



## Líderes Cariocas – Turma 03

### Projeto:



#### Grupo:

- Vitória Vellozo (SMSDC)
- Lília Gutman Paranhos Langhi (SME)
- Rose Mary Mota (SMF)
- Victor Zajdhaft (IplanRio)

- 18/dezembro/12 -



## ECONOMIA CRIATIVA: DNA CARIOCA

### I. Apresentação:

A economia criativa é um dos setores mais ativos e com maior potencial para gerar emprego e, conseqüentemente, renda, neste século. O Rio de Janeiro já é considerado um dos principais pólos de economia criativa do país pela diversidade e riqueza de suas tradições, atividades artísticas e culturais. Atualmente, uma sinergia positiva de fatores econômicos, políticos e sociais — incluindo a realização dos mega eventos Copa 2014 e Olimpíadas 2016 —, possibilitam maiores investimentos no setor de serviços, apontam para a oportunidade de consolidação de empreendimentos criativos com grande potencial de geração de emprego, produtos, serviços e riqueza local, nacional e internacionalmente.

O Plano Estratégico da PCRJ 2013-2016 inclui um conjunto de ações específicas para mapeamento do setor, para incentivos às iniciativas como seminários, exposições, festivais e afins que funcionem como uma plataforma de debate, divulgação e profissionalização do setor, visando a aumentar a participação das indústrias criativas no PIB e na massa salarial da cidade; atrair mais empresas e investimentos para a Cidade; e ampliar o consumo de entretenimento pela população carioca.

Já em 2010, o Rio passou a integrar a DC Network – Rede de Distritos de Criatividade, fundada em 2004, da qual hoje fazem parte 12 regiões de referência mundial no assunto. Sua orientação internacional faz da rede uma força única para inserir inovação e criatividade na agenda global. O Rio de Janeiro foi escolhido sede da edição de 2012 do Creativity World Forum. O evento realizado no Pier Mauá, entre 21 e 25 de novembro, foi composto pelo Fórum e pela Bienal Mundial de Criatividade.

Este projeto toma por referência uma região com baixo desenvolvimento, a Penha e arredores, e aposta no estímulo aos empreendimentos criativos, à educação para competências criativas; e no suporte público à dinâmica de funcionamento dos elos da cadeia da economia criativa, a partir de um conjunto integrado de ações.

### II. Objetivos:

- **Geral:** Contribuir para a utilização das *Arenas Culturais*, como centros catalisadores capazes de alavancar a economia criativa no seu entorno, atuando como ferramenta propulsora do desenvolvimento econômico e social.
- **Específico:** Apresentar projeto piloto cuja metodologia e ferramentas possam orientar a aplicação e replicação em equipamentos da PCRJ, tomando por referência a Arena Carioca Dicró, que abrange área da Penha e redondezas.

### III. Economia Criativa na cidade do Rio de Janeiro:

A cadeia de economia criativa, segundo estudo do IPP, respondeu por cerca de 11% dos empregos e 10% da massa salarial gerada no ano de 2009, destacando-se também a tendência à concentração espacial das atividades. A pesquisa evidenciou que apenas 11 bairros, de um total de 160 existentes no município, apresentavam mais de 1.000 empregos, e apenas 4 bairros – Centro, Botafogo, Jardim Botânico e Barra da Tijuca – respondiam por aproximadamente 58% do total dos empregos.<sup>1</sup>

O Plano Estratégico 2013-2016 deixa evidente a importância do desenvolvimento e ampliação desse setor para a Cidade. Nele estão previstos o apoio a seminários, exposições, festivais

<sup>1</sup> Anexo 1 – Mapas da Economia Criativa no município do Rio de Janeiro, IPP.



e afins que funcionem como uma plataforma de debate, divulgação e profissionalização do setor, a fim de provocar o aquecimento do setor da economia criativa de forma que sua contribuição ao PIB carioca seja cada vez maior, assim como o acesso ao consumo de entretenimento pela população carioca.

*Empreendedorismo, gestão e inovação* são vetores da economia criativa que encontram um vasto potencial no Rio. A presença de um conjunto de 57 equipamentos públicos municipais da Secretaria Municipal de Cultura - entre teatros, arenas, lonas, bibliotecas, museus, cinema, teatros de guignol, planetários e outros - distribuídos por todas as regiões do município, permite oferecer uma ampla programação cultural, incentivando experiências e aprendizados diversos. Nesse cenário, as *Arenas Cariocas*, do nosso ponto de vista, são espaços estratégicos, pois podem ser trabalhadas como centrais catalisadoras dos empreendimentos criativos, em áreas onde a economia criativa ainda não alcançou seu potencial e ou é incipiente.

#### IV. Economia criativa DNA Carioca:

A modelagem DNA Carioca<sup>2</sup> está balizada no trabalho de campo<sup>3</sup> e no levantamento bibliográfico, documental e análise de *benchmark*<sup>4</sup>. Para alavancar a economia criativa na Cidade, de forma inovadora, propomos quatro os eixos de atuação. O primeiro, denominado **Observatório Criativo**, é uma estrutura centralizada na PCRJ, com as seguintes funções: a) articular uma rede de parcerias orientadas para as oportunidades para crescimento ou criação de novos negócios na área; b) propiciar através de subsídios financeiros e estruturais, de capacitações, supervisões e afins, integração entre setores da Prefeitura, empreendedores, instituições de pesquisas, empresas, agências de fomento; e c) obter como resultado a melhoria contínua dos processos e o foco em empreendimentos criativos, com responsabilidade social e ambiental, sustentabilidade econômica e social, desenvolvimento humano, ética, gestão transparente e participativa.

O segundo eixo refere-se aos **Centros Catalisadores da Economia Criativa**. Definidos como ambientes de trabalho localizados dentro de equipamentos da PCRJ serão planejados para apoiar empreendimentos criativos com potencial econômico e social. O objetivo dos Centros é fornecer, aos empreendimentos inovadores, assessoria em gestão e serviços compartilhados, com auxílio de parceiros para estabelecer redes de contatos e outras formas de relacionamento, ajudando os novos empreendimentos a sobreviver e a crescer durante o seu primeiro ano de existência. É neste período quando se observa o maior número de fechamento e falências de novos negócios, logo, o segundo eixo de atuação torna-se, assim, um importante instrumento do desenvolvimento e crescimento econômico de uma região.

O núcleo da proposta é implantação de um *Centro Catalisador piloto na Arena Carioca Dicró*, utilizando-se a metodologia do *Centro de Referência para Novos Empreendimentos (CERNE)*, composta por um conjunto de processos-chave apresentados sob a forma de sistemas: 1) *Sistema de sensibilização e prospecção*; 2) *Sistema de seleção*; 3) *Sistema de planejamento*; 4) *Sistema de capacitação*; 5) *Sistema de assessoria*; 6) *Sistema de acompanhamento e avaliação*; e 7) *Sistema de apoio à graduação de projetos*; e *sistema de gerenciamento básico*.<sup>5</sup>

No espaço da Arena Dicró serão ofertados: 1) Serviços de apoio para a legalização do empreendimento (se o empreendimento ainda não estiver constituído); 2) Consultoria e orientação

<sup>2</sup> Anexo 2- Estrutura Analítica de Projeto (EAP) e Matriz de Risco

<sup>3</sup> Anexo 3- Registro das visitas de campo realizadas pela equipe DNA Carioca

<sup>4</sup> Anexo 4- Experiências de Barcelona, Reino Unido

<sup>5</sup> Anexo 5- Metodologia CERNE, aplicada ao projeto piloto DNA Carioca



para a execução dos planos de negócios, planejamento estratégico e plano de marketing; 3) Serviços de assessoria jurídica, assessoria de imprensa, programação visual, recrutamento e seleção de recursos humanos; 4) Participação nos programas de capacitação permanente em empreendedorismo, inovação e cultura oferecidos pelo DNA CARIOCA; 5) Participação em eventos com o objetivo de gerar oportunidades de negócios entre empreendedores criativos e possíveis clientes e parceiros; 6) Espaço físico e serviços de infraestrutura para uso compartilhado entre os empreendimentos: salas de reuniões e auditório, serviços de manutenção predial, de segurança patrimonial e suporte de rede.

O público alvo desse projeto são pequenos e médios empreendedores no ramo da economia criativa, iniciantes ou não, cujos serviços sejam desenvolvidos na área e redondezas. Através de seleção pública serão contemplados até 16 projetos nas áreas de gastronomia, turismo, mídia e cultura. Poderão participar da seleção projetos inovadores apresentados por pessoas físicas ou jurídicas domiciliadas ou sediadas nas regiões próximas à Arena Carioca Dicro da Penha. O processo de avaliação e seleção dos projetos será conduzido com base nos seguintes critérios: 1) Qualidade da defesa presencial; 2) Grau de inovação do empreendimento; 3) Qualificação dos proponentes e da equipe; 4) Viabilidade técnica do empreendimento; 5) Viabilidade econômica e potencial de crescimento do empreendimento com base na análise de mercado e do grau de competitividade; 6) Clareza do Plano de negócios; 7) Importância do empreendimento na formação de redes com os demais empreendimentos que tenham apoio municipal.<sup>6</sup>

O **Selo DNA Carioca** será conferido aos projetos aprovados pelo Edital de seleção e também às iniciativas locais reconhecidas, durante o processo de formação da rede criativa local, por conjugar potencial criativo, econômico e social.<sup>7</sup>

Por fim, o **Portal DNA Carioca** tem por objetivo promover a alavancagem econômica das diversas regiões da cidade, através do estímulo ao consumo de seus produtos/serviços que tenham relação com a alma do carioca.<sup>8</sup>

#### V. Sequenciando o DNA Carioca da Penha...

A Penha é XI Região Administrativa da Cidade, inclui os bairros da Penha, Penha Circular e Brás de Pina, cobrindo uma área de 13,96 km<sup>2</sup>, na qual residem 183 194 habitantes, segundo o Censo 2000. Sua densidade demográfica é de habitantes 13.123 por km<sup>2</sup> e 56.046 domicílios. Segundo dados do IBGE o IDH da região é de 0,805. Mas, no entorno estão os complexos do Alemão (0,709) e Maré (0,719) que estão entre os piores da Cidade<sup>9</sup>.

Os principais elementos estruturadores da Área são: a proximidade com a Região Metropolitana e com a principal porta de entrada da Cidade o Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim; a presença de complexos militares, industriais e comerciais e de centros de abastecimento; Estações Metroviárias; Estações Ferroviárias; Universidades pública e particulares; Grandes complexos de Áreas de Fragilidade Urbana – Alemão, Maré; Grandes conjuntos habitacionais – antigos IAPs; Complexos industriais desativados; e Linhas férreas – paradoxalmente, compartimentadoras e integradoras.

<sup>6</sup> Anexo 6- Minuta do Edital para seleção de projetos DNA Carioca

<sup>7</sup> Anexo 7- Minuta do Decreto Selo DNA Carioca

<sup>8</sup> Anexo 8- Minuta do Portal DNA Carioca

<sup>9</sup> Anexo 9- Mapas da Penha e redondezas



No que concerne ao potencial da indústria criativa é baixo o desenvolvimento desse setor.<sup>10</sup> Todavia, destacam-se os seguintes aspectos: 1) O acesso por malha viária de alcance metropolitano; 2) O estilo de vida que ainda preserva a escala humana – casas simples e relações pessoais com a comunidade; 3) A existência de inúmeros bares e botecos, com tradição e produção de iguarias reveladas com frequência pela mídia; 4) A presença de organizações sociais e projetos de mobilização social orientados para valorização da cultura local e da cidadania; 5) Potencial turístico que inclui desde a Igreja da Penha até o Teleférico do Alemão, passando pelo original Museu da Maré; 5) Potencial cultural evidenciado na diversificada programação cultural.

A Arena Carioca Dicro é um dos mais novos espaços públicos da Penha, tem sistema de climatização, isolamento acústico, palco profissional, rampas de acesso para deficientes físicos e ainda um telão na parte externa da construção que permite a exibição de vídeos, como um cinema ao ar livre. São dois pavimentos com capacidade para abrigar uma platéia de 330 pessoas sentadas ou cerca de 800 pessoas em pé, dependendo da disposição das cadeiras, que são retráteis. O terraço tem vista panorâmica, bar, sanitários, além de uma área verde. A Arena tem sistema de reutilização da água da chuva para limpeza geral e jardinagem.

O que se pretende a partir do incremento da economia criativa no raio de influência da Arena Dicro é transformar a criatividade em valor social e monetário, criando na região um pólo de desenvolvimento social pela economia criativa, com atenção às vocações do território, o potencial de inovação e as iniciativas em curso e que poderão ser beneficiadas pelas ações de incentivo da PCRJ e parceiros identificados.<sup>11</sup>

#### VI. DNA Carioca em números: “um exercício de fé”

SÍNTESE DO PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO - 2013/2014 <sup>12</sup>	Valores (R\$)
Centro Catalisador – Arena Dicro	544.707
Processos de seleção de empreendimentos e capacitações	296.640
Incentivos aos empreendimentos selecionados	460.000
Observatório <i>Criativo</i>	1.388.907
<b>TOTA GERAL</b>	<b>2.690.254</b>

RESULTADOS ESPERADOS - 2013/2014	Quantitativo
Observatório Criativo estruturado	1 observatório
Centro Catalisador da Economia Criativa Arena Dicro implantado	1 centro catalisador
Capacitações ofertadas e vagas preenchidas	100 inscritos
Projetos Selecionados e recebendo subsídios municipais	16 projetos aprovados
Estabelecimentos na Penha e redondezas com <i>Selo DNA Carioca</i>	20 estabelecimentos
Empregos diretos gerados	152 empregos
Volume de recursos gerados (cenário otimista)	R\$2.086.900
Aumento do número de eventos culturais na Arena Dicro (ano base 2012)	5%
Aumento do número espectadores nos na Arena Dicro (ano base 2012)	10%

<sup>10</sup> Anexo 10- Diagrama *espinha de peixe* e Análise 5W2H

<sup>11</sup> Anexo 11- Potenciais parceiros identificados.

<sup>12</sup> Anexo 12- Detalhamento do Planejamento.

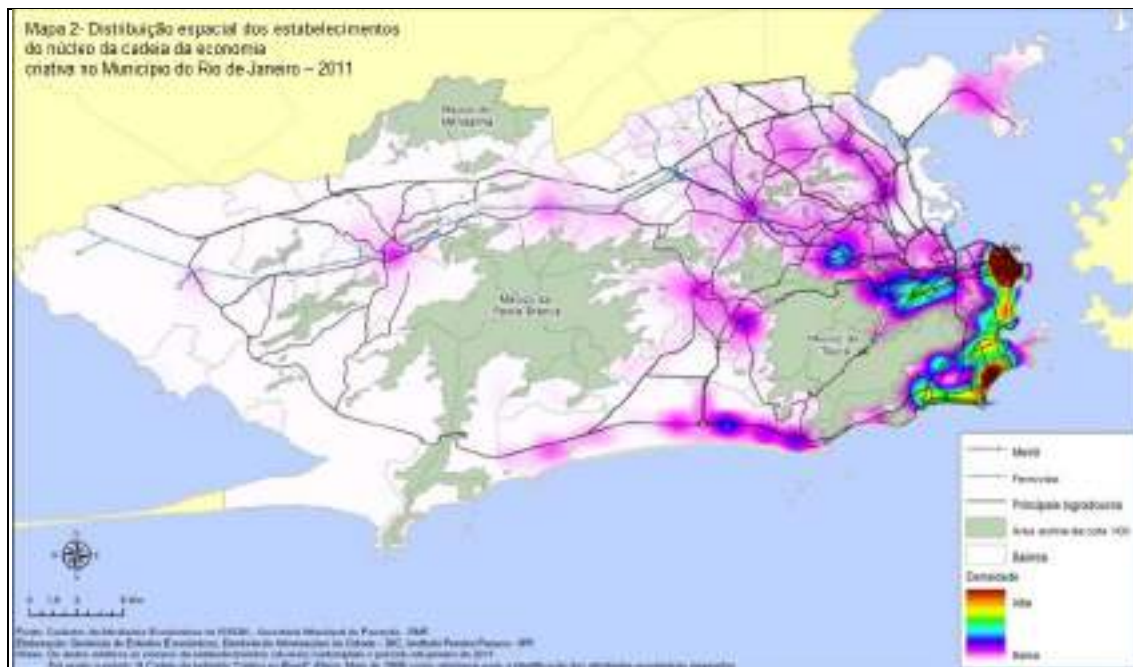
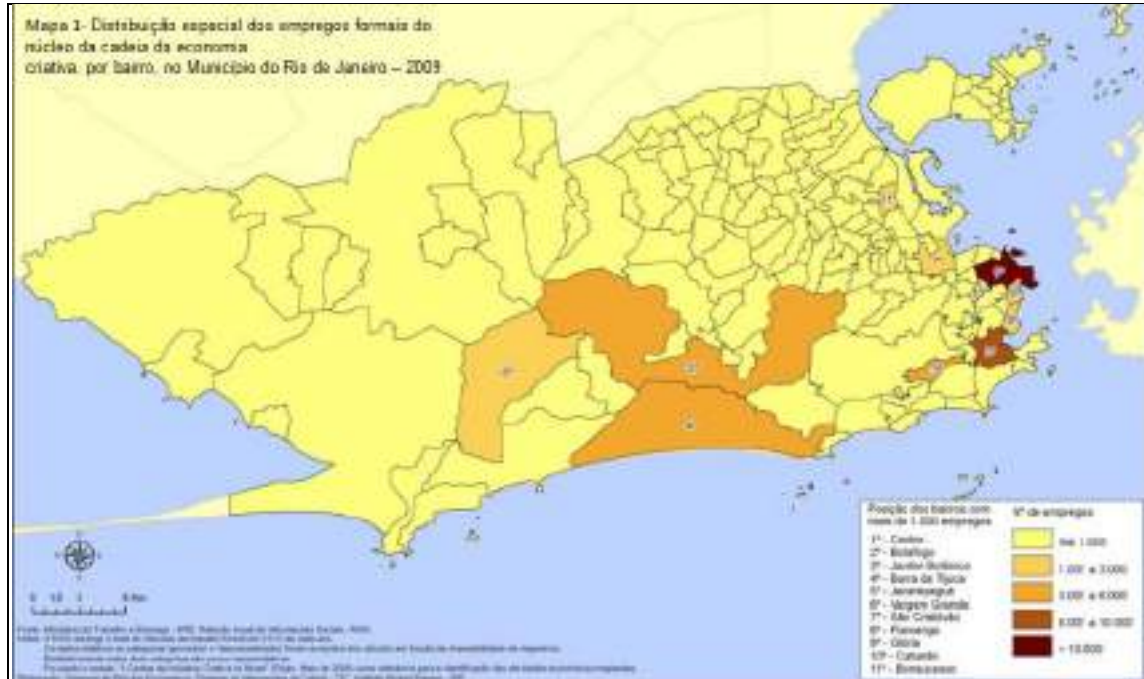


