



MASTER PLAN



PROGRAMA DE FINANCIAMENTO À
ECONOMIA CRIATIVA

PROGRAMA PARA
DESENVOLVIMENTO
DA INDÚSTRIA

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. JUSTIFICATIVA.....	3
3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS	5
4. ESPECIFICAÇÃO.....	5
4.1. Requisitos.....	5
4.2. Premissas.....	5
4.3. Restrições	5
5. MAPEAMENTO DE ATORES.....	6
6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO.....	6
7. COMUNICAÇÃO E MONITORAMENTO DO PROJETO.....	7
8. ARTEFATOS DO PROJETO	8
9. CRONOGRAMA.....	9
10. REFERÊNCIAS	9

1. INTRODUÇÃO

A economia criativa vem ganhando cada vez mais notoriedade no cenário econômico brasileiro, consolidando-se como um dos setores da indústria com melhores salários. O setor também apresenta expressividade no que concerne ao número de empregos formais, atingindo, em 2010, a marca de 771 mil trabalhadores em todo o Brasil. Esses números convergem para uma participação no PIB brasileiro de cerca de 2,5%, equivalente a R\$ 92,9 bilhões, no ano de 2010 (FIRJAN, 2011).

O Ceará está entre os 13 estados de maior expressividade da economia criativa no Brasil. A economia criativa é considerada como um dos setores considerados estratégicos para o desenvolvimento do estado, sendo contemplado no Plano de Desenvolvimento Econômico e Social (PREFEITURA DE FORTALEZA, 2015).

No entanto, ao passo que a economia criativa atinge patamares mais altos, o setor passa a sentir os efeitos da inerentes ao processo de globalização. Com a globalização, as comunidades passaram de consumidores dos produtos da economia criativa para exportadores dos mesmos. Uma das consequências diretas é o sucumbimento de pequenos produtores ao passo que as indústrias aumentam suas proporções. Assim, faz-se necessário a garantia da preservação da produção das pequenas comunidades, preservando características culturais locais.

Diante desta problemática, a proposta deste projeto é a criação de um programa para financiamento à economia criativa, voltado principalmente para os pequenos produtores. O processo deve contemplar um mapeamento para identificação e credenciamento de produtores culturais (tradicionais e inovadores) visando fomentar suas atividades, perpetuando as características culturais locais.

2. JUSTIFICATIVA

A economia criativa, em geral, enfrenta problemas de reconhecimento enquanto setor industrial e de auto reconhecimento por parte dos próprios criativos. Além disso, os pequenos empreendedores têm dificuldade imposta pela desvantagem competitiva frente às grandes indústrias. O investimento nos pequenos produtores da economia criativa traria benefícios como a movimentação econômica do setor, o estímulo para a criação de novos produtos, surgimento de novas redes de negociação e a valorização das produções locais, contribuindo para a valorização do patrimônio cultural e diversidade cultural.

A ideia é compreender as vocações locais da economia criativa para criar incentivos às demandas identificadas. O processo passa, inicialmente, pela sensibilização da importância das atividades do setor nos aspectos social, econômico e cultural junto aos atores-chaves que podem atuar na articulação do programa. Ao fim, espera-se o desenvolvimento do setor de economia criativa no Ceará aliando valores culturais e tecnologias inovadoras.

Este projeto foi elaborado por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan Economia Criativa da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC) e está ligado direta e indiretamente às ações propostas no *roadmap* do setor, de acordo com o quadro abaixo:

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Atrair investidores para fomento aos negócios criativos locais	Criar programa de incentivo ao consumo de produtos locais oriundos dos setores criativos
Mapear sistemas produtivos criativos do Estado	Promover feiras e rodadas de negócios específicas para a Economia Criativa
Mapear setores que compõem a Economia Criativa no Estado	Fomentar associativismo entre as empresas que compõem o setor
Fomentar startups e pequenos empreendedores criativos do Estado	Estabelecer indicadores para mensuração da participação dos setores criativos na economia do Estado
Criar programa de fomento à Economia Criativa interagindo com bancos comerciais e de desenvolvimento para otimizar concessão de crédito e assessoria técnica aos empreendedores criativos	Mapear vocações criativas das regiões do Estado

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance de uma das visões de futuro construídas pelos especialistas do setor no painel da Rota Estratégica dos Setores de Turismo & Economia Criativa, a saber: "Ceará como referência nacional em desenvolvimento sustentável tendo como vetor estratégico a Economia Criativa, a partir do fortalecimento dos processos identitários, territórios, setores, empreendimentos e da integração de organizações políticas, educacionais, empresariais e da sociedade".

3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS

Este projeto tem como objetivo desenvolver os setores criativos através de incentivos no prazo de dois anos.

Objetivos específicos:

- Mapear os setores e vocações da economia criativa;
- Articular a criação de legislação específica de financiamento;
- Criar e lançar editais de financiamentos;
- Monitorar o setor através de indicadores.

4. ESPECIFICAÇÃO

4.1. Requisitos

Os seguintes requisitos se fazem necessários para que o projeto tenha o impacto esperado:

- Identificação das atividades e novas vocações da Economia Criativa no Estado;
- Regularização dos produtores;
- Criação de regras para evitar que a Economia Criativa se transforme em indústria;
- Captação de agentes de financiamento;
- Fortalecimento das cooperativas;
- Criação de legislação própria;
- Existência de um ator que facilite a venda dos produtos regionais.

