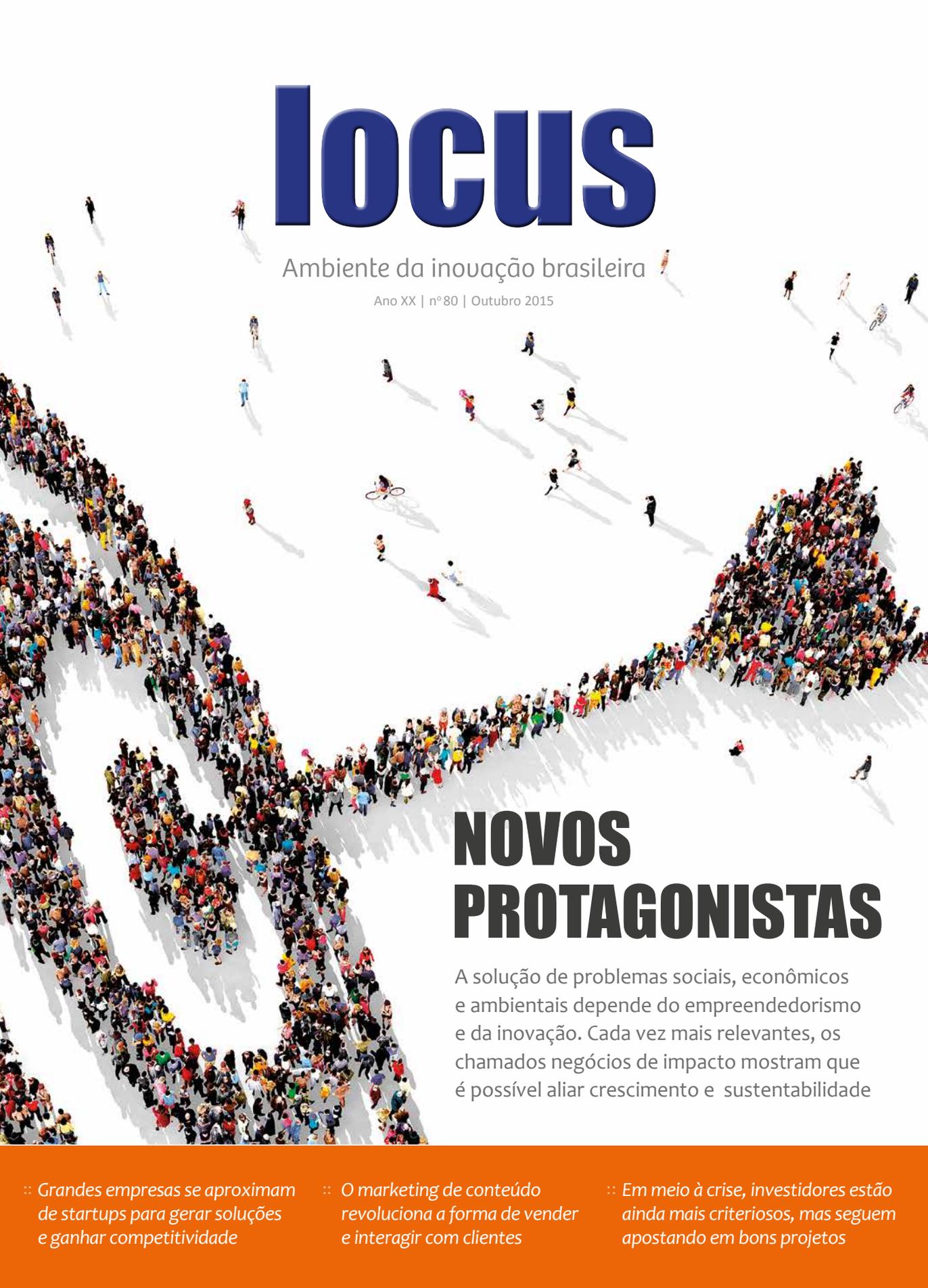


locus



Ambiente da inovação brasileira

Ano XX | n°80 | Outubro 2015

NOVOS PROTAGONISTAS

A solução de problemas sociais, econômicos e ambientais depende do empreendedorismo e da inovação. Cada vez mais relevantes, os chamados negócios de impacto mostram que é possível aliar crescimento e sustentabilidade

:: Grandes empresas se aproximam de startups para gerar soluções e ganhar competitividade

:: O marketing de conteúdo revoluciona a forma de vender e interagir com clientes

:: Em meio à crise, investidores estão ainda mais criteriosos, mas seguem apostando em bons projetos



EU COMPRAR DO PEQUENO NEGÓCIO TODOS OS DIAS



O Movimento Compre do Pequeno Negócio, que aconteceu no dia 5 de outubro, não acaba agora. Afinal, todo dia é dia de comprar do pequeno. Assim como todo dia é dia de cuidar da gestão, inovar e receber os clientes com carinho e dedicação. Fortalecer e incentivar as pequenas empresas, esse negócio também é seu. [#compredopequeno](#)



LOCUS

Ambiente da inovação brasileira

Ano XIX - Outubro 2015 - nº 80 - ISSN 1980-3842

A revista Locus é uma publicação da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec)

Conselho Editorial

Luis Afonso Bermúdez (presidente)
Antônio Abelem
Socorro Ribeiro
Wilson Luconi
Vanessa Rasoto

Coordenação

Débora Horn

Edição e reportagem

Andréia Seganfredo, Cora Dias, Daniel Cardoso,
Débora Horn e Francisca Nery
Colaboração: Bianca Bertoli e Gisele Flóres

Jornalista responsável

Débora Horn
MTb/SC 02714 JP

Direção e edição de arte

João Henrique Moço

Revisão

Sérgio Ribeiro

Foto da capa

Shutterstock

relata
editorial

Produção

Impressão

Inove Gráfica e Editora

Tiragem

2.500 exemplares



ANDROTEC

Presidente

Francilene Procópio Garcia

Vice-presidente

Jorge Luis Nicolas Audy

Diretoria

Francisco Saboya, Ronaldo Tadéu Pena,
Sérgio Risola e Tony Chierighini

Superintendência

Sheila Oliveira Pires

Endereço

SCN, quadra 1, bloco C,
Ed. Brasília Trade Center, salas 209/211
Brasília/DF - CEP 70711-902

Telefone: (61) 3202-1555

E-mail: revistalocus@anprotec.org.br

Website: www.anprotec.org.br

Anúncios: (61) 3202-1555

Apoio



Como fazer com que empreendedores sejam os protagonistas do desenvolvimento sustentável, a partir de negócios que geram resultados econômicos e, ao mesmo tempo, oferecem soluções para problemas socioambientais? Nos últimos anos, diante dos enormes desafios impostos ao futuro do planeta, essa pergunta tornou-se cada vez mais recorrente entre gestores de ambientes de inovação e entidades promotoras do empreendedorismo.

A matéria de capa desta edição busca apontar respostas, embora elas jamais sejam definitivas. A partir de experiências vivenciadas por incubadoras de empresas, aceleradoras e empreendedores, encontramos exemplos dos chamados “negócios de impacto”, hoje definidos como empreendimentos que têm propósito explícito de beneficiar a sociedade, direta ou indiretamente. Do dentista que optou por instalar consultórios na periferia ao pesquisador que desenvolveu tecnologia para ampliar a renda de uma comunidade ribeirinha, são diversas as formas de impacto positivo.

E é por isso que o tema ganha a capa desta edição, que circulará durante a 25ª Conferência Anprotec de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação, realizada por Anprotec e Sebrae entre os dias 19 e 23 de outubro deste ano, em Cuiabá (MT). Com uma programação intensa, o evento se propõe a discutir sobre inovações que ofereçam à sociedade não apenas benefícios econômicos e produtivos, mas também ambientais e sociais.

Como mostra a matéria de capa, é fundamental que incubadoras de empresas, parques tecnológicos e demais agentes do sistema de inovação atuem de forma articulada para apoiar tanto a criação quanto o crescimento de negócios de impacto. Acreditamos que seja uma questão de tempo – e amadurecimento – para que esses empreendimentos estejam totalmente inseridos em nosso movimento.

Foi assim com a inovação aberta, pauta da seção Cenário desta edição. Hoje consolidada como um importante mecanismo para gerar produtos, serviços e processos inovadores, essa prática encontra nas incubadoras de empresas e parques tecnológicos grandes aliados. A crescente aproximação entre grandes companhias e startups do movimento confirma essa tendência.

Indicar caminhos para que os benefícios da inovação e do empreendedorismo sejam compartilhados é uma das principais funções da Locus, reforçada nesta edição, repleta de conteúdos inspiradores. Esperamos, sempre, que os relatos e análises apresentados pela revista mobilizem nossos leitores para a construção de um mundo melhor.

Boa leitura!
Conselho Editorial



Shutterstock

30 | ESPECIAL

Ao oferecerem soluções para desafios sociais e ambientais, os negócios de impacto contribuem de forma efetiva para o desenvolvimento sustentável. Descubra quais são as principais características desses empreendimentos e por que é tão importante que incubadoras de empresas e parques tecnológicos estejam preparados para apoiá-los.

6 | ENTREVISTA |

O presidente do Sebrae, Luiz Barretto, defende que os pequenos negócios são a chave para superar a crise. Para ele, inovação é parte fundamental da agenda de desenvolvimento

10 | EM MOVIMENTO |

Os resultados da Missão Técnica promovida pela Anprotec com destino a Coreia do Sul e China, a evolução da parceria com a Samsung e uma série de novidades sobre o movimento

22 | CENÁRIO |

A inovação aberta se fortalece como mecanismo de interação entre grandes empresas e startups, centros de pesquisa e consumidores. Parcerias beneficiam todos os envolvidos

27 | INVESTIMENTO |

A crise não abalou o interesse de investidores por empresas inovadoras. Em meio às incertezas da economia, eles estão mais seletivos

38 | INTERNACIONAL |

Conheça o projeto Elan, iniciativa que busca fomentar a transferência de tecnologia e a geração de negócios entre empresas brasileiras e europeias

42 | GESTÃO |

Entenda como as plataformas de crowdfunding, presentes em mais de 40 países, têm apoiado o lançamento de novos produtos e a relação com usuários e consumidores

46 | SUCESSO |

Referência em inovação no Brasil e no mundo, o Porto Digital completa 15 anos em 2015. E coleciona motivos para comemorar



Formado em Sociologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Luiz Barretto é diretor-presidente do Sebrae desde 2011. Antes disso, atuou na instituição como gerente nacional de marketing e comunicação e foi secretário executivo do Ministério do Turismo, no qual também atuou como ministro. Sua vida pública teve início na década de 1980, no Sistema Estadual de Análise de Dados (Fundação Seade) e no Centro de Estudos de Cultura Contemporânea (Cedec), ambos de São Paulo. Exerceu funções diretivas, também, nas prefeituras da capital paulista, de São Vicente e de Osasco.

Nesta entrevista, concedida no início de outubro, Barretto defende que os momentos de crise representam oportunidades para que empresários repensem seus modelos de negócio. “A inovação deve ser compreendida como uma forma de se diferenciar dos concorrentes e se manter no mercado. O investimento em inovação garantiu no último ano um aumento no faturamento de mais de 10% para a maioria das micro e pequenas empresas que apostaram na implantação de novas tecnologias, melhoraram seus processos e diminuíram seus custos”, afirma.

LOCUS > *O Sebrae vem promovendo grande mobilização com a ação «Compre do pequeno negócio». Qual a importância das pequenas empresas, hoje, para a economia do Brasil?*

De que forma pequenas empresas inovadoras podem colaborar para o enfrentamento da crise econômica atual?

Luiz Barretto > Esse movimento foi criado para mostrar à sociedade que sua decisão de compra, por meio dos pequenos negócios, fortalece a economia brasileira. Neste ano de ajustes, as micro e pequenas empresas têm papel fundamental na geração de emprego e na participação do PIB. São mais de 10 milhões de empresas, que geram 52% das vagas formais com carteira assinada. Portanto, é essencial reconhecermos a importância dos pequenos negócios para a retomada do crescimento do país. O Sebrae lançou o movimento “Compre do pequeno” para mostrar isso à sociedade e apoiar os empresários neste ano.

Em maio deste ano, o Sebrae promoveu, junto com a CNI [Confederação Nacional da Indústria], em São Paulo, o sexto Congresso de Inovação. Lá avaliamos que não se pode pensar em ampliar a competitividade da indústria brasileira sem incluir as pequenas empresas, que representam 27% do PIB do país. Isso vale para todos os segmentos da economia. Ninguém tem sucesso trabalhando sozinho. Grandes e pequenas dependem uma da outra. Enquanto a grande empresa investe em inovação para desenvolver um novo produto, ela também precisa ter uma cadeia de fornecedores preparada para a inovação. Em tempos de crise, a capacitação do empreendedor e a capacidade de inovar se tornam ainda mais importantes. Mais do que nunca, o empresário precisa conhecer a fundo o próprio negócio para ver onde é possível cortar custos e inovar, apresentar um diferencial para o mercado de maneira a fidelizar clientes e atrair novos consumidores. Capacitação e inovação são fatores-chave para o fortalecimento dos pequenos negócios. Mais robustos, eles podem contribuir para o enfrentamento da crise porque ficam mais aptos a gerar mais emprego e renda.

NÃO SE PODE PENSAR EM AMPLIAR A COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA BRASILEIRA SEM INCLUIR AS PEQUENAS EMPRESAS, QUE REPRESENTAM 27% DO PIB DO PAÍS. ISSO VALE PARA TODOS OS SEGMENTOS DA ECONOMIA

Quais são os principais entraves à inovação nas pequenas empresas? O que fazer para superá-los?