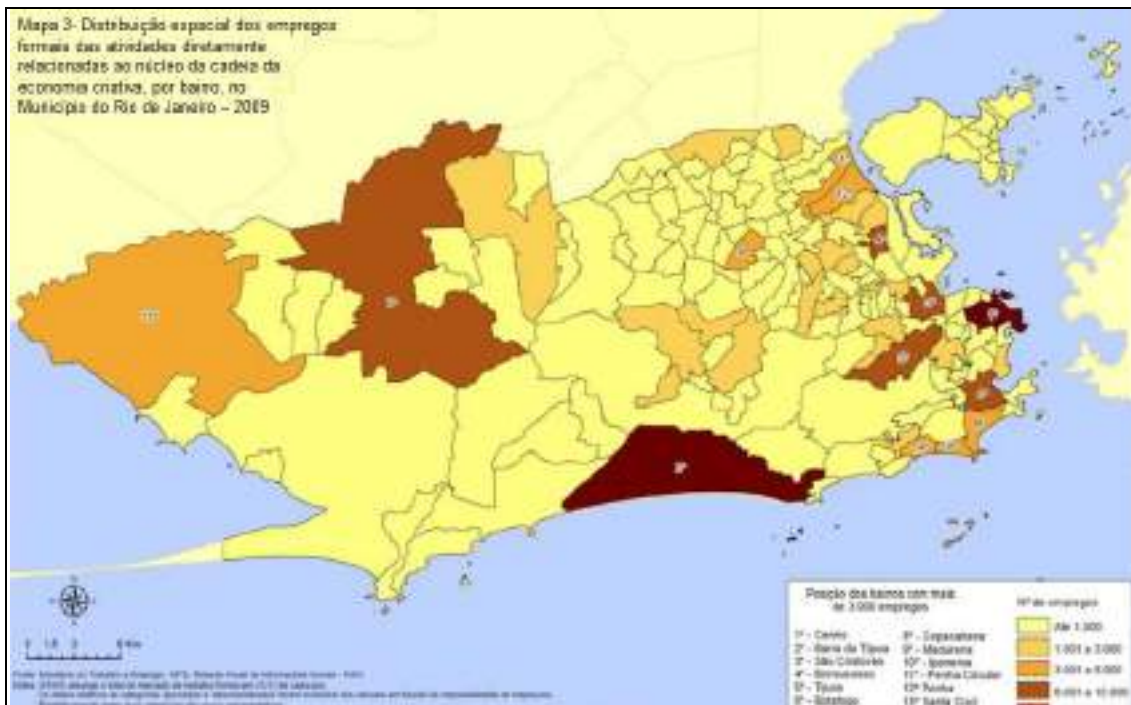


## Anexos

<b>Anexo1</b>	Mapas da Economia Criativa no município do Rio de Janeiro (Disciplina COPPEAD- Análise de dados; Operações de Serviços & Logísticas; e Planejamento Estratégico)	<b>7</b>
<b>Anexo2</b>	Estrutura Analítica do Projeto e Matriz de Risco (Disciplina COPPEAD- Gestão de Projetos)	<b>9</b>
<b>Anexo3</b>	Registros das visitas de campo realizadas pela equipe DNA Carioca (Disciplina COPPEAD- Desenvolvimento do Projeto Final; e Negociação)	<b>11</b>
<b>Anexo4</b>	Experiências de Barcelona e Reino Unido (Disciplina COPPEAD- Planejamento Estratégico e Qualidade)	<b>14</b>
<b>Anexo5</b>	Plano de trabalho <i>DNA Carioca</i> com base na metodologia CERNE (Disciplina COPPEAD- Gestão de Projetos; e Governança corporativa)	<b>17</b>
<b>Anexo6</b>	Minuta do Edital para seleção de projetos <i>DNA Carioca</i> (Disciplina COPPEAD- Análise de investimentos; e Planejamento Estratégico)	<b>20</b>
<b>Anexo7</b>	Minuta Decreto de criação do <i>Selo DNA Carioca</i> (Disciplina COPPEAD- Planejamento Estratégico)	<b>35</b>
<b>Anexo8</b>	Minuta do Portal <i>DNA Carioca</i> (Disciplina COPPEAD- Planejamento Estratégico; e Governança corporativa)	<b>38</b>
<b>Anexo9</b>	Mapas da Penha e redondezas (Disciplina COPPEAD- Análise de dados; e Planejamento Estratégico)	<b>40</b>
<b>Anexo10</b>	Diagrama espinha de peixe e <i>Análise 5W2H</i> (Disciplina COPPEAD- Qualidade; Curso de Métodos: INDG)	<b>43</b>
<b>Anexo11</b>	Potenciais parceiros identificados e Matriz de Stakeholders (Disciplina COPPEAD- Gestão de Projetos; e Negociação)	<b>44</b>
<b>Anexo12</b>	Detalhamento do Planejamento Orçamentário (Disciplina COPPEAD- Análise de Investimentos; Custos em Administração; Contabilidade; e Orçamento)	<b>48</b>
<b>Anexo13</b>	Referências bibliográficas	<b>53</b>
<b>Anexo14</b>	Equipe <i>DNA Carioca</i> (Disciplina COPPEAD- Capacitação em liderança)	<b>55</b>
<b>Anexo15</b>	Cópia CD <i>DNA Carioca</i>	<b>56</b>

Anexo 1- Mapas da Economia Criativa no município do Rio de Janeiro

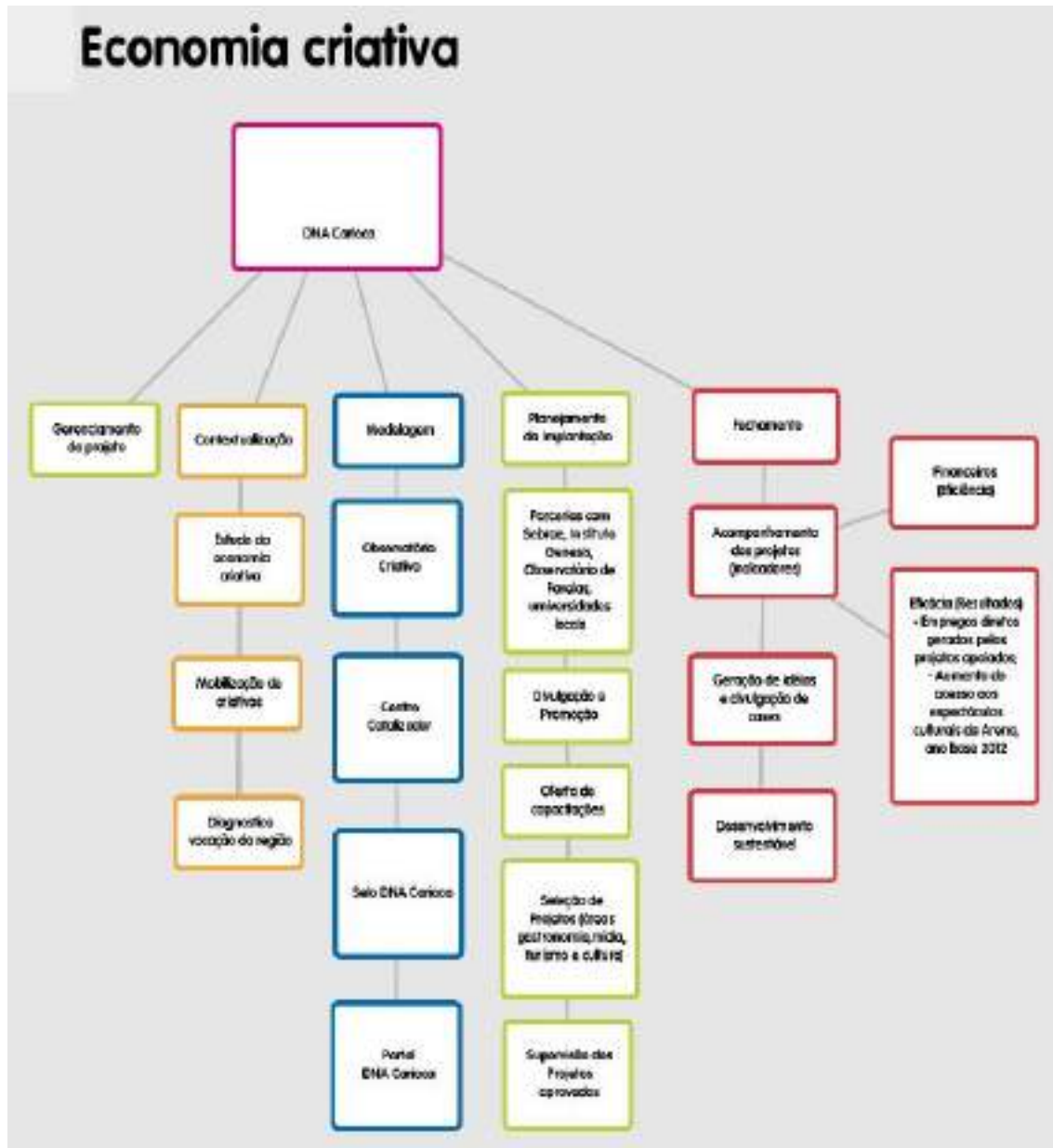






Anexo 2- Estrutura Analítica do Projeto e Matriz de Risco

A 2.1- EAP



## A 2.2- Matriz de Risco

MATRIZ DE RISCOS				
RISCO	DEFINIÇÃO	IMPACTO	PROBABILIDADE	MITIGAÇÃO
R 1 Baixa adesão da comunidade ao Projeto	O Projeto pode não despertar o interesse dos moradores da região, devido a ofertas de outros projetos mais atrativos	MUITO ALTO	MUITO BAIXA	Conhecer os demais Projetos em curso na região e ressaltar o diferencial favorável do nosso Projeto.
R 2 Incompatibilidade com objetivos da Arena	A Organização da Arena não abraçar o projeto ou entendê-lo incompatível com suas atividades	ALTO	BAIXA	Mostrar o potencial do Projeto, associando ao bom uso e movimentação da Arena.
R 3 Número excessivo de parcerias	O Projeto interessar a vários parceiros instalados na região de abrangência do Projeto	BAIXO	ALTA	Limitar a participação e parceiros que tenham efetivamente relação com os ramos da economia que serão alavancados na região.
R 4 Excesso de oferta de projetos na área da Arena Dicró	Na captação de Projetos pode ocorrer uma procura acima da nossa capacidade de atendimento	MÉDIO	ALTA	Ministrar palestras elucidativas para a comunidade, deixando transparente os critérios que serão utilizados na seleção dos Projetos
R 5 Encerramento do projeto sem que a inovação assuma as características de um processo e por isso não se expanda	O Projeto pode não atingir uma maturidade que permita a sua replicação e expansão em outras áreas da cidade	BAIXO	BAIXA	Acompanhar de perto o andamento do Projeto, incentivando os participantes e novos interessados, corrigindo qualquer falha identificada.
<b>Nota:</b>				
Impacto - Muito Alto, Alto, Médio, Baixo ou Muito Baixo;				
Probabilidade - Muito Alta, Alta, Média, Baixa ou Muito Baixa;				
Mitigação - Medidas, Procedimentos ou Mecanismos para minimizar os riscos.				

MAPA DE RISCOS						
GERENCIAMENTO DE RISCOS / MAPA DE RISCOS PROJETO ECONOMIA CRIATIVA - DNA CARIOCA						
PROBABILIDADE	MUITO ALTA					
	ALTA		R3			
	MÉDIA			R4		
	BAIXA		R5		R2	
	MUITO BAIXA					R1
		MUITO BAIXO	BAIXO	MÉDIO	ALTO	MUITO ALTO
IMPACTO						



## **Anexo 3- Registros das visitas de campo realizadas pela equipe DNA Carioca**

### **A 3.1- RELATÓRIO DE VISITA 1**

**INSTITUIÇÃO:** RIONEGÓCIOS

**Endereço:** Rua da Candelária, 9/10º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**DATA:** 08/10/2012

**PARTICIPANTES:** Andrea Bedeschi (Responsável pela área de Relações Institucionais), Pedro Alcântara (SMC), Lília Gutman P. Langhi (Grupo DNA Carioca), Rose Mary Mota (Grupo DNA Carioca), Vitoria Velloso (Grupo DNA Carioca) e Victor Zajdhaft (Grupo DNA Carioca).

#### **Resumo:**

A reunião foi conduzida por Andrea Bedeschi que fez uma apresentação sobre a RIONEGÓCIOS e sua área de atuação. Mostrou ao grupo DNA Carioca o documento "Rio: Investimentos e Oportunidades", que apresenta a cidade do Rio de Janeiro como a porta de entrada do Brasil, sua infraestrutura, o desenvolvimento do setor hoteleiro, as instituições de ensino de ponta, os investimentos para o RIO OLÍMPICO e os setores estratégicos: Energia, Startups, Mídia, Hospitalidade, Saúde, TIC, Finanças, Indústria e Infraestrutura.

Outros dados foram mostrados durante a apresentação, como o de que a cidade concentra, atualmente, 38% dos vistos de trabalho concedidos no país, e pode ser considerado o município brasileiro com o maior portfólio de investimentos, chegando a bilhões de dólares até 2014.

A RIO NEGÓCIOS mostrou um levantamento de serviços e práticas empresariais de outras cidades reconhecidas como líderes, resultado de pesquisa para realizarem comparações de processos e práticas e atingir um nível de vantagem competitiva.

A partir de perguntas feitas pelo grupo DNA Carioca, Andrea ressaltou que, para alguns projetos relacionados a empreendedorismo, há o projeto Empresa Bacana do Instituto Pereira Passos, um programa que dá oportunidade aos pequenos empreendedores que queiram formalizar seus negócios.

Recebemos o arquivo digital com a apresentação feita.

### **A 3.2- RELATÓRIO DE VISITA 2**

**INSTITUIÇÃO:** PUC/RIO - INSTITUTO GÊNESIS

**Endereço:** Rua Marquês de São Vicente 225 - Gávea, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

**DATA:** 05/10/2012

**PARTICIPANTES:** Prof.a Shirley V. Coutinho, (Coord. Executiva da Agência PUC-Rio de Inovação), Julia Zardo (Gerente do Programa de Cultura Empreendedora do Instituto), Pedro Alcântara (SMC), Lília Gutman Paranhos Langhi (Grupo DNA Carioca), Rose Mary Mota (Grupo DNA Carioca), Vitoria Velloso (Grupo DNA Carioca) e Victor Zajdhaft (Grupo DNA Carioca).