4.2. Premissas

Para garantir a factibilidade e viabilidade deste projeto, as seguintes premissas precisam ser atendidas:

- O programa receberá apoio do setor governamental e empresarial;
- Os pequenos criativos terão prioridade para os investimentos.

4.3. Restrições

Este projeto possui as seguintes restrições para seu escopo:

- Capacidade de investimento dos agentes;

5. MAPEAMENTO DE ATORES

As instituições apresentadas no quadro a seguir destacam-se como atores chave para a consumação deste projeto:

Instituição
Bancos Públicos e Privados
Governo Federal, Estadual e Municipal
Associações e Cooperativas da Economia Criativa
Instituições de Ensino Superior - IES
Criativos e Pequenos Produtores
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE

6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

Os riscos mensuráveis são apresentados no quadro a seguir com suas possíveis causas e prováveis efeitos:

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Falta de aderência por parte dos criativos	Falta de interesse	Encerramento do projeto
2. Falta de apoio dos órgãos de financiamento	Crise política/financeira	Encerramento do projeto
	Não reconhecimento da importância do setor	
3. Baixo investimento financeiro no programa	Conjuntura política/econômica do país	Enfraquecimento do projeto

7. COMUNICAÇÃO E MONITORAMENTO DO PROJETO

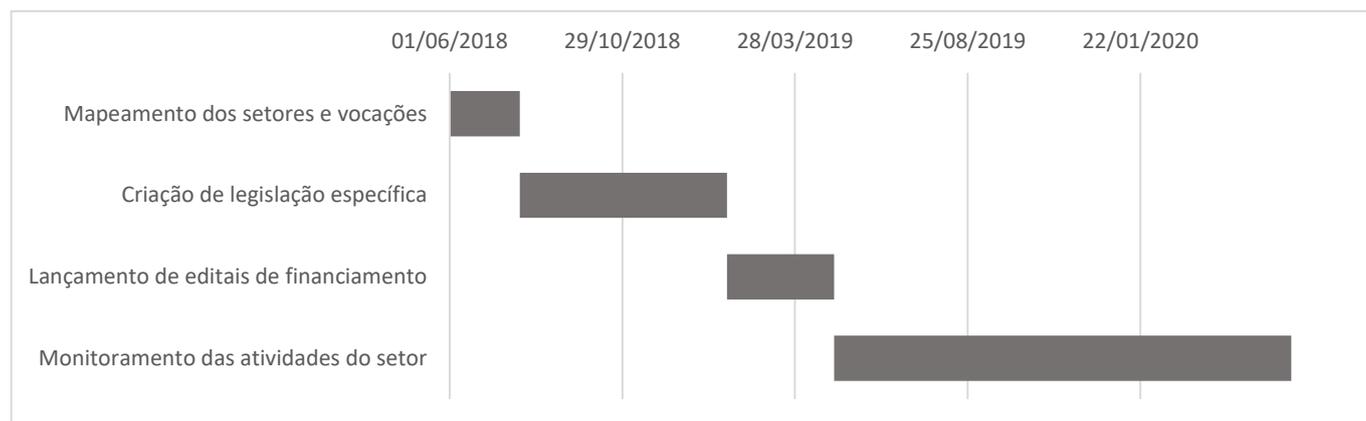
Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	<p>A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello).</p> <p>O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no Núcleo de Economia e Estratégia (NEE) da FIEC</p>	<p>Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)</p>	<p>Permanente</p>
Comunicação externa	<p>Contato com os Stakeholders do projeto será via e-mail e, posteriormente, telefone.</p> <p>Todos os contatos serão registrados em ferramenta interna de gestão de contatos</p>	<p>Todos os envolvidos</p>	<p>Permanente</p>
Solicitações para o projeto	<p>Quaisquer solicitações formais devem ser feitas somente via e-mail. Portanto, solicitações por chats, ligações ou mensagens serão desconsideradas</p>	<p>Todos os envolvidos</p>	<p>Permanente</p>
Reunião com o coordenador do projeto	<p>Local: FIEC</p> <p>A priorização das atividades será feita por opinião dos especialistas (coordenador do projeto)</p>	<p>Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)</p>	<p>Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente</p>
Metodologia de condução do projeto	<p>O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos</p>	<p>Todos os envolvidos</p>	<p>Permanente</p>

	chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto		
Sprints	<p>As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais</p> <p>Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades</p>	<p>Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)</p>	21 dias
Stakeholders	<p>Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders</p> <p>O pesquisador e o coordenador do projeto farão uma identificação da relevância dos Stakeholders em alto e médio/baixo impacto para definir o acompanhamento das informações do projeto</p>	<p>Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)</p>	<p>Permanente e revisado semanalmente</p>

8. ARTEFATOS DO PROJETO

- Plano de Comunicação
- Plano de Risco
- Plano de Gerenciamento de Escopo do Projeto

9. CRONOGRAMA



10. REFERÊNCIAS

FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2011.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO

