir a ele deixa de receber um abono mensal de R\$ 300 para ter R\$ 500 em créditos, que podem ser gastos no comércio e em serviços na cidade. A contrapartida do servidor é o desconto de 5% nos vencimentos.

Além disso, foi feita uma licitação entre operadoras de cartões, com taxa limite de 3% e com destinação de 2% de todo o faturamento da administradora, para o Fundo de Assistência Social. Hoje, o dinheiro repassado possibilita a distribuição mensal de R\$ 120 a 500 mulheres pobres da

“QUEM ADERIR AO CARTÃO SERVIDOR CIDADÃO DEIXA DE RECEBER UM ABONO TODO MÊS DE R\$ 300 PARA TER R\$ 500 EM CRÉDITOS”

Márcia Mendonça Silva,
prefeita de Cubatão (à direita)



cidade para que elas consumam no comércio local.

O empresário também tem um compromisso com o Governo Municipal. Quem aceita o cartão precisa contratar mão de obra local, mulheres e dar oportunidade para o primeiro emprego.

Além da população e do comércio, a indústria, responsável por R\$ 12 milhões em IPTU, também foi beneficiada, com a criação do IPTU do Bom Empreendedor. O desconto pode chegar a até 10%.

Outra pequena cidade que padece por sua posição geográfica é Andradina. Ao noroeste do Estado, com 56.505 habitantes, distante 620 km da capital paulista, tem um vizinho bastante incômodo: o Mato Grosso do Sul, que oferece isenções fiscais que fazem com que o empreendedor não pense duas vezes em investir no Estado.

Para driblar a falta de atrativos fiscais, já que o Estado de São Paulo não pratica essa política, a prefeitura de Andradina criou uma série de ações para atrair empreendedores. No início da atual gestão, a prioridade foi restabelecer o relacionamento da prefeitura com órgãos e entidades que pudessem auxiliar no desenvolvimento

econômico e social, como Sebrae, Sesc, Sesi e Senai. Feito isso, em 2010, após um ano do início da administração, foi inaugurado o Posto de Atendimento ao Empreendedor (PAE). “Antes, houve uma enxurrada de palestras, oficinas e consultorias que o Sebrae fez com setores da prefeitura”, conta o prefeito Jamil Akio Ono (PT). Em 2009 e em 2010, o município foi o que registrou os maiores empréstimos entre as cidades de 50 mil a 100 mil habitantes.

Outra medida emergencial foi melhoria no asfalto das vias urbanas, recuperação de todas as vicinais e da rodovia Marechal Rondon, além do recapeamento da rodovia Euclides de Figueiredo, estradas que dão acesso ao município.

No centro do Estado, a 240 km de São Paulo e em situação bastante diferente, São Carlos é a capital brasileira da tecnologia. A cidade sedia grandes indústrias como Volkswagen, Faber Castell e Electrolux, e um comércio que atende também as cidades vizinhas.

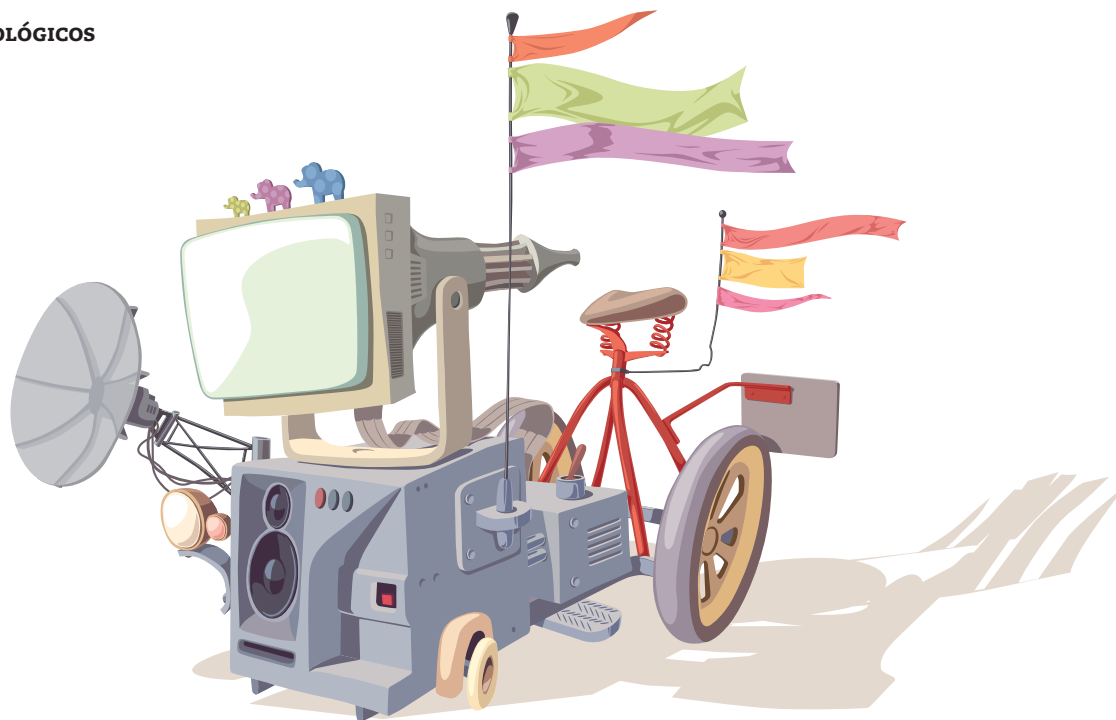
Mas o que falta a São Carlos para que o prefeito Oswaldo Baptista Duarte Filho (PT) queira ampliar a atual vocação da cidade? Para ele, a tecnologia ligada à saúde

de pode ter maior destaque, aproveitando a vocação do município.

Ex-reitor da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar) por dois mandatos, Duarte Filho vê a possibilidade de produzir e baratear equipamentos e fármacos. O Centro de Ciência, Inovação e Tecnologia em Saúde de São Carlos (Citesc), “será um distrito industrial, que contará com recursos do Governo Federal, que privilegiará empresas que trabalhem com setores ligados à saúde que atuem em parceria com a USP e a Ufscar”, explica.

São Carlos também conta com o Hospital Escola (o maior hospital público do Estado), que há seis anos abriu o curso de medicina, com ênfase na formação de médicos generalistas, ampliando o número de profissionais que possam atuar como médicos de família.

Coincidência ou não, os três prefeitos destacam as parcerias com os Governos Federal e Estadual, além de instituições que já possuem *know-how* para transformar pesquisa em produto tangível que contribui para a melhoria da vida das pessoas. —



INOVAR É...

