

4

O Projeto Rio Criativo

Neste capítulo será apresentado o projeto Rio Criativo que implantará as “Incubadoras de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro”. Se trata de um projeto no âmbito da Economia Criativa, realizado pela Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e que teve início em outubro de 2009. Para isso, será primeiramente introduzido o conceito de incubadora de empresas.

4.1

Incubadoras

Lalkaka & Bishop (1996) definem incubadora de empresas como um ambiente de trabalho controlado, projetado para auxiliar no crescimento de novas empresas emergentes. Esse ambiente possui características particulares que visam criar um clima cooperativo para o treinamento, suporte e desenvolvimento de pequenas empresas e empreendedores. Essas características incluem: a seleção adequada de empresas em fase inicial de desenvolvimento com grande potencial de crescimento; espaços físicos projetados para abrigar cada empresa incubada; equipamentos e estruturas necessárias de suporte compartilhadas, como telefonia, fax, internet e suporte administrativo; uma pequena equipe gerencial responsável por assessorar, treinar e ajudar os empreendedores na resolução de problemas; acesso facilitado das empresas incubadas a serviços de terceiros selecionados, como assessoria jurídica, contábil, de marketing, vendas etc.; preços de aluguel e taxas de serviços convidativos; e graduação da empresa incubada após três a quatro anos de permanência na incubadora.

Micro e pequenos empreendimentos possuem um relevante papel no cenário econômico do país como um todo. Porém, muitas destas pequenas empresas ainda estão se consolidando e precisam de apoio, em especial as do campo cultural, as quais não têm necessariamente uma visão econômica da sua atividade. Desta forma, o suporte de uma incubadora de empresas é fator fundamental para propiciar um ambiente favorável voltado para maturação do empreendimento.

Incubadoras são ambientes de trabalho planejados para apoiar empresas iniciantes, com grande potencial empreendedor. Uma incubadora de empresas oferece facilidades para o crescimento de novos empreendimentos, como assessoria na gestão técnica e empresarial, e infraestrutura de serviços compartilhados. Dentro delas, estabelecem-se redes de contatos e outras formas de relacionamento que auxiliam no sucesso dos negócios. Dessa forma, em aproximadamente dois anos de permanência numa incubadora, uma empresa estará pronta para enfrentar o mercado de forma independente.

De acordo com o Panorama 2008 da ANPROTEC - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, nos últimos nove anos, o movimento do setor de incubadoras de empresas no Brasil apresentou um crescimento extraordinário de mais de 100%, passando de 135 incubadoras em operação no ano de 2000, para 400 em 2008, com taxa de sucesso dos seus empreendimentos maior que 90%. Hoje, contamos com já 450 incubadoras em nosso país.

Adicionalmente, segundo o Programa SEBRAE de Incubadoras de Empresas, a ação das incubadoras aumenta a sobrevivência das empresas participantes. No Brasil, estimativas indicam que a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas que passam pelas incubadoras é de 20%, um nível comparável aos europeus e americanos. Já para as nascidas fora do ambiente de incubadora, aponta uma taxa de mortalidade de 80% antes de completarem o primeiro ano de funcionamento

Com relação ao setor de incubadoras de empresas no Brasil, trata-se de uma taxa evolutiva que raros setores da economia brasileira já experimentaram. Isso prova que universidades, centros de pesquisa, prefeituras, governos estaduais e federal e até empresas privadas, vislumbram nas incubadoras alternativas para capacitação de empreendedores e geração de empreendimentos fortes, preparados e promissores.

De acordo com Zardo (2005), calculou-se que existiam no Brasil apenas 13 incubadoras que apoiavam empreendimentos culturais. Estes números evidenciam a importância da existência de atividades coordenadas entre órgãos públicos e privados que estimulem o papel das micro e pequenas empresas neste setor, e não apenas o perfil do produtor independente realizador de projetos de curto prazo.

4.2

O Projeto

Segundo Deheinzelin (2006), no Brasil a Economia Criativa tem especial importância, pois apesar de o país ter na cultura uma de suas maiores riquezas, não sabemos ainda como transformar esta riqueza potencial em riqueza econômica e social. Um dos fatores que contribui para isso é um grande desconhecimento e até um certo preconceito entre o mundo da cultura e o mundo dos negócios, o que impede o contato maior entre eles, tão necessário quanto benéfico para ambos, desde que feito de forma ética e sustentável.

A par desta realidade, e com intuito de estimular o potencial da Economia Criativa para o desenvolvimento socioeconômico do Estado do Rio de Janeiro e a expressiva vocação cultural fluminense, a **Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro – SEC** idealizou o projeto Rio Criativo de implantação das “Incubadoras de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro”, que surge como projeto piloto do “Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro”.

A iniciativa tem como objetivo estimular a consolidação de empreendimentos criativos no Estado. Para a execução do projeto, contratou-se o **Instituto Gênesis da PUC-Rio**, considerando sua singular atuação pregressa no campo de estudos e incubação de empreendimentos no campo da Economia Criativa.