Dois grandes desafios são a mudança na cultura empreendedora em relação à inovação e a aproximação entre empresas e o ambiente acadêmico. Há quem associe inovação a custo, mas atuamos para conscientizar os empresários de que inovação é investimento. Uma das principais frentes de trabalho do Sebrae para apoiar a inovação nos pequenos negócios é o programa Agentes Locais de Inovação (ALI), um acordo de cooperação técnica entre o CNPq e o Sebrae, com o objetivo de promover a prática

continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte, por meio de orientação proativa e personalizada. O programa é composto por quase 1,5 mil bolsistas do CNPq, que ajudam o Sebrae a trazer novas ideias para nossos clientes. Em 2014, atendemos mais de 51,5 mil empresas. O ALI traz uma visão externa do negócio, que ajuda o empresário a inovar e a adquirir a cultura da inovação. Em relação ao segundo desafio, é muito importante a maior conectividade entre mercado e universidades. As pesquisas acadêmicas podem contribuir para um salto de competitividade dos pequenos negócios.

E quais os caminhos para promover essa aproximação?

Temos, no Sebrae, o programa Sebraetec, que busca ser uma ponte de aproximação entre pequenos negócios e prestadores de serviços tecnológicos para levar inovação às micro e pequenas empresas. O Sebraetec subsidia até 80% das consultorias tecnológicas para os pequenos negócios e atua nos seguintes temas: qualidade, produtividade, design, tecnologias da informação e comunicação (TIC), propriedade intelectual e sustentabilidade. Em 2010, quando o Sebraetec foi criado, existiam 300 prestadores de serviços tecnológicos cadastrados. Em 2015, esse número passou para 1,7 mil. Em 2014 foram acompanhadas 92.723 empresas. Para 2015, a expectativa é chegar a 100 mil empresas atendidas.

A nossa última pesquisa, realizada em 2014, mostra que um quarto das empresas que buscaram o Sebraetec aumentaram seu lucro em mais de 25%. Nesse mesmo ano, das 91,3 mil empresas que procuraram o Sebrae para promover ações de inovação em seus processos e produtos, 68% disseram que aumentaram seus faturamentos em mais de 10%.

É MUITO IMPORTANTE A MAIOR CONECTIVIDADE ENTRE MERCADO E UNIVERSIDADES. AS PESQUISAS ACADÊMICAS PODEM CONTRIBUIR PARA UM SALTO DE COMPETITIVIDADE DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Nesse sentido, quais os diferenciais das empresas apoiadas por incubadoras e parques tecnológicos, que já trazem a inovação no DNA?

A empresa, ao estar inserida dentro de uma incubadora ou parque tecnológico, desenvolve mais competências que podem lhe garantir uma vida útil mais longa. Primeiro pelo acesso à infraestrutura física, que lhe garante uma grande redução em seus custos fixos. Depois, pelo suporte em capacitações e treinamentos adequados às suas necessidades, seja em gestão e inovação, seja em relação a acesso a mercados e investidores. Outro elemento importante nessa conjuntura é o networking com várias outras empresas, de perfis semelhantes. Sem dúvida, esse conjunto de benefícios permite às empresas adquirir diferenciais competitivos mais sólidos.

A Conferência Anprotec deste ano destaca, como tema principal, os desafios do desenvolvimento sustentável. Como fazer com que pequenas empresas se engajem nesse movimento?

Sustentabilidade é o tema mais importante do século 21. O mercado está cada vez mais atento para essa questão. Isso implica um novo comportamento empresarial para as empresas de todos os portes. O interesse do consumidor por produtos e serviços decorrentes de práticas economicamente viáveis, socialmente justas e ambientalmente corretas cresce a cada dia em todo o mundo. Essa tendência é irreversível e os donos de pequenos negócios têm que fazer parte dessa nova agenda, sob pena de o Brasil não ser competitivo. Para o Sebrae, sustentabilidade representa oportunidade, ganho de competitividade e inovação. Por isso, temos trabalhado para sensibilizar, capacitar e apoiar os empresários na implementação de boas práticas sustentáveis. Para o Sebrae, sustentabilidade representa oportunidade, ganho de competitividade e inovação. Por isso, temos trabalhado para sensibilizar, capacitar e apoiar os empresários na implementação de boas práticas sustentáveis. De 2014 a 2017, o Sebrae investirá R\$ 1 bilhão em inovação, por meio de projetos e programas como o Sebraetec, Agentes Locais de Inovação (ALI), o apoio a incubadoras e parcerias, e o Centro Sebrae de Sustentabilidade [que fica em Cuiabá]. O Centro tem a missão de prospectar, gerar e disseminar conhecimentos e práticas em sustentabilidade, aplicadas às micro e pequenas empresas, para apoiar o atendimento de mais de 700 postos da instituição, distribuídos pelo país.

O INTERESSE DO CONSUMIDOR POR PRODUTOS E SERVIÇOS DECORRENTES DE PRÁTICAS ECONOMICAMENTE VIÁVEIS, SOCIALMENTE JUSTAS E AMBIENTAL- MENTE CORRETAS CRESCE A CADA DIA EM TODO O MUNDO

O Fórum Sebrae deste ano, que integra a programação da Conferência Anprotec, abre espaço para tratar dos negócios de impacto social. Que motivos levam o Sebrae a incluir esse tema na agenda, de forma mais intensa?

Negócios de impacto social são inovadores por natureza. Associam a mitigação de problemas sociais e ambientais à geração de lucro, operando por meio de mecanismos de mercado. É uma nova forma de empreender com causa. Essa agenda ganhou musculatura no Sebrae. Foram criadas, há dois anos, as diretrizes estratégicas de atuação, com a produção de materiais impressos e eletrônicos para sensibilização, a criação das maratonas de negócios sociais, do miniprocesso de aceleração e a adesão de várias unidades estaduais do Sebrae, que oferecem atendimento customizado a esse público. Agora chegou o momento de ampliarmos o alcance desse tema e inseri-lo na pauta dos habitats de inovação.

Empreender e inovar são, então, saídas para a crise?

O Sebrae acredita que os momentos de crise são uma oportunidade para que os empresários repensem seus modelos de negócio. Com capacitação e inovação, é possível identificar mais oportunidades e crescer, mesmo em tempos de crise. 

Missão da Anprotec à Ásia reforça presença internacional do movimento

Entre os dias 14 e 23 de setembro, 27 representantes de entidades promotoras do empreendedorismo inovador participaram da segunda missão técnica realizada pela Anprotec neste ano. Com destino à Coreia do Sul e à China, a missão foi promovida em parceria com o Sebrae e o Conselho Nacional de Secretários Estaduais para Assuntos de Ciência, Tecnologia e Inovação (Consecti).

A programação começou na Coreia do Sul, país que ocupa o sétimo lugar entre os parceiros comerciais do Brasil e vem se destacando pelas iniciativas na área de Ciência, Tecnologia e Inovação. Além de visitar universidades, centros de pesquisa e empresas coreanas, a delegação brasileira conheceu parques tecnológicos e programas de apoio ao empreendedorismo e à inovação.

A passagem pelo país também foi marcada pela assinatura do Memorando de Entendimento entre Anprotec e o Centro de Economia Criativa e Inovação de Daegu (CCEI-Daegu), instituição que atua como um dos pilares da inovação local, contribuindo para a cultura empreendedora.

Ao firmarem parceria, a Associação e o CCEI estabelecem um modelo de cooperação e colaboração, baseado no intercâmbio de ideias, práticas e atividades, como educação, treinamento, pesquisa, desenvolvimento, transferência de know-how e disseminação de conhecimento, entre outros.

Segundo a presidente da Anprotec, Francilene Garcia, o acordo possibilitará o diálogo entre o modelo coreano de apoio a empreendimentos inovadores e as práticas brasileiras

de suporte a negócios na área da economia criativa. “A expectativa é que jovens empreendedores, brasileiros e coreanos, possam realizar negócios conjuntamente. Ao aprender com as diferenças e semelhanças dos dois modelos, as mentes criativas poderão criar empresas representativas para os dois países e até mesmo globais”, afirmou. Francilene também destacou o envolvimento do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) e do Ministério das Relações Exteriores (MRE), que têm colaborado para fortalecer a parceria com a Coreia do Sul.

Parceria

O acordo firmado com o CCEI-Daegu integra o Programa de Promoção da Economia Criativa, resultado da parceria firmada em abril deste ano entre Samsung e Anprotec, voltada à promoção do empreendedorismo e da inovação. Por meio da parceria, a Anprotec se comprometeu a realizar treinamentos, articular políticas públicas e propagar conhecimento sobre economia criativa junto a seus associados e empresas inovadoras.

A Samsung, por sua vez, atua como facilitadora da relação entre a



Delegação cumpriu agenda intensa na Coreia

Anprotec e o CCEI, identificando projetos aptos a participar do Programa. Em cinco anos, a empresa investirá US\$ 5 milhões no projeto. “Estamos avançando na operacionalização dessa parceria, estabelecendo acordos específicos com as instituições envolvidas. Por isso, nossa visita à Coreia do Sul é tão importante e oportuna nesse momento”, afirmou a presidente da Anprotec.

Anprotec e associados são destaque na Conferência da IASP

A segunda semana da Missão Técnica 2015/2 foi dedicada à participação da delegação brasileira na 32ª Conferência da Associação Internacional de Parques e Áreas de Inovação (IASP), em Beijing, na China. Com o tema “Novas Tecnologias, Novas Indústrias, Novas Comunidades”, o evento reuniu cerca de 600 participantes, de 49 países.

O movimento do empreendedorismo inovador brasileiro foi destaque no evento. O consultor de projetos da Anprotec, Carlos Eduardo Bizzotto, apresentou o modelo Cerne durante a sessão “Incubação e crescimento”. Já o Parque Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Tecnopuc-PUCRS), conquistou o 3º lugar no prêmio Inspiring Solutions, com o programa Aceleração de Sinergias. O Tecnopuc também marcou presença nas pitch sessions, apresentando o programa de internacionalização desenvolvido pelo parque.

Outro destaque foi o Porto Digital, de Recife (PE), que levou às sessões paralelas da Conferência dois cases de sucesso: os Armazéns de Criatividade, que devem impulsionar a economia nas cidades de Petrolina e Caruaru, e o Laboratório de Objetos Urbanos Conectados (L.O.U.Co), com foco no uso da Internet das Coisas para a melhoria da qualidade de vida.

Além da participação dos associados nas sessões, a plenária do segundo dia da Conferência foi moderada pelo vice-presidente da Anprotec, Jorge Audy. Intitulada “Novas comunidades e inovação social: ambientes de convivência e trabalho”, a sessão apresentou exemplos de transformação de áreas urbanas a partir da atuação de parques tecnológicos e ambientes de inovação.



Evento integrava segunda etapa da programação da Missão

Na rede



Confira, em vídeo, os depoimentos da presidente, Francilene Garcia, e do vice-presidente da Anprotec, Jorge Audy, sobre a agenda da Missão na Coreia do Sul e na China.



Anprotec e Apex levam empresas do movimento aos Estados Unidos

Focada no mercado norte-americano, a primeira ação do Projeto de Apoio à Internacionalização de Empreendimentos Inovadores, desenvolvido por Anprotec e Apex-Brasil, com o apoio do Sebrae, já gera resultados concretos. Uma das empresas participantes da ação, a paulista TPG, acaba de adquirir uma empresa americana proprietária de oito campos de petróleo e licenciada para exploração mineral no estado do Texas.

A aquisição integra a estratégia de internacionalização da TPG, que tem sede no Parque Tecnológico de São José dos Campos (SP) e é especializada em tecnologias de extração, tratamento e transporte de petróleo, gás e derivados. Essa estratégia ganhou fôlego com a participação da empresa na ação de matchmaking proporcionada pelo projeto, que visa a ampliar a inserção internacional de empreendimentos inovadores.

Para participar da ação a TPG passou por um processo de seleção, a fim de validar seu potencial de internacionalização, junto a outras 30 empresas indicadas por ambientes de inovação associados à Anprotec. Dessas, três foram selecionadas para ir aos Estados Unidos: a TPG, a MarinaB e a RPH.

As atividades do projeto, tais como capacitação e mentorias, visam a contribuir para o sucesso das ações como a realizada, no final de agosto, no mercado americano. Com uma agenda qualificada e intensa, marcada por encontros com proprietários de áreas e empresas que exploram petróleo na região do Texas, os empreendedores passaram por sete cidades, em me-



Fotos: Shutterstock



São Francisco (no alto) e Austin (acima) estavam entre as cidades visitadas pelos empreendedores

nos de 10 dias. “Fomos surpreendidos. Não esperávamos que a agenda fosse tão acertada. Era exatamente o que tínhamos em mente.” afirma o CEO da TPG, César Veloso.

Menos de um mês depois da viagem, a compra da empresa americana pela TPG foi concretizada. Além disso, foi firmado um contrato de representação com o ex-proprietário da companhia americana, para representar os produtos e serviços da TPG nos Estados Unidos. “O projeto foi melhor do que poderíamos imaginar. Fechamos

a compra de uma empresa e de diversos campos de petróleo. No próximo ano, estaremos operando no mercado norte-americano” conclui Veloso.

Perspectiva animadora

A MarinaB, instalada no Feevale Techpark, em Campo Bom (RS), também comemora os resultados da ação. A empresa desenvolve materiais inovadores e sustentáveis para substituir matérias-primas derivadas do petróleo em diferentes processos, minimizando impactos ao meio ambiente. Entre es-

ses produtos está a linha SilroZ, proveniente da casca de arroz, que fez sucesso nos Estados Unidos.

Para a MarinaB a participação no projeto viabilizou visitas a pelo menos seis clientes potenciais, incluindo as maiores fabricantes de pneus do país. “O feedback foi o melhor possível. Mesmo para essas grandes empresas, o Silroz foi reconhecido como uma matéria-prima inovadora, sustentável e originalmente brasileira”, afirma a CEO da MarinaB, Diana Finkler.