Por Thiago Rufino

O CONCEITO VEM SENDO DIFUNDIDO NO BRASIL POR MEIO DE PARQUES TECNOLÓGICOS, ESPECIALIZAÇÕES E FORÇA DE VONTADE DOS EMPREENDEDORES

Inovação: aquilo que é novo, novidade. Criatividade: inventividade e talento para inventar. As definições são muitas, mas a geração e difusão do conhecimento por meio de ferramentas inovadoras e criativas são fundamentais para o crescimento econômico e a solidificação de empresas no mercado. No primeiro momento, a inovação nos negócios aparenta estar ligada apenas a produtos de alta tecnologia, criados com a finalidade de atender demandas específicas. Porém, esse conceito no empreendedorismo é mais abrangente e se estende desde a criação de novos itens até a melhoria dos processos de uma organização.

Ser criativo e inovador são características que devem, obrigatoriamente, fazer parte da gestão do empreendedor moderno. “Hoje, empresa que não inova está fora do mercado”, opina a consultora do Sebrae-SP, Evelin Astolpho. Segundo ela, o consumidor sempre tende a buscar novidades no mercado, seja em produtos ou serviços. Apesar disso, boa parte dos gestores de empresas de pequeno porte ainda não se sensibilizou perante o tema. “Muitos empresários acham que inovação é só para as

grandes empresas. E, geralmente, eles não conseguem relacionar as melhorias ocorridas como inovação”, exemplifica Evelin.

Para ajudar os empresários a atuar de forma mais precisa nesses quesitos, o programa Sebraetec permite a empresas de micro e pequeno porte acesso à capacitação, a fim de aprimorar seus procedimentos e produtos com subsídio de até 90% dos custos. “Buscamos orientar o empresário que a inovação não é modismo. É isso o que o torna competitivo e capaz de se sustentar no mercado”, afirma a subcoordenadora do Sebraetec, Magaly Albuquerque.

Com início das atividades em janeiro de 2011, o Sebraetec oferece consultoria e elabora com o empresário um plano de ação para suprir suas necessidades. Outra frente de atuação do Sebrae, voltada para a inovação, foi o convênio com o Instituto Nacional de Moda e Design (In-Mod) por meio do projeto Contextualizar na Moda. “Essa parceria vem para oferecer aos empresários de micro e pequenas empresas opções para conhecer este ambiente de alto valor agregado”, explica a coordenadora do convênio pelo Sebrae, Juliana Borges.

Juliana explica que o objetivo do acordo é oferecer aos envolvidos oportunidades de conquistar novos mercados, fortalecer parcerias e estimular o empreendedorismo. “Dessa forma, as empresas ficam aptas a fornecer materiais para grifes ou terão condições de concorrer com as grandes marcas”, afirma. “O nosso interesse é voltado para as empresas de micro e pequeno porte, por ser um elo importante na cadeia de produção de moda”, complementa Juliana.

INOVAÇÃO NA PRÁTICA

Incentivar o empreendedorismo, a inovação e apoiar a criação,

fortalecimento e consolidação de empresas inovadoras de base tecnológica são os conceitos que norteiam o Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia (Cietec), fundado em convênio entre Sebrae-SP, Universidade de São Paulo (USP) e Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo. Hoje, o parque tecnológico tem 150 empresas desenvolvendo projetos nas áreas de TI, medicina e saúde, sustentabilidade e eletrônica, entre outras.

Há uma série de vantagens para negócios que surgem a partir desses centros de inovação, como o apoio oferecido por meio

de uma ampla rede de contatos. “Estar aqui, mergulhado nessas atividades, é muito bom para o empreendedor, ainda mais pelo *networking*”, garante o diretor-executivo do Cietec, Sérgio Risola. Para ele, as empresas que já iniciaram suas atividades também podem receber apoio do Cietec por meio de planos de negócios, além dos serviços oferecidos nas áreas de gestão e tecnologia.

Em um evento de tecnologia, o que não falta é inovação. Na última edição da Campus Party, que ocorreu na capital paulista entre 6 e 12 de fevereiro, um dos destaques foi o Iron Man criado pelo Empreendedor Individual, Alexandre de Souza. O personagem se tornou o ‘corpo’ do computador de Souza pela técnica conhecida como animatronic – conceito que utiliza eletrônica e robótica para dar impressão mais realista às peças.

Para desenvolver mais animatronics, há sete meses Souza começou o projeto Case Monstro, que está em processo de avaliação em uma incubadora na região de Mogi das Cruzes, onde reside. “Fora do Brasil, há empresas que realizam esse tipo de personalização para ser exibido em eventos. Quero trazer o mercado para o País e atender à demanda”, afirma. A exposição durante a Campus Party deste ano já rendeu frutos. “Saí do evento com três propostas para negociar a produção de produtos exclusivos”, comemora.

Apesar de a união entre inovação e criatividade ainda não estar completamente associada ao dia a dia dos negócios, ambos devem ser disseminados dentro das corporações e não ficar limitados à criação de um produto ou de uma solução. O objetivo do empreendedor é trazer resultados concretos. Afinal, de nada adianta ser criativo e inovador se isso não resultar na sobrevivência do negócio.

“FORA DO BRASIL HÁ EMPRESAS QUE REALIZAM ESSE TIPO DE PERSONALIZAÇÃO PARA EXIBIÇÃO EM EVENTOS. QUERO TRAZER O MERCADO PARA O PAÍS E ATENDER A DEMANDA”

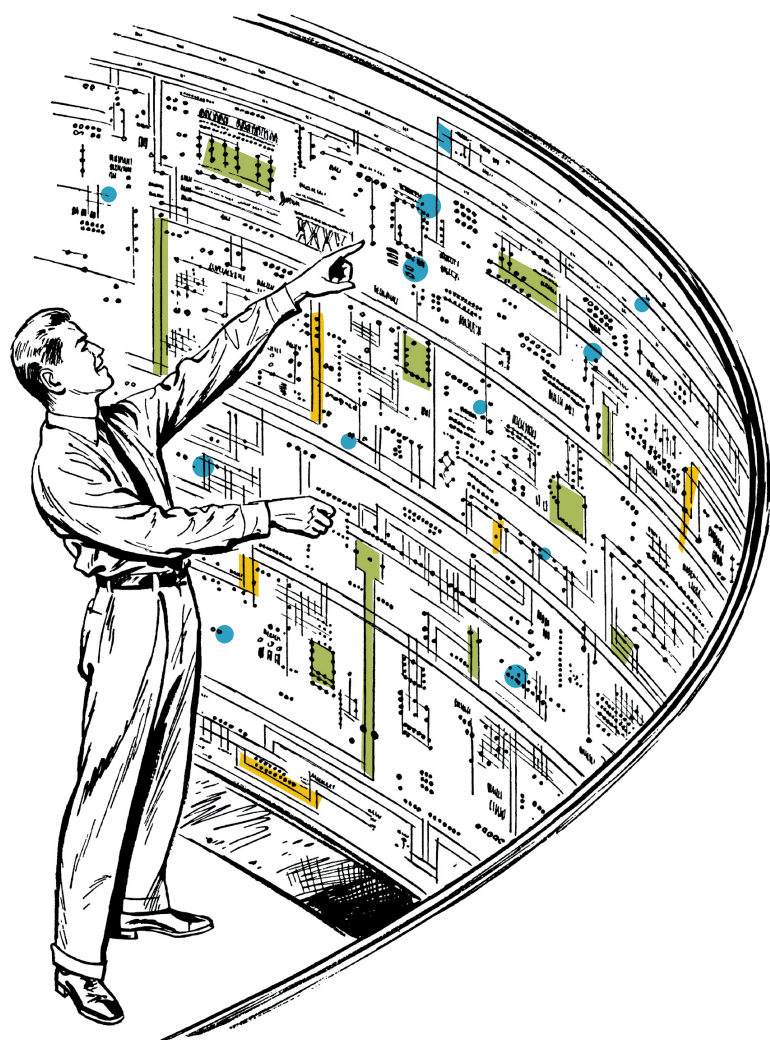
Alexandre Souza, empreendedor individual