Neste momento, é interessante ressaltar que o projeto alcança o chamado “modelo de hélice tripla”, onde se pode identificar três esferas diferentes atuando juntas em um mesmo projeto: o Governo representado pela Secretaria de Estado de Cultura; a Academia, representada pelo Instituto Gênesis da PUC-Rio; e a Indústria representada pelos empreendimentos selecionados para serem incubados.

O projeto Rio Criativo prevê a criação de incubadoras de empresas que implementarão processos de capacitação de empreendedores da Economia Criativa no

Estado do Rio de Janeiro, visando dar sustentabilidade e formalidade aos empreendimentos que devem ser necessariamente inovadores.

Serão criadas duas incubadoras criativas do Estado – uma na capital e outra na Baixada Fluminense, em São João de Meriti – que juntas darão suporte a 28 empreendimentos, com ou sem fins lucrativos, que serão selecionados através de uma chamada pública. De fato, ao longo do processo de capacitação do projeto existirá um processo seletivo dos Planos de Negócios que terão que ser submetidos pelos potenciais empreendedores.

Poderão se inscrever nesta seleção empreendimentos das áreas de audiovisual; artesanato; arquitetura e restauro; artes cênicas; artes plásticas; cultura popular; design; educação; eventos; gastronomia; jogos; moda; mercado editorial; música; publicidade; rádio; TV; software aplicado à economia criativa e turismo.

A escolha das 19 áreas que serão contempladas no projeto foi feita com base nas indústrias criativas consideradas no modelo inglês. Porém, foram incorporados outros segmentos, identificados através de um *brainstorm* realizado pela equipe de planejamento do projeto como setores da Economia Criativa de grande potencial no Estado do Rio de Janeiro, como foi o caso da gastronomia e do turismo.

Espera-se que as incubadoras se consolidem como um ambiente sinérgico de promoção de negócios criativos do Estado, atraindo outros agentes econômicos ao entorno, para além das cadeias produtivas dos segmentos culturais envolvidos e em afinidade com outros projetos governamentais que respondem pela pujança dos megaeventos que dão ao Brasil e ao Rio de Janeiro uma singular centralidade nas próximas décadas.

Neste contexto, o projeto foi concebido de modo a ser desenvolvido em três etapas que serão descritas a seguir: Implantação das Incubadoras Rio Criativo; Capacitação e Processo Seletivo; e Incubação dos Empreendimentos Criativos.

4.2.1

Implantação das Incubadoras Rio Criativo

Esta etapa integra as ações que visam à implementação estrutural e executiva do presente projeto, destacando-se o mapeamento da área disponível na capital do Estado do RJ para abrigar a incubadora, de modo similar no caso da Incubadora da Baixada Fluminense. Também inclui a estruturação das salas que abrigarão a equipe executiva, o processo de capacitação dos multiplicadores que atuarão na seleção dos empreendimentos a serem incubados.

Nesta etapa, destacam-se as atividades abaixo detalhadas:

- Mapeamento, identificação e estabelecimento de contato com agentes promotores de políticas no campo das indústrias criativas em âmbito internacional. Esta ação será possível a partir da prévia atuação do Instituto Gênesis no campo da Economia Criativa na promoção de pesquisa, projetos e promoção de eventos e intercâmbios as quais possibilitaram a organização de visita presencial da equipe do projeto a cidades criativas e projetos na Europa e na América Latina. A manutenção do contato com agentes promotores de iniciativas neste contexto se justifica no ensejo da consolidação do *networking* internacional que muito virá a contribuir para a consecução do projeto nos anos vindouros.

- Mapeamento de *cases* nacionais e internacionais de sucesso no campo da Economia Criativa. A identificação de projetos inovadores e dos respectivos modelos de negócios, em particular os de sucesso, apoiará a seleção dos empreendimentos a serem incubados, suportando ainda a concepção do conceito da Economia Criativa do vigente projeto já que se trata de um conceito ainda não consolidado internacionalmente.

- Produção de *survey* bibliográfico relacionado à Economia Criativa em nível nacional e internacional. Esta atividade está diretamente relacionada com as supracitadas já que abrange a organização do acervo bibliográfico existente no campo do conceito da economia das artes; economia da cultura; economia do entretenimento, economia criativa; as quais vieram a apontar a um novo conceito em construção, o das indústrias criativas adotada no presente projeto.

- Conceituação dos setores que integram o projeto. Conforme as ações apresentadas acima, faz-se necessário identificar o processo histórico que culminou com a

conceituação da Economia Criativa a qual é adotada no projeto, ainda que se trate de um conceito em construção de nível mundial.

- Concepção das Incubadoras Rio Criativo do Estado do RJ e detalhamento do processo de incubação, capacitação e rede de negócios. Esta atividade tem como produto um documento que apresenta o plano de criação e implementação das Incubadoras.

- Contratação da equipe do projeto. Divulgação de vagas, processo seletivo e contratação da equipe planejada para o projeto.

- Lançamento da Chamada Pública para seleção de Planos de Negócios de empreendimentos criativos. Esta atividade inclui o apoio na redação do Edital, fichas e formulários de inscrição para posterior lançamento por parte da SEC. Além disso, nesta etapa começam as atividades de divulgação do edital para todo o Estado através de palestras, seminários, peças gráficas, mailings, redes sociais e etc.

- Formação de Multiplicadores. Esta atividade se dirige principalmente aos expositores do processo de formação dos empreendedores na próxima etapa do projeto. Tal grupo atenderá todas as incubadoras. Esta atividade terá uma carga horária de 42h e será ministrada no Rio de Janeiro. Ela está dirigida à formação em empreendedorismo, inovação e cultura. A equipe técnica e executiva que está à frente das incubadoras também estará presente na formação para obterem informações necessárias para atenderem ao público interessado no processo seletivo de incubação (Edital).

- Infraestrutura para atendimento e capacitação. Adequação da recepção de atendimento aos postulantes do Edital e de espaço para os processos de capacitação, assim como para as capacitações permanentes para público em geral.

- Infraestrutura das Incubadoras. Elaboração de Projeto Arquitetônico montagem e adequação de infraestrutura para a Incubadora da Capital e Incubadora da Baixada.

- Criação de Portal do projeto para orientação dos e de material de divulgação.

- Promoção de Eventos setoriais para divulgação do edital e aproximação entre empreendedores culturais, possíveis clientes e parceiros.

4.2.2

Capacitação e Processo Seletivo

A segunda etapa do projeto engloba o processo formativo propriamente dito. Ele estará orientado para a seleção dos empreendimentos que concorrem à incubação em uma das incubadoras. Segue abaixo o detalhamento deste processo seletivo rumo à incubação:

- **Formação opcional em “Noções de Empreendedorismo”** em atendimento ao Edital a ser lançado. O curso terá carga horária de 12h e será dividido em três módulos: “Atitude Empreendedora”; “Mercado e Inovação”, e “Plano de Negócios”.
- **Formação opcional em “Plano de Negócios Avançado”** com a promoção de um curso de 20h de carga horária total, dividida em 5 aulas.
- **Orientação individual** de até quatro horas para cada um dos candidatos interessados visando à produção de seus respectivos Planos de Negócios – PNs, segundo modelo a ser apresentado no Edital.
- **Formação de banca** para atuação na apreciação do produto (Planos de Negócios) e nas defesas presenciais.
- **Análise técnica e jurídica dos Planos de Negócios** por parte da comissão de seleção.
- **Divulgação dos 84 Planos de Negócios classificados.**
- **Apresentação presencial dos 84 Empreendedores** classificados cujos Planos de Negócios concorrem à incubação. Serão escolhidos os 28 projetos mais bem colocados que integrarão a etapa de incubação.
- **Divulgação dos 28 empreendimentos selecionados** para incubação.

Os critérios de seleção dos empreendimentos e seus respectivos pesos são mostrados na Tabela 3.

CRITÉRIOS	PESOS
Qualidade da defesa presencial	10
Grau de inovação do empreendimento.	4
Qualificação dos proponentes e da equipe.	3
Viabilidade econômica e potencial de crescimento do empreendimento com base na análise de mercado e do grau de competitividade.	3
Viabilidade técnica do empreendimento.	2
Importância da incubação para o empreendimento.	2
Adequação do Modelo de Negócios.	2
Responsabilidade social. Potencial de impactos sociais positivos. Processo de produção não poluente (ruído, contaminação, etc.).	2
Importância do empreendimento na formação de redes com os demais empreendimentos incubados.	1
Clareza do Plano de Negócios.	1

Tabela 3: Critérios de Seleção dos empreendimentos

4.2.3

Incubação dos Empreendimentos

A terceira e última etapa refere-se ao período de incubação dos empreendimentos de 18 meses, cujos Planos de Negócios foram classificados na etapa anterior.

Tem-se que a incubação de empreendimentos se baseia no **apoio no desenvolvimento dos produtos e serviços, plano de ação, inovação, gestão e comercialização** que foram idealizados pelos empreendedores que tiveram seus Planos de Negócios aprovados e que integraram os 28 primeiros colocados do processo. Neste

sentido, configuram atividades desta etapa os seguintes serviços que serão oferecidos para os selecionados:

- I. Serviços de apoio para a legalização do empreendimento (se for o caso);
- II. Consultoria e orientação para a execução dos planos de negócios, planejamento estratégico e plano de marketing;
- III. Serviços de assessoria jurídica, assessoria de imprensa, programação visual, recrutamento e seleção de recursos humanos;
- IV. Participação em eventos com o objetivo de gerar oportunidades de negócios entre empreendedores criativos e possíveis clientes e parceiros;
- V. Disponibilidade de espaço físico - sala de uso privativo e ambientes comuns - para a gestão do empreendimento;
- VI. Disponibilidade de espaço físico e serviços de infraestrutura para uso compartilhado entre os empreendimentos incubados: salas de reuniões e auditório, e serviços de manutenção predial, de segurança patrimonial e suporte de rede.
- VII. Acompanhamento dos empreendimentos.

Esta etapa integra ainda a **capacitação permanente em empreendedorismo, inovação e cultura** na promoção de cursos frequentes para público geral – e também para os empreendimentos incubados - com carga horária de 16h por mês; como também o **atendimento individual** em igual período.