#### **Resumo:**

A visita ao Instituto Gênesis, unidade complementar da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, teve como objetivo conhecer o ambiente de incentivo ao empreendedorismo e entender como a Universidade se posiciona nesse contexto.

A proposta da PUC para esse segmento é a de transferir conhecimento da Universidade para a Sociedade, por meio da formação de empreendedores e da geração de empreendimentos. Deste modo, pretende contribuir para a melhoria da qualidade de vida da região onde o empreendimento está inserido.

Entre os primeiros passos nesse mercado, estabeleceram parcerias com diferentes instituições: SEBRAE e SEBRAE RJ, FAPERJ, CNPq, PCRJ, Eletrobrás, Governo do Estado do Rio de Janeiro, FINEP.

A PUC promove workshops com o objetivo fornecer informação, conhecimento e preparo a empreendedores que tenham como forte motivação estabelecer negócios sustentáveis com inovação e criatividade, abrigando incubadoras das áreas Tecnológica, Social, Cultural e de Design. Também disponibiliza uma banca de especialistas e interessados para avaliarem novos empreendimentos, testarem seus modelos, darem sugestões de melhoria, etc.

O grupo DNA Carioca apresentou as linhas gerais da sua proposta para a Economia Criativa, provocando interesse e entusiasmo na equipe do Instituto Gênesis, que se colocou a dispor do grupo para futura parceria.

### **A 3.3- RELATÓRIO DE VISITA 3**

**INSTITUIÇÃO:** ARENA DICRÓ

**Endereço:** Parque Ary Barroso, Penha, Rio de Janeiro, RJ.

**DATA:** 17/11/2012

**PARTICIPANTES:** Isabela Souto (Coord.Arena Dicro), Alessandra Pinheiro (Assistente Arena Dicro), Luiz Henrique Santos (Estagiário), Lília Gutman Paranhos Langhi (Grupo DNA Carioca), Rose Mary Mota (Grupo DNA Carioca).

#### **Resumo:**

O objetivo da visita foi conhecer o funcionamento da Arena, as atividades realizadas no espaço e também o que representa a Arena Dicro para a Penha e bairros adjacentes.

A coordenadora reforçou a linha norteadora: "realizar eventos gratuitos ou a ingressos populares, potencializando ou identificando novos grupos, em diferentes formas de expressão artística e cultural". Quanto aos frequentadores, os idosos aproveitam a agenda cultural da Agenda. Já os jovens buscam atividades regulares, como dança e percussão tendo, inclusive, formado um grupo de Charme que está se preparando para divulgar, via internet, seu trabalho. Para atrair novos visitantes, os administradores da Arena Dicro querem disponibilizar serviços de utilidade pública no local.



O orçamento é pequeno, o que representa uma barreira para a produção. Geralmente, elegem atividades que mais se enquadrem à proposta geral da Arena, recebendo, também, produções como contrapartida de apoio da Secretaria Municipal de Cultura.

Quanto a parcerias, a Universidade Federal Fluminense iniciou em novembro o projeto TURISMO CULTURAL, focado no Santuário da Penha, que conta com estagiários. Na área da MODA, fizeram exposição com estilistas da "Retalhos Cariocas", da região da Barreira do Vasco. Realizaram uma proposta de DESIGN inovador e sustentável com grupo de jovens que criam móveis com *pallets*, e contam ainda com o grupo "Grafitti", "Teatro na Laje" e o "Teatro Favela Força".





## Anexo 4- Experiências de Barcelona e Reino Unido

O conceito de indústria criativa deve sempre ser analisado do ponto de vista de cada país e região. O levantamento das experiências de Barcelona e Londres são referências internacionais e nos inspiraram para construir o presente projeto.

### A 4.1- Barcelona Activa

Se você quer transformar a sua ideia de negócio em uma empresa viável, você deve estar disposto a fazer um grande esforço, e estar ciente de que, num processo difícil, é mais provável obter sucesso se tiver o apoio de especialistas consultores. Barcelona Activa irá apoiá-lo para iniciar um novo negócio em Barcelona, com um portfólio de serviços:

- **no início e gestão de um negócio**, com seminários diários, estações monográficas e uma ampla oferta de cursos de formação;
- **para construir seu plano de negócios**, com ferramentas multimídia que permitam trabalhar por conta própria;
- para conhecer e realizar os procedimentos legais, com informações atualizadas e ferramentas;
- **para obter conselhos de especialistas**, para a preparação de seu plano de negócios e avaliação de sua viabilidade;
- **para participar de um programa sob medida**, ajustados para o seu perfil ou o setor em que será desenvolvida a sua atividade.

#### **Centro de empreendedorismo para iniciar um negócio em Barcelona:**

Uma vez concluído seu plano de negócios, nossos consultores vão avaliar a viabilidade de seu projeto, apontando todos os pontos fortes e fracos de modo que você pode começar seu negócio com garantias. Sem compromisso anterior, você pode trabalhar em sua ideia de negócio através de vários recursos: aplicativos on-line, conteúdos digitais, publicações, contatos, e nossa equipe de consultores vai resolver todas as suas dúvidas e recomendar-lhe sobre as opções de financiamento mais adequadas para o seu projeto.

#### **Empresa *start-up* atividades**

Nossa empresa *start-up* atividades lhe oferece uma ampla gama de atividades que tentam responder a todas as perguntas que surgem quando se trata de iniciar-se em Barcelona. Registre-se e comece a trabalhar em aspectos que vão desde a viabilidade de sua ideia de negócio para executar a atividade de preparação, do plano de negócios, a busca de financiamento ou o plano de marketing.

#### **Programas feitos sob medida**

Ações de apoio para começar um novo negócio em Barcelona, direcionados para grupos específicos de empresários ou atividades do setor, utilizando uma estrutura padrão:

- As empresas *start-up* e gestão da formação;
- Habilidades empreendedoras;
- Aconselhamento.



## A 4.2- Indústria Criativa no Reino Unido

No Reino Unido estão as principais referências de desenvolvimento da indústria criativa. Abaixo, lista dos sites pesquisados:

### Governos

- British Council – <http://creativeeconomy.britishcouncil.org/>
- Ambition – <http://www.getambition.com>
- DCMS – <http://www.culture.gov.uk>
- Creative Scotland – <http://www.creativescotland.com>
- Arts Council England – <http://www.artscouncil.org.uk>
- London Cultural Strategic Group – <http://www.london.gov.uk/lcsg>

### Pesquisadores

- John Howkins – <http://www.creativeeconomy.com>
- David Parrish – <http://www.davidparrish.com>
- Angela McRobbie – <http://www.angelamcrobbe.com>
- Tom Fleming – <http://www.tfconsultancy.co.uk>

### Pesquisa e fomento

- NESTA – <http://www.nesta.org.uk>
- DEMOS – <http://www.demos.co.uk>
- BOP Consulting – <http://www.bop.co.uk>
- The Work Foundation – <http://www.theworkfoundation.com>
- Arts and Business – <http://artsandbusiness.org.uk>
- London Cultural Resource – <http://www.londonculturalresource.com>
- Associates – <http://www.creativeeconomy.co.uk>

### Fomento e suporte

- The Creative Society – <http://www.thecreativesociety.co.uk>
- Cultural Enterprise Office: <http://www.culturalenterpriseoffice.co.uk>
- Creative Living – <http://www.careers-creative-living.co.uk>
- Creative Choices – <http://www.creative-choices.co.uk>
- Creative and Cultural Skills – <http://www.ccskills.org.uk>
- Crafts Council – <http://www.craftscouncil.org.uk>
- Creative England – <http://www.creativeengland.co.uk>

### Ferramentas

- The Toolkit – <http://www.thetoolkit.net>
- IDEO – <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit>

### Formação

- ICCE Goldsmiths - <http://www.gold.ac.uk/icce>
- Business Bootcamp – <http://www.thebusinessbootcamp.org>
- Cultural Leadership Programme – <http://www.culturalleadership.org.uk>



- ECCA London – <http://www.ecca-london.org>
- Kingston University – <http://ourcreativeeconomy.com>
- Kings College – <http://www.kcl.ac.uk/artshums/depts/cmci/index.aspx>
- Warwick University – [http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre\\_s/cp/](http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/)
- Centre for Cultural Policies University of Kent –  
<http://blogs.kent.ac.uk/creativeindustries/about/>
- Cities Institute London Met –  
<http://www.londonmet.ac.uk/depts/fass/research/citiesinstitute/>
- 44. Media Industries Research Centre University of Leeds –  
<http://ics.leeds.ac.uk/sub1.cfm?pbcrumb=mirc>
- City University – <http://www.city.ac.uk/arts/creative-practice-and-enterprise>
- **Hubs, clusters e espaços criativos**
- Media City – <http://www.mediacityuk.co.uk>

#### **Redes**

- IdeasTap – <http://www.ideastap.com>
- Creative Boom Mag - <http://www.creativeboom.co.uk>
- The Hubble – <http://www.thehubble.net>
- RSVP London - <http://rsvplondon.co.uk>
- Mission, Models, Money – <http://www.missionmodelsmoney.org.uk>

#### **Propriedade intelectual**

- Own It – <http://www.own-it.org>
- Independent Review of IP and Growth – <http://www.ipo.gov.uk/ipreview.htm>

#### **Contabilidade**

- My Cake – <https://www.mycake.org>

#### **Empregos**

- Arts HUB UK – <http://www.artshub.co.uk>
- Arts Jobs – <http://www.artsjobs.org.uk>
- Arts Jobs Finders – <http://www.artsjobfinder.co.uk>

#### **Negócios sociais**

- Tessa Britton – <http://www.tessabritton.com>

#### **Campanhas**

- Creative Coalition Campaign – <http://www.creativecoalitioncampaign.org.uk>



### Anexo 5- Metodologia CERNE, aplicada ao projeto piloto DNA Carioca

PROCESSOS-CHAVE	DESCRIÇÃO	RESULTADOS	AÇÕES NUCLEADORAS
SISTEMA DE SENSIBILIZAÇÃO E PROSPECÇÃO	Processo sistematizado e contínuo para a sensibilização da comunidade quanto ao empreendedorismo, para a prospecção de novos empreendimentos e para desenvolvimentos dos mecanismos de sensibilização existentes.	200 participantes mobilizados em eventos/atividades de sensibilização promovidas.  Diagnóstico de vocação criativa da área geográfica.	Criação de Agenda Criativa para encontros-relâmpago.  Ação Conjunta com IPP (Instituto Pereira Passos).
SISTEMA DE SELEÇÃO	Sistema formalizado para selecionar empreendimentos com metodologia bem definida, critérios de seleção e profissionais capacitados para avaliar os empreendimentos a partir dos eixos: empreendedores, produto, mercado, capital e gestão.	16 planos de negócios aprovados.	Realização de um Censo Criativo. Estabelecimento de convênio com SEBRAE para capacitação. Montagem de Banca para aprovação de projetos.
SISTEMA DE PLANEJAMENTO E ASSESSORIA DOS SERVIÇOS	Processos sistemáticos e formais que possibilitem o planejamento do desenvolvimento do negócio com relação aos seguintes eixos: empreendedores, produto, mercado, capital e gestão.	284 horas de consultoria prestada para subsidiar a confecção de planos que possibilitem o planejamento do desenvolvimento do negócio com base em planos de vida (planejamento pessoal, visando o estabelecimento de estratégias, metas e ações para o desenvolvimento do empreendedor). <b>Plano tecnológico</b> (desenvolvimento das tecnologias, produtos e serviços críticos do empreendimento, nos segmentos de economia criativa). <b>Plano de capital</b> (identificação das metas, demandas de capital e estratégias de alavancagem durante evolução do empreendimento, considerando a necessidade de capital de giro para suportar atividades e identificando necessidades de aporte de capital). <b>Plano de mercado</b> (Plano de Marketing do empreendimento - 4Ps).	Formalização de parcerias com SEBRAE, IPP, Instituto Gênesis/PUC, IplanRio e Casa Civil e outros parceiros para atuação em toda cadeia de valor do empreendimento na economia criativa, desde estímulo à inovação até a aplicação de ferramentas de arranjos produtivos em diferentes níveis.



PROCESSOS-CHAVE	DESCRIÇÃO	RESULTADOS	AÇÕES NUCLEADORAS
		<p><b>Plano de gestão</b> – (Plano detalhado com metas, métodos e procedimentos claros e objetivos sobre a instalação e o crescimento da empresa- finanças, RH dentre outros).</p> <p><b>Resultado:</b> documento formal com estratégias e ações de curto, médio e longo prazo, e respectivas metas, prazos e marcos.</p>	
SISTEMA DE QUALIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS	Implantação de amplo Sistema de Qualificação formalizado, que aborde os principais aspectos relacionados ao negócio - ao empreendedor, aos produtos e serviços, ao capital, ao mercado e à gestão.	<p>150 alunos/empreendedores matriculados em cursos de capacitação orientados para a <b>Qualificação pessoal</b> (cursos para desenvolver os aspectos comportamentais e o perfil empreendedor); <b>Qualificação tecnológica</b> (conjunto de cursos que tratem da geração de inovações (criatividade, inovação no processo, inovação no produto, etc.), do projeto de produto e das tecnologias associadas às áreas de atuação da economia criativa; <b>Qualificação financeira</b> (sistemática de desenvolvimento empresarial, com aspectos de gestão de recursos, relacionamento com investidores, análise de riscos, etc.); <b>Qualificação de mercado</b> (cursos com foco em práticas e ferramentas para gerenciar o setor comercial, incluindo tópicos sobre organizar e motivar equipe de vendas, estratégias de marketing, estratégias de vendas); <b>Qualificação de gestão</b> (desenvolvimento das competências gerenciais para a administração de processos e funções críticas do empreendimento).</p> <p><b>Resultado:</b> agenda formal de qualificação dos empreendedores, considerando aspectos comportamentais e habilidades empreendedoras fundamentais à economia criativa.</p>	Formalização de Parceria com Observatório de Favelas Afroreggae e Universidades locais para capacitação, respeitando-se as vocações locais (Administração, Marketing, Informática, Moda).
SISTEMA DE ACOMPANHAMENTO, ORIENTAÇÃO E AVALIAÇÃO	Exige a manutenção de um processo sistemático e documentado de avaliação, monitoramento e orientação do desempenho dos empreendimentos, envolvendo os cinco principais eixos de	16 empresas beneficiadas pelo projeto divulgando seus resultados referentes ao monitoramento e avaliação que permita acompanhar o desenvolvimento do empreendedor, em seus aspectos econômicos e sociais (desenvolvimento cidadão); o desenvolvimento do produto, serviço e tecnologia dos empreendimentos, a evolução do processo de captação e utilização de recursos de terceiros pelos empreendimentos; a evolução do desenvolvimento comercial dos	Criação (na Secretaria de Cultura) do Observatório de Acompanhamento da Rede Criativa, de sistema de geração de ideias e para divulgação de “cases”.





PROCESSOS-CHAVE	DESCRIÇÃO	RESULTADOS	AÇÕES NUCLEADORAS
	desenvolvimento do negócio: empreendedores, produto, recursos, mercado e gestão.	empreendimentos; e a evolução da gestão dos empreendimentos.	
SISTEMA DE AVALIAÇÃO E CERTIFICAÇÃO	Implantação de um sistema que permita garantir a qualidade dos empreendimentos apoiados com relação a cinco dimensões: empreendedor, produto, mercado, capital e gestão.	Atribuição do Selo "DNA Carioca" a pelo menos 16 empresas selecionadas e para demais empresas que se enquadre nas determinações do Decreto nº XXX de / / 2013.	
SISTEMA DE APOIO AMPLIADO AOS EMPREENDIMENTOS	Criação de rede de conhecimento que permita aos empreendimentos um desenvolvimento mais acelerado e consistente de seus negócios, além dos serviços básicos de qualificação, assessoria e consultoria.	Trabalho em rede; Maior sustentabilidade no Mercado.	Formação da Rede "DNA Carioca".
SISTEMA DE PARTICIPAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL	Participação ativa da rede de atores da região com vistas a melhorar o desenvolvimento econômico, social, tecnológico e ambiental.	Reforço ao papel da PCRJ no setor da economia criativa, na definição das políticas públicas e assim como na atuação conjunta com instituições com objetivos comuns.	



## **Anexo 6- Minuta Edital para Seleção de Projetos DNA Carioca**

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO  
SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA  
DNA CARIOCA – ECONOMIA CRIATIVA

### **Chamada pública para seleção de planos de negócios de empreendimentos no âmbito da economia criativa do Município do Rio de Janeiro Chamada Pública nº / 2013.**

O **MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO**, por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA DO RIO DE JANEIRO (SMC)**, torna pública para conhecimento dos interessados a presente chamada para seleção de **Planos de Negócios de Empreendimentos da Economia Criativa**, aos quais será concedido apoio, nas condições e exigências estabelecidas no presente instrumento, visando o desenvolvimento de empreendimentos inovadores e sustentáveis no município do Rio de Janeiro, fortalecendo assim a cultura empreendedora na área da cultura.