ENTRAVES à inovação

Por Raphael Ferrari

BUROCRACIA E FALTA DE LINHAS
DE FINANCIAMENTO INIBEM
O CRESCIMENTO
DE EMPRESAS CRIATIVAS



A atividade empresarial no País é, infelizmente, marcada por burocracia, tributação excessiva e elevadas taxas de juros para quem busca financiamento, entre outros fatores que compõem o Custo Brasil. Tantas dificuldades fazem com que o empresário brasileiro atue, a maior parte do tempo, como um bombeiro, apagando incêndios. Inovar, modernizar a produção ou os produtos, portanto, é naturalmente uma tarefa árdua, e mesmo para quem tem DNA criativo, os entraves não são poucos.

Na opinião do coordenador do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (Cenn) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Tales Andreassi, gerir a própria empresa e traçar um plano de negócios eficiente é o primeiro obstáculo a ser superado pelos empreendedores. “A inovação acaba ficando em segundo plano.” Já para aqueles que conseguem estruturar um plano de desenvolvimento e têm uma boa ideia, a grande dificuldade é conseguir financiamento. “O crédito é muito caro no Brasil, mesmo as linhas específicas para inovação têm juros muito altos”, critica Andreassi.

Uma boa alternativa para o empresário que busca aperfeiçoar ou desenvolver máquinas, sis-

temas de produção e afins é o Sebraetec. “Manteremos parceria com o Senac [Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial], o IPT [Instituto de Pesquisas Tecnológicas] e outras instituições de desenvolvimento tecnológico para que o empresário só precise bancar 20% dos custos dessas operações”, afirma Sandra Fiorentini, consultora do Sebrae-SP.

Institutos de pesquisa e incubadoras como, o Programa de Apoio à Pesquisa em Parceria para Inovação Tecnológica (Pite), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), o Projeto de Unidades Móveis (Prumo) e o Programa de Apoio Tecnológico à Exportação (Progex), ambos do IPT, também podem contar com recursos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo. E para as empresas instaladas nessas incubadoras, há benefícios tributários concedidos pelos Governos Municipais – como isenção do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU).

Désirée Zouain, coordenadora de Ciência e Tecnologia da Secretaria, afirma que o órgão também apoia bancos de fomento, como o Nossa Caixa Desenvolvimento, e mantém, por meio da

Fapesp, o Fundo Estadual de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcet), com linhas de crédito voltadas especificamente para as pequenas e micro empresas. “O Funcet disponibiliza até R\$ 200 mil por empresa, que podem ser usados para desenvolver um produto novo, inovação incremental, etc., com 24 meses de carência, 36 meses de amortização e taxa de juros de 6% ao ano”, enumera Andreassi. Entretanto, ele pondera que é muito difícil ter acesso ao crédito do Funcet. “Há muitas exigências e burocracia para as pequenas”, critica.

Para as empresas e pessoas que trabalham com novos produtos, outra dificuldade é registrar a patente. “Antes de comercializar um novo produto ou equipamento, é preciso se resguardar com uma patente, que é a licença de exploração daquele bem”, explica Sandra. Pedir o registro de uma patente, contudo, também é um obstáculo. Primeiro é preciso verificar se há algum produto semelhante no mercado, o que é feito no próprio Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Em seguida, deve-se definir se a patente é de uma invenção ou de modelo de

utilidade, caso em que se melhora um produto já existente.

O ideal, segundo o presidente da Associação Nacional dos Inventores (ANI), Carlos Mazzei, é que o inventor procure um escritório de patentes para o auxiliar. O serviço, que também é prestado pela ANI, custa entre R\$ 3 mil e R\$ 4 mil. O processo de registro de patente demora, em média, sete anos, exceto para remédios, que levam 12 anos para ter a patente expedida. “O problema é que as pessoas acham que só podem comercializar a patente depois de finalizado o processo, mas isso pode ser feito a partir do momento que o INPI deferir o pedido”, explica Sandra.

Uma vez com a patente, é recomendável que o inventor não tente produzir o próprio produto, a menos que já tenha experiência na área. “O melhor é procurar uma empresa já consolidada que tenha estrutura para produzir seu invento. É preciso ter muito capital de giro para produzir sozinho”, recomenda Mazzei.

Antes de vender ou “alugar” uma patente, é preciso que o inventor, pessoa física ou jurídica, tome alguns cuidados. O Sebrae-SP orienta na formatação do contrato de licenciamento e oferece palestras sobre a formação de marcas e desenho industrial, que é o gráfico do produto, elemento que também deve ser patenteado para evitar que outras empresas o utilize. Além disso, Sandra recomenda que, ao apresentar o projeto para um potencial investidor, seja feito um contrato com cláusula de sigilo, para evitar que informações sobre o produto se espalhem antes mesmo dele começar a ser produzido. O segredo é ser paciente e cuidadoso, afinal, calma nunca fez mal a ninguém.



“O MELHOR É PROCURAR UMA EMPRESA JÁ CONSOLIDADA, QUE TENHA ESTRUTURA, PARA PRODUZIR SEU INVENTO. É PRECISO TER MUITO CAPITAL DE GIRO PARA PRODUZIR SOZINHO”

Carlos Mazzei, presidente da Associação Nacional dos Inventores



Maria Helena Monteiro:
integração das agriculturas
ajuda a baixar custos

Lavoura inteligente É COLHER BEM E BARATO

Por Gabriel Pelosi

EMPREENDEDORES RURAIS INOVAM NAS TÉCNICAS
DE PLANTIO COLHENDO SAFRA RENTÁVEL E MAIS PURA

Hoje, um mundo de oportunidades se abre a cada inovação no campo. E a economia criativa faz da lavoura um negócio atrativo e inovador, assim como uma empresa que administra os seus recursos com maestria. O tempo em que simplesmente seguir um manual técnico era garantia de bons resultados no agronegócio ficou para trás.