Em função dos contatos realizados durante a ação, a perspectiva da empresa é exportar cerca de 6 mil toneladas de SilroZ por ano, para três estados americanos. “As amostras para as empresas visitadas já estão em fase de teste e homologação. Estamos também identificando distribuidores para atender o mercado de pequenos volumes, que também se interessou pelo produto”, acrescenta Finkler.

Para o Grupo RPH, instalado no Tecnopuc, de Porto Alegre (RS), fabricante de radiofármacos utilizados em exames de diagnóstico por imagens, os encontros resultaram na identificação de parceiros para produção, comercialização e investimentos que permitam a expansão dos negócios para os Estados Unidos. Ao todo, quatro propostas de manufatura estão em processo de negociação e avaliação de viabilidade. Além disso, duas companhias demonstraram interesse em atuar como representantes da RPH nos Estados Unidos e ingressar no mercado brasileiro por meio de parcerias com a empresa.

O projeto

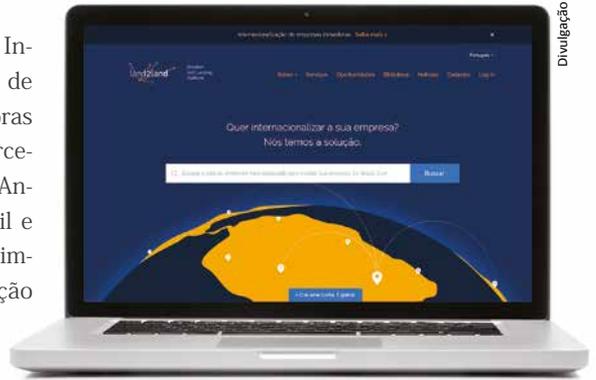
O Projeto de Internacionalização de Empresas Inovadoras é resultado da parceria firmada entre Anprotec, Apex-Brasil e Sebrae, que busca impulsionar a inserção internacional de empresas brasileiras vinculadas a incubadoras e parques tecnoló-

gicos. Além de capacitações e da realização de sessões de matchmaking em diversos países, o projeto inclui uma plataforma de suporte para a instalação de empreendimentos em ambientes de inovação no Brasil e no exterior.

Disponível em www.land2land.com.br, a plataforma reúne cerca de 40 ambientes de inovação, de 12 países, e permite que empreendedores de todo o mundo encontrem o lugar ideal para iniciar as atividades em um novo mercado.

Neste ano, a plataforma foi atualizada. Agora, empresas inovadoras de qualquer parte do mundo podem cadastrar e encontrar oportunidades de negócios, além de trocar mensagens entre si, formando uma rede interativa e dinâmica. Nesse mesmo ambiente, parques e incubadoras também divulgam informações sobre seus programas de softlanding e serviços oferecidos às empresas no suporte à internacionalização.

Segundo a superintendente executiva da Anprotec, Sheila Oliveira Pires, a plataforma permite o acesso



Plataforma land2land: conexão direta entre empreendedores e ambientes de inovação

a uma rede capacitada de ambientes de inovação, realmente preparados para auxiliar uma empresa a se internacionalizar. “Dessa forma, o empreendedor busca oportunidades de acordo com o perfil de sua empresa, aumentando as chances de sucesso nesse processo”, afirma.

A nova versão do land2land também traz uma seção de notícias e apresenta design mais atraente e layout responsivo, que se adapta a diferentes dispositivos móveis.

Na rede



Acesse a plataforma:



UniAnprotec abre inscrições para nova turma

Estão abertas até o próximo dia 30 de outubro as inscrições para a mais nova turma do UniAnprotec, programa educacional desenvolvido pela Associação em parceria com o Sebrae. Dedicado à formação de gestores de incubadoras de empresas, o curso é composto por três módulos, a serem realizados em três capitais: Rio de Janeiro (RJ), Recife (PE) e Porto Alegre (RS).

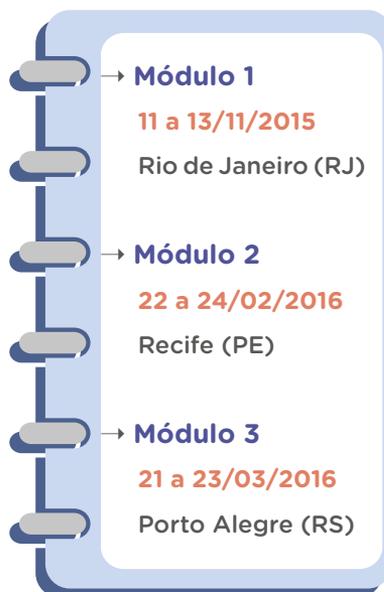
Ao todo, as atividades somarão 108 horas de aula. O primeiro módulo, na capital carioca, será realizado nos dias 11, 12 e 13 de novembro deste ano, com foco no processo empreendedor. O módulo seguinte ocorrerá em Recife, entre 22 e 24 de fevereiro de 2016, e tratará do papel

da incubadora nos ecossistemas de inovação. O encerramento, com o terceiro módulo, será em Porto Alegre, de 21 a 23 de março de 2016, abordando a gestão de territórios inovadores.

Podem participar gestores de incubadoras de empresas associadas à Anprotec e em dia com a anuidade, e que tenham pelo menos um ano de experiência no cargo – como diretores, coordenadores ou gerentes da instituição.

As inscrições podem ser feitas até o próximo dia 30 de outubro, por meio do formulário disponível no site da Anprotec (www.anprotec.org.br). O investimento total é de R\$ 2,7 mil e pode ser parcelado em até três vezes.

PROGRAMAÇÃO:



Anprotec e FGV iniciam estudo sobre incubadoras de empresas brasileiras

No mês de agosto, a Anprotec deu início a um estudo extremamente importante para o movimento do empreendedorismo inovador brasileiro. Conduzido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), esse estudo tem por

objetivo identificar os impactos econômicos gerados por incubadoras de empresas e parques tecnológicos nas diferentes regiões do país, detalhando seus efeitos diretos, indiretos e induzidos. Além disso, deverá apresentar

cenários e projeções de impactos econômicos futuros, em uma perspectiva que contemple os próximos cinco anos.

Segundo a superintendente executiva da Anprotec, Sheila Oliveira Pires, a iniciativa comprovará a efetiva contribuição do movimento ao desenvolvimento do país. “Além disso, as conclusões desse estudo nos levarão a proposições que fortaleçam tanto incubadoras e parques tecnológicos quanto as empresas apoiadas por esses ambientes, melhorando o cenário do empreendedorismo inovador brasileiro”, afirma.

A expectativa é de que os resultados do estudo sejam apresentados até o início do próximo ano.



Sebrae divulga resultados de edital

O Sebrae divulgou no último dia 24 de agosto o resultado do Edital Cerne 01/2015. Lançado em fevereiro deste ano, o edital prevê aporte financeiro total de R\$ 28,8 milhões, destinado à implantação do Cerne 1 e do Cerne 2 em incubadoras brasileiras, além da certificação dessas instituições como Centros de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos.

Ao todo, 91 incubadoras foram contempladas, em todas as regiões do país. Resultado de uma parceria entre a Anprotec e o Sebrae, o Cerne é um modelo de gestão que visa a promover a melhoria expressiva nos resultados das incubadoras de diferentes setores de atuação. Para isso, determina boas práticas a serem adotadas em diversos processos-chave, promovendo a melhoria contínua.



Anprotec e Samsung selecionam incubadoras para impulsionar economia criativa

Foram encerradas no último dia 2 de outubro as inscrições para a chamada lançada por Anprotec e Samsung para seleção de incubadoras de empresas interessadas em participar da fase piloto do Programa de Promoção da Economia Criativa. Fruto da parceria firmada entre a Associação, a empresa coreana e o CCEI-Daegu (veja mais na página 13), o Programa tem por objetivo identificar e oferecer suporte a projetos e empreendimentos de economia criativa em todo o país.

As propostas submetidas serão avaliadas por uma banca especializada, com base nos critérios definidos em conjunto por Samsung e Anprotec. Na fase piloto do programa serão pré-selecionadas até quatro incubadoras de empresas, de diferentes regiões do país.

Os ambientes de inovação selecionados receberão treinamentos focados na criação de empreendimentos de alto impacto econômico e social, a partir do Modelo Coreano de Cultura de Economia Criativa, implantado



Incubadora do CCEI-Daegu, na Coreia: instituição irá compartilhar conhecimento e boas práticas por meio do Programa

na Coreia do Sul pelo CCEI-Daegu – Centro de Economia Criativa e Inovação. Ao participar do Programa, as incubadoras de empresas terão a oportunidade de implementar o modelo a partir do compartilhamento de documentos, tecnologias e práticas desenvolvidos pelo CCEI.

Entre os pré-requisitos para participação, tanto na fase piloto quanto

nas futuras, está o credenciamento da incubadora de empresas junto ao Comitê da Área de Tecnologia da Informação (CATI), do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), ou do Comitê das Atividades de Pesquisa e Desenvolvimento da Amazônia (Capda). Esse cadastramento permite às instituições receber recursos provenientes de Lei de Informática.

Empresa incubada é a segunda PME que mais cresce no país

A Invita Nutrição, empresa incubada na Habitat, em Belo Horizonte (MG), acaba de ser apontada como a segunda PME que mais cresceu no Brasil e a primeira que mais cresceu na região Sudeste em 2015. A classificação foi divulgada pela pesquisa anual “200 Pequenas e Médias Empresas (PMEs) que Mais Crescem no Brasil”, publicada pela Deloitte em parceria com a Editora Abril. O objetivo é destacar as empresas emergentes que mais expandem seus negócios no país.

Após o lançamento dos primeiros produtos em 2012, a Invita apresentou grande evolução comercial, saindo da condição pré-operacional para se tornar uma empresa em ascensão. Entre 2012 e 2014, o negócio registrou crescimento de 700%. Os recursos captados por meio de agên-



Divulgação

Os empreendedores da Invita. Empresa tem suporte da Habitat, incubadora de Belo Horizonte (MG)

cias de fomento já somam mais de R\$ 1,5 milhão.

Com forte base científica, a empresa foi criada por um grupo de pesquisadores da área de Ciência

dos Alimentos e é especializada no desenvolvimento de produtos destinados a pacientes com doenças e condições clínicas especiais, como a alergia à proteína do leite de vaca.

Parque Tecnológico da UFRJ abre edital para ocupar novo prédio

O Parque Tecnológico da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) abre em outubro um edital para instalação de novas empresas, organizações sem fins lucrativos e demais organizações que mantenham ou pretendam estabelecer parcerias em pesquisa, desenvolvimento e inovação com a Universidade. A chamada pública ficará aberta até outubro de 2016, podendo ser renovada.

O espaço disponível no novo prédio é de 808 m² para ocupação de até 16 salas e 377 m² distribuídos em até dois galpões. As empresas que se



Divulgação

instalarem no parque terão acesso a assessoria de gestão de negócios, comunicação, ampliação de networking e articulação corporativa, entre outros benefícios.

Empresas graduadas em incubadoras brasileiras há um ano ou menos terão desconto de 50% nos primeiros 24 meses de contrato. Saiba mais em www.parque.ufrj.br.

Parque Tecnológico de São José dos Campos inaugura novo laboratório

O Centro para a Competitividade e Inovação (Cecomp) inaugurou, no último dia 30 de outubro, o Laboratório de Simulação e Sistemas Críticos – APL TIC Vale, no Parque Tecnológico de São José dos Campos (SP). O empreendimento faz parte do Centro de Disseminação do Conhecimento, que irá beneficiar empresas e universidades locais.

Com equipamentos e softwares de ponta, o novo laboratório atenderá às necessidades de pesquisa e desen-

volvimento das empresas incubadas, associadas ao Cecomp ou instaladas nos centros empresariais do Parque Tecnológico e de universidades e empresas de fora do complexo.

O novo laboratório será coordenado pelo TIC Vale, um APL (Arranjo Produtivo Local) do Cecomp. A estrutura poderá ser utilizada por empresas e instituições que necessitam realizar atividades de P&D para melhorar processos e produtos, mas não possuem infraestrutura e

demais recursos necessários. “Nesse caso, o empresário pode utilizar as máquinas que estão no nosso laboratório e contar com o apoio de professores capacitados da Fatec, da Unifesp e dos técnicos do próprio Parque Tecnológico para realizar a pesquisa com custo acessível”, explica o diretor executivo do Cecomp, Marcelo Safadi.

O novo espaço integra um sistema de laboratórios em construção no parque, que deve ser concluído em 2016.

Sinapse da Inovação abre inscrições em Santa Catarina

Responsável por criar cerca de 300 startups inovadoras e gerar mais de 1,2 mil empregos diretos e 94 patentes, o programa de incentivo ao empreendedorismo inovador Sinapse da Inovação, executado pela Fundação Certi, chega à quinta operação em Santa Catarina.

A Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc), promotora do Sinapse, oferecerá até R\$ 60 mil em recursos para cada uma das 100 empresas selecionadas. Os selecionados ainda recebem apoio dos outros parceiros do programa.

Pela primeira vez desde que foi criado, o Sinapse oferecerá bolsas de auxílio aos empreendedores. Cada projeto poderá recorrer a uma cota de bolsa por 12 meses. Participantes com nível de graduação receberão valor mensal de R\$ 2,5 mil, e com o mestrado de R\$ 3,5 mil. Com as bolsas, o recurso disponi-



Divulgação

bilizado pela Fapesc chega a quase R\$ 10 milhões.

As inscrições encerram dia 5 de novembro e podem ser feitas no site: <http://sc.sinapsedainovacao.com.br/>.