#### **DO OBJETO**

O presente instrumento foi instituído visando o apoio aos empreendimentos de Economia Criativa em um período de até 12 (doze) meses, de (mês ano) a (mês ano), período em que irão usufruir do acesso a consultores e especialistas parceiros do DNA CARIOCA – Economia Criativa do Município do Rio de Janeiro, na Arena Dicró, na Penha que funcionará como um Centro Catalisador.

Os serviços a serem oferecidos para os empreendimentos selecionados por esta chamada pública abrangem:

- I. Serviços de apoio para a legalização do empreendimento (se o empreendimento ainda não estiver constituído);
- II. Consultoria e orientação para a execução dos planos de negócios, planejamento estratégico e plano de marketing;
- III. Serviços de assessoria jurídica, assessoria de imprensa, programação visual, recrutamento e seleção de recursos humanos;
- IV. Participação nos programas de capacitação permanente em empreendedorismo, inovação e cultura oferecidos pelo DNA CARIOCA;
- V. Participação em eventos com o objetivo de gerar oportunidades de negócios entre empreendedores criativos e possíveis clientes e parceiros;
- VI. Disponibilidade de espaço físico e serviços de infraestrutura para uso compartilhado entre os empreendimentos: salas de reuniões e auditório, serviços de manutenção predial, de segurança patrimonial e suporte de rede. (Observatório)

#### **2. DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS E DAS LINHAS DE APOIO**

No âmbito desta chamada pública, definem-se como segmentos da economia criativa as atividades com origem no talento e nas habilidades individuais, que tenham conteúdo criativo e valor



econômico. Um ciclo que engloba a criação, produção e distribuição desses produtos e serviços criativos, agregando valor ao ativo intelectual.

Integram esse conjunto a ser apoiado nesta chamada pública empreendimentos inovadores na área de cultura popular, de Turismo, de gastronomia e de Mídia.

Serão apoiados até 16 (dezesesseis) empreendimentos da economia criativa, sendo 3 (três) de gastronomia, 5 (cinco) de Cultura popular, 3 (três) turismo e 5 (mídia) mídia.

Poderão participar da seleção projetos inovadores apresentados por pessoas físicas ou jurídicas domiciliadas ou sediadas nas regiões próxima a Arena Carioca Dicró da Penha.

### **3. DA PARTICIPAÇÃO**

Poderão participar desta chamada pública pessoas físicas e jurídicas que queiram desenvolver empreendimentos, residentes ou sediadas no município do Rio de Janeiro, e que estejam adimplentes com as obrigações fiscais previstas em lei.

Cada proponente, pessoa física ou jurídica, poderá inscrever apenas um projeto nesta chamada pública; ou seja, não serão aceitos dois ou mais projetos do mesmo proponente, mesmo que em linhas de apoio distintas.

É vedada a inscrição de servidores do Município do Rio de Janeiro, membros da comissão de seleção e seus familiares diretos, ascendentes e descendentes.

### **4. DO PROCESSO DE SELEÇÃO**

#### **Etapa 1: Capacitação coletiva - “Noções de empreendedorismo”.**

Oficinas para empreendedores/proponentes, abrangendo os seguintes módulos: “Atitude Empreendedora”; “Mercado e Inovação no setor da Economia Criativa” e “Noções Básicas de Plano de Negócios”.

As oficinas serão realizadas com o máximo de 50 proponentes respeitando a ordem de inscrição, sendo de até 25 (vinte e cinco) proponentes em cada turma, carga horária de 12 (doze) horas, e serão ministradas a partir do dia xx de xxxxxx de xxxx. A inscrição poderá ser feita no sítio [www.dnacarioca.rio.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rio.rj.gov.br), a partir das 0:00h do dia XX de XXXX de XXXX.

Esta etapa não é obrigatória.

#### **Etapa 2: Capacitação coletiva - “Plano de Negócios Avançado”.**

Esta capacitação tem o objetivo de apoiar os proponentes na elaboração dos Planos de Negócios que serão submetidos à comissão de seleção.



Os cursos terão carga horária de 20 (vinte) horas e serão ministrados a partir do dia XX de XXXX de XXXX. A inscrição poderá ser feita no sítio [www.dnacarioca.rio.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rio.rj.gov.br), a partir das 0:00h do dia XX de XXXX de XXXX.

Esta etapa não é obrigatória e as vagas para o curso obedecerão à ordem de inscrição.

### **Etapa 3: Orientação individual para elaboração dos Planos de Negócios.**

Orientação individual com carga horária máxima de quatro horas.

As orientações ocorrerão a partir do dia XX de XXXXX de XXXX, em horário a ser agendado para cada proponente. A inscrição poderá ser feita através de agendamento pelo telefone (21) XXXX-XXXX, a partir das 0:00h do dia XX de XXXX de XXXX.

Esta etapa não é obrigatória e as vagas obedecerão à ordem de inscrição, priorizando os proponentes que tiverem cumprido as Etapas 1 e 2.

### **Etapa 4: Seleção dos Planos de Negócios e Avaliação da documentação.**

O Plano de Negócios deverá ser elaborado de acordo com o formulário eletrônico disponível no sítio [www.dnacarioca.rio.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rio.rj.gov.br), e enviado, obrigatoriamente, junto com os documentos solicitados no item 5, até a data especificada no cronograma apresentado no item 6.

As propostas e a documentação serão analisadas por uma comissão de seleção, composta por profissionais com notório saber, os quais classificarão até 30 (trinta) propostas, de acordo com os critérios desta chamada pública (item 7).

A divulgação dos Planos de Negócios classificados estará disponível no sítio [www.dnacarioca.rio.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rio.rj.gov.br) e no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro – DOMRJ, de acordo com cronograma desta chamada pública.

### **Etapa 5: Defesa presencial e seleção final dos empreendimentos.**

Após a classificação dos Planos de Negócios pela comissão de seleção serão realizadas defesas presenciais, cujos proponentes terão o tempo máximo de 15 (quinze) minutos para uma apresentação, seguidos de mais 15 (quinze) minutos para responder às questões da comissão de seleção. Poderão participar da defesa até 3 (três) parceiros no projeto ou sócios do empreendimento.

O horário e local de cada apresentação serão divulgados no sítio [www.dnacarioca.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rj.gov.br) e no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro – DOMRJ.

A defesa presencial é obrigatória para todos os 30 (trinta) proponentes classificados na Etapa 4.

Os 30 (trinta) Planos de Negócios defendidos serão classificados de acordo com a pontuação obtida/tipo de atividades, e os 16 (dezesseis) primeiros colocados selecionados receberam uma



verba de repasse e terão que se comprometer com **10%** do valor de repasse como contrapartida, conforme demonstrado **a seguir**:

Qtde	Atividades	Total		Unitário	
		Repasse Prefeitura	Contrapartida empreendedor	Repasse Prefeitura	Contrapartida empreendedor
3	Gastronomia	120.000	12.000	40.000	4.000
3	Turismo	90.000	9.000	30.000	3.000
5	Mídia	150.000	15.000	30.000	3.000
5	Cultura	100.000	10.000	20.000	2.000
<b>16</b>		<b>460.000</b>	<b>46.000</b>	<b>120.000</b>	<b>12.000</b>
					u

A não entrega no prazo previsto de qualquer um dos documentos citados no item 5 desta chamada, implicará na eliminação do proponente e na convocação do próximo proponente, em ordem de classificação.

## 5. DA INSCRIÇÃO E DA DOCUMENTAÇÃO

Os projetos de que trata a presente chamada deverão ser inscritos eletronicamente, observadas as datas do cronograma (item 6), através do formulário eletrônico de inscrição, disponível no sítio [www.dnacarioca.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rj.gov.br), na internet.

Não será permitido alterar o formulário eletrônico de inscrição, preenchido no sítio [www.dnacarioca.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rj.gov.br), após a finalização da inscrição e o envio da proposta.

O proponente deverá imprimir o comprovante de inscrição, gerado automaticamente na finalização do preenchimento e envio do formulário eletrônico de inscrição.

Não serão considerados os projetos que forem inscritos de forma inadequada ou incompleta, após datas e horários estabelecidos nesta chamada pública, ou que apresentem qualquer outra incorreção que não atenda às exigências da SMC.

É vedada a inscrição de proponentes, pessoas físicas ou jurídicas, que não tenham prestado contas de projetos anteriormente apoiados pela SMC, dentro do prazo legal, ou que tenham tido as prestações de contas indeferidas e não regularizadas.

Para a Etapa 4 de Seleção dos Planos de Negócios e Avaliação da documentação, os seguintes documentos deverão ser entregues, observando o cronograma descrito no item 6 desta chamada pública:

- Documentação do proponente Pessoa Física:

- ✓ Cópia de RG e CPF;
- ✓ Cópia do comprovante de residência;
- ✓ 4 (quatro) cópias do currículo do proponente e da equipe principal, com até 2 (duas) páginas cada.





- Documentação do proponente Pessoa Jurídica:

- ✓ Cópia do Contrato Social ou Estatuto, e Ata atualizada de eleição da Diretoria;
- ✓ Comprovante de inscrição e situação cadastral do CNPJ;
- ✓ 4 (quatro) cópias do currículo dos sócios com até 2 (duas) páginas cada;
- ✓ 4 (quatro) cópias do portfólio da instituição, com até 5 (cinco) páginas, se houver.

- Comprovante de inscrição impresso, gerado automaticamente na finalização da inscrição, através do formulário eletrônico.

- 4 (quatro) cópias do Plano de Negócios preenchido no formulário eletrônico.

Toda a documentação acima relacionada deverá ser encaminhada, conforme prazo determinado no cronograma do item 6, por correio, via SEDEX, com Aviso de Recebimento - A.R., ou diretamente protocolado na SMC, a partir do dia XX de XXXXXX, das 10 às 17 horas.

Local de entrega – Secretaria Municipal de Cultura (SMC-RJ)

Endereço: Rua Afonso Cavalcanti, 455/ 3º andar – Cidade Nova, Rio de Janeiro, RJ – CEP 20211-110.

A documentação deverá ser entregue, em volume único, etiquetado, com a seguinte identificação:

Secretaria Municipal de Cultura - SMC

Chamada Pública número XX/2013 – Tipo de Atividade

Título do Projeto:

Nome do Proponente:

Número de Inscrição do Projeto (gerado no envio do formulário eletrônico de inscrição).

## 6. DO CRONOGRAMA

Etapas do Processo seletivo	Prazos
Lançamento do Edital e abertura das inscrições para as capacitações e orientações.	
Capacitação coletiva - "Noções de Empreendedorismo"	
Capacitação coletiva - "Plano de Negócios Avançado".	
Orientação individual para a elaboração dos Planos de Negócios.	
Prazo final para inscrição eletrônica dos Planos de Negócios.	
Prazo final para envio de documentação.	
Divulgação do resultado da classificação dos Planos de Negócios. <sup>1</sup>	
Período para recurso dos Planos de Negócios não classificados.	
Divulgação do resultado da classificação dos Planos de Negócios pós-recursos. <sup>1</sup>	
Defesa presencial dos Planos de Negócios pelos proponentes.	
Divulgação da classificação e seleção dos Planos de Negócios dos 16 primeiros	
Prazo para recurso dos Planos de Negócios não selecionados.	
Resultado final dos Planos de Negócios. <sup>1</sup>	

<sup>1</sup> A divulgação será realizada pela SMC no site [www.dnacarioca.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rj.gov.br) e em DOMRJ.

Após a seleção dos planos de negócios, os empreendimentos serão acompanhados e monitorados pelo Centro Catalisador por 12 meses.



## 7. DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DOS PROJETOS

O processo de avaliação e seleção dos Planos de Negócios será conduzido com base nos seguintes critérios:

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

**Obs.:** No processo de avaliação e seleção dos Planos de Negócios serão utilizados os seguintes critérios de desempate: será priorizada a escolha do empreendimento que obtiver maior pontuação no critério “Defesa presencial”, e, caso ainda houver empate, o segundo critério será “Grau de inovação do empreendimento”.

## 8. DA DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS E DOS RECURSOS

Os resultados da classificação e seleção serão divulgados no site [www.dnacarioca.rj.gov.br](http://www.dnacarioca.rj.gov.br) e publicados no DOMRJ (Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro).

Os proponentes que não forem selecionados poderão protocolar recurso na SMC, no prazo de até 3 (três) dias úteis, a contar do dia seguinte ao ato da publicação dos resultados no DOMRJ. O comunicado sobre o deferimento ou não do recurso também será publicado no DOMRJ e no site do projeto.

O material apresentado para fins de inscrição não será restituído ao candidato, em nenhuma hipótese, independente do resultado da seleção.



## 9. DO CONVENIAMENTO

Os 16 (dezesseis) empreendimentos selecionados assinarão um convênio com a SMC. Os responsáveis pelos projetos aprovados receberão duas vias dos convênios e deverão devolver assinados, com firma reconhecida, no prazo de 72 (setenta e duas) horas após o recebimento do convênio pela SMC. Caso o convênio não seja devolvido no prazo acima definido, o proponente será desclassificado.

Caso o selecionado seja uma pessoa jurídica, este deverá apresentar a seguinte documentação no ato do convênio:

- Certidão Negativa de Débito para com o INSS;
- Certificado de Regularidade de Situação Relativa ao FGTS;
- Certidão Negativa Conjunta da União;
- Certidão da Dívida Ativa, expedida pela Procuradoria do Município do Rio de Janeiro;
- Certidão Negativa de Tributos Municipais – ISS.

**Obs.:** Todas as certidões solicitadas acima deverão estar válidas no ato do convênio com a SMC. Se no convênio alguma certidão estiver vencida, o proponente deverá apresentar, no prazo solicitado, a nova certidão válida. Caso contrário, o projeto será desclassificado.

No caso do candidato aprovado ser pessoa física, será realizado o conveniamento em nome do mesmo, que terá o prazo de 90 (noventa) dias para criação da pessoa jurídica. Após a formalização desta pessoa jurídica, será assinado um novo convênio, que substituirá o anterior.

Após período de 12 (doze) meses de iniciada a atividade, os proponentes selecionados terão o prazo de 60 (sessenta) dias para apresentar, a prestação de contas do repasse e da contrapartida financeira, acordada.

Não serão conveniados os projetos:

- a. cujo proponente não concorde com os termos do convênio;
- b. cuja documentação solicitada esteja incompleta ou com prazo de validade vencido;
- c. cujo proponente (pessoa física ou jurídica) estiver em débito com qualquer prestação de contas junto ao Município do Rio de Janeiro;

## 10. DAS DEFINIÇÕES ESPECÍFICAS E DISPOSIÇÕES GERAIS

1) Caso haja disponibilidade orçamentária, a SMC poderá convocar mais proponentes para participar do Projeto, utilizando o ranking da lista dos 30 (trinta) Planos de Negócios classificados.

2) A logomarca da Prefeitura do Cidade do Rio de Janeiro/Secretaria Municipal de Cultura e do selo DNA CARIOCA deverá ser inserida em todas as peças de divulgação dos projetos selecionados, inclusive nos *releases* distribuídos à imprensa. A aplicação da marca deverá ser aprovada pela SMC.



3) O responsável pelo projeto selecionado deverá encaminhar à SMC a cessão de direitos de uso de imagem de suas atividades, que poderão ser utilizadas em ações de divulgação da SMC.

Reserva-se à SMC o direito de citar, para fins de divulgação institucional, a concessão dos benefícios postos à disposição pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro aos proponentes selecionados.

4) Não serão fornecidas cópias de documentos, certificados ou certidões relativas à classificação, valendo, para tal fim, os resultados publicados no DOMRJ e no sítio do projeto (DNA CARIOCA).

5) São de exclusiva responsabilidade do proponente os compromissos e encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, comercial, bancária, intelectual (direito autoral, inclusive os conexos, e propriedade industrial), bem como qualquer outro resultante da contratação oriunda desta Chamada Pública, ficando a SMC exclusas de qualquer responsabilidade dessa natureza.

6) O projeto conveniado deve ser realizado atendendo às características definidas no Plano de Negócios submetido. Qualquer alteração neste plano está sujeita à aprovação formal da SMC.

7) A presente chamada pública poderá ser revogada ou anulada, no todo (ou em parte) a qualquer tempo, por motivo de interesse público ou exigência legal, sem que isso implique direito à indenização ou à reclamação de qualquer natureza.

8) Os casos omissos e as situações não previstas na presente chamada pública serão avaliados e definidos pela SMC.

9) Esclarecimentos acerca do conteúdo desta chamada pública poderão ser obtidos através do e-mail contato@dnacarioca.com e do telefone (21) XXXX-XXXX e (21) XXXX-XXXX.

Rio de Janeiro, XX de XXXXX de 2013.

---

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Secretário Municipal de Cultura



## Anexo I: Glossário:

Aplicam-se a este Edital as definições que se seguem:

**CULTURA POPULAR:** Abrange as expressões culturais e as tradições que um grupo de indivíduos preserva em respeito da sua ancestralidade, para as gerações futuras. Os saberes, os modos de fazer, as formas de expressão, celebrações, as festas e danças populares, lendas, músicas, costumes e outras tradições.

**EMPREENDIMENTOS:** (a) Organização destinada à produção e/ou comercialização de bens e serviços; (b) estruturação de um negócio; (c) resultado de ação empreendedora; (d) termo utilizado no presente Edital para agrupar as diversas personalidades jurídicas possíveis para a formalização da atividade econômica do Plano de Negócios eleito.

**CENTRO CATALISADOR:** São ambientes de trabalho, localizados dentro de equipamentos já existentes da Prefeitura do Município do Rio de Janeiro, que serão planejados para apoiar empreendimentos iniciantes, com grande potencial. Os centros têm como objetivo de fornecer aos empreendimentos inovadores, assessoria em sua gestão e infraestrutura de serviços compartilhados, com auxílios de parceiros. Dentro delas, estabelecem-se redes de contatos e outras formas de relacionamento que auxiliam no sucesso dos negócios. Os Centros ajudam novos empreendimentos a sobreviver e crescer durante o seu primeiro ano de existência, período em que se observa o maior número de fechamento e falências de novos negócios, tornando-se, assim, um importante instrumento do desenvolvimento e crescimento econômico de uma região.

**INDÚSTRIAS CRIATIVAS:** No contexto desta chamada pública, são estes os segmentos que compõem as indústrias criativas: de cultura, de turismo, de gastronomia e de mídia.

**INOVAÇÃO:** É a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, um processo, novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. Conforme estabelecido na Lei Federal nº 10.973 de 02/12/2004, que dispõe sob incentivos à pesquisa científica e tecnológica, inovação é a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços”.

**PLANO DE NEGÓCIOS:** (a) conjunto de atividades a serem desenvolvidas e implementadas pelo empreendimento durante período previamente estabelecido e cujas metas e compromissos traduzem a estratégia de atuação do empreendimento e as perspectivas de resultados; (b) Documento preparado pela administração do empreendimento, contendo descrição detalhada do passado, presente e futuro da organização. É geralmente utilizado para atrair investimentos, conseguir empréstimos ou financiamentos, promover controle interno de integração e envolvimento do pessoal; Pode ser desenvolvido por um empreendimento existente ou um novo empreendimento e apresentado em forma de documento ou qualquer outro tipo de mídia. Modelo proposto está disponível no anexo II desse edital.

**REDES DE NEGÓCIOS:** Eventos a serem promovidos em conjunto pelo Centro Catalisador, que buscarão gerar oportunidades de novos negócios e captação de clientes e parceiros para os



empreendimentos apoiados. O objetivo é negociar produtos e/ou serviços presencialmente, aproximando compradores de seus fornecedores.

**VIABILIDADE ECONÔMICA:** A viabilidade de um empreendimento é sua capacidade de se desenvolver de forma consistente e sustentável. No caso da viabilidade econômica, trata-se da aquisição de habilidades necessárias para a implementação de projetos com êxito, considerando seus propósitos de retorno financeiro. Resulta no fornecimento de informação e condicionantes importantes que apoiem decisões de investir no projeto. Avalia se o volume de recursos necessários é condizente com a quantidade de recursos disponibilizados pelos empreendedores ou que podem ser obtidos por terceiros. É avaliado, também, o tempo necessário para o retorno do investimento, a taxa de retorno e o nível de lucratividade.

## Anexo II: Modelo Plano de Negócios

### 1 Informações sobre o responsável pela proposta.

Nome :			
Identidade:		Órgão Emissor:	
CPF:			
Endereço:			
Bairro:		Cidade:	
Estado:		CEP:	
Telefone:		FAX:	
E-mail			
Formação Profissional:			
Atribuições no Empreendimento:			

### 2 Natureza/Descrição do empreendimento:

Individual	<input type="checkbox"/>	Limitada	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	----------	--------------------------

Razão Social:		
Nome Fantasia:		
CGC -	Insc. Estadual	Insc. Municipal

#### 2.1.-Nome dos sócios e respectivas participações na empresa

Nome	Participação

#### 2.2. Áreas de competência tecnológica (áreas de conhecimento técnico que são dominadas)

Nome	Área

#### 2.3 Responsáveis pela gestão do empreendimento (por área).

Área	Responsável
Administração	
Financeira	
Produção	
Comercial	
Outras especificar	





### 3 Plano estratégico

#### 3.1 – Missão e objetivos estratégicos:


#### 3.2 – Ameaças e oportunidades:


#### 3.3 – Pontos fortes:


#### 3.4 – Pontos fracos:


### 4 Produtos e serviços.

#### 4.1 – Descrição do produto/serviço.


#### 4.2 – Foco do Negócio. (Mercado potencial e concorrência)


#### 4.3 - Diferenciais dos produtos/serviços (em relação aos disponíveis no mercado)


#### 4.4 – Estágio atual do desenvolvimento do produto/serviço\*

FASE	ESTÁGIO	Estágio atual	Cronograma por semestre					
			1º Sem	2º Sem	3º Sem	4º Sem	5º Sem	6º Sem
01	Maturação da idéia							
02	Em especificação							
03	Em desenvolvimento							
04	Em teste							
05	Protótipo							
06	Demonstração em cliente							
07	Em comercialização							

(\*Quando o projeto se referir a mais de um produto/serviço, fazer um cronograma para cada produto, separadamente.



## 5) Comercialização

### 5.1 – Estratégias de venda e assistência técnica.


## 6) Plano de investimentos

### 6.1 – Investimentos iniciais

Descrição	Valor
1. Registro de marcas e patentes	
2. Honorários	
3. Registro da Empresa	
4. Máquinas e Equipamentos	
5. Móveis / Utensílios	
6. Capital de giro	
<b>7. Outros (especificar)</b>	
<b>Total</b>	

### 6.2 – Origem dos recursos (investimentos iniciais)

Valor Total	Recursos próprios (%)	Recursos de terceiros (%)	Reinvestimento (%)
R\$			

## 7) – Receita e custos

### 7.1 – Receitas operacionais

Ano	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	Total
1º Ano					

### 7.2 – Custo fixo anual (1º ano)

Descrição	Valor Anual
1. Salários e encargos	
2. Pró-labore	
3. Taxa de Incubação	
4. Taxas Diversas (Telefone, aluguel de Equipamentos, etc.)	
5. Materiais Diversos	
6. Manutenção e Conservação	
7. Seguros	
8. Depreciação	
9. Outros	
<b>Total</b>	



### 7.3 – Custo variável (1º ano)

Descrição	Valor Anual
1. Matéria Prima	
2. Embalagem	
3. Outros insumos	
4. Frete	
5. Outros ( comissões, impostos, etc.)	
<b>Total</b>	

### 8) Demonstrativos simplificados de resultados (1º ano)

Item	Descrição	Valores
1	Receita bruta (Quadro 7.1)	
2	(-) Custos Fixos ( Quadro 7.2)	
3	(-) Custos variáveis (Quadro 7.3)	
4	Resultado Operacional (1 – 2 – 3)	
5	(+) Receitas não operacional	
6	(-) Despesas não operacionais	
7	Lucro Bruto (4 + 5 – 6)	

### 9 – Projeção do fluxo de caixa.

Descrição	Mês	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1.Receita Operacional														
2.Receita não operacional														
<b>(A) Total de Entrada</b>														
3.Despesa Operacional														
4.Despesa não operacional														
5 Investimento														
<b>(B) Total de Saída</b>														
<b>(C) Saldo no mês</b>														

A = (1 + 2); B = (2 + 3 + 4); C = (A – B); Total = Soma (Mês 1 à 12)

### 10) Indicadores

10.1 – Ponto de equilíbrio anual: *Primeiro ano (se não houver previsão de receita para o primeiro ano, não considere este item).*

$$P.E = \frac{\text{Custo Fixo Anual}}{\text{Receita Prevista Anual} - \text{Custo Variável}} \times 100$$



**10.2 – Tempo de retorno do investimento (TR): Número de meses necessário para recuperar o dinheiro aplicado no investimento inicial.**

$$TR = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Resultado operacional}} \times 12$$

**11) Utilização da infraestrutura do Centro Catalisador**

**11.1 – Área física:** ( ) SIM ( ) NÃO

**11.2 – Necessidades quanto a serviços administrativos, treinamento, consultoria, laboratórios, oficinas, etc.:**


**12 – Considerações finais. (Texto Livre)**


**Anexo III– Indicadores de Qualidade**

Para avaliar a qualidade, foram identificados os indicadores mais importantes do projeto e criamos uma meta para cada um destes.

**1 - Lista de Verificação da Qualidade**

Produto / Serviço	Requisito Qualidade	Meta de Qualidade	Método de Verificação	Responsável
Cursos de capacitação	Frequência dos alunos	Média de no mínimo 75%	Lista de frequência	Coordenadora de Empreendedorismo
	Satisfação dos alunos	80% de aprovação	Questionário de avaliação dos cursos	Coordenadora de Empreendedorismo
Centro Catalisador	Resultados em suas diferentes áreas	Aprovação e Reconhecimento CERNE	CERNE	Cordenadora de Execução
	Empreendimentos	100% dos empreendimentos sobreviventes e sustentáveis após 12 meses	Sistema de acompanhamento dos empreendimentos	Cordenadora de Execução
Projeto	Cronograma	Cumprimento do prazo	Análise do relatório final do projeto	Gerente do projeto
	Orçamento	Custo final com desvio máximo de 25% do orçado	Análise do relatório final do projeto	Gerente do projeto



## 2 – Avaliação de Resultados

O Centro Catalisador será avaliado utilizando-se metodologia do Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos – CERNE.

Os atendimentos, capacitações e orientações serão avaliados pelos beneficiados, por meio de ficha de avaliação.

Quanto à avaliação das **Redes de Negócios**, a quantidade, magnitude e longevidade dos negócios estabelecidos entre os empreendimentos criativos presentes serão considerados.

Os resultados serão avaliados nas reuniões de acompanhamento/monitoramento e ao final de cada etapa por meio de estudo e relatórios.



## **Anexo 7- Minuta do Decreto de criação do Selo DNA Carioca, proposta de Layout e critérios de pontuação**

### **A 7.1- Decreto de Criação de Selo**

**Decreto nº \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.**

Cria o SELO DNA CARIOCA e estabelece critérios para sua obtenção.

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor, e

CONSIDERANDO o disposto na Lei Orgânica do Município em seu art. 282, que incumbe ao Poder Público buscar a realização do desenvolvimento econômico com justiça social e dar prioridade ao desenvolvimento das áreas onde a pobreza e as desigualdades sociais sejam maiores, e

CONSIDERANDO o Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2012-2016, que tem como uma de suas diretrizes o desenvolvimento sustentável;

DECRETA:

Art. 1º. Fica criado o SELO DNA CARIOCA, conforme modelo no Anexo I, concedido pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de incentivar empreendimentos que contemplem ações e práticas relacionadas à Economia Criativa, destinados ao desenvolvimento e fomento econômico da região em que se situa.

Art. 2º. O SELO DNA CARIOCA será obtido pelo empreendimento que adotar ações e práticas relacionadas às atividades de Economia Criativa relacionadas no ANEXO II, correspondendo cada ação à pontuação ali estabelecida.

Parágrafo Único. O empreendimento que atingir, no mínimo, 30 pontos será agraciado com o SELO DNA CARIOCA, válido por 12 meses, quando deverá voltar a se submeter ao processo.

Art. 3º. A obtenção do SELO DNA CARIOCA não exime do cumprimento integral da legislação e demais normas legais aplicáveis.

Art. 4º. As ações e práticas relacionadas à Economia Criativa que justificaram a concessão do SELO DNA CARIOCA não poderão ser descaracterizadas, nem será permitida a instalação de atividades comerciais que causem incômodo ou prejuízo para a vizinhança e para o meio ambiente, descumpram obrigações trabalhistas ou lesem o consumidor.

Parágrafo Único. Verificado o não atendimento do estabelecido no caput deste artigo será cancelado, a qualquer tempo, o SELO emitido.

Art. 5º. O requerimento para obtenção do SELO DNA CARIOCA deverá ser acompanhado de documentos, indicando as ações e práticas relacionadas à Economia Criativa adotadas, conforme Formulário constante do ANEXO III.

Art. 6º. O requerimento será analisado por Grupo de Trabalho composto por representantes da Secretaria Municipal de Cultura, no prazo de 15 (quinze) dias.

Art. 7º. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013; 449.º ano da fundação da Cidade.

EDUARDO PAES





## A 7.2- Layout sugerido



## A 7.3-Critérios de pontuação

Obterão o Selo DNA Carioca os empreendimentos locais que somem um mínimo de 15 pontos, conforme quadro abaixo:

- ✓ Atuação na área de Gastronomia – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área de Artesanato – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área de Turismo – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área de Mídia Digital – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área Cultural – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área de Moda – 10 PONTOS
- ✓ Atuação na área de Artes – 10 PONTOS
- ✓ Número de Empregados registrados com carteira assinada – 5 PONTOS por empregado
- ✓ Atividade exercida ligada à cultura carioca – 10 PONTOS
- ✓ Tempo de existência do estabelecimento – 1 PONTO por ano
- ✓ Cursos oferecidos relacionados ao Tema – 5 PONTOS por curso realizado nos últimos 12 meses.
- ✓ Participação em eventos organizados – 5 PONTOS por evento nos últimos 12 meses.
- ✓ Premiações recebidas – 5 PONTOS por premiação nos últimos 12 meses.



#### A 7.4- Formulário para obtenção do SELO DNA CARIOCA

<b>Nome do Empreendimento:</b>	
<b>Ramo de atuação:</b> ( ) Gastronomia                      ( ) Artesanato                      ( ) Turismo ( ) Mídia Digital                      ( ) Área Cultural                      ( ) Outros	
<b>Descrição da atividade e principais produtos (anexar fotos se desejar):</b>	
<b>Nome do proprietário ou requerente:</b>	
<b>CPF:</b>	<b>Telefone: ( )</b>
<b>Endereço:</b>	
<b>Bairro:</b>	<b>CEP:</b>
<b>Email:</b>	
<b>Quantidade de Empregados Registrados: ( )</b>	
<b>Nome Empregado 1:</b>	
<b>Documento Empregado 1:</b>	
<b>Nome Empregado 2:</b>	
<b>Documento Empregado 2:</b>	
<b>Nome Empregado 3:</b>	
<b>Documento Empregado 3:</b>	



## **Anexo 8- Portal DNA Carioca**

### **Sobre o Portal**

1. Ramo de atuação: Cadastro e Divulgação de produtos e serviços que tenham afinidade com o jeito carioca de ser e viver, auxiliando na promoção da Economia Criativa na cidade do Rio de Janeiro.
2. Produtos e/ou serviços oferecidos: Inicialmente serão ofertados produtos e serviços ligados aos ramos da Gastronomia, Turismo, Mídia e Cultura, na região da Penha e arredores, mas o Portal deverá estar apto a trabalhar com distintas regiões.
3. Endereço do site: [www.dnacarioca.com.br](http://www.dnacarioca.com.br)
4. Concorrentes diretos: não há, mesmo que existam outras iniciativas semelhantes, elas podem ser complementares.