Quando se fala em economia criativa no agonegócio, saber manipular os recursos que possui e produzir algo incomum, útil, rentável e sustentável são a chave do castelo em que habita a combinação da redução dos custos, escoamento da produção e, por fim, a garantia de uma boa rentabilidade.

Um dos termos chave na agricultura funcional e criativa é o que chamamos de manejo integrado, o que no agronegócio representa uma estratégia que enfoca a prevenção ou supressão de

problemas com mínimo impacto ao ambiente em todas as atividades realizadas no campo.

Na Fazenda Monte Alto, localizada no município de Dourado, região central do Estado de São Paulo, o manejo sustentável e integrado tem feito a diferença na lavoura de café, onde são cultivadas diferentes espécies do produto. Segundo Maria Helena Monteiro, proprietária da fazenda e da empresa Café Helena, onde se produz os mais variados tipos da bebida, a criatividade é uma das receitas de sucesso de sua produção. “Na fazenda, nós tentamos aperfeiçoar o trabalho, o manejo e todo o sistema de produção para termos um produto de qualidade com um preço justo. Eliminamos todos os intermediários, ‘achatamos’ a pirâmide, modernizamos o manejo, fizemos a integração das agriculturas. Tudo para baixar os custos, conseguirmos aumentar a liquidez e ter

“NÓS TENTAMOS APERFEIÇOAR O TRABALHO, O MANEJO E TODO O SISTEMA DE PRODUÇÃO PARA TERMOS UM PRODUTO DE QUALIDADE COM UM PREÇO JUSTO. ELIMINAMOS OS INTERMEDIÁRIOS, ‘ACHATAMOS’ A PIRÂMIDE, MODERNIZAMOS O MANEJO”

Maria Helena Monteiro Alves Bastos,
proprietária da fazenda e da empresa Café Helena

uma rentabilidade maior”, explica Maria Helena, vencedora do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios em 2006.

Em torno da lavoura composta por cerca de 500 mil pés de café, foram plantadas árvores de sombra do campo intercaladas com bananeiras. A ação conteve um problema que resultava na perda de parte da produção. As árvores em torno da lavoura servem como protetoras naturais da plantação ao conter as fortes rajadas de vento que atingem a região.

Como uma parte da Fazenda Monte Alto é ocupada por uma granja de corte, a possibilidade de integração entre as culturas fica ainda mais evidente. São utilizadas as palhas das folhas do cafezal na granja, que depois retorna para o cafezal em forma de adubo. “Como eu tenho uma granja de corte, eu uso a palha do café na cama do frango. Depois eu uso essa palha para adubar o café. Além de ser uma economia criativa é manejo bem sustentável”, ressalta a agricultora, que está trabalhando para implantar novas ações inovadoras na fazenda.

Além de medidas práticas aplicadas diretamente na lavoura, a economia criativa, no caso da cafeicultura, também pode

ser aplicada de outras maneiras. Uma delas, segundo explica Fernando Gonçalves Freire da Silva, coordenador estadual de cafeicultura do Sebrae-SP, a inovação pode ser aplicada separando o café pela qualidade. “As características do café dependem tanto do local onde ele é produzido, como altitude, tipo de planta e clima. No final, se o cafeicultor juntar toda a sua produção ele tem um café médio, se ele separar o café ele consegue um produto de alta qualidade. Pode agregar valores sensoriais e também com certificação socioambiental. Aí o produtor pode estabelecer relações com clientes que valorizam essa diferenciação que ele promoveu no produto”, indica o consultor.

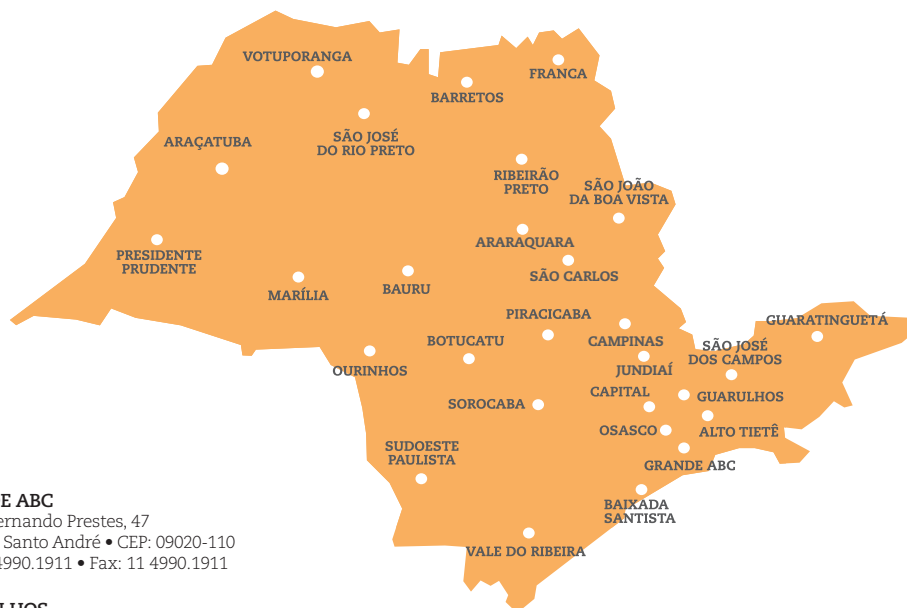
DO CAFÉ AO LEITE

A Estância Encantada de pecuária leiteira é outro exemplo de como o agronegócio pode se apropriar da economia criativa para conquistar bons resultados no final da produção. Criada há pouco mais de dez anos, em apenas dois alqueires de terra no distrito de Talhados, região de São José do Rio Preto, a estância vem dando saltos de crescimento em produtividade e qualidade, baseadas na economia criativa.

“A ideia é fazer da propriedade uma grande empresa. A gente emprega toda a tecnologia disponível no setor para a produção do leite. Para obter essa tecnologia, que não é barata, primeiro nós apostamos em uma excelente gestão, depois investimos em outras fontes de renda. Vendemos alguns animais e vendemos os embriões das vacas que já estão consagradas na produção. Dessa maneira conseguimos reunir recursos para investir em tecnologia e realizar uma ordenha de qualidade”, revela Adacir José da Mota, proprietário do local que é referência nacional em pecuária familiar e já recebeu o Prêmio Sebrae de Superação Empresarial.

Conforme indica Paula Ornelas, analista do Sebrae-SP e coordenadora da cadeia de leite do Estado de São Paulo, a entidade pode ajudar de diversas formas o produtor rural a aprimorar o seu sistema de produção, tornando-o eficiente e rentável. “Com base em uma análise feita na propriedade do pecuarista, o Sebrae-SP faz um levantamento da forma como ele produz e passa as orientações. A gente costuma recomendar a produção do leite à pasto, que é o manejo mais utilizado em São Paulo, com pasto irrigado, pois tem um baixo custo e uma boa eficiência de produção. Na parte de tecnologia da produção, o produtor recebe visitas mensais por meio do projeto Sebraetec, no qual um consultor faz o diagnóstico, vê onde estão as falhas e indica a melhoria no sistema de produção”, explica a analista. Para o produtor que deseja uma consultoria do Sebrae-SP, basta procurar o escritório mais próximo de sua cidade. O site www.sebraesp.com.br disponibiliza o endereço e telefone de contato de todos os seus escritórios regionais, também listados nas páginas a seguir. —

ESCRITÓRIOS REGIONAIS DO SEBRAE-SP



SEDE

EDIFÍCIO MARIO COVAS

R. Vergueiro, 1117
Paraíso • CEP: 01504-001
Tel.: 11 3177.4500

CAPITAL

CENTRO

R. Vergueiro, 1.071
Paraíso • CEP: 01504001
Tel.: 11 3177.4635 • Fax: 11 3177.4672

LESTE I

R. Monte Serrat, 427
Tatuapé • CEP: 03312-000
Tel.: 11 2225.2177 • Fax: 11 2225.2177

LESTE II

R. Vitorio Santim, 57
Itaquera • CEP: 08290-000
Tel.: 11 2074.6601 • Fax: 11 2074.6601

NORTE

R. Duarte de Azevedo, 280/282
Santana • CEP: 02036-021
Tel.: 11 2976.2988 • Fax: 11 2976.2988

OESTE

R. Clélia, 336/344
Perdizes • CEP: 05042-000
Tel.: 11 3832.5210 • Fax: 11 3832.5210

SUL

Av. Adolfo Pinheiro, 712
Santo Amaro • CEP: 04734-001
Tel.: 11 5522.0500 • Fax: 11 5522.0500

REGIÃO METROPOLITANA

ALTO TIETÊ

Av. Francisco Ferreira Lopes, 345
Vila Lavínia • Mogi das Cruzes
CEP: 08735-200
Tel.: 11 4722.8244 • Fax: 11 4722.9108

BAIXADA SANTISTA

Av. Dona Ana Costa, 416/418
Gonzaga • CEP: 11060-002
Tel.: 13 3289.5818 • Fax: 13 3289.4644

GRANDE ABC

R. Cel. Fernando Prestes, 47
Centro • Santo André • CEP: 09020-110
Tel.: 11 4990.1911 • Fax: 11 4990.1911

GUARULHOS

Av. Esperança, 176
Centro • CEP: 07095-005
Tel.: 11 2440.1009 • Fax: 11 2440.1009

OSASCO

R. Primitiva Vianco, 640
Centro • CEP: 06016-004
Tel.: 11 3682.7100 • Fax: 11 3682.7100

INTERIOR DO ESTADO

ARAÇATUBA

R. Cussy de Almeida Júnior, 1167
Higienópolis • CEP: 16010-400
Tel.: 18 3622.4426 • Fax: 18 3622.2116

ARARAQUARA

Av. Maria Antonia Camargo de
Oliveira, 2903 - Vila Ferroviária
Araraquara • CEP: 14802-330
Tel.: 16 3332.3590 • Fax: 16 3332.3566

BARRETOS

R. 14, nº 735
Centro • CEP: 14780-040
Tel.: 17 3323.2899 • Fax: 17 3323.2899

BAURU

Av. Duque de Caxias, 16-8
Vila Cardia • CEP: 17011-066
Tel.: 14 3234.1499 • Fax: 14 3234.2012

BOTUCATU

R. Dr. Costa Leite, 1570 - Centro
CEP: 18602-110 • Fone: 14 3815.9020
Fax: 14 3815.9020

CAMPINAS

Av. Andrade Neves, 1811
Jardim Chapadão • Campinas
CEP: 13070-000
Tel.: 19 3243.0277 • Fax: 19 3242.6997

FRANCA

Av. Dr. Ismael Alonso y Alonso, 789
Centro • CEP: 14400770
Tel.: 16 3723.4188 • Fax: 16 3723.4483

GUARATINGUETÁ

R. Duque de Caxias, 100
Centro • CEP: 12501-030
Tel.: 12 3132.6777 • Fax: 12 3132.2740

JUNDIAÍ

R. Suíça, 149
Jardim Cica • CEP: 13206-792
Tel.: 11 4587.3540 • Fax: 11 4587.3554

MARÍLIA

R. Suíça, 412
Centro • CEP: 17509-052
Tel.: 14 3422.5111 • Fax: 14 3413.3698

OURINHOS

R. dos Expedicionários, 651
Centro • CEP: 19900-041
Tel.: 14 3326.4413 • Fax: 14 3326.4413

PIRACICABA

Av. Independência, 527
Bairro Alto • CEP: 13419160
Tel.: 19 3434.0600 • Fax: 19 3434.0880

PRESIDENTE PRUDENTE

R. Major Felício Tarabay, 408
Centro • CEP: 19010-051
Tel.: 18 3222.6891 • Fax: 18 3221.0377

RIBEIRÃO PRETO

R. Inácio Luiz Pinto, 280
Alto da Boa Vista • CEP: 14025-680
Tel.: 16 3621.4050 • Fax: 16 3620.8241

SÃO CARLOS

R. 15 de Novembro, 1677
Centro • CEP: 13560-240
Tel.: 16 3372.9503 • Fax: 16 3372.9503

SÃO JOÃO DA BOA VISTA

R. Getúlio Vargas, 507
Centro • CEP: 13870-100
Tel.: 19 3622.3166 • Fax: 19 3622.3209

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

R. Dr. Presciliano Pinto, 3184
Jd. Alto Rio Preto • CEP: 15020-000
Tel.: 17 3222.2777 • Fax: 17 3222.2999

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

R. Santa Clara, 690
Vila Ady'anna • CEP: 12243-630
Tel.: 12 3922.2977 • Fax: 12 3922.9165

SOROCABA

Av. General Carneiro, 919
Cerrado • CEP: 18043-003
Tel.: 15 3224.4342 • Fax: 15 3224.4435