Fundação Certi coordena o Programa, que já apoiou a criação de 300 startups

Goiás lança programa para fomentar inovação

Com o objetivo de aumentar a produtividade e alçar o estado a uma posição de destaque no cenário nacional, o governo de Goiás lançou, no último dia 2 de setembro, o Programa Estadual de Inovação e Tecnologia - Inova Goiás. A previsão é investir cerca de R\$ 1 bilhão até 2018 em ações que impactarão dois setores: empresas e administração pública.



Divulgação

Ao apresentar o programa, o vice-governador do estado, José Eliton, destacou que o Inova Goiás será guiado pelo conceito de rotas de inovação, conectando polos de excelência, em diferentes regiões do estado. “Com isso, o governo projeta Goiás na vanguarda de um tema que é fundamental para o desenvolvimento de qualquer estado, de qualquer nação, que é inovação e tecnologia.”

No evento de lançamento do Programa, a Fundação de Ampa-

ro à Pesquisa do Estado de Goiás (Fapeg) apresentou dois editais de fomento. Um deles é dedicado a fortalecer incubadoras de empresas de base tecnológica, enquanto o outro busca apoiar a estruturação e a manutenção de Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs). Segundo a Fapeg, cada edital deve liberar até R\$ 600 mil, além de cerca de R\$ 1 milhão em bolsas – de acordo com a Programação Orçamentária e Financeira de 2015.

Vice-governador de Goiás, José Eliton, apresentou o programa, que prevê investimentos da ordem de R\$ 1 bilhão

Finep lança edital de R\$ 53 milhões para setor aeroespacial

A Finep e a Agência Espacial Brasileira (AEB) lançaram, no mês de setembro, um edital voltado ao setor aeroespacial, no valor de R\$ 53 milhões. Contando com recursos de subvenção econômica, a chamada pública possibilita a transferência de tecnologia a empresas nacionais, a fim de ampliar sua partici-

pação no desenvolvimento de satélites. O prazo para submissão de propostas foi encerrado em 15 de outubro.

Por ser um edital específico, eram esperadas apenas empresas com experiência no setor, que serão selecionadas com base nas seguintes características: histórico de projetos, equipe dedicada,

estrutura física e montagem do plano de trabalho. “Esse edital reafirma a nossa ousadia tecnológica na construção desse tipo de satélite e na promessa do conhecimento que vamos acumular em um setor sensível da tecnologia”, afirmou o ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), Aldo Rebelo.

Ceará sediou encontro de incubadoras do Nordeste

Em parceria com a Rede de Incubadoras de Empresas do Ceará (RIC), a Anprotec promoveu, nos dias 3 e 4 de setembro, o V Encontro Regional de Incubadoras do Nordeste (Erine) e IV Seminário de Incubadoras de Em-

presas do Ceará, em Fortaleza.

A programação incluiu discussões sobre propriedade intelectual, transferência de tecnologia, ações de governo, empreendedorismo e negócios inovadores considerados cruciais

para promover o alinhamento da região com o restante do país. O evento também reforçou a mobilização local para a organização da 26a Conferência Anprotec, que será realizada na capital cearense em outubro de 2016.



Se tem inovação é porque **#AquiTemFinep**

Há quase 50 anos, nós financiamos projetos relevantes para o país de forma ágil e acessível, articulando agentes da Pesquisa ao Mercado. Acesse o novo site da Finep, escolha a forma de financiamento que mais se adequa ao seu perfil e descubra como vamos transformar o Brasil por meio da Inovação. É o Governo Federal trabalhando para o Brasil avançar.



Parque Tecnológico de
MATO GROSSO

*Um ambiente
para inovar e consolidar
negócios estratégicos*

Um ambiente diferenciado

O parque é um ambiente voltado à criação, desenvolvimento e atração de empresas inovadoras e à disponibilização de soluções tecnológicas ao mercado. Foi planejado para favorecer a integração, a troca de ideias, a cooperação e inovação, através de redes temáticas articuladas pelos gestores do parque.

UM AMBIENTE DOTADO DE INFRAESTRUTURA ESPECIALIZADA COMO:

- Laboratórios de pesquisa
- Ambientes compartilhados
- Serviços especializados (Consultorias, design, prospecção de recursos etc)
- Serviços de conveniência (Banco, correios, restaurantes, cafés)
- Mecanismos e programas (para promover o empreendedorismo e o processo de inovação nas empresas)

Cadeias do Agronegócio

Química Verde e Novos Materiais

TIC - Tecnologia da Informação e Comunicação

Geociências

Biotecnologia

Áreas prioritárias de atuação



ÁREA TOTAL: 800 mil m²

- 160 mil m² coordenados pelo Governo do Mato Grosso (Fase 1).
- 640 mil m² coordenados pela iniciativa privada (Fase 2).
- Área anexa à Universidade Federal do Mato Grosso e Instituto Federal de Mato Grosso.
- Uma instituição sem fins lucrativos é responsável por integrar e potencializar as ações voltadas à inovação e os mecanismos e programas do parque.
- Área edificável projetada na fase 1 de até 310 mil m².
- Área edificável total (fase 1 e 2) de até 1.335 milhões m².

O PROJETO URBANÍSTICO

- O projeto urbanístico contempla, além de espaços para abrigar empresas inovadoras, uma diversidade de produtos imobiliários voltados a suprir as necessidades de seus usuários.
- Mobiliário urbano inovador que promove o encontro e a interação de pessoas e a troca de ideias.
- Privilegia a mobilidade, o respeito e estímulo ao pedestre e ciclistas, além da utilização equilibrada de diversos modais.
- A sustentabilidade é outro eixo estruturante do Parque, que estimula em seus equipamentos e edificações o uso equilibrado de recursos ambientais.

Abertas à cooperação

Convencidas de que processos colaborativos impulsionam a inovação, grandes companhias se aproximam de startups, universidades e consumidores. Nesse contexto, parques tecnológicos e incubadoras de empresas vêm atuando como promotores de importantes conexões.

DANIEL CARDOSO

Quando se fala em inovação é comum vir à mente a imagem do profissional altamente capacitado, trabalhando em um laboratório de alta tecnologia e cercado por colegas tão brilhantes quanto ele. Essa imagem corresponde à realidade, mas hoje parece incompleta. Apesar de boa parte dos produtos e serviços inovadores ser desenvolvida no interior de grandes corporações, sob sigilo, o modelo de inovação aberta conquista cada vez mais entusiastas em todo o mundo. O motivo: a cooperação leva a resultados de maior impacto, conquistados mais rapidamente.

O termo inovação aberta ganhou força no início dos anos 2000, quando empresas constataram que boa parte do dinheiro alocado em pesquisas internas não se convertia em produtos de sucesso e, por consequência, em lucro. Pelo contrário: trancados entre quatro paredes, os setores de pesquisa e desenvolvimento perdiam muito do conhecimento que circulava no mundo, principalmente com a recém-chegada internet de banda larga.

Para reverter esse cenário, teve início uma revolução no modo de inovar. Em vez de deixar o trabalho de pesquisa restrito aos laboratórios próprios, as empresas passaram a buscar fora de seus muros o conhecimento necessário para lançar produtos, processos, serviços ou mesmo resolver problemas que, internamente, se mostravam sem saída.

Colaboração

Exemplos dessa prática não faltam mundo afora. Em 2007, por exemplo, a NetFlix promoveu um concurso que premiava com US\$ 1 milhão quem conseguisse criar um algoritmo capaz de melhorar o sistema de recomendação do site em 10%. Foi um sucesso. Alguns anos depois, em 2011, a francesa Citroën lançou um projeto colaborativo para desenhar o veículo do futuro. A iniciativa deu origem à rede OpenLabs, formada por pesquisadores de diversos países, que têm ajudado a montadora a gerar soluções inovadoras em um mercado altamente competitivo.

No Brasil, a inovação aberta também colhe excelentes resultados. A Natura está entre as empresas que investiram no modelo e, pioneira, tornou-se referência para o setor de cosméticos. Após anos de forte interação com centros de pesquisas, em 2013 a empresa deu um passo mais ousado: lançou um programa de cocriação para uma nova linha de produtos, convidando consultores de venda, consumidores e outros públicos a participar de seu desenvolvimento.

A primeira fase do projeto ocorreu em ambiente digital. Os participantes descreviam suas sugestões e interagem entre si, construindo ideias a partir de outras. Os dois melhores *insights* foram levados presencialmente até a equipe interna de pesquisadores da Natura – a esperada conexão entre mundo interno e externo. O resultado foi o lançamento da linha Sou, composta por produtos para banho. Com design inteligente, as embalagens dessa linha contêm 70% menos plástico que as convencionais e permitem aproveitar cada produto até a última gota. Segundo a empresa, cerca de 2,7 mil toneladas de plástico deixaram de ser descartados no meio ambiente desde que a Sou foi lançada.

Linha Sou, da Natura, resultado de programa de cocriação que envolveu diversos públicos



Uma resposta importante aos anseios de consumidores interessados em reduzir o impacto ambiental dos produtos que utilizam. “A ideia é trazer mais e mais os consumidores para dentro da empresa, para que nossa inovação e nossos produtos estejam realmente ancorados na real necessidade da sociedade e não em suposições da própria companhia”, afirma o vice-presidente de inovação da Natura, Gerson Pinto.

Startups em foco

Outra metodologia de inovação aberta à qual a gigante dos cosméticos aderiu foi a aproximação com startups. Em abril deste ano, a Natura firmou parceria com a Anprotec e lançou uma chamada para empresas inovadoras vinculadas a parques tecnológicos e incubadoras de empresas. O objetivo era identificar empreendimentos que tivessem inovação e tecnologia no DNA, para a criação de novos projetos, processos e produtos adaptáveis ao segmento de atuação da companhia.

Como mostra a iniciativa da Natura, o ecossistema de startups representa um ambiente importante para a inovação, especialmente por reunir

empresas menores, ágeis e com empreendedores dedicados. Segundo Gerson, os dois lados ganham com essa aproximação. “Muitas startups têm excelentes produtos e até já faturam, mas encontram dificuldades de acesso a mercados. Quando firmam parceria conosco, essas empresas entram em um grande mercado e atingem muito mais consumidores do que antes”, explica.

Há outros benefícios envolvidos na parceria, como pagamento de royalties, percentual de vendas, compartilhamento de laboratórios e aumento na rede de relacionamentos. Tudo isso pode ser negociado entre Natura e startups. “Inovação aberta inicia quando se reconhece que a inovação está fora da empresa. Nessa perspectiva, o movimento de startups se torna super estratégico para a Natura”, reconhece Gerson.

Para a presidente da Anprotec, Francilene Garcia, a parceria com grandes empresas demonstra o reconhecimento à importância de incubadoras de empresas e parques tecnológicos para promover a inovação. “A Anprotec acredita que essas empresas e as startups, que desenvolvem produtos e serviços de alto valor agregado e concentram profissionais altamente qualificados, são essenciais para o desenvolvimento econômico e social do país. Precisamos dessa sinergia para consolidar ainda mais esse modelo de desenvolvimento, que integra empresas de diferentes portes”, afirma.

Parceria

A estratégia de aproximação com startups também integra o repertório de ações da Samsung para inovar. Presente em diversos países do mundo, a gigante coreana busca fomentar empreendimentos inovadores que possam colaborar com o desenvolvimento de seus produtos e processos. No Brasil, não é diferente. Inspirada no modelo aplicado na Coreia do Sul, a multinacional também firmou parceria com a Anprotec, em abril deste ano, com a finalidade de impulsionar o empreendedorismo e a inovação, por meio de um programa focado em economia criativa.

Com a parceria, a Anprotec se comprometeu a realizar treinamentos, articular políticas públicas e propagar conhecimento sobre economia criativa junto a seus associados e empresas inovadoras. A Samsung, por sua vez, atua como facilitadora da relação

Pinto, da Natura: parceria com startups gera resultados positivos para os dois lados



Divulgação/Natura



Divulgação

entre a Anprotec e o CCEI Daegu – Centro de Economia Criativa e Inovação, instituição coreana com grande expertise na área. Em cinco anos, a Samsung deverá investir US\$ 5 milhões no projeto, que beneficiará tanto as empresas incubadas quanto os ambientes de inovação que as apoiam (veja mais na página 10).

A empresa coreana também desenvolveu uma plataforma educacional adaptada ao cenário brasileiro. Essa ferramenta permite que startups criem conteúdo especializado e participem do plano de negócios da Samsung. “A iniciativa de inovação aberta da Samsung contribui para a oxigenação dos esforços de Pesquisa e Desenvolvimento, provendo acesso a novos ‘estoques de conhecimentos’ e a ativos tecnológicos complementares, de forma estratégica”, explica o gerente de Pesquisa & Desenvolvimento do Grupo Avançado de Tecnologia da Samsung no Brasil, Antônio Marcon.

Outro exemplo bem-sucedido de inovação aberta na Samsung é o aplicativo “Chamada certa”, exclusivo para smartphones multi-chip da marca, que categoriza os contatos do usuário conforme a operadora. O sistema

aciona o chip do smartphone de acordo com a operadora do contato discado, aproveitando, assim, tarifas mais baixas.

O aplicativo é resultado da parceria entre a empresa desenvolvedora e a Samsung – aliança que gerou oportunidades para ambas as partes. “A cultura de inovação aberta é um processo evolutivo. Ela depende, em sua essência, da existência de redes de colaboração, da eficiência das interações e de oportunidades reais. Essas redes ainda se encontram em estágio de desenvolvimento no Brasil. Por isso, a Samsung também exerce papel educador, contribuindo para o amadurecimento do sistema nacional de inovação”, afirma Marcon.

Conexão

Nesse processo de maturação do modelo de inovação aberta no país, incubadoras de empresas e parques tecnológicos brasileiros têm exercido papel importante. Ao perceber que a interação entre diversos agentes do mercado impulsiona negócios inovadores, essas instituições passaram a investir tempo e recursos para conectar as empresas apoiadas a parceiros potenciais.

Anprotec e Samsung assinaram parceria em abril, com foco em economia criativa

Marcon, da Samsung: inovação depende de redes colaborativas



Divulgação/Samsung



Bruno Todeschini/AscomPUCRS

Prikladnicki, do Tecnopuc: parque busca ampliar as chances de conexão entre agentes

Essa tem sido uma prática recorrente, por exemplo, no Parque Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Tecnopuc, de Porto Alegre (RS). “Nosso objetivo é aumentar as chances de conexão entre os agentes de inovação, para que a sinergia não ocorra simplesmente ao acaso. O programa passou a agir de maneira mais estruturada em 2014 e envolve várias atividades, como eventos, workshops, cafés, palestras e troca de experiências”, afirma o diretor do parque, Rafael Prikladnicki.

O Tecnopuc também vem investindo pesado na criação de infraestrutura física para fomentar a inovação aberta. Em outubro deste ano, o parque inaugura o Global Tecnopuc, empreendimento de R\$ 17 milhões, viabilizado por aportes da própria PUCRS, da Finep – por meio do Edital de Parques lançado em 2013 – e da HP, parceira de longa data do parque.

Ousadia

Com 4 mil metros quadrados, o Global foi concebido para atuar em quatro dimensões: criatividade, internacionalização, networking

e convivência. Diferentemente de todos os demais edifícios do Tecnopuc, não abrigará empresas. Será dedicado a projetos temporários, realizados por diferentes agentes que se relacionam com o parque – como grandes companhias, startups, spinoffs, alunos, professores e pesquisadores da universidade. “Só a equipe operacional de gestão é que vai se mudar para o Global. Será a única equipe fixa. O restante do espaço será voltado para conectar e aumentar a sinergia no ecossistema de inovação”, explica o pró-reitor de Pesquisa, Inovação e Desenvolvimento da PUCRS, Jorge Audy.

Para cumprir essa missão, o Global terá salas de aula, áreas de convivência, espaço de coworking e um laboratório dedicado à criatividade, evolução de uma iniciativa bem-sucedida desenvolvida desde 2011 em parceria com a HP. Naquele ano, em uma sala de 60 metros quadrados, com design diferenciado, nascia o Laboratório de Criatividade HP – PUCRS, conhecido como Crialab. “O Crialab tornou-se um ambiente disruptivo pela relevância da sua atuação ao longo dos anos. Nossa proposta é promover a qualificação do indivíduo para que ele seja mais criativo e livre nas suas propostas e decisões, refletindo no ambiente profissional”, explica Luis Humberto Villwock, coordenador do Crialab.

Para Cirano Silveira, diretor de Pesquisa e Desenvolvimento da HP Brasil, o laboratório incorpora os conceitos do Global, incluindo o open innovation. “Equipes multidisciplinares, da academia, da comunidade e da HP, utilizando metodologias que promovem novas e ousadas ideias, conceberam um ambiente que inspira, fomenta, desenvolve e cresce com a criatividade”, afirma. Ousadia que vem abrindo portas para a inovação no país. 



Divulgação/ Tecnopuc

Global Tecnopuc, em Porto Alegre: objetivo é aumentar a sinergia no ecossistema de inovação, com foco em projetos temporários

Ajuda em boa hora

Empresas de base tecnológica ganham espaço entre investidores anjo e fundos de capital. O objetivo é ampliar rentabilidade a partir da inovação e do alto potencial de crescimento das startups.

DANIEL CARDOSO

A crise econômica que se instalou no Brasil desde o início do ano tem deixado muito empreendedor com o pé atrás, principalmente os recém-chegados ao mercado. O repertório de incertezas é vasto: Terei espaço para vender minha solução neste cenário? Os investidores vão continuar injetando dinheiro em startups? Há como inovar em meio a tantas dúvidas quanto ao futuro do mercado?

Para surpresa da maioria dos empresários, as respostas para os questionamentos acima são positivas e devem representar uma injeção de ânimo nos intimidados pelo contexto. Essa é a opinião de Cássio Spina, presidente da Anjos do Brasil, organização que visa a incentivar investimentos iniciais em startups brasileiras.

Spina se baseia em uma pesquisa recente realizada pelas Anjos do Brasil para sustentar o otimismo nas palavras. “Na pesquisa, realizada em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, a instituição percebeu que, apesar da crise e dos receios sobre o futuro da economia, a maior parte dos anjos está disposta a manter ou até a aumentar o volume de investimentos nos próximos meses”, afirma.

A explicação para o comportamento dos anjos, que parece ir na contramão da economia, está justamente na natureza inovadora das startups. Quando esse investidores identificam um negócio realmente inovador, vislumbram um mercado próprio, capaz de driblar problemas financeiros. Além disso,

esse tipo de investimento tem prazo de maturação mais longo, que varia de três até cinco anos – tempo aparentemente suficiente para a economia se reerguer, o país voltar aos trilhos do crescimento e a startup se tornar rentável.

Outra pesquisa recente, realizada pelo Italian Business Angels Network Association (IBAN), confirma essa

tendência. O levantamento concluiu que entre os países da comunidade europeia o que mais obteve aumento no investimento anjo desde o tombo econômico do bloco em 2008 foi justamente a Grécia, país que está com a economia em frangalhos. “Quando a economia vai mal, não vale a pena investir em ações, imóveis, títulos do governo. Por isso, o investimento é canalizado para a inovação, para empresas que buscam formas diferentes de se colocar no mercado”, explica Spina.

Clovis Meurer, conselheiro da Anprotec e membro da ABVCAP (Associação Brasileira de Private Equity & Venture Capital) também se mostra otimista com o mercado de startups. Segundo ele, a necessidade de investimentos menores é uma grande vantagem das startups em tempos de crise. Os anjos costumam aplicar de R\$ 100 mil a R\$ 400 mil. Já na rodada de ventures os volumes partem de R\$ 500 mil e chegam a alguns milhões.

Sem exigir grandes volumes de recursos, as pequenas empresas inovadoras têm mais chances de atrair investidores. “Há dinheiro disponível. Agora o pessoal está em busca de bons negócios”, garante Meurer.

Tempos de crise exigem também que as empresas tenham agilidade na hora de mudar – trocar de mercado, alterar o produto ou mesmo apostar em uma ideia completamente diferente da original. “As startups são boas nisso. Por serem empresas pequenas, é muito mais fácil para elas se adaptar às dificuldades e mudar os rumos, em busca de melhores alternativas. Essa característica agrada aos investidores. Empresas grandes são diferentes, mais lentas”, explica Meurer.

Viabilidade

Apesar de manterem a confiança dos investidores, as startups não estão imunes à crise. Superado o desafio de atrair recursos, será preciso garantir a viabilidade do negócio. “Se uma startup fornece solução para

Spina, da Anjos do Brasil: em tempos de crise, investimentos são canalizados para inovação

Divulgação



alguma grande empresa e essa grande empresa enfrenta a crise, muito provavelmente o número de pedidos cairá. Há, ainda, o risco de perder o cliente”, exemplificou.

Spina, da Anjos do Brasil, também ressalta dificuldades para manutenção da carteira de clientes. Para ele, soluções que requerem investimentos por parte dos contratantes enfrentarão muita dificuldade para ganhar mercado. Uma startup que desenvolve um novo ERP, por exemplo, terá que convencer seus clientes a desembolsar uma quantia significativa, com previsão de retorno no longo prazo. Em tempos de crise, essa é uma operação difícil de ser realizada.

Por isso, levam vantagem neste momento as startups que oferecem soluções gratuitas ou produtos que ajudem os clientes a reduzir custos. Spina cita o exemplo da ChefsClub, que tem como modelo de negócio oferecer descontos em restaurante para seus clientes, classificados pela empresa como “apaixonados por gastronomia”. Uma assinatura men-

sal, hoje custando R\$ 12,49, garante ao usuário cupons de descontos que chegam a 50% do valor consumido nos estabelecimentos credenciados.

Outro desafio está na atração de investidores estrangeiros, espantados pelo cenário econômico e político do país. Boa parte deles hoje busca outros lugares para injetar recursos ou volta aos países que retomaram o crescimento, como os Estados Unidos. “Há dois anos, eu recebia contato de investidores do mundo inteiro querendo colocar dinheiro aqui. Toda semana tinha alguém me procurando para conhecer o mercado brasileiro. Agora, já estou sem receber nenhum contato há dois meses”, conta Spina. A restrição reforça a certeza de que, cada vez mais, atrair investidores representa uma conquista de peso para qualquer empreendimento. 



Divulgação

Meurer, da Abvcap: startups devem estar preparadas para se adaptar à nova realidade

Um modelo de gestão elaborado para potencializar os resultados das incubadoras de empresas.

Sua incubadora vai fazer ainda mais. **E melhor.**

Saiba mais:
www.anprotec.org.br/cerne



Cerne

Centro de Referência para
Apoio a Novos Empreendimentos

Realização:



ANPROTEC.

Parceria:







Protagonistas da evolução

Em um planeta cada vez mais pressionado por degradação ambiental e desigualdades sociais, empresas assumem a responsabilidade de gerar benefícios que vão além do desempenho econômico. O desafio agora é criar negócios de impacto efetivo, capazes de alçar empreendedores à liderança de um novo modelo de desenvolvimento.

DANIEL CARDOSO

COLABORAÇÃO: DÉBORA HORN E FRANCISCA NERY

Arrecadar impostos, gerar empregos e distribuir renda. Durante décadas, essa foi a principal resposta dos empreendedores quando questionados sobre os benefícios oferecidos por seus negócios à sociedade. Somadas às soluções que os próprios produtos e serviços representam, o trio formado por pagamento de tributos, ocupação de mão de obra e desempenho econômico completava a cartilha de contribuições empresariais ao mundo.

Alguns negócios, porém, comprovam que é possível ir além: oferecer produtos e serviços que gerem lucro a partir de impactos positivos (e efetivos) na sociedade. Conhecidos como negócios sociais – ou negócios de impacto –, esses empreendimentos têm como

missão propor soluções para problemas ambientais ou sociais.

Diante de um cenário repleto de desafios relacionados à sustentabilidade, esses negócios representam hoje uma esperança de transformação do modelo econômico vigente, protagonizada por empreendedores. Não à toa, o tema tornou-se um dos focos da Conferência Anprotec deste ano, realizada em Cuiabá (MT) entre os dias 19 e 23 de outubro.

Segundo a presidente da Associação, Francilene Garcia, o assunto está cada vez mais presente na agenda de ambientes de inovação no Brasil e no mundo. “É imprescindível que parques tecnológicos e incubadoras de empresas estejam devidamente preparados para apoiar empreendimentos que tenham a sustentabilidade inserida na estratégia do negócio, de modo que os produtos e serviços desenvolvidos nesses ambientes contribuam para o equilíbrio entre geração de riquezas, conservação ambiental e justiça social”, afirma.

Foco na base

Entre os diversos nichos dos negócios de impacto, um dos mais recorrentes é a oferta de produtos e serviços voltados à população de baixa renda. Em Recife (PE), o dentista Orestes Maciel hoje colhe os frutos de uma aposta feita em 2000, logo após concluir a faculdade, quando decidiu abrir seu consultório em uma localidade diferente das escolhidas por colegas de turma. Em vez de instalar-se em um bairro nobre ou no centro da capital pernambucana, partiu para a periferia, por entender que lá havia demanda reprimida por serviços odontológicos e sem concorrência por perto.

Dois anos depois, o empreendimento era um sucesso. Com a nacionalização dos produtos odontológicos, o custo dos serviços no consultório foi reduzido significativamente, permitindo que Orestes mudasse o modelo de negócio. Ele deixou de vender o serviço completo a preço fechado, como a implanta-

Francilene, da Anprotec: ambientes de inovação devem estar preparados para apoiar negócios de impacto



Divulgação/Anprotec

CRIADOS COM O PROPÓSITO DE GERAR IMPACTO POSITIVO NA SOCIEDADE OU NO MEIO AMBIENTE, ESSES EMPREENDIMENTOS ALCANÇAM RESULTADO FINANCEIRO SATISFATÓRIO, DE FORMA SUSTENTÁVEL



Fotos: Divulgação/ Multi Orto

Maciel e unidades da Multi Orto: atenção a moradores da periferia

ção de um aparelho ortodôntico, e passou a cobrar do paciente uma mensalidade que não pesava no bolso. A fórmula fez o projeto explodir: de uma clínica com dois consultórios, Maciel tem atualmente a Rede Multi Orto, com 20 unidades espalhadas por diversas cidades de Pernambuco.

No empreendedorismo de impacto, não importa se o empreendedor pensa primeiro no lucro ou em ajudar o próximo. O essencial é impactar. Ao propor um modelo que levasse serviços odontológicos a pessoas de baixa renda, Orestes contribuiu para que essa parcela da população tivesse acesso a tratamentos antes restritos às camadas mais abastadas, como aparelhos ortodônticos, implantes e cirurgias. “Iniciei o projeto apenas com a percepção de que havia uma demanda reprimida na periferia. Hoje, já compreendo melhor o conceito de empreendedorismo social e isso está me fazendo dar novos passos”, conta Maciel.

O dentista não está sozinho. Com bilhões de dólares girando em torno de negócios de impacto em todo o mundo, muitos outros agentes passaram a atuar nesse mercado, oferecendo apoio a ideias inovadoras. São investidores, consultores, incubadoras, aceleradoras, universidades e, claro, empreendedores.

Para dar os próximos passos na Multi Orto, por exemplo, Maciel terá a providencial ajuda de um fundo de investimento, que aportará recursos no plano de expansão. Além disso, está atento aos conselhos da Artemisia, aceleradora que ganhou destaque no Brasil ao focar em empreendedores sociais. Para entrar no programa de aceleração da entidade, não basta uma boa ideia ou um excelente produto. É preciso ter a clara intenção de beneficiar populações vulneráveis.

O histórico da Artemisia ajuda a revelar o perfil do brasileiro que busca se lançar no empreendedorismo de impacto. A média de idade das pessoas que passam pela aceleradora é de 36 anos, sendo que a maioria é composta por homens. Já a origem profissional se mostra bastante diversificada. Na lista de empresários há executivos de grandes companhias, empreendedores seriais,

Ubrig, da Artemisia: aceleradora conecta investidores a empreendimentos de impacto social



Divulgação/Artemisia



Célia, do ICE: é preciso buscar novas fontes de recursos para negócios de impacto

professores e médicos, entre outras profissões.

A aceleradora atua em quatro setores: educação, saúde, serviços financeiros e habitação. Cada um deles, porém, apresenta seus próprios desafios. “Vemos que alguns setores têm, por exemplo, uma regulamentação maior – como saú-

de e serviços financeiros –, o que pode servir como barreira de entrada. No caso da educação, o uso de novas tecnologias resultou em novas oportunidades para quem quer empreender, com um desafio de adequar os conteúdos já existentes ao perfil deste aluno que já nasceu na era digital”, explica o gerente de aceleração da Artemisia, Gilberto Ubrig.

A entidade guarda outro diferencial em relação às aceleradoras “comuns”. Enquanto aquelas injetam recursos nas startups em troca de equity, a Artemisia faz o contrário. Para participar do programa, o empreendedor paga uma taxa de comprometimento, de R\$ 3,5 mil. Com isso, não abre mão de

qualquer fatia da empresa. “Apesar de não realizar investimentos, pensando na injeção de recursos necessária nessa etapa de desenvolvimento do negócio, a equipe da Artemisia conecta os negócios a investidores da nossa rede. Nos últimos quatro anos foram R\$ 32 milhões de investimentos para os 59 negócios acelerados”, ressalta Ubrig.

Recursos

O cunho social dos empreendimentos não exclui a necessidade de investimentos. Pelo contrário: o capital representa um fator fundamental à evolução dos negócios de impacto. Disposto a contribuir com essa corrente, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) vem trabalhando duro para direcionar o fluxo de dinheiro aos empreendimentos desse gênero.

Fundada há 15 anos para apoiar iniciativas comunitárias capazes de impactar a vida das pessoas, a instituição atualizou, recentemente, seus propósitos, mudando a forma de atuar. Nos últimos três anos, o ICE focou no fomento ao que chama de “finanças sociais de impacto” – recursos econômicos dedicados a fomentar negócios com impacto social (veja box abaixo).

Segundo a diretora executiva do ICE, Célia Cruz, o Brasil tem muitas empresas e projetos de impacto. Ainda assim, o capital aportado nessas ideias é limitado – em geral,

ICE: NOVO PARCEIRO DO MOVIMENTO

Para impulsionar a aplicação de recursos em negócios de impacto, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) vem trabalhando em diversas frentes. Após mapear os principais gargalos à expansão das finanças sociais no país, a entidade agora parte para a ação. Em parceria com Anprotec e Sebrae, o ICE lança, em outubro, o Programa Incubação e Aceleração de Impacto.

O objetivo é fortalecer incubadoras e aceleradoras para prestar suporte adequado a empreendimentos sociais e, assim, aumentar o impacto desses projetos na sociedade. No Fórum Sebrae de Inovação, atividade que integra a programação da 25ª Conferência Anprotec, será formalizada a parceria entre as três instituições.

O passo seguinte será o lançamento de um prêmio para as incubadoras de empresas e aceleradoras associadas à Anprotec. Após passarem por etapas de capacitação, as vencedoras receberão um prêmio em dinheiro e seus empreendedores terão acesso à mentoria com empresários e a serviços do programa Sebraetec.



Fotos: Divulgação

depende de filantropia, de institutos corporativos, do governo e de leis de incentivo fiscal, como a Lei Rouanet. Para reverter esse cenário, é preciso ampliar as bases de captação: buscar dinheiro em fontes tradicionais de financiamento, como bancos, investidores, fundos de investimentos, fundos de previdência, private equity e outros agentes do setor financeiro.

O ICE está mobilizando pools de capital, com o intuito de convencê-los a dedicar parte do montante total investido para negócios sociais. “Um banco, por exemplo, pode ter entre suas várias opções de investimento um fundo de finanças sociais e oferecer essa possibilidade ao cliente. Será um fundo que continuará buscando ser lucrativo, só que por meio de empresas diferenciadas, mais alinhadas ao empreendedorismo social”, explica Célia.

Cooperação

Apesar de o resultado econômico figurar como uma busca do empreendedorismo de impacto, nem sempre o lucro costuma direcionar a criação ou expansão desses negócios. É o que prega, por exemplo, Muhammad Yunus, considerado o pai do empreendedorismo social (veja box na página 36). Essa também é a premissa da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), ligada à Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

A instituição nasceu em 1995, como um centro tecnológico dedicado a compartilhar conhecimento e recursos com os chamados

empreendimentos solidários autogestionários, que oferecem oportunidades de trabalho a pessoas em situação de vulnerabilidade. “Nossa perspectiva é a transformação local. Se não se transforma a realidade, o problema continua nas gerações subsequentes. O lucro não é nosso indicador. O que importa para nós é a melhoria da qualidade de vida, da cidadania das pessoas”, afirma o coordenador da ITCP, Gonçalo Guimarães.

A incubadora atua em duas frentes. A primeira é gerar renda estável, para combater a inconstância do orçamento, comum às famílias de comunidades carentes. Essa instabilidade reduz a perspectiva de futuro e impede que os pais invistam em projetos de longo prazo, como a educação dos filhos. Segundo Gonçalo, quando a incubadora ajuda a gerar uma renda fixa, mesmo que pequena, toda a

Doceiras de Tumiritinga: apoiadas por incubadora, elas conquistaram renda e cidadania

**O ICE DENOMINA “FINANÇAS SOCIAIS”
OS INSTRUMENTOS QUE MOBILIZAM
CAPITAL PARA INVESTIMENTO EM
ATIVIDADES QUE TENHAM A INTENÇÃO
DE PRODUIR IMPACTO SOCIAL, COM
SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA**

perspectiva de futuro da família é alterada para melhor.

A segunda frente de atuação da ITCP é trazer para a formalidade os trabalhadores que atuam de modo irregular. “Na informalidade, vive-se muito à margem da sociedade. Não se tem documento, acesso a crédito e a mercado. Com a formalização, essa situação muda completamente”, lembra Gonçalo. Exemplo disso são as “Doceiras de Tumiritinga”, caso que ganhou repercussão recentemente. Um grupo de mulheres da cidade de Tumiritinga, em Minas Gerais, ganhava a vida vendendo doces ao lado da Estrada de Ferro Vitória-Minas. Além de condições de

trabalho precárias e baixo retorno financeiro, a atividade envolvia riscos, pois elas vendiam os doces ao lado dos trilhos.

A ITCP apoiou a formalização da atividade do grupo. Criou-se uma cooperativa de doceiras, o processo produtivo foi estruturado para reduzir custos e estabeleceu-se uma parceria com o fornecedor de alimentos oficial da linha de trem. Em vez de ficarem vendendo doces aos passageiros pelas janelas, as doceiras passaram a entregar seus produtos diretamente ao fornecedor, que gerenciava o restaurante do trem.

Resultado: as empreendedoras conquistaram uma renda fixa, sem precisar se arriscar

DA ÁSIA PARA O MUNDO

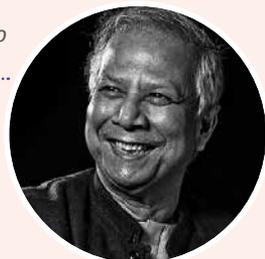
É de Bangladesh, país ao sul da Ásia, o caso mais expressivo de empreendedorismo social registrado no mundo. Foi lá que [Muhammad Yunus](#), considerado o pai dos negócios sociais, começou a ajudar pessoas pobres, principalmente mulheres, a iniciarem seu próprio negócio.

No início, emprestava dinheiro do próprio bolso. Na sequência, teve que superar a desconfiança dos bancos. Como os juros eram baixos e o foco do empréstimo eram os pobres, os banqueiros temiam perder dinheiro e não queriam aportar recursos na ideia, o que impedia a escalabilidade. Até que Yunus resolveu oferecer suas economias como garantia e se tornar fiador dos empréstimos. Deu certo.

Apesar dos juros baixos, a inadimplência mínima e o sucesso dos empreendimentos financiados permitiram que ele criasse, em 1983, o Grameen Bank. Em 20 anos, emprestou mais de US\$ 13 bilhões a 8,3 milhões de pessoas que, em sua maioria, sequer conseguiam abrir uma conta em um banco comercial. Depois disso, se envolveu diretamente na criação de mais de 50 outros negócios sociais. Realizações que renderam a ele o Prêmio Nobel da Paz de 2006.

Atualmente, a Yunus Negócios Sociais, com sede em Frankfurt, está presente em outros países, como Haiti, Albânia, Tunísia, Togo, Colômbia, Índia e Brasil. “O Brasil possui um aspecto interessante, conectado à tremenda desigualdade social. Em poucos países você tem a chance de reunir todos os problemas que conhecemos e, simultaneamente, todos os recursos financeiros, tecnológicos e humanos para enfrentá-los. Essa combinação torna o país um local muito propício ao empreendedorismo social”, explica o gestor da Yunus Brasil, Rogério Oliveira.

Oliveira destaca que o segmento ainda é muito novo e, por isso, há ainda muito para avançar, tanto na formação dos empreendedores quanto na execução dos projetos e captação de financiamento. No Brasil, segundo ele, as dificuldades são resultado do processo de amadurecimento. “O que temos são iniciativas, empresas, negócios sociais funcionando melhor em uma área do que em outra. Mas eles ainda são consequência da qualidade específica de um empreendedor, de um modelo de negócio, produto ou serviço oferecido por determinada iniciativa do que algo que possamos afirmar como sendo resultado macro de uma área que tem obtido mais sucesso”, constata.



Divulgação

no processo de venda, à beira dos trilhos. “O projeto impactou muito a comunidade. A renda trouxe dignidade e as doceiras viraram referência na cidade. Hoje, os filhos das doceiras vislumbram mobilidade social e os doces já são vendidos em outros locais, como em feiras da região”, ressalta Gonçalo.

Novos agentes

Quem também iniciou um empreendimento social sem visar ao lucro, apenas para ajudar uma comunidade, foi Nicolau Priante Filho, professor da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), em Cuiabá (MT). Trabalhando durante muitos anos com pesquisas voltadas à melhoria das condições de vida de pessoas de baixa renda, em 1997 ele e a esposa Josita decidiram reerguer uma cooperativa de agricultores familiares, a Coorimbatá, que já estava sendo desativada.

Com conhecimento de Física e muita vontade de ajudar, Nicolau desenvolveu um secador de frutas – uma alternativa de renda para as populações ribeirinhas, dependentes da pesca. O protótipo funcionou, mas não era bom o suficiente. O secador gastava 40 quilos de lenha para desidratar apenas um quilo de banana. O pesquisador não desistiu. Levou o desafio para casa e, com a ajuda da esposa, criou uma chaminé em ziguezague, que aproveitava a energia perdida dispersada no ambiente para fazer calor e secar as frutas. Com isso, a quantidade de lenha caiu para 4,5 quilos.

Era o que faltava para que a cooperativa pudesse se reerguer, a partir da produção de frutas desidratadas. “Na época, a gente percebeu que o problema não era técnica. Era de questões operacionais, que precisavam ser superadas. As entidades precisam agir com mais coordenação. É preciso agregar parceiros para que tudo dê certo”, ressalta Nicolau. A experiência da Coorimbatá motivou a UFMT a alterar o perfil de sua incubadora, até então focada em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).



Divulgação

Nascia assim, em 2006, a Arca Multincubadora, pautada em sustentabilidade, inclusão social e tecnologia. Uma década depois, a instituição tem oito empreendimentos incubados, com atuação em diversos segmentos, como coleta seletiva, setor de alimentos e desenvolvimento de softwares. “A Arca se tornou reconhecida em âmbito nacional pelas tecnologias sociais desenvolvidas para incubação de empreendimentos econômicos solidários”, afirma o presidente da incubadora, Wilson Luconi. Atuando como organizadora local da 25ª Conferência Anprotec, a Arca comprova que o empreendedorismo de impacto veio para ficar. 

Equipe da Arca: incubadora tornou-se referência em empreendimentos solidários

NO BRASIL, AS DIFICULDADES SÃO RESULTADO DO PROCESSO DE AMADURECIMENTO. AINDA NÃO HÁ, POR EXEMPLO, ÁREAS E MODELOS DE NEGÓCIOS DE IMPACTO TOTALMENTE VALIDADOS NO PAÍS



Conexão Europa-Brasil

Programa financiado pela União Europeia busca ampliar a interação entre empresas do bloco e latino-americanas. No Brasil, a primeira ação será focada em energias renováveis, soluções ambientais e tecnologia de informação e comunicação.

DANIEL CARDOSO

Empreendedores que sonham ver suas empresas conquistarem mercados no exterior ganharam mais um aliado de peso. A União Europeia (UE) lançou recentemente a nova etapa do European and Latin American Business Services and Innovation Network (ELAN), programa que tem como principal objetivo promover interações, conexões e sinergia entre pequenas e médias empresas do bloco europeu, com vários países da América Latina – entre eles o Brasil.

Para conectar PMEs dos dois continentes, o ELAN prevê a realização de uma série de ações focadas na aproximação entre empreendedores de diferentes países. E a primeira grande oportunidade para os brasileiros ocorrerá em paralelo à 25ª Conferência da Anprotec, em Cuiabá (MT). Entre os dias 19 e 21 de outubro, como parte da programação do evento, o ELAN realizará um encontro para identificar oportunidades de interação e gerar negócios.

A integração à Conferência Anprotec se deve à parceria firmada entre a Associação e as entidades organizadoras do programa, assumindo a função de, com o apoio de outras instituições, promover o ELAN no Brasil. “Escolhemos a Anprotec pelo know-how e experiência. A Associação conhece bem os parques tecnológicos, as incubadoras de empresas, os empreendimentos, os governos e demais agentes que compõem o ecossistema brasileiro de inovação”, explica o coordenador do projeto, Rômulo Carvalho de Oliveira, também representante, no Bra-

sil, da Tecnalía – instituição espanhola que lidera o consórcio responsável por executar o programa.

Nesta primeira fase, o público-alvo do ELAN são empresas inovadoras que atuem em tecnologia da informação, tecnologias

ÁREAS DE INTERESSE



Energias Renováveis



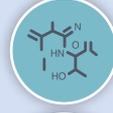
Biotecnologia e Bioeconomia



Tecnologias Ambientais



Saúde



Novos Materiais



Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)

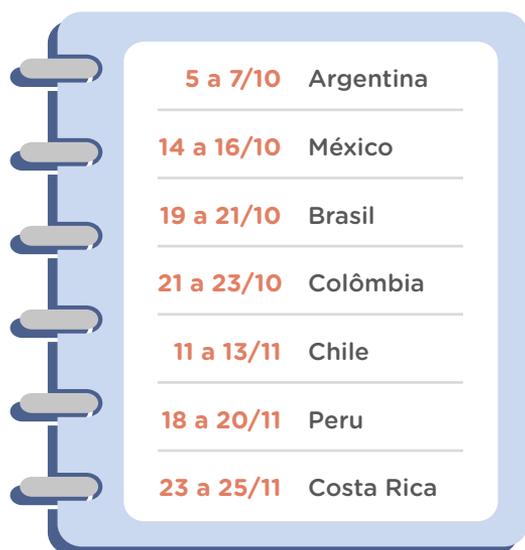


Nanotecnologia

OBJETIVOS DO PROGRAMA

- ✓ *Promover oportunidades de negócios baseadas em tecnologia entre PMEs europeias e latino-americanas.*
- ✓ *Impulsionar o intercâmbio de conhecimento, a transferência de tecnologia e os processos de cocriação.*
- ✓ *Acompanhar as PMEs inovadoras em seus processos de transferência de tecnologia a inserção em novos mercados.*

EVENTOS PROGRAMADOS NA AMÉRICA LATINA



5 a 7/10	Argentina
14 a 16/10	México
19 a 21/10	Brasil
21 a 23/10	Colômbia
11 a 13/11	Chile
18 a 20/11	Peru
23 a 25/11	Costa Rica

ambientais e energias renováveis. Nas próximas rodadas, porém, o escopo irá aumentar. Além dos três setores citados, o projeto também buscará atrair iniciativas em biotecnologia e bioeconomia, saúde, novos materiais e nanotecnologias.

Além do Brasil, outros seis países da América Latina realizarão eventos do ELAN nos meses de outubro e novembro: Argentina,

México, Colômbia, Chile, Peru e Costa Rica – confira o calendário ao lado.

Próximos passos

O ELAN, no entanto, não ficará restrito à realização do evento em Cuiabá. Nos próximos meses, a Anprotec deve conduzir um mapeamento de todo o sistema brasileiro de inovação, apontando empresas que tenham grande potencial de se internacionalizar. Com o mapa em mãos, as conexões e siner-

gias poderão ser fomentadas de maneira mais eficiente.

Segundo o coordenador, o projeto tem o propósito de identificar oportunidades e parcerias para os dois continentes. “Não possui um viés de pender mais para o lado europeu ou para o lado latino-americano. Claro que os europeus têm um ecossistema de inovação mais forte, mas no Brasil também há empresas fortes e de grande expertise. Queremos fazer negócios bons para as duas partes. É uma relação de ganha-ganha”, afirma Oliveira.

Ele também explica que o ELAN não tem como meta promover a venda de produtos entre os dois continentes. A ideia é criar negócios que sejam sustentáveis no longo prazo. Isso pode ocorrer, por exemplo, pela formação de novas empresas, como *joint ventures*. Outra alternativa é a transferência de tecnologia, que permita replicar em outros países soluções desenvolvidas por empresas para problemas comuns a diferentes mercados. “Digamos que alguém produziu um novo óleo que reduz o atrito no motor de carros. Essa aplicação seria útil no mundo inteiro e, por isso, é importante que a gente faça as conexões entre diferentes empresas dos dois continentes para chegar até os clientes finais de maneira mais rápida”, exemplifica Oliveira.

QUEM PODE PARTICIPAR

- ✓ Entidades baseadas no conhecimento e na tecnologia com capacidade e interesse em transformá-los em negócios.
- ✓ Agentes do setor público que impulsionam o ecossistema de inovação.
- ✓ Organizações de apoio à geração de oportunidades de negócios baseados em tecnologia.
- ✓ Organizações de apoio empresarial que fomentam PMEs dispostas a inovar.
- ✓ PMEs inovadoras que desejam iniciar novos negócios baseados em tecnologia e compartilhar boas práticas com outras PMEs.

O ELAN foi desenhado para atender pequenas e médias empresas, mas startups também são bem-vindas. Empresas inovadoras e que nasceram há pouco tempo ou que sequer tenham faturamento podem ingressar no programa e receber os benefícios do ELAN. "O objetivo é receber dentro da rede qualquer empreendimento que tenha inovação em seu DNA e potencial de internacionalização", garante Oliveira.

Nessa perspectiva, as entidades organizadoras do projeto pretendem que, dentro de três anos, o ELAN tenha gerado, pelo menos, de cinco a 10 negócios envolvendo entidades brasileiras e europeias. Para promover o programa no Brasil, a Anprotec firmou parceria com outras instituições importantes para o sistema de inovação brasileiro: Embrapa, Universidade de São Paulo (USP) e VTT Brasil. 

Parceiros na promoção da Inovação Sustentável.



Sistema Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso



25ª Conferência ANPROTEC
de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação

19 a 23 de outubro de 2015
Cuiabá - Mato Grosso - Brasil

Para dar e vender

Sem aderir ao discurso comercial clássico, empresas adotam nova estratégia para conquistar o cliente: o marketing de conteúdo. Custo reduzido e alto impacto estão entre as principais vantagens do modelo.

Empresas inovadoras costumam ter bastante trabalho quando a meta é ampliar vendas. Por desenvolverem produtos únicos ou muito complexos, os empreendedores precisam superar uma série de entraves para convencer os clientes de que vale a pena investir em um novo produto. Esse processo demanda tempo, estratégia e persistência – e quando frustrado, gera desânimo nas equipes e desfalque no portfólio.

Uma das ferramentas mais recentes para ajudar a driblar as dificuldades de aproximação com o mercado é o marketing de conteúdo, que une o poder de disseminação da internet com o interesse latente de potenciais clientes espalhados pela rede. A ideia é oferecer materiais relevantes, o chamando “conteúdo rico”, para que esses consumidores sejam fisgados pela informação – e não mais pelo discurso publicitário tradicional.

A crescente evolução desse mercado revela uma mudança nos processos de compra. “Ninguém mais quer ser alvo de discursos comerciais. Para procurar sobre produtos ou serviços, os consumidores se voltam às ferramentas de busca. Ao oferecer conteúdo útil, a empresa é encontrada nesses momentos. Passa, então, a receber atenção e a construir reputação online”, explica Emília Chagas, CEO da Contentools, empresa brasileira especializada em marketing de conteúdo.

Para entender melhor o marketing de conteúdo, vale conhecer um exemplo prático de um dos clientes da Contentools. Em 2012, empreendedores de Ribeirão Preto (SP) lançaram o aplicativo iClinic para ajudar clínicas de saúde e consultórios médicos na gestão de prontuários e atendimentos. Logo depois de lançado, o grande desafio era fazer com que os médicos encontrassem o software online, testassem e pagassem pelo uso. Foi então que os sócios resolveram apostar no marketing de conteúdo, criando materiais explicativos e melhorando a

apresentação do blog, entre outras ações. O resultado: 750% de aumento na base de usuários pagantes, aumento de 300% no tempo de permanência dos visitantes na página da internet e queda do índice de rejeição de 80% para 15%.

Multiplataforma

No marketing de conteúdo, o usuário pode lançar mão de várias ferramentas. Além de site e blogs, já consolidados no mercado há muito tempo, é importante investir em outras soluções, como e-books, whitepapers, apresentações em slideshare, webinars e fóruns online. O conjunto dessas ferramentas atrai o leitor e confere à empresa geradora de conteúdo o status de referência ou autoridade no assunto.

Quando comparada a outras ferramentas de marketing, a oferta de conteúdos leva outra importante vantagem: baixo custo e flexibilidade de investimento. É uma estratégia que pode ser utilizada tanto por pequenas empresas, capazes de investir R\$ 300 por mês, quanto por grandes corporações, dispostas a alocar alguns milhões. “O ROI – retorno sobre investimento – do marketing de conteúdo pode ser calculado com precisão, com base na geração de tráfego, *leads* e novos clientes. Ele não ocorre da noite para o dia, demanda frequência nas publicações e com o passar do tempo só aumenta. Há empresas que multiplicam esse valor por três, outras por sete e algumas chegam a 10 vezes de ROI”, destaca Emília.

Aderir ao marketing de conteúdo, porém, requer certa preparação da empresa. Segundo Vitor Peçanha, fundador da Rock Content, empresa pioneira

Emília, da Contentools: conteúdos relevantes captam atenção dos clientes



Divulgação/Contentools



Peçanha, da Rock Content: novo marketing tem foco nos problemas de potenciais clientes

nesse nicho no Brasil, planejar e ter clareza do que se quer com essa modalidade de marketing é essencial para o sucesso da operação.

O primeiro passo, segundo ele, é deixar de lado a mentalidade do marketing tradicional de que “é preciso se vender”. No novo marketing, não se fala de negócio que

vende e sim sobre os problemas dos potenciais clientes – que sua empresa é capaz de resolver, claro. A etapa de planejamento passa pela definição do público-alvo, dos objetivos e das plataformas que serão utilizadas para alcançá-los – Google Ads, e-mail marketing e redes sociais, por exemplo.

É preciso, ainda, buscar resultados abrangentes, mantendo uma frequência de publicação e o esforço de divulgação, com postagens, anúncios e participação em fóruns. Por fim, é essencial mensurar esses resultados: saber o número de leads, de visitas, o tempo de permanência no site e o ticket médio do cliente que foi atraído. “O conteúdo é só a parte de fora. É preciso planejar para fazer as postagens certas, da maneira correta e atingir o melhor objetivo possível”, lembra Peçanha.

Um dos melhores cases da Rock Content é a própria Rock Content. A empresa nasceu em 2013 após a fusão de outras duas startups, que até então não tinham decolado na tentativa e se firmou no marketing de conteúdo. Juntas, porém, deram muito certo. Como? Fazendo marketing de conteúdo.

No início, com um site considerado “pre-cário”, o trio de sócios decidiu investir na criação de conteúdo. Desenvolveram, então, diversas publicações sobre o tema e perce-

DESVENDE O MARKETING DE CONTEÚDO



O que é:

Qualquer forma de marketing que envolva criação e compartilhamento de conteúdo para adquirir e educar clientes.

Principais passos:

1. Descubra seu público-alvo
2. Escreva sobre o que seu público quer saber
3. Tenha consistência de formato e também da periodicidade de publicação
4. Produza conteúdos para os diferentes estágios de compra
5. Promova seu conteúdo por meio de diferentes plataformas – as redes sociais podem ser um bom começo

Principais formatos:

Notícias, vídeos instrutivos, white papers, e-books, posts de blog, guias, artigos, perguntas e respostas e imagens, entre outros.

Fonte: Contentools

beram que havia muita gente interessada no assunto. Em seguida, começaram a fazer vendas diretas e conseguiram 100 clientes nos primeiros seis meses. “A gente fazia o agendamento do conteúdo na mão mesmo. Nosso sistema era bem limitado. Só fomos contratar um programador com quatro ou cinco meses de empresa”, relata.

Em alta

Hoje, com o crescimento do mercado, os negócios relacionados a marketing de conteúdo se multiplicam. A função da Contentools e da Rock Content, por exemplo, é facilitar o relacionamento entre interessados em adotar o marketing de conteúdo e redatores espalhados por diferentes lugares do mundo. São eles que criam o conteúdo, como textos para blogs e e-books, e o cliente utiliza um software da Contentools ou da Rock Content para gerenciar a publicação, definindo datas, temas e plataformas. Mas há ferramentas complementares no mercado.

A Resultados Digitais, empresa incubada no Centro de Laboração de Tecnologias Avanças (Celta), de Florianópolis (SC), desenvolveu o RD Station. Em linhas gerais, a estação integra em um único lugar diferentes estratégias, como e-mail marketing, SEO, gestão de contato, além de consultorias e outros serviços. Isso otimiza o tempo dos clientes e impulsiona resultados. “O vendemos, na prática, é uma ferramenta. Tem gente que a usa para retenção, mas a maioria adota para um processo sistemático de aquisição de novos clientes. Trazer mais visitas para o site, melhorar o relacionamento e a confiança, para converter em vendas”, explica André Siqueira, um dos fundadores da empresa.



Adriano Vermelho

Além do marketing de conteúdo ser um bom negócio para quem contrata, também é bom negócio para quem oferece. E os números comprovam isso. Recentemente, a Resultados Digitais recebeu um aporte de R\$ 15 milhões da Redpoint, DGF Inova e Astella. Os recursos serão aplicados, principalmente, na ampliação no número de colaboradores e da carteira de clientes, que já conta com 2,4 mil nomes.

A Rock Content já está na segunda rodada de captação de investimentos. Na fase de seed, a startup contou com 600 mil dólares do Grupo Abril, Digital News Ventures e e.Bricks (grupo RBS). Em 2015, uma nova rodada levantou R\$ 6 milhões do Digital News Ventures e e.Bricks (grupo RBS). Hoje, a Rock tem mais de 500 clientes e uma lista com dois mil colaboradores-conteudistas para dar conta da demanda.

A Contentools também colhe bons frutos. A startup nasceu com investimento de R\$ 50 mil. Depois, foi aprovada no Programa Startup Brasil, sendo acelerada pela Acelera MGTi em 2014. No mesmo ano, entrou no Promessas Endeavor, e recentemente no 500 Startups, para iniciar as operações nos Estados Unidos. A empresa cresce a 18% ao mês. 

Sede da Resultados Digitais em Florianópolis: empresa atraiu R\$ 15 milhões em investimentos neste ano

Vocação renovada

Um dos mais revolucionários projetos de incentivo ao empreendedorismo inovador do Brasil completa 15 anos. Após contribuir de forma decisiva para a mudança do perfil econômico de Recife, o Porto Digital avança rumo ao interior de Pernambuco, no intuito de levar a outras regiões os benefícios gerados à área metropolitana.

DANIEL CARDOSO

Os números são impressionantes. Nos últimos três anos, as empresas que atuam no Porto Digital faturaram juntas mais de R\$ 1 bilhão, sendo que 65% desse montante têm origem em contratos firmados fora do Estado do Pernambuco. Todos os dias, passam pela área do parque tecnológico cerca de 7,1 mil profissionais altamente qualificados, sendo 500 deles empreendedores, que encontraram no Porto Digital o apoio e a infraestrutura necessária para construir negócios de sucesso.

Soma-se a isso tudo a revitalização de centenas de milhares de metros quadrados do histórico bairro do Recife Antigo, criado por volta de 1560, a partir de uma zona portuária. A integração com a cidade, assim como o positivo impacto socioeconômico gerado, alçou o Porto Digital ao posto de referência no cenário global de parques tecnológicos. Ao que tudo indica, esse foi só o começo. Impulsionada pelos bons resultados conquistados, a instituição não para e agora lidera uma avalanche de iniciativas que reafirmam sua vocação transformadora.

Entre os destaques mais recentes, está a Jump Brasil, aceleradora de empresas inaugurada em abril deste ano, com o propósito de transformar startups em empresas escaláveis, de alto impacto. Na primeira turma selecionada, foram contemplados projetos nas áreas de saúde, energia, educação, en-

treinamento e tecnologia da informação. Durante o processo de aceleração, a Jump oferece espaço de trabalho, mentoria, rede de relacionamento e recursos. Em troca, a startup cede um percentual societário para o Porto Digital e seus parceiros.

Em agosto, mais um passo importante para garantir o crescimento dos empreendimentos apoiados: um novo programa de internacionalização. Chamada de “Deep Dive San Francisco”, a iniciativa promoverá a imersão de seis empresas do Porto Digital no Vale do Silício, a partir de uma parceria firmada entre o parque tecnológico, Ministério, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

O programa proporcionará a empreendedores uma imersão de oito semanas nos Estados Unidos, com direito a mentoria individual, workshops temáticos e reuniões de negócios com possíveis investidores. As empresas também contarão com suporte físico do escritório da Apex-Brasil, instalado em São Francisco, em um endereço onde se encontram empresas como Uber e Spotify. “A vivência no exterior permitirá que as nossas empresas ampliem seu capital intelectual, experiência esta que, ao retornarem a Pernambuco, será compartilhada com outros empreendedores do estado”, disse o ministro Armando Monteiro, do MDIC, ao lançar o Programa.

APOSTA NA MOBILIDADE

Propor soluções para melhorar a vida nas cidades é uma meta contínua do Porto Digital, alcançada por meio no Porto Leve, programa dedicado a promover a sustentabilidade na área do parque, com foco em mobilidade e segurança. A primeira grande ação do Porto Leve foi implementar o serviço de compartilhamento de bicicletas, em janeiro de 2013. No final do ano passado, lançou o Carro Leve, o primeiro sistema de compartilhamento de veículos elétricos (car sharing) do Brasil. Agora, os simpáticos carrinhos

dividem espaço com as bicicletas tanto na área do Recife Antigo quanto em bairros adjacentes. Para conhecer melhor essas e outras iniciativas do Porto Digital relativas à mobilidade, acesse: www.portoleve.org.



Divulgação

ENTREVISTA:

FRANCISCO SABOYA,
DIRETOR-PRESIDENTE
DO PORTO DIGITAL



Quais as principais dificuldades enfrentadas pelo Porto Digital à época da implantação?

No início, o Porto Digital enfrentou dificuldades típicas de todos os parques tecnológicos. A questão imobiliária, porque precisamos adaptar uma área para receber os novos empreendimentos instalados e estamos em uma área de patrimônio histórico tombado. Também nos confrontamos com uma questão gerencial: montar uma equipe capacitada para a gestão do parque foi um desafio. Assim como a questão político-institucional, fundamental para a consolidação do ambiente de desenvolvimento de novos empreendimentos inovadores de base tecnológica.

Como você avalia o impacto do projeto para Recife e Pernambuco?

O Porto Digital impacta Recife e Pernambuco em três frentes. A primeira é a questão econômica, já que o parque tecnológico aglutina 250 empresas, cerca de 8 mil colaboradores e fatura R\$ 1,3 bilhões por ano. A segunda é a questão urbanista e arquitetônica. O Porto Digital recuperou um tecido urbano degradado e ao longo desses 15 anos realizamos a requalificação de 134 mil metros quadrados. Há, ainda, a dimensão da imagem: contribui para a percepção do Recife e de Pernambuco como um ambiente inovador, propício para o desenvolvimento de novos negócios.

A que fatores se pode atribuir o crescimento do Porto Digital?

O crescimento do Porto Digital se deu a partir do incentivo estruturado ao empreendedorismo inovador. Por isso, é fundamental o incentivo aos novos negócios inovadores, por meio de programas de incubação e aceleração. Em paralelo, o parque tecnológico também atua na atração dos empreendimentos já existentes, em vários níveis – pequenas, médias e grandes empresas. Esse arranjo possibilita um crescimento orgânico do ecossistema, que se fortalece a partir dessa base competitiva que proporcionamos.

Quais os desafios para os próximos anos?

Como seguir em ascensão?

O Porto Digital quer estabelecer uma maior conexão com o jovem empreendedor a partir de uma cultura colaborativa de compartilhamento e doação, além de uma conexão mais estreita com as universidades e grandes centros de inovação.

Criatividade em alta

Consolidado na área tecnológica, o Porto Digital cede cada vez mais espaço à economia criativa. Capitaneadas pela Portomídia, diversas ações vêm sendo desenvolvidas com o propósito de estruturar um polo do setor em Pernambuco, com base em quatro eixos: incubação, capacitação, experimentação e demonstração. Multimídia, games, cinema, design, música e fotografia estão entre as áreas estratégicas da incubadora, que graduou um grupo de empresas e têm outras residentes.

Duas dessas empresas já se transformaram em cases: a Mr. Plot, criadora do Mundo Bitá, virou sucesso entre crianças em idade pré-escolar – está no Discovery Kids e no Netflix – e a MUMA, e-commerce de móveis de design, que em um ano de existência ultrapassou R\$ 1,5 milhão em faturamento. Conquistas que motivam o avanço da inovação e da criatividade no estado.

A primeira expansão do parque tecnológico se dá rumo ao Agreste Pernambucano, na cidade de Caruaru. É lá que será inaugurado, em breve, o Armazém da Criatividade, complexo com 1,8 mil metros quadrados de área, destinado ao fomento do empreendedorismo e da inovação. A intenção é atuar de forma articulada com unidades de ensino, ciência e tecnologia da região, além dos polos produtivos já estabelecidos, como o de moda.

O Armazém é composto por laboratórios, salas de treinamento, incubadora, showroom e espaço de coworking, além de salas comerciais para instalação de novos empreendimentos. O empreendimento foi financiado pelo Governo do Estado de Pernambuco. Mas os planos do Porto Digital vão mais longe. Depois de Caruaru, será Petrolina, no Sertão, a próxima cidade a receber um posto avançado do parque. Ainda não há previsão de inauguração, mas a trajetória de 15 anos do Porto Digital não permite duvidar de sua capacidade de execução – e sucesso. 

É hora das harpias, das andorinhas e dos joões-de-barro

Há mais de 10 anos a Anprotec tem ressaltado a importância das chamadas empresas de alto crescimento ou de alto impacto. Tratam-se de empreendimentos especiais, conceituados pela OECD como empresas que mantêm pelo menos 10 empregados e apresentam crescimento médio do pessoal ocupado próximo a 20% – por um período de três anos consecutivos. Quando possuem menos de oito anos de existência, são denominadas internacionalmente de “empresas gazelas”. **Internamente, adotamos na Anprotec o nome-código “empresas harpia”, em homenagem a essa águia dominante no território brasileiro e que é uma das mais fortes, ágeis e poderosas aves do mundo – mesmo nascendo frágil, em um ninho protegido das ameaças externas.**

No Brasil, de acordo com um levantamento lançado por Endeavor e IBGE em 2013, essas empresas, apesar de representarem apenas 0,8% do total de companhias em atividade, eram responsáveis por mais de 50% dos empregos gerados nos últimos três anos. E os impactos desses negócios vão muito além. Nos países que não sucumbiram à recente crise global, como a Alemanha, elas vêm sendo identificadas como a “musculatura” da economia – sustentam os sistemas e, assim, evitam o colapso.

Em meio ao cenário desafiador vivenciado pelo Brasil, é inadiável a mobilização dos diversos atores que apoiam o empreendedorismo inovador para promover uma ação consistente, relevante e articulada na direção das empresas de alto crescimento. A Anprotec iniciou a discussão desse tema ainda em 2007, gerando como consequência o desenvolvimento e a implementação do programa Cerne, em parceria com o Sebrae, que preparou as incubadoras de empresas para enfrentarem de forma competente desafios como o que agora se configura.

Apesar dos diversos esforços visando a apoiar as empresas harpia, o fato é que a vida desses empreendimentos é muito mais perigosa que a do filhote da harpia em meio às ameaças da floresta. **As empresas querem crescer rápido, mas encontram obstáculos surreais: formulários diferentes para captar financiamentos, anos de espera para obter licenças e direitos**



José Eduardo Azevedo Fiates
Superintendente de Inovação da Fundação Certi e Diretor Executivo do Sapiens Parque, ex-presidente e conselheiro da Anprotec

em órgãos reguladores, barreiras para acessar mercados estratégicos ou contar com mentores experientes. Essas e outras dificuldades sufocam, atrasam, desanimam e matam o espírito e o potencial de empreender – e crescer – de muitas jovens harpias. Um crime para um país que precisa retomar o crescimento.

É hora de ir além, elegendo um determinado grupo de empresas para serem apoiadas, monitoradas e alçadas ao patamar de referências no cenário do empreendedorismo brasileiro: inovadoras, globais, vitoriosas.

As instituições, entidades e órgãos de governo que, como nós do movimento de incubadoras de empresas e parques tecnológicos, querem fazer a diferença e precisam definitivamente fazer escolhas, definir um modelo e agir rápido. É urgente a execução de um programa robusto e articulado, capaz de aliar instrumentos de apoio

e oferecê-los a um conjunto de empresas de alto potencial.

Bons instrumentos já existem em nosso país. Basta que passem a ser aplicados de forma sinérgica, compartilhando um objetivo comum. **Precisamos seguir o exemplo das andorinhas, que se movimentam em bando de forma coordenada, harmoniosa e objetiva.** Infelizmente, a realidade das jovens empresas é ouvir continuamente uma “música irritante”, que surge de uma orquestra em geral mal afinada, desalinhada e com ritmos e objetivos dissonantes.

As incubadoras e parques também fazem parte dessa orquestra e precisam assumir suas deficiências e potencializar suas qualidades. Tal como o joão-de-barro, que constrói um ninho seguro e inteligente para seus filhotes, precisamos apoiar melhor as empresas e articular as oportunidades que se apresentam nos diversos programas de apoio.

Em função da Conferência Anprotec, a Associação está lançando um documento que trata desse tema, já debatido e aperfeiçoado com a Diretoria e o Conselho Consultivo, bem como apresentado a diversos dos parceiros do movimento. **Estamos certos de que a superação da crise depende do cuidado dedicado a nossas empresas harpias.** E é papel do movimento e de seus parceiros liderar esse processo.

BNDES ***SOLUÇÕES*** ***TECNOLÓGICAS***

*Seja um fornecedor e inove também
na hora de fazer negócios.*

O BNDES está credenciando fornecedores de soluções tecnológicas para sua nova linha de financiamento. Empresas, universidades, instituições públicas ou privadas que possuam pelo menos uma solução tecnológica de qualquer área do conhecimento – TI, nanotecnologia, química, entre outras – podem se credenciar. Estas soluções poderão ser adquiridas, com o financiamento do BNDES, por clientes que queiram criar, modificar ou melhorar produtos e processos. Acesse já o portal www.bndes.gov.br/solucoestecnologicas e coloque sua marca nessa grande vitrine virtual da inovação.

**FAÇA AGORA SEU CREDENCIAMENTO:
WWW.BNDES.GOV.BR/SOLUCOESTECNOLOGICAS**



Em 2016, Fortaleza (CE) sediará a **26ª Conferência Anprotec de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação** entre os dias 17 e 21 de outubro.

O evento terá organização local da Rede de Incubadoras do Ceará em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado do Ceará.

Você não pode perder!

Realização