### **Sobre o projeto**

1. Conteúdo e Funcionalidades do site: O site deverá ser de fácil acesso e bastante intuitivo. Seu conteúdo deve abranger:
  - Módulo de Cadastro: Neste item o usuário interessado poderá conhecer toda a legislação que rege o assunto e, caso se adeque nas características descritas no Projeto DNA Carioca, poderá se candidatar para que seu produto/serviço passe a integrar o site. As candidaturas serão avaliadas por membros da Secretaria Municipal de Cultura especificamente destinados a esta tarefa.
  - Módulo de Cupons de Desconto: Nesta opção o usuário do Portal conseguirá obter cupons para ter descontos nos produtos/serviços promovidos pelo site.
  - Módulo Fale Conosco: Contato direto com os promotores da Economia Criativa na cidade do Rio de Janeiro seja para tirar uma dúvida, crítica ou sugestão.
  - Módulo de Avaliação: Neste módulo, o usuário poderá expor sua experiência ao frequentar um projeto integrante do portal. Esta atividade contará com a moderação de profissionais da SMC, evitando termos ofensivos.
  - Módulo para baixar a lista completa dos Projetos em diversos dispositivos eletrônicos.Além destes módulos, o usuário terá acesso direto para compartilhar suas experiências e comentários diretamente nas redes sociais, com o facebook, twitter e até mesmo no youtube.
2. Objetivos a serem alcançados: Alavancagem econômica das diversas regiões da cidade, através do estímulo ao consumo de seus produtos/serviços que tenham relação com a alma do carioca.
3. Público alvo: Cidadãos e visitantes da cidade do Rio de Janeiro
4. Mercados (regiões e segmentos) a serem cobertos: Iniciaremos pela região da Penha e arredores e expandiremos para outras regiões, sempre privilegiando regiões menos favorecidas da cidade.
5. Imagem a ser transmitida para os usuários: Imagem de dinamismo e de otimismo, atrelando ao calendário da cidade.
6. Ferramentas de marketing utilizadas: mail-marketing, videos virais, integração com redes sociais



7. Verba aproximada disponível: para o Portal, incluindo a sua construção, hospedagem e manutenção por 1 ano, cerca de R\$ 93.000,00.
8. Prazo para desenvolvimento e/ou cronograma: Início jan/2013 e Conclusão em fev/2013, 60 dias corridos.

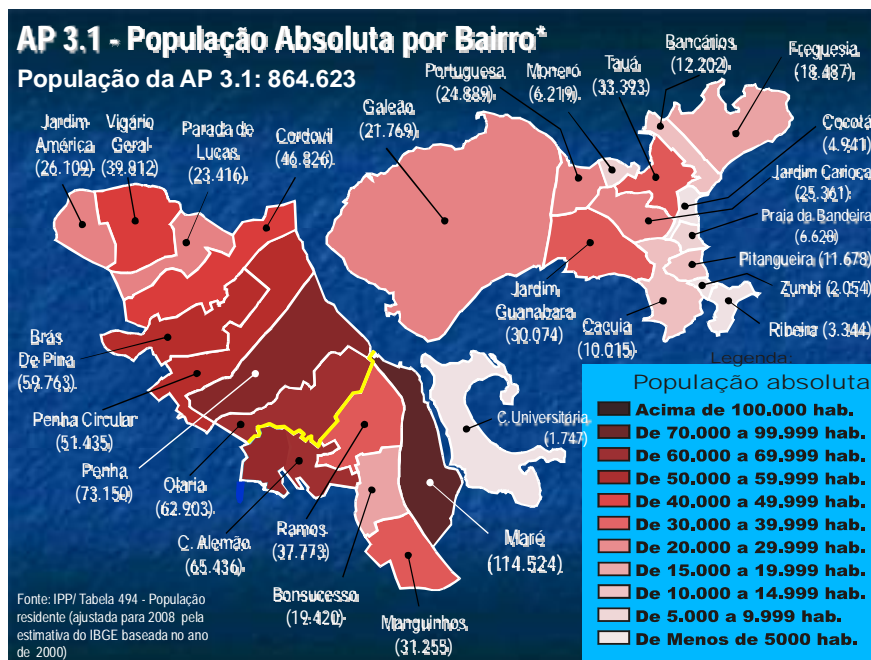
*Croqui inicial do Portal:*

## Anexo 9- Mapas da Penha e redondezas

### A 9.1- Distribuição espacial:

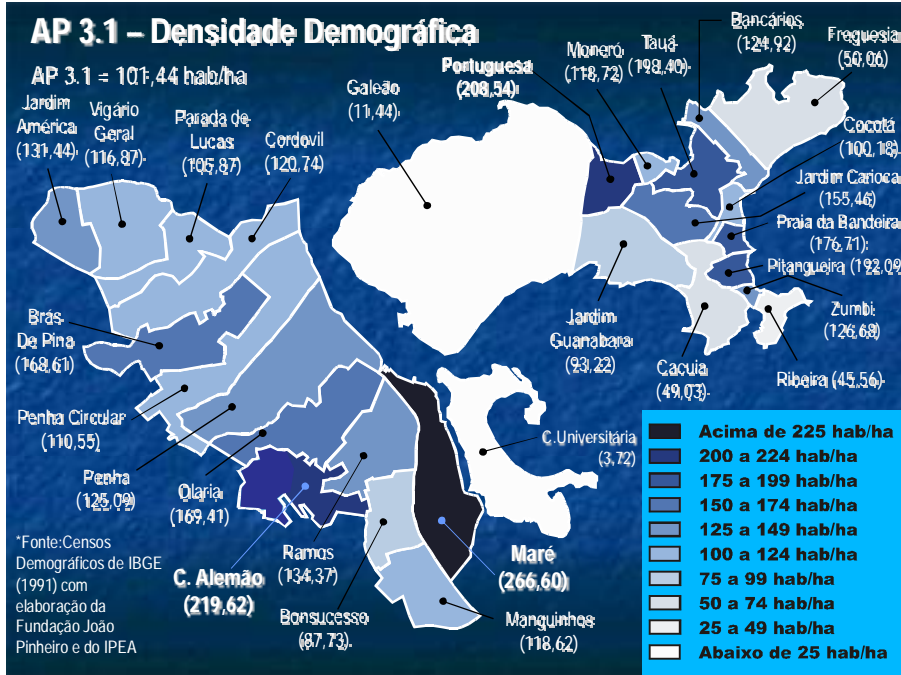


### A 9.2- Distribuição populacional:

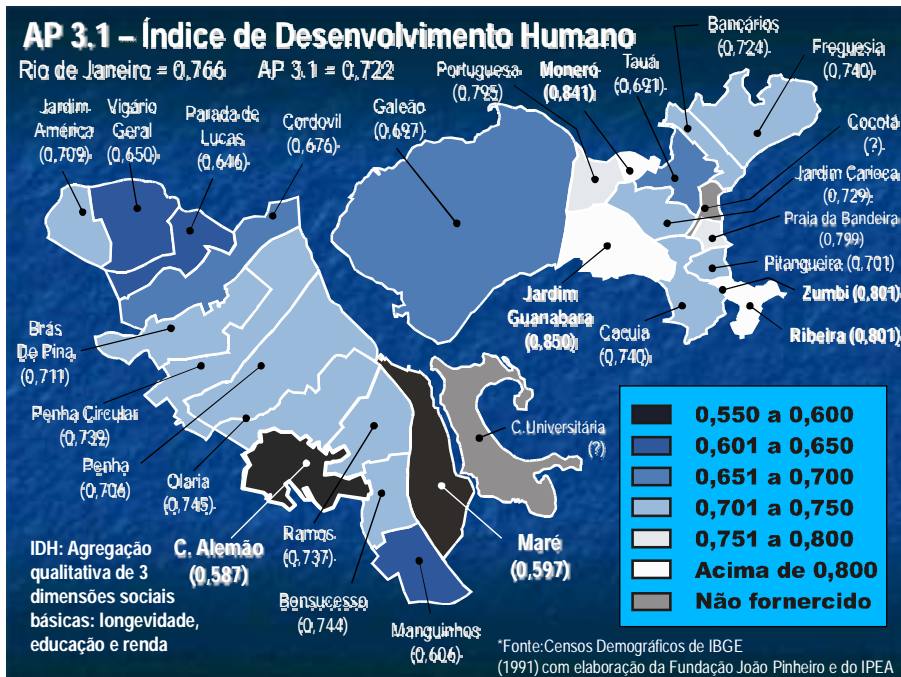




### A 9.3- Densidade demográfica

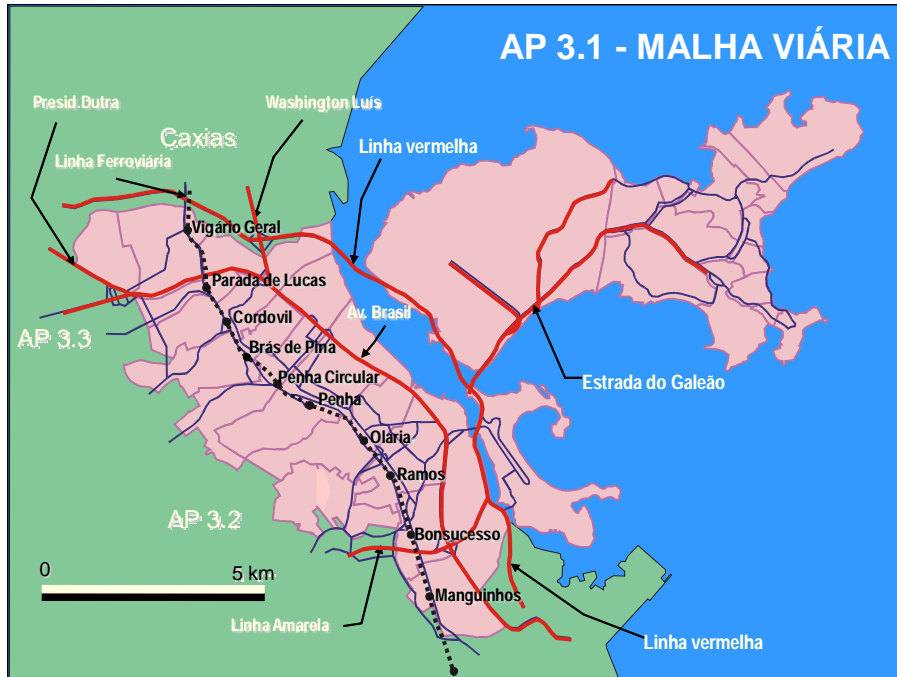


### A 9.4- IDH da Região

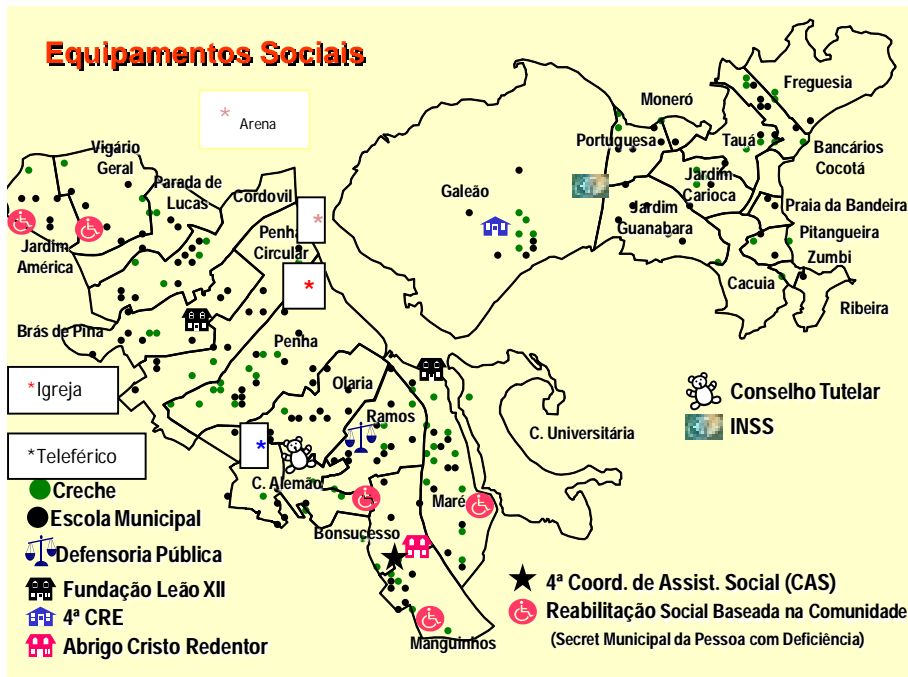




### A 9.5- Malha viária



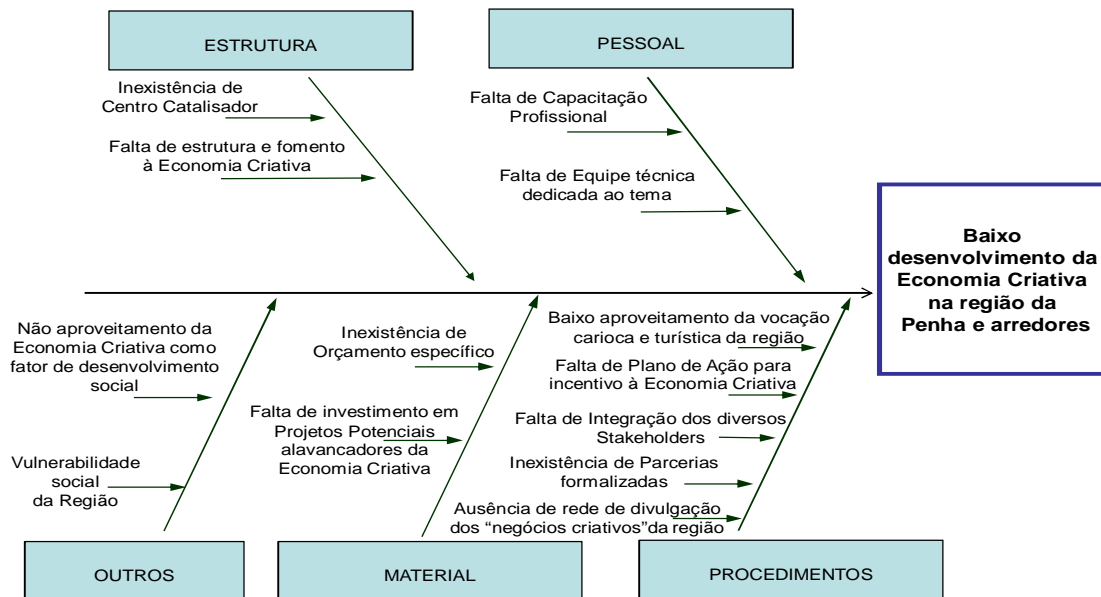
### A 9.6 - Equipamentos sociais



## Anexo 10- Diagrama espinha de peixe e *Análise 5W2H*

### A 10.1- Gráfico de Causa-Efeito “espinha de peixe” ou Diagrama de Ishikawa

#### DNA CARIOCA – ECONOMIA CRIATIVA



### A 10.2- *Análise 5W2H*

- **O que ?** Estimular empreendimentos ligados à economia criativa.
- **Quem ?** Prefeitura.
- **Onde ?** Região da Penha e arredores.
- **Quando ?** março/2013 a dezembro/2014.
- **Por quê ?** Desenvolvimento de atividades econômicas ligadas à economia criativa na região, visando à geração de empregos e desenvolvimento econômico, em atendimento ao previsto no Planejamento Estratégico da Prefeitura.
- **Como ?** Criação de Centro Catalisador na Arena Dicro; capacitação; criação de observatório e incentivo/subsídio a empreendimentos selecionados.
- **Quanto ?** R\$ 2,7 milhões.



## Anexo 11- Parcerias potenciais identificadas e Matriz dos Stakeholders

### A 11.1- Parceiros potenciais dentro da própria estrutura da PCRJ:

**IPP** - “Empresa Bacana”, um programa da Prefeitura que promove a regularização de empreendedores individuais de negócios de até R\$ 36.000,00, em comunidades pacificadas. O programa é coordenado pelo Instituto Pereira Passos em parceria com o SEBRAE e o Sindicato de Empresas de Serviços Contábeis (Sescon). As secretarias municipais da Fazenda, Desenvolvimento Econômico Solidário, Trabalho e Emprego, Ordem Pública, Saúde e Defesa Civil, Urbanismo e Ciência e Tecnologia também participam da ação. Acreditamos que a articulação com esse grupo será fundamental para alavancar as iniciativas de empreendedores criativos residentes nessas comunidades.

**MULTIRIO**- Na mesma linha, o conjunto de ferramentas de capacitação produzidas pela MultiRio, que há 19 anos desenvolve ações educativo-culturais voltadas para a pesquisa de novas linguagens e a realização de produtos em diferentes mídias, comprometidos com o projeto educativo da cidade do Rio de Janeiro, deve ser uma referência para o estabelecimento de parcerias no âmbito desse projeto. Como empresa pública municipal comprometida com a sociedade carioca, privilegia a relação cidade-educação, estendendo sua abordagem também para questões relativas à Cultura e à Cidadania, contribuindo com a preparação de crianças e jovens para a vida na cidade, entendida como um espaço de civilidade, civilização e cidadania. Como produtora e veiculadora de conteúdos educacionais e informativo-culturais.

**SMSDC** – “RAP da Saúde”. O RAP é uma iniciativa desenvolvida, desde 2009, por meio de convênio com o Centro de Promoção da Saúde (CEDAPS). A proposta do RAP da Saúde – a Rede de Adolescentes e Jovens Promotores da Saúde é a de fazer a diferença em sua comunidade, contribuindo para a promoção da saúde e da cidadania no seu território; participar de fóruns políticos, defendendo os interesses dos jovens que vão construir uma cidade, um país, um planeta mais justo e sustentável; produzir textos, fotos, vídeos e compartilhar suas ideias na internet, contribuindo para que informações relevantes cheguem a um número cada vez maior de jovens. Investe no desenvolvimento de competências de adolescentes e jovens de comunidades cariocas. Até hoje, mais de 200 meninos e meninas já participaram da iniciativa, em oito pólos: Maré, Rocinha, Alemão e Penha, Tijuca, Jacarezinho, Sulacap, Campo Grande e Irajá. A equipe é composta por adolescentes multiplicadores, que participam de processos políticos, culturais e educativos e disseminam informações sobre saúde em unidades de saúde, escolas, comunidades, e complexos esportivos; jovens dinamizadores, com experiência em promoção da saúde e participação política e social, que apoiam as ações dos adolescentes multiplicadores; e estagiários em promoção da saúde, que organizam encontros coletivos, oficinas e outras atividades, de forma a fortalecer o aprendizado dos adolescentes, estimular a troca de conhecimentos e a mobilizar a comunidade para o envolvimento em ações sociais.

**SME** - As Escolas Municipais da região da Penha levam turmas para participarem da agenda cultural da Arena Dicró. As diretoras são, também, convidadas a participar das Assembleias, quando há a oportunidade dos moradores dos territórios próximos opinarem sobre o espaço, programação, divulgação e gestão. A Escola Municipal Chile, em Olaria, abrigará o “GEC do Samba Chiquita do Cacique de Ramos”, em parceria com o bloco carnavalesco através de oficinas de violão, percussão, samba e partido alto. É possível dinamizar a parceria da SME com a Arena para, junto às escolas



circunvizinhas, aumentando a frequência de alunos numa estratégia de formação de plateia e estímulo à educação patrimonial.

**SMAS** - O Projeto “Mulheres da Paz”, voltado ao Empreendedorismo Comunitário, é coordenado em parceria com o Núcleo de Inclusão Produtiva da SMAS e tem como objetivo fortalecer a rede de serviços em 39 comunidades do município, além de fazer com que mulheres exerçam o papel de multiplicadoras de conhecimentos nessas localidades. Pode render parceria com o projeto, direcionando o empreendedorismo relacionado à Economia Criativa.

**IPLAN**- Disponibilizar a infraestrutura tecnológica para o Portal e gerenciar a parte técnica da sua construção. Auxiliar na vertente de seleção dos projetos que envolvem as mídias criativas.

**SMF**- Auxiliar na obtenção e gestão orçamentária e financeira do Projeto como um todo.

### **A 11.2- Parceiros potenciais externos à PCRJ**

**SEBRAE**- O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos, criada em 1972. Tem por missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. O Sebrae acredita que a criatividade no desenvolvimento de novas soluções e a quebra de paradigmas são fundamentais para a sustentação e viabilidade de sua missão. Por isso, também atua em quatro áreas consideradas chaves para o crescimento dos micro e pequenos empreendimentos: articulação de políticas públicas que criem um ambiente institucional mais favorável; acesso a novos mercados; acesso a tecnologia e inovação; e facilitação e ampliação do acesso aos serviços financeiros.

**SENAC/RJ** - O SENAC é referência em ensino profissional. Uma instituição que há 64 anos oferece qualificação técnica, graduação, pós-graduação, especialização e programas de EAD. A instituição tem como objetivo desenvolver competências pertinentes ao setor de comércio de bens, serviços e turismo do Estado do Rio de Janeiro.

**INSTITUTO GÊNESIS/PUC-RIO** - Coordena a Incubadora de Empreendimentos Criativos – Rio Criativo, para promover suporte ao desenvolvimento de negócios no âmbito cultural. Também conta, atualmente, com Incubadoras nas áreas Tecnológica, Social e de Design de Joias. É associada ao SEBRAE, ao CNPq, à FINEP, à FAPERJ, à PCRJ, à ELETROBRÁS e ao Governo do Estado do Rio de Janeiro.

### **OBSERVATÓRIO DE FAVELAS/IMAGENS DO POVO -**

O Programa “Imagens do Povo” é um centro de documentação, pesquisa, formação e inserção de fotógrafos populares no mercado de trabalho. Criado pelo Observatório de Favelas, alia a técnica fotográfica às questões sociais, registrando o cotidiano das favelas através de uma percepção crítica, que leve em conta o respeito aos direitos humanos e à cultura local. Constitui-se da Escola de Fotógrafos Populares, da Agência Escola, do Banco de Imagens, da Galeria 535, do Curso de Formação de Educadores em Fotografia e da Oficina de Pinhole (fotografia artesanal). Os recursos financeiros que o “Imagens do Povo” levanta são destinados à remuneração dos fotógrafos, à ampliação do acervo, à formação continuada dos profissionais e à manutenção do projeto.

### **VIVA COMUNIDADE Casa Milton Santos**

Projeto de Geração de Renda da Casa Milton Santos, localizada no Morro do Sereno, ofertando para comunidades atividades esportivas e qualificação profissional para inclusão de crianças, jovens e adultos em situação de vulnerabilidade, tais como: Atendimento à microempreendedores – SEBRAE;



Oficina “Costurando a gente se entende”; Curso de Educação em Direitos Humanos; Cursos Técnicos – PRONATEC; e Biblioteca Infantil.

### **Grupo Cultural AFROREAGGE**

O Afroreagge tem por missão “promover a inclusão e a justiça social, utilizando a arte, a cultura afro-brasileira e a educação como ferramentas para a criação de pontes que unam as diferenças e sirvam como alicerces para a sustentabilidade e o exercício da cidadania”. Na história do AfroReggae, a música e a arte sempre estiveram a serviço da construção de elos entre pessoas de diferentes tribos, classes e regiões. Em 2011, o Grupo Cultural AfroReggae completou 18 anos com 5 núcleos (Complexo do Alemão, Vigário Geral, Parada de Lucas, Nova Era e Cantagalo-Pavão-Pavãozinho e a reforma do espaço do sexto núcleo, Vila Cruzeiro, que foi inaugurado em dezembro de 2011) e mais de 50 projetos no Brasil e exterior.

**UFF** - A Universidade Federal Fluminense - através do curso de graduação em TURISMO, oferece programa de estágios na Igreja da Penha, além de contar com um acervo de monografias feitas a partir de pesquisa sobre a região do Santuário e seu potencial turístico.

**UNISUAM** - A Universidade privada mais tradicional do bairro oferece cursos de graduação em Gastronomia, Turismo, Marketing e Informática, entre outros, potencializando as opções de capacitação relacionada à Economia Criativa. O projeto social “Cozinhando o Desperdício” orienta as pessoas sobre como aproveitar ao máximo os alimentos, produzindo receitas fáceis, saudáveis e com custo baixo.

### **UFRJ-**

**Faculdade de Nutrição** - O Instituto de Nutrição Josué de Castro, da UFRJ, tem destacada atuação junto a comunidade universitária e da região. Contribui para o calendário anual de eventos da UFRJ fortalecendo a cultura de consumo de uma alimentação mais saudável e ambientalmente sustentável, valorizando a agricultura familiar e o pequeno produtor. Já na sua 4ª edição, o “Encontro de Sabores e Saberes”, acontece junto à Semana Nacional de Ciência e Tecnologia em parceria com a Agência de Inovação.. O evento consiste de palestras, oficinas culinárias, roda de conversa, exposição de trabalhos científicos, de fotografias e a feira cultural e agroecológica, com oferta de produtos de agricultura familiar, artesanato e de atividades acadêmicas envolvendo alunos dos cursos de Nutrição, Biologia e Gastronomia.

**Incubadora** - Desde 1994, a Incubadora de Empresas da COPPE/UFRJ funciona na Cidade Universitária da Ilha do Fundão, em localização privilegiada, ao lado de importantes vias de acesso da cidade do Rio de Janeiro e do Aeroporto Internacional. As empresas se aproveitam da proximidade com os laboratórios e os centros de pesquisa da Cidade Universitária, integradas ao Parque Tecnológico do Rio de Janeiro, numa área de 350.000 m2. A Incubadora é gerida pela Fundação COPPETEC, o escritório de transferência de tecnologia da COPPE criado em 1971. O conselho Diretor da Incubadora tem, como presidente, o decano do Centro de Tecnologia e é composto por membros de Fundações, da FINEP, do BNDES, da FIRJAN entre outros diferentes organismos.

**Coppead** - É a Escola de Negócios da UFRJ, seu instituto de pós-graduação e pesquisa em Administração. Com corpo docente qualificado e certificações internacionais, é uma referência acadêmica internacional. É a instituição responsável pelo curso de formação “Gestão Executiva” dos integrantes do grupo de servidores da PCRJ Líderes Cariocas. Também vem atuando em Responsabilidade Social nas diferentes áreas: Acessibilidade, EcoCoppead, Projeto Compartilhando, e projeto “Patrulheiros,” no campi Mangueira.

### Anexo 11.3 - Matriz de Stakeholders

MATRIZ DE STAKEHOLDERS							
Id	Parte Interessada	Papel/Entidade	Interesse	Poder		Interesses/Requerimento	Gerenciamento
1	Sérgio Sá Leitão/SMC	Patrocinador/Cliente	Alto	Muito Alto	Apoiador	<ul style="list-style-type: none"> <li>. receber informações do Gerente do Projeto sobre o projeto;</li> <li>. Receber informações sobre o desempenho do projeto.</li> <li>. Aprovar a entrega do projeto;</li> <li>. Projeto concluído com sucesso;</li> <li>. Ser solicitado em aprovações de decisões do projeto;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Submeter aprovações do Projeto;</li> <li>. Informar nos pontos do ciclo de controle sobre o andamento do projeto.</li> </ul>
2	Secretaria da Casa Civil	Patrocinador	Alto	Muito Alto	Apoiador	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Implementar o Plano</li> <li>. receber informações do Gerente do Projeto sobre o</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Informar nos pontos do ciclo de controle sobre o andamento do projeto.</li> </ul>
3	Vitória Vellozo	Líder	Muito Alto	Alto	Apoiador	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Receber informações da equipe do projeto sobre o desempenho do projeto;</li> <li>. Orientar a equipe</li> <li>. Ser solicitado em aprovações de decisões do projeto;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Reforçar a importância do projeto para o Cidadão e para a equipe.</li> </ul>
4	Equipe de Trabalho (Lígia Langhi, Rose Mary Mota e Victor Zajdhaft)	Equipe	Muito Alto	Alto	Apoiador	<ul style="list-style-type: none"> <li>. viabilizar projetos inovadores com menor custo possível;</li> <li>. contemplar diversos setores da economia criativa;</li> <li>. promover acesso ampliado aos diversos segmentos da</li> <li>. valorizar os ativos, os processos criativos e os</li> </ul>	
5	Rio Negócios	Consultor	Baixo	Muito Baixo	Neutro	. Dar consultoria	. Solicitar informações.
6	PUC/Genésis	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador	. Dar consultoria	. Solicitar informações.
7	Incubadora Rio Criativa - Secretaria do Estado	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador	. Dar consultoria	. Solicitar informações.
8	Secretaria do MINC da Economia Criativa	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador	. Dar consultoria	. Solicitar informações.
9	IPP	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador	. Dar consultoria	. Solicitar informações.
10	Líder Comunitário	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Projeto seja concluído com sucesso;</li> <li>. Traga empregabilidade;</li> <li>. Seja sustentável;</li> <li>. Criar oportunidade de empreendedorismo para os jovens/cidadão, por meio da Economia Criativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Reforçar a importância do projeto para o Cidadão.</li> </ul>
11	Gerente de Equipamento	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
12	Líderes Criativos	Parceiro/Usuário	Alto	Baixo	Apoiador		
13	Agentes Criativos	Parceiro/Usuário	Alto	Baixo	Apoiador		
14	Universidade	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
15	ONGS	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
16	Escolas	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
17	SEBRAE/SENAI/SESI/FIRJAN/JUCERJA	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
18	Multirio	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		
19	Mídia	Parceiro/Consultor	Alto	Baixo	Apoiador		





## Anexo 12- Detalhamento do Planejamento Orçamentário

### A 12.1- Visão orçamentária geral do projeto.

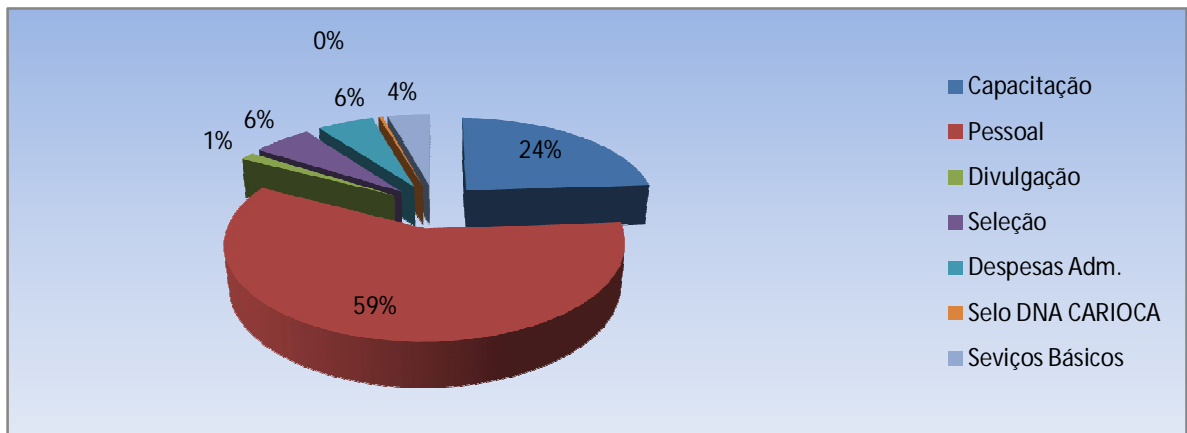
PLANEJAMENTO FINANCEIRO DO DNA CARIOCA - ECONOMIA CRIATIVA	
ATIVIDADES	VALOR R\$
<b>CENTRO CATALISADOR - Piloto</b>	
Conceituação e detalhamento do papel do Centro Catalisador	-
Estudo de Planejamento da implantação do Centro Catalisador nos equipamentos da PCRJ	-
Implantação de um Centro Catalisador piloto na Arena Carioca Dicró na Penha	-
Adequação do local (Arena) para funcionar também como Centro Catalisador (Construção de salas multiuso - tipo Container)	40,000
Equipe do Projeto no Centro Catalisador - 5	180,000
Investimento Inicial Infraestrutura de Atendimento (móvel, ar condicionado, computadores etc)	17,564
Investimento Inicial Infraestrutura de Capacitação (móvel, ar condicionado, projetor etc)	26,143
Custeio mensal do Centro Catalisador (manutenção e serviços de fornecimento de energia, água, telefonia etc)	30,000
Oferta dos Serviços Básicos do Centro Catalisador aos empreendimentos**	60,000
Criação e Implementação de Sistema de acompanhamento e monitoramento de empreendimentos criativos*	41,000
Divulgação/Promoção de eventos institucionais e de Rodada de Negócios*	20,000
Capacitação e atendimento permanente em empreendedorismo, inovação e cultura: 32h ao mês***	80,000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>494,707</b>
<b>PROCESSO DE CAPACITAÇÃO P/ SELEÇÃO DE EMPREENDIMENTOS A SEREM ORIENTADOS PELO CENTRO CATALISADOR</b>	
Conceituação e detalhamento do projeto e dos segmentos a serem implementados	-
Curso de Formação de Multiplicadores em Empreendedorismo, Inovação e Cultura	25,300
Curso para o Desenvolvimento de Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica - EVTE de 12h para até 50 empreendedores	43,200
Orientação individual de até 2h para Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica - EVTE para até 50 empreendedores	63,840
Estudo de Análise de Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica - EVTE por júri de seleção	24,000
Curso de Formação em Plano de Negócio - PN de 20h para 30 empreendedores finalistas	30,000
Orientação individual de até 4h em Plano de Negócios - PN para 30 empreendedores finalistas	50,400
Análise dos 30 Plano de Negócios - PN por júri	18,000
Entrevistas presenciais do júri de seleção com os 30 empreendedores finalistas	24,100
Assessoria Jurídica para o projeto (edital, convênios com empreendedores etc)	17,800
Capacitação Criativas em Gastronomia, cultura, turismo e mídia através de parcerias com Universidades, Calouste, SEBRAE e outros.	50,000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>346,640</b>
<b>MONTANTE DE INVESTIMENTOS/INCENTIVOS DIRETO AOS EMPREENDIMENTOS SELECIONADOS****</b>	
Os três primeiros colocados de gastronomia	120,000
Os três primeiros colocados de turismo	90,000
Os cinco primeiros colocados de mídia	150,000
Os cinco primeiros colocados de cultura	100,000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>460,000</b>
<b>OBSERVATÓRIO CRIATIVO</b>	
Conceituação e detalhamento do papel do Observatório dos Centros Catalisadores - Redes Criativas	-
Equipe do Observatório Criativo - Órgão Central - 10 funcionários	660,000
Contratação de Consultoria para continuidade do mapeamento do Setor criativo no município do Rio de Janeiro	500,000
Decreto de criação do selo DNA CARIOCA	-
Confecção do Selo DNA CARIOCA	5,000
Investimento Inicial Infraestrutura (móvel, ar condicionado, computadores etc)	39,907
Custeio mensal do Centro Catalisador (manutenção e serviços de fornecimento de energia, água, telefonia etc)	50,000
Criação e implementação de Acompanhamento e Monitoramento dos Centros Catalisadores	41,000
Criação e manutenção de Portal*	93,000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,388,907</b>
<b>TOTA GERAL</b>	<b>2,690,254</b>
* Itens que atenderão a todos os Centros Catalisadores e o Observatório.	
** Orientação na gestão dos PNs, captação de recursos, plano de marketing, planejamento estratégico, assessoria jurídica e de imprensa etc.	
*** Serão 16h ao mês de Capacitação e 16h ao mês de orientação presencial.	
**** Com prestação de contas no final de 12 meses.	