SUDOESTE PAULISTA

R. Ariovaldo Queiroz Marques, 100
Centro • Itapeva • CEP: 18400-560
Tel.: 15 3522.4444 • Fax: 15 3522.4120

VALE DO RIBEIRA

R. José Antonio de Campos, 297
Centro • Registro • CEP: 11900-000
Tel.: 13 3821.7111

VOTUPORANGA

Av. Wilson de Souza Foz, 5137
Vila Residencial Esther • CEP: 15502-052
Tel.: 17 3421.8366 • Fax: 17 3421.5353

PAs Pontos de Atendimento ao Empreendedor

Brasilândia

Rua Parapuã, 491
Tel.: 11 3991.4848
pabrasilandia@sebraesp.com.br

Campo Limpo

Rua Mario Neme, 16/22
Tel.: 11 5842.2373
pacampolimpo@sebraesp.com.br

Cidade Ademar

Av. Cupecê, 2861
Tel.: 11 5562.9312
pacidadeademar@sebraesp.com.br

Itaim Paulista

R. Manoel Bueno da Fonseca, 129
Tel.: 11 2568.5086
paitaimpaulista@sebraesp.com.br

Jaraguá

Rua Friedrich Von Voith, 142
Tel.: 11 3943.1103
paejaragua@sebraesp.com.br

Rio Pequeno

Av. Rio Pequeno, 155
Tel.: 11 3719.2311
paeriopequeno@sebraesp.com.br

São Mateus

Rua Felice Buscaglia, 348
Tel.: 11 2015.6366
pasaomateus@sebraesp.com.br

Sapopemba

Av. Sapopemba, 2824
Tel.: 11 2021.1110
pasapopemba@sebraesp.com.br

Tremembé

Av. Maria Amália L. de Azevedo, 241
Tel.: 11 2267.1003
patremembe@sebraesp.com.br

PAEs Postos Sebrae-SP de Atendimento ao Empreendedor

ALTO TIETÊ

Ferraz de Vasconcelos: R. Bruno Altafin, 26 • Centro • CEP: 08501-160
Tel.: 11 4675.4407

Itaquaquecetuba: R. Valinhos, 52 Monte Belo • CEP: 08577-010
Tel.: 11 4642.2121

Suzano: R. Gal. Francisco Glicério, 1334 • Centro • CEP: 08674-002
Tel.: 11 4747.5189

ARAÇATUBA

Birigui: R. Roberto Clarck, 460 • Centro CEP: 16200-043 • Tel.: 18 3641.5053

Andradina: R. Paes Lemes, 1280 Centro • CEP: 16901-010
Tel.: 18 3742.4911

Ilha Solteira: R. Rio Tapajós, 185 Zona Norte • CEP: 15385-000
Tel.: 18 3742.4918

Penápolis: R. Ramalho Franco, 340 Centro • CEP: 16300-000
Tel.: 18 3652.1918

ARARAQUARA

Ibitinga: R. Quintino Bocaiúva, 498 Centro • CEP: 14940-000
Tel.: 16 3342.7194 ou 3342.7198

Itápolis: R. Odilon Negrão, 570 • Centro CEP: 14900-000 • Tel.: 16 3262.1534

BAIXADA SANTISTA

Cubatão: R. Padre Nivaldo Vicente dos Santos, 41 • Centro CEP: 11510-261 • Tel.: 13 3362.6025

BARRETOS

Bebedouro: Praça José Stamato Sobrinho, 51 • Centro CEP: 14700-050 • Tel.: 17 3343.8420 ou 17 3343.8395

BAURU

Lençóis Paulista: R. Cel. Joaquim Gabriel, 11 • Centro • CEP: 18680-091
Tel.: 14 3264.3955

Lins: R. Floriano Peixoto, 1093 • Centro • CEP: 16400-101
Tel.: 14 3523.7597

BOTUCATU

Laranjal Paulista: Rua Barão do Rio Branco, 107 • Centro CEP: 18500-001 • Tel.: 3383.9127

CAMPINAS/JUNDIAÍ

Arthur Nogueira: R. Duque de Caxias, 2204 • Jd. Santa Rosa CEP: 13160-000 • Tel.: 19 3877.2727 ou 19 3877.2729

Bragança Paulista: Em fase de mudança (endereço antigo: Av. Antonio Pires Pimentel, 653) o PAE irá para a Secretaria de Desenvolvimento da Prefeitura de Bragança Paulista

Holambra: Av. das Tulipas, 103 Centro • CEP: 13825-000
Tel.: 19 3802.2020

Hortolândia: R. Luis Camilo de Camargo, 918, 1º andar • Remanso Campineiro • CEP: 13184-420
Tel.: 19 3897.9993 ou 19 3897.9994

Itatiba: R. Coronel Camilo Pires, 225 Centro • CEP: 13250-270
Tel.: 11 4534.7893 ou 11 4534.7896

Indaiatuba: Av. Eng. Fábio Roberto

Barnabé, 2800 • Jd. Esplanada II - Secretaria de Desenvolvimento de Indaiatuba - CEP: 13331-900
Tel.: 19 3834.9272

Jaguariúna: R. Candido Bueno, 843 sala 06 e 07 - Centro CEP: 13820-000 • Tel.: 19 3867.1477

Paulínia: Av. Pres. Getúlio Vargas, 527 - CEP: 13140-000
Tel.: 19 3874.9976

Sumaré: Praça da República 203 - Centro - CEP: 13170-160
Tel.: 19 3828.4003 ou 19 3903.4224

Valinhos: Av. Invernada, 595 - Vera Cruz - CEP: 13271-450
Tel.: 19 3829.4019 ou 19 3512.4944

GUARATINGUETÁ

Cruzeiro: R. Capitão Neco, 118 - Centro CEP: 12701-350 • Tel.: 12 3141.1107

Pindamonhangaba: R. Albuquerque Lins, 138 - Centro - CEP: 12410-030
Tel.: 12 3642.9744

Campos do Jordão: Av. Januário Miraglia, 1330 - CEP: 12460-000
Tel.: 12 3664.2631

GUARULHOS

Arujá: R. Adhemar de Barros, 60 - Centro - CEP: 07400-000
Tel.: 11 4653.3521

Mairiporã: Avenida Tabela Passarela, 348 - Centro - CEP: 07600-000
Tel.: 11 4419.5790

ITAPEVA

Capão Bonito: R. Cel. Ernestino, 550 Centro - CEP: 18300-492
Tel.: 15 3542.4053

Itararé: R. Sete de Setembro, 412 - Centro - CEP: 18460-000
Tel.: 15 3532.1162

MARÍLIA

Paraguacu Paulista: R. Santos Dumont, 600 - Centro - CEP: 19700-000
Tel.: 18 3361.6899