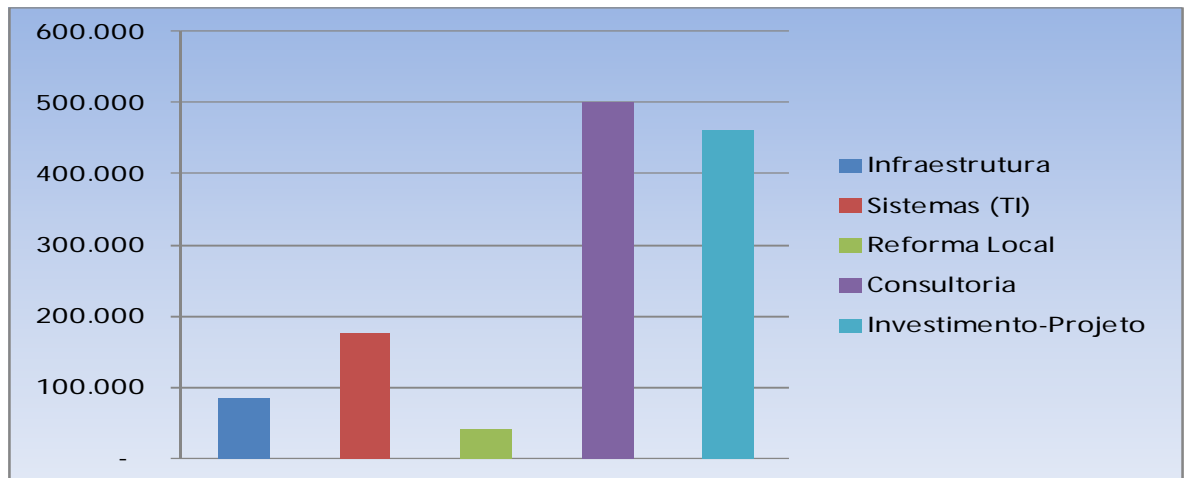
### RESUMO DAS RECEITAS

<b>PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA</b>	<b>2.303.807</b>
Consultoria	500.000
Pessoal	840.000
Apoio a Iniciativas da Economia Criativas	963.807
<b>PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À MODERNIZAÇÃO ADMINISTRATIVA E FISCAL – PNAFM</b>	<b>386.447</b>
Capacitação	342.740
Infraestrutura (Mobiliado, computador e etc)	43.707
90% Repasse da União	347.802
10% Contrapartida PCRJ	38.645
<b>Total de Receita (Orçamento + PNAFM)</b>	<b>2.690.254</b>

### COMPOSIÇÃO DOS GASTOS



### COMPOSIÇÃO DOS INVESTIMENTOS (em R\$)





### EXECUÇÃO FÍSICO/FINANCEIRO

Tipo de Gasto	Valor \$	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Capacitação	342.740	25.300	137.040	50.400			25.000	25.000	20.000	20.000	20.000	20.000	
Pessoal	840.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
Divulgação	20.000	5.000		5.000		3.000	3.000	2.000	2.000				
Seleção	83.900	7.000	24.000	42.000	5.000	5.900							
Despesas Adm.	80.000	6.000	6.000	6.000	6.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Selo DNA CARIOCA	5.000						5.000						
Seviços Básicos	60.000			6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
<b>Total</b>	<b>1.431.640</b>	<b>113.300</b>	<b>237.040</b>	<b>179.400</b>	<b>87.000</b>	<b>91.900</b>	<b>116.000</b>	<b>110.000</b>	<b>105.000</b>	<b>103.000</b>	<b>103.000</b>	<b>103.000</b>	<b>83.000</b>
Investimentos	Valor \$	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Infraestrutura	83.614	83.614											
Sistemas (TI)	175.000	50.000	75.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Reforma Local	40.000	40.000											
Consultoria	500.000		50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	
Investimento-Projet	460.000							460.000					
<b>Total</b>	<b>1.258.614</b>	<b>173.614</b>	<b>125.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>515.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>55.000</b>	<b>5.000</b>
<b>Total Geral</b>	<b>2.690.254</b>	<b>286.914</b>	<b>362.040</b>	<b>234.400</b>	<b>142.000</b>	<b>146.900</b>	<b>171.000</b>	<b>625.000</b>	<b>160.000</b>	<b>158.000</b>	<b>158.000</b>	<b>158.000</b>	<b>88.000</b>

#### A 12.2 – Previsão do resultado esperado dos empreendimentos selecionados

MONTANTE DE INCENTIVO DIRETO AOS EMPREENDIMENTOS SELECIONADOS				
Qtde	Atividades	Repassse Prefeitura	Contrapartida empreendedor	Nº de empregados*
3	Gastronomia	120.000	12.000	40
3	Turismo	90.000	9.000	12
5	Midia	150.000	15.000	50
5	Cultura	100.000	10.000	50
<b>16</b>		<b>460.000</b>	<b>46.000</b>	<b>152</b>
Qtde	Atividades	Repassse Prefeitura	Contrapartida empreendedor	Nº de empregados*
1	Gastronomia	40.000	4.000	8
1	Turismo	30.000	3.000	3
1	Midia	30.000	3.000	10
1	Cultura	20.000	2.000	10
1	Artesanato/Designer	20.000	2.000	5
<b>5</b>		<b>140.000</b>	<b>14.000</b>	<b>36</b>

### INDICADORES DE RENTABILIDADE DOS EMPREENDIMENTOS CLASSIFICADOS

INDICADORES DE RENTABILIDADE				
Atividade / Investimento	Cenário	VPL	PAYBACK	TIR
<b>Gastronomia</b> R\$ 44.000,	Previsto/Meta	25.804	5,38	19%
	Otimista	51.455	3,55	28%
	Pessimista	3.913	7,30	11%
<b>Turismo</b> R\$ 33.000,	Previsto/Meta	13.050	6,00	16%
	Otimista	30.554	3,63	25%
	Pessimista	421	8,17	10%
<b>Mídia</b> R\$ 33.000,	Previsto/Meta	23.624	5,44	20%
	Otimista	48.975	2,51	36%
	Pessimista	58	7,18	10%
<b>Cultura</b> R\$ 22.000,	Previsto/Meta	11.904	6,50	17%
	Otimista	30.641	2,50	33%
	Pessimista	837	8,14	11%

#### A 12.3 – Aquisições

MAPA DE AQUISIÇÕES - ATENDIMENTO			
Item	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total
Aparelho Telefônico	3	80	240
Ar condicionado Split	1	2.600	2.600
Bebedouro Everest	1	459	459
Cadeira de espera	3	350	1.050
Cadeira de reunião - Executive Line	8	179	1.432
Cadeira de trabalho	3	280	840
Celular	2	400	800
Computador	3	2.495	7.485
Gaveteiro	4	99	396
Impressora HP	1	501	501
Lixeira	5	39	195
Mesa de reunião - 8 L	1	259	259
Mesa de trabalho	3	309	927
Quadro de imã	2	100	200
Roteador Wireless	1	180	180
<b>Total</b>			<b>17.564</b>



MAPA DE AQUISIÇÕES - CAPACITAÇÃO			
Item	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total
Ar condicionado Split	1	2.600	2.600
Cadeira do professor	2	120	240
Cadeira frontal adulto em MDF	50	140	7.000
Computador	3	2.495	7.485
Data Show	2	3.000	6.000
Lixeira	2	39	78
Louças para evento (xícaras, copos etc.)	1	200	200
Mesa do professor	2	139	278
Microondas	1	249	249
Quadro branco 123 X 200 cm	2	300	600
Refrigerador	1	900	900
Ventilador de pé	3	171	513
<b>Total</b>			<b>26.143</b>

MAPA DE AQUISIÇÕES - OBSERVATÓRIO			
Item	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total
Aparelho Telefônico	10	80	800
Ar condicionado Split	1	2.600	2.600
Bebedouro Everest	1	459	459
Cadeira de espera	3	350	1.050
Cadeira de reunião - Executive Line	8	179	1.432
Cadeira de trabalho	10	280	2.800
Celular	2	400	800
Computador	10	2.495	24.950
Gaveteiro	4	99	396
Impressora HP	1	501	501
Lixeira	10	39	390
Mesa de reunião - 8 L	1	259	259
Mesa de trabalho	10	309	3.090
Quadro de imã	2	100	200
Roteador Wireless	1	180	180
<b>Total</b>			<b>39.907</b>



### Anexo 13- Referências bibliográficas

- BERRY, L. Descobrimo a essência do serviço, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. (Operações de Serviços & Logística)
- BRIGHAM, E.F. Administração Financeira – Teoria e prática São Paulo: 2006. (Análise de Investimentos)
- CHANDLER, Alfred. Strategy and Structure obra seminal do grande “historiador” da Estratégia Empresarial.
- \_\_\_\_\_ Scale and Scope, de (Belknap) – idem acima.
- CHIAVENATO, Idalberto; Sapiro, Arao. Planejamento Estratégico - Fundamentos e Aplicações, Editora: Elsevier - Campus.
- Decreto Federal 7743/12 - criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC)
- HORNGREN, C, SUNDEM, G., STRATTON, W. Introduction to Management Accounting. 12ª edição, Prentice Hall, 2002.
- HOWKINS, John. Economia Criativa - Como Ganhar Dinheiro Com Ideias Criativas - M. Books
- KERZNER, Harold. Gestão de Projetos - As melhores práticas 2ª. Edição Rio de Janeiro: Bookman.
- Material distribuído em classe e disponibilizado no portal <http://ead.coppead.ufrj.br>, referente a Turma 03 do Projeto Líderes Cariocas, parceria entre a COPPEAD e a PCRJ, em especial.
- MEDEIROS JR, Helcio de; Grand JR, João - IPP/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e Figueiredo, João Luiz – Núcleo de economia Criativa/ESPM-Rio - A Importância da Economia Criativa no Desenvolvimento Econômico da Cidade do Rio de Janeiro
- MINTZBERG, Henry. Ascensão e Queda do Planejamento Estratégico, Rio de Janeiro: Editora Bookman.
- Plano da Secretaria da Economia Criativa - Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014.
- REZENDE, Denis Alcides. Planejamento Estratégico Público Ou Privado - Um Guia Para Projetos Em Organizações - 2ª Ed. Editora: Atlas.
- TRIOLA, M. F. Introdução à Estatística, Ed. LTC S.A. – 10ª. Edição, 2008.
- VARGAS, Ricardo. Manual Prático do Plano de Projeto – Utilizando o PMBOK Guide - 3ª. Edição - Editora Brasport.
- VELLOSO, Joao Paulo dos Reis. O Brasil e a Economia Criativa - Um Novo Mundo nos Trópicos. Rio de Janeiro: Ed. Jose Olympio.





ZARDO, Julia B G, & MELLO, Ruth E S de - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Instituto Gênese, RJ - Rio Criativo – Incubadora de Empreendimentos da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro: Análise Crítica da Universidade Empreendedora Executora de Política Pública In: Revista Eletrônica Sistemas & Gestão 7 (2012), pp 206-221.

**Sites:**

<http://www.riocriativo.rj.gov.br> – Projeto do Governo do Estado do Rio de Janeiro de incubadoras de empreendimentos da economia criativa.  
<http://apl.unisuam.edu.br/hotsite/vest/index.html>  
<http://www.nutricao.ufrj.br/>  
<http://www.sebraerj.com.br/>  
<http://ead.coppead.ufrj.br>  
<http://www.ibge.gov.br/home/>  
<http://www.firjan.org.br>  
<http://www.barcelonactiva.cat> - Barcelona Activa é a agência de desenvolvimento local do Conselho da Cidade de Barcelona  
além dos sites já indicados no “A 4.2- Indústria Criativa no Reino Unido”.



#### **Anexo 14- Equipe DNA Carioca**

**Lília F. Gutman Tosta Paranhos Langhi** é Mestre em Letras/UERJ, graduada em Port./Literatura e em Gestão de Carnaval. Atuou 20 anos como gestora escolar de instituições privadas. Idealizou e geriu os Projetos: PACIFICARTE - **Criança Esperança/UNESCO**; Brinquedoteca Cartolinha - **Secr.Est. de Cultura**; Ação Griô no CCC **MINC** - (Prêmio Escola Viva); ECA na Escola - (Prêmio Pro-Menino); redatora do Guia Oficial de Roteiro dos Desfiles - **RIOTUR**. Coord.pedagógica do I Enc. Ibero-Americano de Economia Criativa do Carnaval, da **OEI**, P&P Cultural e **SEDEIS do RJ**, programado para março 2013. Atua em Escola Municipal da **4ª CRE/PCRJ** e é professora-articuladora na rede Estadual.

E-mail: [lilialanghi@gmail.com](mailto:lilialanghi@gmail.com) - Tel.:2594-8661 e 88385153

**Rose Mary Mota** é Pós-graduada em Controladoria Pública /UERJ e Administração Pública (FABES). Contabilista aprovada em concurso público de Técnico de Contabilidade da Controladoria Geral do Município, em 1999, atuando até 2009 como Auditora e Gerente da Coordenação de Auditoria Operacional e de Programa. Atualmente é Analista de Planejamento e Orçamento da Secretaria Municipal da Fazenda convocada por concurso público, em agosto de 2009, lotada na Assessoria de Captação de Recursos.

Email: [rmmota.smf@pcrj.rj.gov.br](mailto:rmmota.smf@pcrj.rj.gov.br); [rmariamar@gmail.com](mailto:rmariamar@gmail.com) Tel.: 2976-3246 e 8777-8356

**Victor Zajdhaft** é Pós-Graduado em Gestão Empresarial (Fundação Dom Cabral-MG) e em Auditoria e Segurança de Sistemas Informatizados (UNESA), Graduado em Direito (UERJ) e em Engenharia Eletrônica (UFRJ). Atua há 20 anos no mercado de Tecnologia da Informação (TI) através do gerenciamento e execução de projetos de desenvolvimento de sistemas e implantação de infraestrutura tecnológica. Analista de Sistemas concursado da IplanRio em 1996, Ocupou de fevereiro/2007 a maio/2011, a Diretoria de Sistemas, responsável por uma carteira de mais de 40 projetos implantados de TI e 800 produtos em regime de administração, envolvendo equipes internas e contratos de terceirização. Atualmente coordena uma carteira de 11 projetos de diversas áreas da Prefeitura com a finalidade de modernização da gestão administrativa e financeira, financiados através de contrato de empréstimo do BID (PNAFM).

**Email:** [victor.zajdhaft@iplanrio.rio.rj.gov.br](mailto:victor.zajdhaft@iplanrio.rio.rj.gov.br) Tel.: 8909-3432

#### **Vitória Vellozo**

Doutora e Mestre em Saúde Pública (ENSP/FIOCRUZ). Sanitarista aprovada em concurso público da Secretária Municipal de Saúde do Rio de Janeiro, realizado em 1992. Assessora da Superintendência de Integração das Áreas de Planejamento em Saúde (SIAP/SUBPAV/SMSDC-RJ), desde 2009, nas áreas de planejamento, monitoramento e avaliação.

Email: [vellozo@pobox.com](mailto:vellozo@pobox.com); [vellozo@gmail.com](mailto:vellozo@gmail.com) Tel.: 3971-1929; 7635-4837



**Anexo 15-** Cópia DVD *DNA Carioca*