Pompéia: Av. Expedicionário de Pompéia, 217 - CEP: 17580-000
Tel.: 14 3452.1288

Tupã: Av. Tapuias, 907 - Sl. 5 - Centro CEP: 17600-260 • Tel.: 14 3441.3887

OSASCO

Embú: R. Siqueira Campos, 100 - Centro - CEP: 06803-320
Tel.: 11 4241.7305

Itapeverica da Serra: R. Treze de Maio, 100 - Centro - CEP: 06850-840
Tel.: 11 4668.2455

Santana de Parnaíba: Av. Tenente Marques, 5405 - Fazendinha CEP: 06502-250 • Tel.: 11 4156.4524

Taboão da Serra: R. Cesário Dau, 535 Jd. Maria Rosa - CEP: 06763-080
Tel.: 11 4788.7888

OURINHOS

Cerqueira César: R. José Joaquim Esteves, quiosque 2 - Centro 18760-000 • Tel.: 14 3714.4266

Pirajú: R. Treze de Maio, 500 - Centro CEP: 18800-000 • Tel.: 14 3351.3579

Santa Cruz do Rio Pardo: Pça. Dep. Leônidas Camarinha, 316 - Centro - CEP: 18900-000 • Tel.: 14 3332.5900

PIRACICABA

Capivari: R. Pe. Fabiano, 560 • Centro CEP: 13360-000 • Tel.: 19 3491.3649

Limeira: R. Prefeito Dr. Alberto Ferreira, 179 • Centro • CEP: 13480-074
Tel.: 19 3404.9838

Santa Bárbara D'Oeste: R. Riachuelo, 739 • Centro • CEP: 13450-020
Tel.: 19 3499.1012 ou 3499.1013

PRESIDENTE PRUDENTE

Adamantina: Alameda Fernão Dias, 396, Centro • CEP: 17800-000
Tel.: 18 3521.1831

Dracena: R. Brasil, 1420 • Centro CEP: 17900-000 • Tel.: 18 3822.4493

Martinópolis: Pça. Getúlio Vargas, s/n.º (Pátio da Fepasa) • Centro CEP: 19500-000 • Tel.: 18 3275.4661

Presidente Epitácio: R. Paraná, 262 Centro • CEP: 19470-000
Tel.: 18 3281.1710

Rancharia: Av. Dom Pedro II, 484 Centro • CEP: 19600-000
Tel.: 18 3265.3133

RIBEIRÃO PRETO

Altinópolis: R. Major Garcia, 376 Centro • CEP: 14350-000
Tel.: 16 3665.9549

Cravinhos: R. Dr. José Eduardo Vieira Palma, 52 • Centro CEP: 14140-000 • Tel.: 16 3951.7351

Jaboticabal: Esplanada do Lago, 160 CEP: 14871-450 • Tel.: 16 3203.3398

Jardinópolis: R. Dr. Artur Costa Curta, 550 - Área Industrial - CEP: 14680-000
Tel.: 16 3663.7906

Orlândia: R. Dez, 340 • Centro CEP: 14620-000 • Tel.: 16 3826.3935

Ribeirão Preto: Av. Dom Pedro I, 642 CEP: 14100-000 • Tel.: 16 3514.9697

Santa Rosa de Viterbo: Av. São Paulo, 100 • CEP: 14270-001
Tel.: 16 3954.1832

Sertãozinho:

• Av. Marg. Adamo Meloni, 3563 CEP: 14175-300 • Tel.: 16 3945.5422

• Av. Afonso Trigo, 1588 • Jd. 5 de Dezembro • CEP: 14160-100

Tel.: 16 3945.1080

SÃO CARLOS

Descalvado: Rua José Quirino Ribeiro, 55 • CEP: 13690-000
Tel.: 19 3594.1109 ou 19 3594.1100

Leme: Av. Carlo Bonfanti, 106 • Centro CEP: 13610-238 • Tel.: 19 3573.7100

Porto Ferreira: R. Dona Balbina, 923 Centro • CEP: 13660-000
Tel.: 19 3589.2376

Rio Claro: R. Três, 1431 • Centro CEP: 13500-161 • Tel.: 19 3526.5058 e 19 3526.5057

Araras: R. Tiradentes 1316, Centro CEP: 13600-970 • Tel.: 19 3543.7212

Pirassununga: R. Galício Del Nero, 51 • Centro • CEP: 13630-900
Tel.: 19 3562.1541

SÃO JOÃO DA BOA VISTA

São José do Rio Pardo: R. José Andreoli, 132 • Centro • CEP: 13720-000
Tel.: 19 3682.9344 ou 19 3682.9343

Mogi Mirim: Av. Luiz G. de Amoedo

Campos, 500, Nova Mogi • Nas dependências da Associação Comercial e Industrial de Mogi Mirim CEP: 13801-372 • Tel.: 19 3814.5760
Ramais: 5781 e 5789

São Sebastião da Gramma: Pça. das Águas, 100 - Jd. São Domingos • Nas dependências da Prefeitura Municipal CEP: 13790-000 • Tel.: 19 3646.9956

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

Catanduva: R. São Paulo, 777 Higienópolis • CEP: 15804-000
Tel.: 17 3531.5313

José Bonifácio: R. Vinte e um de Abril, 420 • Centro • CEP: 15200-000
Tel.: 17 3245.3561

Mirassol: R. Sete de Setembro, 1855 Fundos • Centro • CEP: 15130-001
Tel.: 17 3253.3434

Novo Horizonte: R. Jornalista Paulo Falzeta 1 • Vila Paty • CEP: 14960-000
Tel.: 17 3542.7701

Olímpia: Pça. Rui Barbosa, 117 Centro • CEP: 15400-001
Tel.: 17 3279.7390

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Caraguatatuba: R. Taubate, 90 Sumaré • CEP: 11661-060
Tel.: 12 3882.3854

Ilhabela: Pça. Vereador José Leite dos Passos, 14 • B. Velha • CEP: 11630-000
Tel.: 12 3895.7220

São Sebastião: Av. Expedicionário Brasileiro, 207 • Centro CEP: 11600-000 • Tel.: 12 3892.1549

Taubaté: R. Armando de Sales Oliveira, 457 • Centro • CEP: 12030-080
Tel.: 12 3621.5223

Ubatuba: R. Dr. Esteves da Silva, 51 Centro • CEP: 11680-000
Tel.: 12 3834.1445

Jacareí: Rua Lamartine Dellamare, 153 • Centro • CEP: 12327-010
Tel.: 12 3952.7362

SOROCABA

Itapetininga: R. Campo Salles, 230 Centro • CEP: 18200-005
Tel.: 15 3272.9218 ou 15 3272.9210

Boituva: João Leite, 370 • Centro CEP: 18550-000 • Tel.: 15 3263.1413

Itu: R. do Patrocinio, 419 • Centro CEP: 13300-200 • Tel.: 11 4023.6104

Salto de Pirapora: Praça Antonio Leme dos Santos, 2 • Centro CEP: 18160-000 • Tel.: 15 3244.3071

Piedade: Pça. da Bandeira, 81 • Centro CEP: 18170-000 • Tel.: 15 3244.3071

Porto Feliz: R. Ademar de Barros, 340 Centro • CEP: 18540-000
Tel.: 15 3261.9047

Salto: R. Nove de Julho, 403 • Centro CEP: 13320-005 • Tel.: 11 4602.6765

São Roque: R. Rui Barbosa, 693 Centro • CEP: 18130-440
Tel.: 11 4784.1383

Tatuí: R. XV de Novembro, 491 Centro • CEP: 18270-310
Tel.: 15 3305.4832

VOTUPORANGA

Santa Fé do Sul: Av. Grandes Lagos, 141 • Distrito Industrial II CEP: 15775-000 • Tel.: 17 3631.6145

A ECONOMIA DA DIVERSIDADE E DA TRANSFORMAÇÃO

Paulo Borges, produtor de eventos, entre os quais São Paulo Fashion Week, e presidente do In-Mod

A moda vai muito além das roupas, do que vestimos. É uma plataforma abrangente, que envolve vários segmentos, vários universos. Com esta percepção, o Instituto Nacional de Moda e Design (In-Mod) firmou um convênio com o Sebrae Nacional, durante a última edição do São Paulo Fashion Week (SPFW), em janeiro passado, que possibilitará o acesso estratégico de pequenos empreendedores ao conhecimento gerado por essa cadeia produtiva que, hoje, tem mais de 30 mil empresas.

Apesar de a maioria ser micro e pequenas, poucas empresas do setor se incluem dentro da economia criativa, mesmo com o grande potencial da moda. E queremos justamente ampliar esse acesso.

Capacitações, consultorias, palestras e *workshops* serão oferecidos aos que participarem e forem selecionados para o convênio. E já a partir das próximas edições do Calendário Oficial da Moda Brasileira – SPFW, Fashion Rio, Rio-a-Porter – haverá um grupo convidado com acesso às exposições e desfiles.

O SPFW e o Movimento Hot Spot são dois exemplos diferentes de economia criativa e ilustram como colaborar na competitividade do pequeno e microempresário.

Moda e design desempenham um papel de grande importância. Inovar, agregar valor aos produtos e aos negócios, gerar empregos, sintetizar e criar tendências, estabelecer redes de maneira geral, não só no varejo, na produção, mas também de conhecimento e cultura.

Não podemos nem devemos viver à margem de um processo de inovação que, hoje, toma conta de todo o mundo. Copiar e fazer a mesma coisa que todo mundo faz não é mais um caminho possível. E o In-Mod tem como um de seus focos

reunir inteligências para dar um salto qualitativo. Não existe economia criativa sem cultura, conhecimento e criatividade.

Projeto de 30 anos, o SPFW, que teve sua primeira edição em 1996, sempre acreditou em planejamento. Primeiro se estabeleceu um calendário de moda, se implantou uma cultura de moda no País.

E justamente por inovar e integrar meios culturais e criativos da economia, o SPFW é considerado, em vários países, como um caso de referência de economia criativa. A ONU destacou o evento na Expo Xangai em 2010, colocando-o como exemplo ao utilizar questões intangíveis - como articulação, novos modelos, marca, ideias e estratégias - para transformar o tangível. E aqui é importante destacar que, em média, 75% do valor de um produto é proporcionado por ativos intangíveis.

O Movimento Hot Spot, que será lançado brevemente, é um projeto revolucionário. Levou quatro anos para ser planejado e formatado. É um prêmio nacional para jovens talentos criativos do Brasil, com idade a partir dos 18 anos.

Agora abrangerá 11 áreas criativas – além de moda, música, fotografia, arquitetura, vídeo, artes plásticas, beleza, entre outras. Terá a duração de 18 meses, passará por 18 cidades (oito delas capitais). Os inscritos terão seus trabalhos analisados por um grupo de curadores e serão preparados para o mercado de trabalho. Entre três e sete finalistas de cada categoria irão para uma grande final em São Paulo.

Com o SPFW e, agora, o Movimento Hot Spot, consolidamos uma visão de futuro em torno de princípios bem estabelecidos da economia criativa voltada para o desenvolvimento. Estamos atuando em um País diferenciado, multicultural. É o Brasil do design, da inovação e da tecnologia junto com o Brasil da vocação, do talento e da diversidade. —



Você procura uma consultoria personalizada mas não tem orçamento para isso?

O Sebrae Mais é mais acessível.

Mais prático: O que você aprende, aplica imediatamente na empresa.

Mais flexível: Você fica mais tempo na empresa que em sala de aula.

Mais personalizado: Acompanhamento de um consultor em todas as etapas.

Ligue agora e veja a disponibilidade no seu estado

0800 570 0800

É mais que consultoria.

É mais que curso.

É Sebrae Mais.

www.sebraesp.com.br

Se a sua empresa tem



de 2 anos
de 9 funcionários

Estas soluções são para você:

SEBRAE
Mais
PROGRAMA SEBRAE PARA
EMPRESAS AVANÇADAS

SEBRAE
SP

Estratégias Empresariais

Você será capaz de fazer uma análise completa do seu ambiente empresarial, identificando pontos fortes e fracos, redefinindo missões e metas corporativas. Também irá elaborar e implementar um plano de ação estratégica.

Empretec

Um seminário desenvolvido pela ONU que lhe motiva a promover mudanças no seu comportamento, aperfeiçoando suas habilidades de negociação e gestão, proporcionando maior segurança nas decisões e aumentando a chance de sucesso da sua empresa.

Internacionalização

Prepare sua empresa para conquistar o mercado global, tornando seu produto ou serviço mais competitivo dentro e fora do País.

Gestão da Inovação

Descubra que inovação não é só tecnologia. E, sim, uma nova forma de pensar e gerir o negócio: fazendo diferente.

Gestão Financeira

Compreenda todas as informações financeiras da sua empresa e transforme-as em ferramentas para decisões seguras e eficientes. Método prático: você aprende enquanto aplica o conteúdo na empresa.

BONS VENTOS PARA O SEU NEGÓCIO!

Em outubro de 2012
começa o **MAIOR EVENTO DE
EMPREENDEDORISMO** de São Paulo.

A Feira do Empreendedor traz ótimas
oportunidades de negócios, orientações
sobre gestão de empresas, troca de
experiências, tecnologias e inovação.

- Palestras, workshops e atendimento a empresários;
- Exposição de produtos e serviços diferenciados e inovadores;
- Excelentes oportunidades de negócios.

AGENDE-SE!
25 a 28 de outubro de 2012



Mais informações: