



# MASTER PLAN

CÂMARA SETORIAL DE 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.....	6
4.3. Restrições.....	6
5. MAPEAMENTO DE ATORES.....	6
6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO.....	7
7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO.....	7
8. MONITORAMENTO.....	9
9. ARTEFATOS DO PROJETO.....	9
10. CRONOGRAMA.....	10
11. REFERÊNCIAS.....	10

## 1. INTRODUÇÃO

A relevância econômica e social da Economia Criativa no Brasil pode ser notada ao analisarmos sua importância na indústria: o PIB Criativo representa 2,64% do PIB Brasileiro e os profissionais criativos correspondem a 1,8% do mercado de trabalho formal (FIRJAN, 2016). Além disso, as indústrias criativas são não apenas economicamente valiosas por si mesmas, mas funcionam como catalisadoras e fornecedoras de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos.

Reconhecendo o potencial da Economia Criativa, em especial, em um cenário de crise econômica, percebe-se a necessidade de fomentar a representatividade do setor. Na tentativa de criar e fortalecer mecanismos de governança no setor da Economia Criativa do estado, este projeto tem como objetivo: criar uma Câmara Setorial de Economia Criativa junto à ADECE.

Os impactos deste projeto se refletirão em uma estruturação da Economia Criativa do estado e seus setores, sendo possível, a partir disto, fomentar a representatividade e reconhecimento do setor. Além disso, será possível identificar os principais entraves e oportunidades do setor, visando a proposição de soluções ao desenvolvimento sustentável da Economia Criativa no estado.

## 2. JUSTIFICATIVA

A Indústria Criativa tem um evidente caráter estratégico, em especial, em um cenário de crise econômica. A criação de novos processos produtivos dentro das fábricas, o desenvolvimento de novas formas de escoamento da produção e a implantação de novos modelos de negócio constituem exemplos saudáveis de inovação criativa (FIRJAN, 2016).

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD, as indústrias criativas compõem quatro grandes grupos, divididos de acordo com suas características distintas, sendo eles: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais. O patrimônio engloba os locais culturais e as expressões culturais tradicionais. O grupo de artes inclui as indústrias criativas baseadas nas artes visuais e cênicas. Mídia constitui as indústrias que produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes grupos. Por fim, as criações funcionais englobam as indústrias voltadas à criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais, tais como design e novas mídias.

A Economia Criativa abrange, além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles, sendo importante na provocação e incorporação de profundas mudanças sociais, organizacionais, políticas, educacionais e econômicas. As indústrias criativas são, portanto, não apenas economicamente valiosas por si mesmas, mas funcionam como catalisadoras e fornecedoras de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos (REIS, 2008).

A relevância econômica e social da Economia Criativa no Brasil pode ser notada ao analisarmos sua importância na indústria: a participação do PIB Criativo estimado no PIB Brasileiro é de 2,64%, além de representar 1,8% do mercado de trabalho formal (FIRJAN, 2016). Nesse sentido, as mudanças econômicas abrem um leque de oportunidades baseadas em empreendimentos criativos, possuindo o potencial de aumentar a geração de renda e emprego (REIS, 2008).

Na busca por estimular a Economia Criativa, os governos têm papel fundamental, por meio de políticas públicas voltadas às diversas indústrias criativas, visando o desenvolvimento sustentável e ganho de competitividade no setor (UNCTAD, 2010). Nesse sentido, a relevância do projeto destaca-se ao permitir a criação de um órgão propositivo para o setor, tornando possível formular, implantar e monitorar políticas públicas para Economia Criativa no estado.

As Câmaras Setoriais têm uma importância fundamental na gestão das direções a serem tomadas dentro de um segmento industrial. Consiste em uma ferramenta prática, uma vez que reúne representantes estratégicos do setor, para atuação na promoção de um diagnóstico atualizada da cadeia produtiva a que se refere, e proposição de ações para seu desenvolvimento a curto, médio e longo prazo. Após identificação de gargalos e oportunidades, é possível a articulação de agentes públicos e privados definindo ações prioritárias de interesse comum, objetivando a atuação integrada dos diferentes segmentos envolvidos, gerando soluções ou aproveitamentos mais rápidos e efetivos.

A Câmara Setorial da Economia Criativa será um órgão de caráter consultivo e propositivo, vinculada à Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S/A - ADECE, e composta por entidades privadas, organizações não-governamentais e órgãos públicos e privados relacionados aos setores criativos ou a ele associados, atuando em colegiado.

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Conjugar planejamentos dos setores que compõem a Economia Criativa	Fomentar associativismo entre as empresas que compõem o setor

	Criar ações conjuntas entre universidades e empresas para difusão e distribuição de produtos oriundos de cursos na área criativa
	Estimular criação e fortalecimento de entidades e associações representativas das redes, cadeias produtivas, cooperativas e coletivos

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

O objetivo geral deste projeto é: instituir Câmara Setorial da Economia Criativa junto à ADECE.

Como objetivos específicos:

- Identificar entraves e oportunidades do setor, visando apresentar propostas de projetos e soluções ao desenvolvimento econômico e sustentável e aumento da competitividade da Economia Criativa no estado;
- Formular, implantar e monitorar políticas públicas para Economia Criativa no estado;
- Introduzir a organização das entidades participantes no setor;
- Facilitar mecanismos de governança da cadeia produtiva da Economia Criativa.

### 4. ESPECIFICAÇÃO

#### 4.1. Requisitos

Para que este mapeamento tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve conter representatividade de todos os setores da Economia Criativa, unindo coletivos para criação da Câmara;

- Deve ser um órgão colegiado vinculado à Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S/A – ADECE;
- Deve ser um espaço para desenvolver discussões sobre o setor no estado e propor e encaminhar soluções que visem o aprimoramento da atividade, considerando a expansão dos mercados interno e externo, bem como a geração de empregos e renda.

#### 4.2. Premissas

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- Deve haver um reconhecimento da Economia Criativa como um eixo estratégico de desenvolvimento para o estado;
- Deve haver um reconhecimento da transversalidade da Economia Criativa, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia.

#### 4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- A Câmara Setorial se limita a discussões que promovam o desenvolvimento da Economia Criativa como um todo, sem priorizar nenhuma indústria criativa em detrimento das demais.

### 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem do projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Secretaria do Desenvolvimento Econômico do Ceará - SDE
Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S/A - ADECE
Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior - SECITECE
Secretaria da Cultura do Estado do Ceará - SECULT
Secretaria Municipal de Cultura de Fortaleza - SECULTFOR
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Bancos financiadores
Agências de Fomento

Sistema S
Empreendimentos das indústrias criativas
Empreendimentos do terceiro setor
Instituições de Ensino Superior
Incubadoras

## 6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

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

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Enfraquecimento da câmara	Falta de apoio institucional	Não criação da câmara
	Discussões e ações pouco adequadas à realidade do setor	Descontinuidade da câmara
	Não delimitação do escopo de atuação da câmara	Alta pluralidade do setor gera conflito de interesses
	Falta de representatividade das indústrias criativas na câmara	Discussões e ações pouco significativas
2. Falta de interesse da ADECE em criar a câmara	Existência prévia de outras câmaras de indústrias criativas	Sombreamento de ações e projetos

## 7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

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>	Permanente
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>	Permanente
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>	Permanente
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>	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	<p>O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos</p>	<p>Todos os envolvidos</p>	Permanente

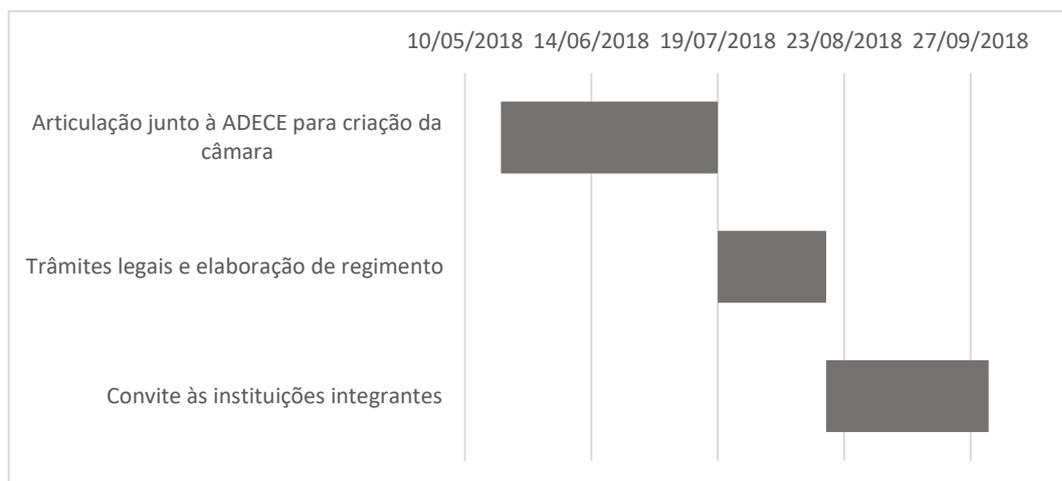
	chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto		
Sprints	As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais  Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	21 dias
Stakeholders	Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders  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	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

## 8. MONITORAMENTO

## 9. ARTEFATOS DO PROJETO

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

## 10. CRONOGRAMA



## 11. REFERÊNCIAS

FIRJAN – FEDERAÇÃO, DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development. Creative Economy Report 2010. Genebra: UNCTAD, 2010.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO





# MASTER PLAN

CANDIDATURA DE FORTALEZA  
A CIDADE CRIATIVA DA  
UNESCO

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.....	6
4.3. Restrições.....	6
5. MAPEAMENTO DE ATORES.....	6
6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO.....	7
7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO.....	7
8. MONITORAMENTO.....	9
9. ARTEFATOS DO PROJETO.....	9
10. CRONOGRAMA.....	9
11. REFERÊNCIAS.....	10

## 1. INTRODUÇÃO

A economia criativa consiste em um setor da economia mundial de importante crescimento, possuindo papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade. Nesse contexto, tendo em vista o grande potencial da Rede de Cidades Criativas da UNESCO para o fortalecimento da economia criativa e para a condução do desenvolvimento do território, extrapolando relações econômicas e atingindo aspectos sociais e culturais, este projeto tem como objetivo: desenvolver e submeter o dossiê de candidatura de Fortaleza a Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria, a UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que são não apenas economicamente valiosos por si mesmos, mas funcionam como catalisadores e fornecedores de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos.

Os impactos deste projeto se refletirão em um incremento da visibilidade internacional da cidade de Fortaleza, sendo possível, a partir disto, possibilitar um acesso privilegiado às melhores práticas e propiciar o desenvolvimento de projetos em parceria. Além disso, será possível reforçar a criação, produção, distribuição e divulgação de bens e serviços da Economia Criativa, ampliando a densidade desse tipo de atividade econômica na cidade.

## 2. JUSTIFICATIVA

O Relatório de Economia Criativa, publicado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e pela Organização das Nações Unidas (ONU) para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em 2013, informa que a economia criativa cumpre papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade. Trata-se de um dos setores da economia mundial que mais cresce, a julgar pelos índices de geração de renda, de criação de empregos e de ganhos com exportação. O comércio mundial de bens e serviços provenientes da indústria criativa mais que dobrou entre 2002 e 2011, atingindo a cifra de US\$ 624 bilhões, em 2011, o que reflete, no setor, um crescimento de 8,8% ao ano (SEBRAE, 2015). A UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que provocam efeitos consideráveis nas economias nacionais aos níveis do comércio, emprego, indústria, investimento e padrões de consumo, reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria.

A rede mundial de cidades criativas da Unesco foi criada em 2004 para promover a cooperação entre cidades que identifiquem a criatividade como fator estratégico para um desenvolvimento urbano

sustentável. As 180 cidades que de 72 países que atualmente formam a Rede trabalham juntas por um objetivo comum de posicionar a criatividade e as indústrias culturais no centro de seus planos de desenvolvimento local e cooperar ativamente com as demais cidades da Rede.

Embora o conceito de economia criativa seja muito mais amplo abrangendo outros segmentos, a UNESCO definiu apenas sete segmentos nos quais as cidades podem se inscrever na Rede, sendo eles: artesanato, arte digital, cinema, design, gastronomia, literatura e música. Ao integrar a Rede, as cidades se comprometem a desenvolver parcerias e compartilhar suas melhores práticas, possibilitando:

- Reforçar a criação, produção, distribuição e divulgação de atividades culturais, bens e serviços;
- Desenvolver pólos de criatividade e inovação e alargar as oportunidades para os criadores e profissionais do setor cultural;
- Melhorar o acesso e a participação na vida cultural, assim como o gozo dos bens culturais e serviços, nomeadamente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis; e
- Integrar plenamente a cultura e a criatividade nas estratégias e planos de desenvolvimento local.

Ao participar da Rede, Fortaleza terá acesso privilegiado às melhores práticas das outras cidades, propiciando o desenvolvimento de projetos em parcerias, bem como haverá um incremento da visibilidade internacional enquanto destino diferenciado, atraindo capital financeiro e humano de qualidade. Além disso, possibilita-se um incremento da autoestima da população criativa local, induzindo ações transversais e colaborativas com os outros segmentos da Economia Criativa, criando assim uma dinâmica virtuosa de crescimento.

Diante disto, na tentativa de promover a inserção da cidade de Fortaleza na Rede de Cidades Criativas da UNESCO, este projeto, proposto por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan da Federação das Indústrias do Estado do Ceará, está ligado direta e indiretamente às ações propostas no *roadmap* do setor, de acordo com o quadro abaixo:

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Ampliar parcerias entre Sistema S e os setores da Economia Criativa	Promover eventos relacionados aos setores criativos
Disseminar conceito de Economia Criativa e suas aplicações para empresas e sociedade	Atrair investidores para fomento aos negócios criativos locais

Impulsionar novos negócios que estejam alinhados às vocações locais	Fortalecer fomento à circulação e fruição de bens e serviços da Economia Criativa
Estimular criação e fortalecimento de entidades e associações representativas das redes, cadeias produtivas, cooperativas e coletivos	Elaborar e divulgar calendário de eventos criativos no Estado

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance de uma das duas 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

O objetivo geral deste projeto é: Desenvolver e submeter o dossiê de candidatura de Fortaleza a Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Como objetivos específicos:

- Identificar e formalizar apoio com instituições parceiras;
- Levantar ativos criativos e culturais de Fortaleza;
- Proposição participativa de um plano de atividade;
- Apresentação de um dossiê de candidatura.

### 4. ESPECIFICAÇÃO

#### 4.1. Requisitos

Para que este projeto tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve ser indicada uma pessoa para ser o ponto focal, com a responsabilidade de realizar a comunicação com a Unesco;
- Deve ser definido um cronograma e calendário de ações, contendo responsáveis, prazos, custos e metas para cada projeto a ser realizado;
- Deve ser definido um grupo de gestão de seus responsáveis;

- Devem ser realizadas parcerias com instituições de forma a levantar o que foi feito e planejar as ações a serem concretizadas;
- A cidade de Fortaleza irá realizar a candidatura para Cidade Criativa do Design, tendo em vista seu potencial na área.

#### 4.2. Premissas

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- A Prefeitura e o Ministério das Relações Exteriores devem estar sensibilizados da importância do projeto e do seu papel na viabilização da candidatura.

#### 4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- O projeto se limita à submissão do dossiê da candidatura de Fortaleza, aspectos relacionados à dinâmica após a inserção na Rede não estão contemplados.

### 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem no projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Prefeitura de Fortaleza
Secretaria de Cultura de Fortaleza- SECULTFOR
Secretaria de Turismo de Fortaleza
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Instituto de Planejamento de Fortaleza- IPLANFOR
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Empreendimento das indústrias criativas
Coletivos das indústrias criativas

## 6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

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

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Dificuldade de gestão do processo de candidatura	Ausência de grupo de gestão destinado ao projeto	Dificuldade da elaboração do dossiê
2. Falta de interesse público no projeto	Setor público não acredita nos benefícios do projeto	Não efetivação da candidatura
	Setor público possui outras prioridades	Não efetivação da candidatura
3. Falta de interesse do setor privado no projeto	Setor privado não acredita nos benefícios do projeto	Dificuldade da elaboração do dossiê
	Setor privado não acredita no potencial da cidade	Dificuldade da elaboração do dossiê
4. Dossiê mal elaborado	Dossiê não retrata a situação real da cidade	Não efetivação da candidatura
	Dossiê não foi elaborado de forma colaborativa	Redução da chance de efetivação da candidatura

## 7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente

	<p>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>		
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>	Todos os envolvidos	Permanente
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>	Todos os envolvidos	Permanente
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>	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	<p>O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto</p>	Todos os envolvidos	Permanente
Sprints	<p>As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais</p>	Pesquisador, coordenador e	21 dias

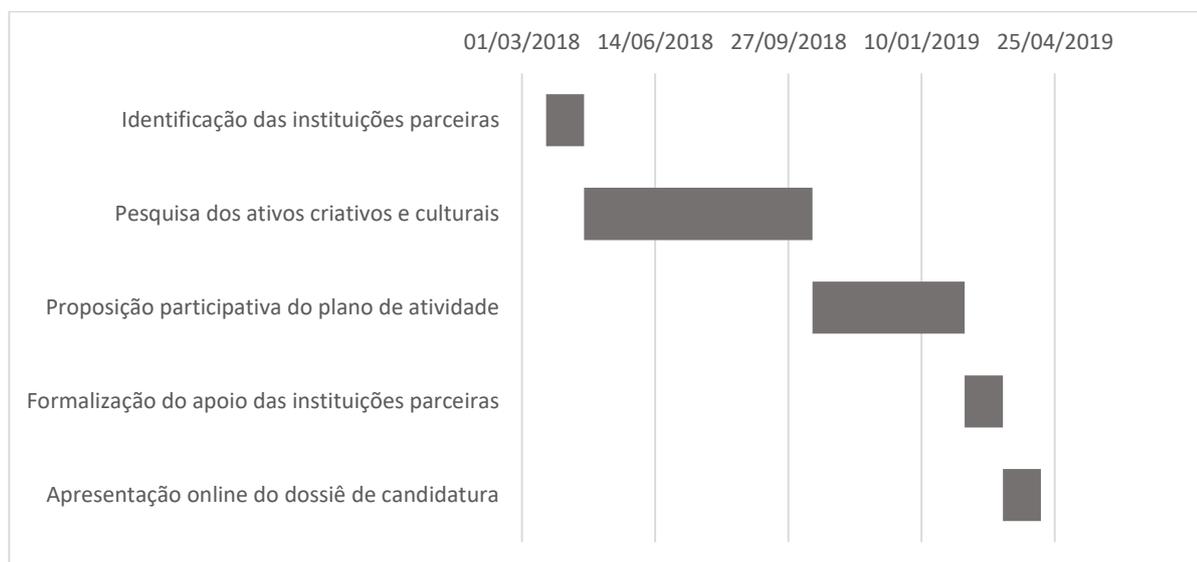
	Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	líder Masterplan (opcional)	
Stakeholders	Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders  O pesquisador e o coordenador do projeto farão uma identificação da relevância dos Stakeholders em alto e médio/baixo impacto para definir o acompanhamento das informações do projeto	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

## 8. MONITORAMENTO

## 9. ARTEFATOS DO PROJETO

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

## 10. CRONOGRAMA



## 11. REFERÊNCIAS

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Guia do Empreendedor criativo. Brasília, 2015.

UNESCO - Culture and UNESCO. – Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2002.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO





# MASTER PLAN

## CARTOGRAFIA DA FORMAÇÃO EM 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.....	7
1. Falta de recursos para execução do projeto.....	7
7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO.....	7
8. MONITORAMENTO.....	9
9. ARTEFATOS DO PROJETO.....	9
10. CRONOGRAMA.....	9
11. REFERÊNCIAS.....	9

## 1. INTRODUÇÃO

Dado o impulso das mudanças na economia mundial, a Economia Criativa surge como setor estratégico não apenas economicamente valioso por si mesmo, mas funcionando como catalisador e fornecedor de valores intangíveis a outras formas de organização de processos, relações e dinâmicas econômicas de setores diversos (REIS, 2008).

O aumento no número de estabelecimentos empregadores das indústrias criativas e na participação dos profissionais criativos no mercado de trabalho evidencia o diferencial estratégico e competitivo que a formação e especialização em segmentos da economia criativa apresentam tanto para empresas quanto funcionários. Nesse contexto, haja vista a carência por estudos no estado de mapeamento de formação no setor, o presente estudo busca consolidar um banco de dados de informações quantitativas e qualitativas referentes às modalidades de capacitação e aperfeiçoamento desenvolvidas por instituições no Ceará. Os impactos deste projeto se refletirão em um mapeamento da formação disponível no estado nos vários segmentos da Economia Criativa, sendo possível, a partir disto, identificar pontos críticos na oferta de formação como forma de direcionamento de políticas públicas de investimentos em educação.

## 2. JUSTIFICATIVA

De acordo com a UNCTAD, a economia criativa é dividida em indústrias criativas que constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado. Ainda de acordo com ela, as indústrias criativas compõem quatro grandes grupos divididos de acordo com suas características distintas, sendo eles: Patrimônio (expressões culturais tradicionais e locais culturais); Artes (artes visuais e artes cênicas); Mídia (editoras e mídias impressas e audiovisuais); e Criações Funcionais (design, novas mídias e serviços criativos).

O mapeamento da formação nos setores da Economia Criativa possui grande importância dado o crescimento dos empregados e empregadores das indústrias criativas. No que tange ao volume de empresas dos setores criativos, em 2015 existiam 239 mil estabelecimentos (RAIS, 2015). Desde 2013, em meio à difícil conjuntura econômica, houve um aumento de 5,6% do número de estabelecimentos com vínculos empregatícios, percentual que supera o crescimento de apenas 3,5%, observado na

economia do país. Além de ser um forte indício de profissionalização e crescimento das indústrias criativas, a evolução do número de estabelecimentos empregadores evidencia seu caráter estratégico em tempos de crise. Já em relação aos profissionais criativos, houve um aumento em sua participação no mercado de trabalho (1,8% em 2015 ante 1,7% em 2013), o que reforça o papel estratégico da classe criativa na atividade produtiva. No período 2013-2015 houve mudanças importantes no rol de profissionais que compõem os segmentos e áreas criativas, que apontam para maior especialização e profissionalização (FIRJAN, 2016).

Em um cenário cada vez mais competitivo, no qual a formação e especialização em segmentos da economia criativa apresentam um diferencial estratégico e competitivo para empresas e funcionários, e sabendo da carência por estudos no estado de mapeamento de formação no setor, o presente projeto busca abranger de forma sistemática as mais diversas instituições que trabalham na formação e qualificação nas indústrias criativas nos mais diferenciados níveis de aprimoramento (extensão, graduação, especialização, mestrado, doutorado etc.) existentes no estado. Diante disto, este projeto foi proposto por um grupo de especialistas do setor na reunião do projeto Masterplan da Federação das Indústrias do Estado do Ceará 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
Mapear oferta de formação para os profissionais criativos	Mapear demanda por novos cursos relacionados à Economia Criativa no Estado
Estimular criação de cursos de extensão, graduação e pós-graduação em Economia Criativa	

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance de uma das duas 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

O objetivo geral deste projeto é: mapear a oferta de formação e qualificação nos setores da Economia Criativa no Ceará.

Como objetivos específicos:

- Identificar territórios e instituições no estado do Ceará;
- Sensibilizar e articular junto a instituições para levantamento dos dados do projeto;
- Consolidação de uma publicação como entrega final do mapeamento.

### 4. ESPECIFICAÇÃO

#### 4.1. Requisitos

Para que este mapeamento tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve ser realizada uma pesquisa documental prévia analisando-se sites institucionais, censos de educação, publicações, documentos e relatórios para levantamento inicial dos dados;
- Deve ser realizada uma articulação local através de parcerias com secretarias de cultura e turismo, prefeituras municipais, instituições de ensino superior, associações, fundações e escolas de formação aberta para sensibilização da importância do projeto e coleta dos dados;
- Deve haver uma divisão do estado do Ceará em macrorregiões ou territórios como forma de facilitação do mapeamento;
- Deve conter informações qualitativas sobre as formações encontradas, tais como: setor da economia criativa, área temática, tipo do curso (curso técnico, de extensão, graduação tecnológica, graduação, especialização, mestrado e/ou doutorado), conteúdo programático, duração do curso e site para maiores informações;

#### 4.2. Premissas

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- Deve haver disponibilidade de pesquisadores capacitados para fazer o levantamento de dados e escrita da publicação final.

#### 4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- Orçamento – dentre os requisitos deste projeto se encontram ações que exigem verba para sua execução. Desta forma, o orçamento se configura como uma limitação, devendo-se reforçar a importância do projeto, de modo a garantir o patrocínio financeiro para a execução deste projeto;
- O projeto se limita a consolidar uma publicação como resultado do mapeamento. Após publicação final, os dados podem ser transferidos para o meio digital e geoprocessados de forma a permitir atualizações periódicas das informações.

## 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem do projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Secretaria de Turismo do Ceará - SETUR
Secretaria da Educação do Ceará - SEDUC
Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior do Ceará- SECITECE
Secretaria da Cultura do Ceará - SECULT
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE
Instituto Dragão do Mar
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Instituições de Ensino Superior - IES
Escolas abertas de formação livre
Sistema S
Fundações e Associações em Economia Criativa
Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP

## 6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

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

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Falta de recursos para execução do projeto	Outros projetos tornaram prioridade	Ausência de verbas para arcar com os custos do projeto
	Falta de apoio financeiro	
2. Falta de interesse das instituições em apoiar o projeto	Existência de iniciativas semelhantes	Sombreamento de ações e projetos
	Instituições não acreditam nos benefícios do projeto	Descontinuidade do projeto
3. Dificuldade na coleta de dados	Ausência de dados	Pouca significância do projeto
	Instituições não querem fornecer dados	

## 7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello).  O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente

	Núcleo de Economia e Estratégia (NEE) da FIEC		
Comunicação externa	Contato com os Stakeholders do projeto será via e-mail e, posteriormente, telefone.  Todos os contatos serão registrados em ferramenta interna de gestão de contatos	Todos os envolvidos	Permanente
Solicitações para o projeto	Quaisquer solicitações formais devem ser feitas somente via e-mail. Portanto, solicitações por chats, ligações ou mensagens serão desconsideradas	Todos os envolvidos	Permanente
Reunião com o coordenador do projeto	Local: FIEC  A priorização das atividades será feita por opinião dos especialistas (coordenador do projeto)	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto	Todos os envolvidos	Permanente
Sprints	As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais  Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	21 dias

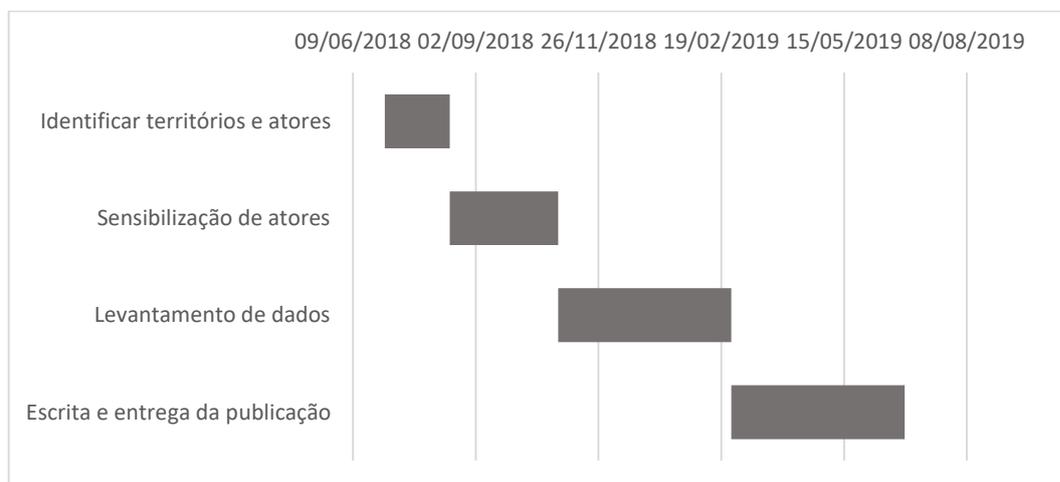
Stakeholders	<p>Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders</p> <p>O pesquisador e o coordenador do projeto farão uma identificação da relevância dos Stakeholders em alto e médio/baixo impacto para definir o acompanhamento das informações do projeto</p>	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente
--------------	--	--	------------------------------------

## 8. MONITORAMENTO

## 9. ARTEFATOS DO PROJETO

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

## 10. CRONOGRAMA



## 11. REFERÊNCIAS

FIRJAN – FEDERAÇÃO, DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development. Creative Economy Report 2010. Genebra: UNCTAD, 2010.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO





# MASTER PLAN



FOMENTO A PESQUISA EM 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.....	7
7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO E MONITORAMENTO.....	7
9. ARTEFATOS DO PROJETO .....	9
10. CRONOGRAMA.....	9
11. REFERÊNCIAS.....	11

## 1. INTRODUÇÃO

A Economia Criativa é um dos setores estratégicos para o desenvolvimento do país e necessita, para isso, de um levantamento acerca do atual momento no Estado, identificando os potenciais competitivos e os gargalos do setor.

No Brasil os dados sobre o desempenho da política de desenvolvimento da Economia Criativa ainda são incipientes, principalmente se tratando de uma economia informal que é a predominante do setor (FIRJAN, 2016).

Diante disso, o país carece de informações relevantes que alicerçam a Economia Criativa permitindo uma compreensão mais clara sobre a contribuição do setor no Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB) e em outros dados macroeconômicos e sóciodemográficos, como: taxa de desemprego, renda salarial, oferta e demanda de bens e serviços culturais, oferta de ensino, diversidade cultural, inovação, sustentabilidade e inclusão social.

Este projeto se propõe a criar uma linha de pesquisa na Universidade Estadual do Ceará e apresentar uma proposta de abertura de um edital na FUNCAP para viabilizar os projetos do setor na Academia.

## 2. JUSTIFICATIVA

Apesar da grande relevância, os setores culturais e criativos formais e informais ainda são muito desconsiderados no planejamento político do Estado. Contudo, a ausência de produção de dados torna a formulação de políticas públicas praticamente inviável e há muitas barreiras que impedem o seu desenvolvimento local, por exemplo, estímulo a pesquisa acadêmica; mapeamento do setor; ausência de sistematização de dados; não há linha de pesquisa específica para economia criativa; falta de capacitação e formação especializada na área e falta de indicadores do setor (FÓRUM FORTALEZA 2040, 2015).

Portanto, é muito relevante desenvolver estudos acadêmicos sobre o atual quadro da economia criativa no Ceará para que, assim, tenhamos dados confiáveis que subsidiem a formulação, implantação e avaliação de políticas públicas para o desenvolvimento do Estado.

Desse modo, o projeto visa a melhoria do desempenho do setor, a inclusão produtiva, a redução das desigualdades sociais, fomento aos empreendedores, incentivo aos novos e pequenos

negócios, aumento da taxa de empregos e do desenvolvimento regional. Além disso, é estratégico para alcançar as metas do Plano Fortaleza 2040.

Esse projeto foi elaborado por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan de 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
Mapear setores que compõem a Economia Criativa no Estado	Criar programa de bolsas de estudo para cursos ligados ao setor
Mapear sistemas produtivos criativos do Estado	Estabelecer indicadores para mensuração da participação dos setores criativos na economia do Estado
Produzir, sistematizar, difundir e monitorar informações estratégicas sobre a Economia Criativa	Prospectar novos mercados para produtos e serviços do setor produzidos no Estado
Revisar e ampliar mecanismos de fomento e financiamento à Economia Criativa no Estado	Ampliar estratégias de atração de pesquisadores dos setores da Economia Criativa
Ampliar divulgação de linhas de fomento à pesquisa e inovação da Funcap relacionadas aos setores criativos	Estimular criação de cursos de extensão, graduação e pós-graduação em Economia Criativa
	Oferecer cursos de formação para elaboração de projetos para editais

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

O objetivo geral deste projeto é: Criar linha de pesquisa em Economia Criativa para fortalecimento do setor em 2 anos.

Como objetivos específicos:

- Criar grupo de trabalho para realizar estudo e mapeamento do setor no Estado;
- Elaborar minuta da linha de pesquisa;
- Articular implantação da linha de pesquisa junto à SECITECE, FIEC, UECE, Secretaria de Cultura, IPLANFOR e Prefeitura de Fortaleza;
- Aprovação da linha de pesquisa pela FUNCAP;

### 4. ESPECIFICAÇÃO

#### 4.1. Requisitos

Para que este projeto tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve-se criar grupo de trabalho na UECE para fazer a minuta;
- Fazer mapeamento dos setores prioritários em Economia Criativa;
- A linha de pesquisa criada deverá ter aprovação com número de protocolo;
- Deve-se submeter proposta a FUNCAP para criação de linha de pesquisa

#### 4.2. Premissas

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- Há interesse político da Prefeitura para desenvolver o setor no Estado;
- A criação da linha de pesquisa é importante para o desenvolvimento social do Estado;
- Há disponibilidade de tempo e especialistas interessados em criar a linha de pesquisa;
- O projeto contará com verba para viabilizar pelas agências de fomento e tecnologia;

#### 4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- Profissionais pouco qualificados para criar a linha de pesquisa;
- A Academia precisa ter interesse em participar do grupo de trabalho;
- Recursos financeiros escassos;
- A FUNCAP não ter interesse e/ou financiamento para lançar edital voltado a Economia Criativa;
- Tempo de entrega do produto final ser insuficiente.

## 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores mais indicados a participarem do projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Secretaria de Cultura de Fortaleza - SECULTFOR
Secretaria de Cultura do Ceará - SECULT
Secretaria da Ciência, Tecnologia e Educação Superior - SECITECE
Federação das Indústrias de Estado do Ceará - FIEC
Empresas do setor de Economia Criativa
Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico - FUNCAP
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE
Universidade Estadual do Ceará - UECE
Sindicatos das Indústrias
Pesquisadores da Academia do setor
Agências de Fomento
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial- SENAI
Instituto Euvaldo Lodi- IEL
Universidade Federal do Ceará - UFC
Universidade de Fortaleza - UNIFOR
Instituto Federal do Ceará - IFCE
Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará - IPECE
Fundação Núcleo de Tecnologia Industrial do Ceará - NUTEC

## 6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

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

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Não haver profissionais capacitados	A academia não possui profissionais capacitados em Economia Criativa	Não efetivação do projeto
	Falta de profissionais capacitados para escrever a minuta com clareza	Os profissionais não saberão escrever com qualidade a minuta
2. Falta de apoio financeiro	Crise política/financeira do País	Encerramento do Projeto
	Falta de interesse da FUNCAP	Encerramento do Projeto
4. Não participação dos atores do setor	Falta de interesse sobre o projeto	Encerramento do projeto
	Falta de conhecimento sobre o problema	Enfraquecimento do projeto

## 7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO E MONITORAMENTO

Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello). O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no Núcleo de Economia e Estratégia (NEE) da FIEC	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente
Comunicação externa	Contato com os Stakeholders do projeto será via e-mail e,	Todos os envolvidos	Permanente

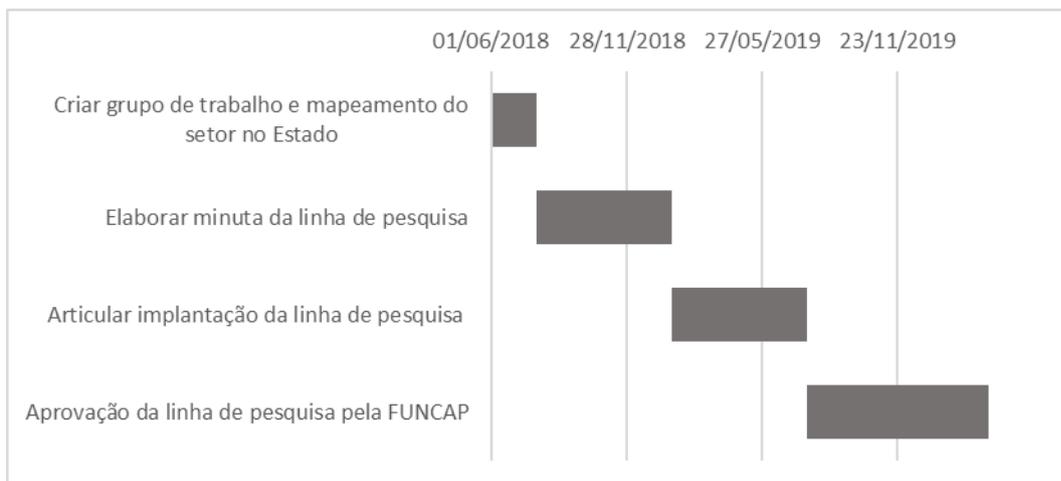
	<p>posteriormente, telefone.</p> <p>Todos os contatos serão registrados em ferramenta interna de gestão de contatos</p>		
Solicitações para o projeto	<p>Quaisquer solicitações formais devem ser feitas somente via e-mail. Portanto, solicitações por chats, ligações ou mensagens serão desconsideradas</p>	Todos os envolvidos	Permanente
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>	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	<p>O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto</p>	Todos os envolvidos	Permanente
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>	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	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</p>	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

	o acompanhamento das informações do projeto		
--	---	--	--

## 8. ARTEFATOS DO PROJETO

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

## 9. CRONOGRAMA



## REFERÊNCIAS

FÓRUM FORTALEZA 2040. **Economia Criativa Vol. I**. Disponível em <

<http://forum.fortaleza2040.fortaleza.ce.gov.br/wp-content/uploads/2015/09/ANEXO-V-ECONOMIA-CRIATIVA-VOL-I.pdf>>. Acesso em 27/04/18.

FIRJAN. FEDERAÇÃO, DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO





# MASTER PLAN

DISTRITO CRIATIVO NO CEARÁ

PROGRAMA PARA  
DESENVOLVIMENTO  
DA INDÚSTRIA

# Sumário

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

## 1. INTRODUÇÃO

A economia criativa possui papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade, sendo um setor da economia mundial de importante crescimento. Nesse contexto, tendo em vista o grande potencial dos distritos criativos para o crescimento da economia criativa e para a condução do desenvolvimento do território, extrapolando relações econômicas e atingindo aspectos sociais e culturais, este projeto tem como objetivo: desenvolver um projeto para a criação de um distrito criativo no Ceará.

Reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria, a UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que provocam efeitos consideráveis nas economias nacionais aos níveis do comércio, emprego, indústria, investimento e padrões de consumo. Nesse sentido, a valorização da cultura e da criatividade surge como importante vetor de transformação e desenvolvimento de territórios urbanos.

Os impactos deste projeto se refletirão no estabelecimento de um território de fomento à economia criativa, sendo possível, a partir disto, possibilitar combate às desigualdades e violência e atração de talentos e investimentos para revitalizar áreas degradadas. Além disso, será possível promover o desenvolvimento da economia criativa no estado, ampliando a densidade desse tipo de atividade econômica no território.

## 2. JUSTIFICATIVA

O Relatório de Economia Criativa, publicado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e pela Organização das Nações Unidas (ONU) para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em 2013, informa que a economia criativa cumpre papel de poderosa força transformadora na contemporaneidade. Trata-se de um dos setores da economia mundial que mais cresce, a julgar pelos índices de geração de renda, de criação de empregos e de ganhos com exportação. O comércio mundial de bens e serviços provenientes da indústria criativa mais que dobrou entre 2002 e 2011, atingindo a cifra de US\$ 624 bilhões, em 2011, o que reflete, no setor, um crescimento de 8,8% ao ano (SEBRAE, 2015). A UNESCO (2002) considera que o futuro da indústria passaria pelos setores criativos e culturais que provocam efeitos consideráveis nas economias nacionais aos níveis do comércio, emprego, indústria, investimento e padrões de consumo, reconhecendo a elevada importância deste tipo de indústria.

Assim como as organizações tradicionais caracterizaram a economia industrial, a economia criativa se estrutura em forma de rede. Rompendo com o paradigma concorrencial tradicional, na estrutura em rede cada participante se beneficia com a entrada de novos colaboradores. Como decorrência, as redes de valor passam a ser tão mais ricas quanto mais diversos forem seus integrantes. É essa trama de relações e possibilidades que se estabelecem não só horizontal e verticalmente, mas em uma estrutura de negócios em rede, que caracteriza o modelo de negócios na economia criativa (REIS, 2008).

Nesse contexto, os distritos criativos consistem de estruturas em rede que promovem o desenvolvimento da economia criativa. O modelo em questão, caracterizado pela agregação espacial de empreendedores de setores criativos, representa de forma emblemática o cotidiano das cidades criativas, uma vez que promove a inovação, a interação e a colaboração entre os empreendedores em um ambiente de profusão criativa e cultural, capaz de conciliar também aspectos sociais e econômicos, uma vez que proporciona um reaproveitamento do espaço urbano (NASCIMENTO *et al.*, 2015).

Alguns exemplos de distritos criativos expressivos são o distrito cultural do vinho na França, o cluster multimídia de Montreal, os parques criativos de Xangai e o pólo de novas mídias de Pequim. Landry (2000) ressalta a importância da valorização da cultura e da criatividade para a transformação dos centros urbanos e para a resolução de seus problemas, colocando-as como alicerce do desenvolvimento econômico, além de defender maior participação da sociedade como ativo intelectual, tanto para descoberta de novos talentos quanto para a atração de talentos externos.

A construção de um distrito criativo permite a valorização da cultura local e potencializa vocações, bem como revitaliza áreas desvalorizadas e abandonadas, induzindo novas alternativas de desenvolvimento em determinados territórios, de maneira articulada com o turismo. De modo a viabilizar a existência de tais estruturas de organização, é fundamental o estabelecimento de modelos de gestão e de governança, assim como planos de ação, nos quais cada instituição (setor público, privado e sociedade civil) represente o seu papel. Nesse sentido, é importante destacar o papel exercido pelo Estado na viabilização de distritos criativos, por exemplo através da promoção de políticas públicas para desenvolvimento baseado nos setores criativos e no planejamento de investimentos para eles direcionados (REIS; URANI, 2011).

Diante disto, na tentativa de promover um ambiente de inovação e fomento à economia criativa a partir da criação de um distrito criativo no estado, este projeto, proposto por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan da Federação das Indústrias do Estado do Ceará,

está ligado direta e indiretamente às ações propostas no *roadmap* do setor, de acordo com o quadro abaixo:

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Criar infraestrutura para a potencialização das dinâmicas econômicas dos <i>clusters</i> criativos nos diversos bairros da cidade	Disseminar conceito de Economia Criativa e suas aplicações para empresas e sociedade
Elaborar projeto para criação de distritos criativos regionais com incentivos para atividades criativas locais de potencial	Articular atividades da Economia Criativa para ocupação dos espaços culturais existentes
Efetivar distritos criativos no Estado e sua inserção nos planos diretores municipais	Fomentar <i>startups</i> e pequenos empreendedores criativos do Estado

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance de uma das duas 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

O objetivo geral deste projeto é: desenvolver um projeto para a criação de um distrito criativo no Ceará.

Como objetivos específicos:

- Instituir incentivos e instrumentos adequados para a instalação e o funcionamento de micro e pequenos empreendedores que compõem as redes e os sistemas produtivos da economia criativa;
- Promover um ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento da economia criativa no estado;
- Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos, para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda;

- Promover um ambiente de fomento aos processos de criação, produção, comercialização e distribuição de bens e serviços oriundos da criatividade e da aplicação do capital intelectual.

## 4. ESPECIFICAÇÃO

### 4.1. Requisitos

Para que este projeto tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Deve existir um modelo de governança para implantação do distrito;
- O distrito deve possibilitar a conexão entre os empreendimentos criativos e a cultura da região;
- O distrito deve promover incentivos para atividades criativas locais de potencial, bem como ações de cunho social para melhorar a qualidade de vida na área;
- Deve haver um projeto de lei dispendo sobre a constituição do distrito criativo com o objetivo de instituir incentivos e instrumentos adequados para a economia criativa local que venham a contribuir com a articulação e estímulo a instalação de empreendimentos criativos na área;
- Deve promover uma atuação intersetorial para fomento à economia criativa.

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- O Estado deve estar sensibilizado da importância do projeto e do seu papel na viabilização do distrito criativo;
- Deve haver interesse do setor privado para instalação dos empreendimentos na área do distrito criativo.

### 4.3. Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- O projeto se limita à criação do distrito, alguns aspectos relacionados à dinâmica de funcionamento não estão contemplados.

## 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem no projeto são apresentados no quadro a seguir:

Instituição
Governo do Estado do Ceará
Secretaria de Cultura do Estado do Ceará - SECULT
Secretaria de Cultura de Fortaleza- SECULTFOR
Secretaria de Desenvolvimento Econômico - SDE
Secretaria da Fazenda
Secretaria do Planejamento e Gestão
Secretaria do Meio Ambiente
Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Empreendimento das indústrias criativas

## 6. LEVANTAMENTO DE RISCO DO PROJETO

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

Risco	Causas possíveis	Efeitos prováveis
1. Falta de interesse público no projeto	Setor público não acredita nos benefícios do projeto	Não efetivação do projeto
	Setor público possui outras prioridades	Morosidade no desenvolvimento do projeto
	Setor público já possuem iniciativas semelhantes	Sobreposição de ações
2. Falta de interesse do setor privado no projeto	Excesso de burocracia para estabelecimento dos empreendimentos	Morosidade para estabelecimento dos empreendimentos

	Falta de incentivos para estabelecimento dos empreendimentos	Não efetivação do projeto
	Instituições já participam de iniciativas semelhantes	Sobreposição de ações

## 7. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello). O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no Núcleo de Economia e Estratégia (NEE) da FIEC	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente
Comunicação externa	Contato com os Stakeholders do projeto será via e-mail e, posteriormente, telefone. Todos os contatos serão registrados em ferramenta interna de gestão de contatos	Todos os envolvidos	Permanente
Solicitações para o projeto	Quaisquer solicitações formais devem ser feitas somente via e-mail. Portanto, solicitações por	Todos os envolvidos	Permanente

	chats, ligações ou mensagens serão desconsideradas		
Reunião com o coordenador do projeto	Local: FIEC A priorização das atividades será feita por opinião dos especialistas (coordenador do projeto)	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto	Todos os envolvidos	Permanente
Sprints	As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	21 dias
Stakeholders	Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders 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	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

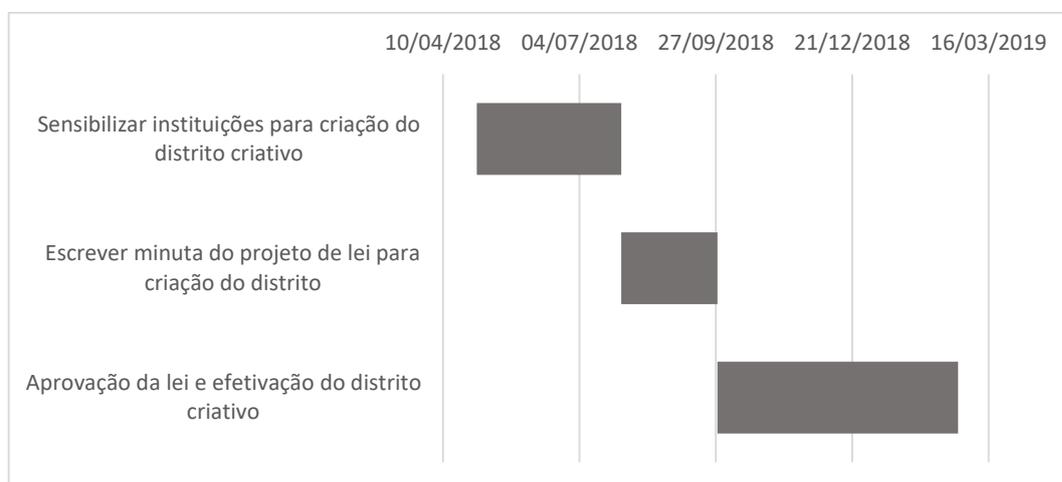
## 8. MONITORAMENTO

## 9. ARTEFATOS DO PROJETO

- Plano de Comunicação

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

## 10. CRONOGRAMA



## 11. REFERÊNCIAS

LANDRY, Charles. *The Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Comedia; Earthscan, 2000.

NASCIMENTO, P. D. G.; DOMINGOS, R. C. N.; LELLIS, R. F. Desenvolvimento do cluster de economia criativa na área central da cidade de São Paulo. Tese (Mestrado em Gestão e Políticas Públicas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, p. 127. 2015

REIS, A. C. F.; URANI, A. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter (Orgs.). *Cidades criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Guia do Empreendedor criativo*. Brasília, 2015.

UNESCO. - *Culture and UNESCO*. – Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2002.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO





# 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

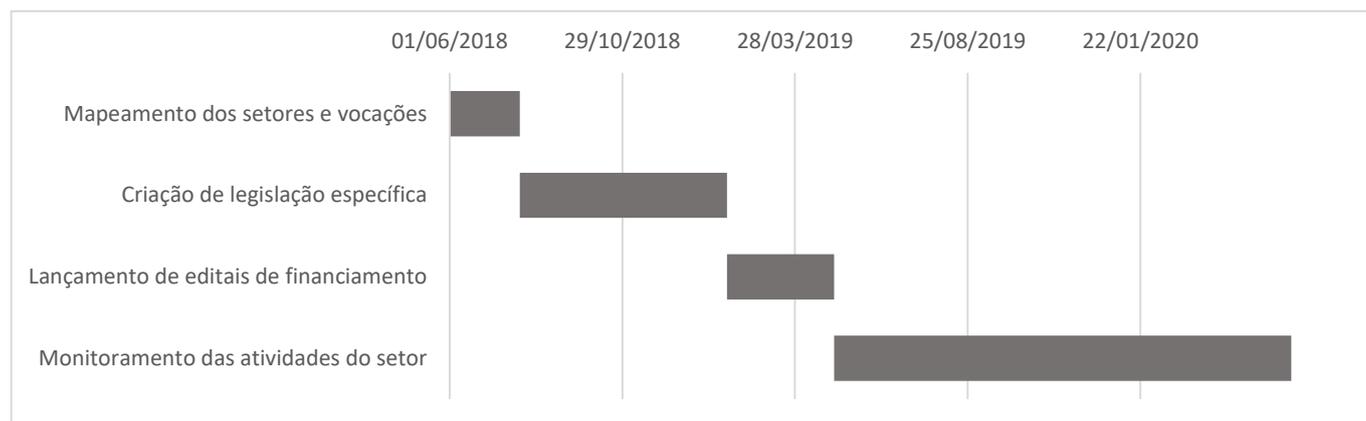
Atividade	Escopo	Participantes	Periodicidade
Comunicação interna	<p>A ferramenta utilizada para acompanhar as informações detalhadas das atividades dos projetos será o quadro digital (Trello).</p> <p>O acompanhamento das informações macro serão através de um quadro físico anexado no Núcleo de Economia 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





# MASTER PLAN



ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES  
CRIATIVOS

PROGRAMA PARA  
DESENVOLVIMENTO  
DA INDÚSTRIA

# Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. JUSTIFICATIVA.....	3
3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICOS.....	5
4. ESPECIFICAÇÃO.....	5
5. MAPEAMENTO DE ATORES.....	6
6. PLANO DE RISCO DO PROJETO.....	7
7. PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	7
8. MONITORAMENTO.....	9
9. ARTEFATOS DO PROJETO.....	9
10. CRONOGRAMA.....	10
11. REFERÊNCIAS.....	10

## 1. INTRODUÇÃO

A indústria criativa pode ser definida como os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários (FIRJAN, 2016). Devido às suas características, a economia criativa pode ser vista como um dos vetores de desenvolvimento do Brasil, promovendo um crescimento da economia brasileira de forma sustentável, e ao mesmo tempo permitindo uma nova alternativa ao seu desenvolvimento (FÓRUM FORTALEZA 2040, 2015). Esse argumento é reforçado pelo Relatório Economia Criativa 2008, que confirmou a relevância estratégica da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando a força das indústrias criativas com média de 10% de crescimento anual (UNCTAD, 2008, *apud* FÓRUM FORTALEZA 2040, 2015).

Reconhecendo-se o papel da economia criativa, em especial em um período de recessão econômica, percebe-se a necessidade de fortalecer a cadeia da indústria criativa. Visando aumentar a competitividade de produtores criativos, esse projeto tem por objetivo a criação e desenvolvimento de uma associação para esses produtores.

Os impactos desse projeto se refletirão no fortalecimento da cadeia da economia criativa, viabilizando o aumento da competitividade e a maior visibilidade dos artigos produzidos pelos associados. Além disso, será possível mapear os negócios criativos desenvolvidos no Estado, servindo como base de dados para futuros estudos voltados para o setor.

## 2. JUSTIFICATIVA

No atual panorama mundial, na qual a exportação de commodities perde continuamente seu valor frente a exportação de bens e serviços de alto valor agregado, a economia criativa vem apresentando evolução no seu desempenho, conforme estudos e pesquisas (FÓRUM FORTALEZA 2040, 2015). O Relatório Economia Criativa 2008, elaborado pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, por exemplo, chama atenção para os potenciais de desenvolvimento de países africanos, asiáticos, do Oriente Médio, da América Latina e do Leste Europeu (FÓRUM FORTALEZA 2040, 2015).

A relevância econômica e social da Economia Criativa no Brasil pode ser notada ao analisarmos sua importância na indústria: a participação do PIB Criativo estimado no PIB Brasileiro é de 2,64%, além de representar 1,8% do mercado de trabalho formal (FIRJAN, 2016). Nesse sentido, as mudanças econômicas abrem um leque de oportunidades baseadas em empreendimentos criativos, possuindo o potencial de aumentar a geração de renda e emprego (REIS, 2008).

A criatividade envolve equipes multidisciplinares em torno de um objetivo, tornando esse setor capaz de agregar muitos atores, gerando emprego e renda. Na economia criativa, a produção coletiva tem maiores chances de promover a criatividade e a inovação, fatores de alto impacto para a expansão dos negócios. Assim, as iniciativas voltadas para a promoção do associativismo e cooperativismo devem ser incentivadas, pois representam uma maior chance de sucesso destes empreendimentos (ROCHA, 2014).

Segundo Rohers (2003), a organização em grupos associativistas apresenta um conjunto de pontos fortes, tais como:

- Possibilidade de compras conjuntas – ao realizar a compra em grandes quantidades, os associados aumentam seu poder de barganha, além de poderem acessar grandes fornecedores;
- Fortalecimento da cultura empreendedora;
- Aumento de competitividade – ao se obter os insumos para a produção dos seus artigos a preços mais baixos, os produtores criativos conseguem vender seus produtos a preços mais competitivos em relação a grandes marcas.

A fim de fomentar a cadeia produtiva do setor criativo, fortalecendo os atores locais, este projeto, elaborado por um grupo de especialistas do setor na primeira reunião do projeto Masterplan da Federação das Indústrias do Estado do Ceará, está ligado direta e indiretamente às ações propostas no *roadmap* do setor, de acordo com o quadro abaixo:

Ações diretamente contempladas	Ações indiretamente contempladas
Promover articulação entre artesãos locais e a indústria de produtos de consumo	Promover eventos relacionados aos setores criativos
Fomentar associativismo entre as empresas que compõem o setor	Criar espaços de cocriação e coprodução para pequenos produtores de artesanato local
Formular projeto de competitividade para setores da Economia Criativa com potencial de desenvolvimento no Estado	Mapear sistemas produtivos criativos do Estado
	Promover feiras e rodadas de negócios específicas para a Economia Criativa

	Criar <i>fab labs</i> voltados aos setores criativos
--	--

Vale ressaltar ainda que este projeto pretende contribuir para o alcance da visão de futuro construída pelos especialistas do setor no painel da Rota Estratégica Setor 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

O objetivo geral deste projeto é: Criar uma associação de coletivos já existentes, de modo a aumentar a sua competitividade, em um prazo de 6 meses.

Como objetivos específicos:

- Mapear negócios criativos;
- Fortalecer cadeia de negócios criativos;
- Melhoria na articulação entre governo, artesãos locais e indústria de produtos de consumo.

### 4. ESPECIFICAÇÃO

#### 1.1 Requisitos

Para que este projeto tenha um efetivo funcionamento e impacto, lista-se, a seguir, os requisitos mínimos:

- Elaborar estatuto da Associação – a elaboração de um documento formal, identificando a forma de funcionamento e as obrigações da associação é indispensável para validá-la perante o estado e os possíveis associados;
- Mapear negócios criativos – o mapeamento se faz necessário para conhecimento das áreas de negócios existentes e de possíveis associados;
- Realizar eventos para promover a articulação – durante esses eventos, será apresentada a Associação, suas premissas e os benefícios em ser integrante dela, facilitando a articulação entre a entidade, os possíveis associados e as indústrias de produtos de consumo;
- Associação possuir espaço de *coworking* – esse espaço, utilizado pelos produtores, possibilitará a produção e maior divulgação dos artigos elaborados pelos associados. Como sugestão de

localização, tem-se os galpões da Praia de Iracema, conhecido ponto da rota turística de Fortaleza;

- Associação voltada principalmente para compra de matéria-prima de pequenos e médios produtores da indústria criativa da moda – esses produtores, quando associados, teriam como principal vantagem a possibilidade de compra de materiais a preços mais baixos, possibilitando o aumento da competitividade de seus artigos.

#### 4.2 Premissas

Além disso, este projeto lida com algumas premissas, a saber:

- Obter apoio financeiro do estado por 3 anos – para os estágios iniciais da Associação, é essencial que o governo atue como uma incubadora, garantindo a sustentabilidade do projeto;
- Interesse dos produtores criativos em se associar;
- Associação gerar benefícios aos associados – além das vantagens competitivas resultantes do fato de se organizar como associação, deve ser previsto outros tipos de benefícios, servindo como um estímulo extra.

#### 4.3 Restrições

As restrições deste projeto são apresentadas a seguir:

- Orçamento – durante os estágios iniciais, é previsto que o orçamento disponível para o estatuto seja proveniente do Estado. Desta forma, deve-se intensificar as campanhas para que produtores criativos se associem, diminuindo, se não evitando o risco de falência da associação por falta de verba;
- Estrutura física para os *fab labs* – o projeto prevê como um dos benefícios aos associados a criação e disponibilização de espaços de *fab labs* para os associados. A limitação da disponibilidade desta estrutura física pode comprometer o interesse de produtores criativos, especialmente os pequenos.

### 5. MAPEAMENTO DE ATORES

Os atores (instituições) mais indicados a participarem da criação e desenvolvimento da agenda de articulação são apresentados no quadro a seguir juntamente com o papel da instituição bem como o seu grau de impacto:

Instituição
Empreendedores criativos
Governo
Entidades Governamentais e Não-governamentais
Fundos Internacionais
Espaços Culturais
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE/CE
Secretaria Municipal de Cultura de Fortaleza - SECULTFOR
Secretaria de Cultura do Ceará - SECULT

## 6. PLANO 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 adesão	Produtores criativos não enxergam benefícios na associação	Associação perde seu propósito
2. Ausência de apoio governamental	Proposta da associação pouco atrativa	Insustentabilidade da Associação
	Ausência ou baixo interesse do governo no setor	
3. Mudança no Governo	Economia criativa não é um item prioritário para a nova gestão	Falta de apoio institucional
4. Falta de verba	Falta de interesse do Governo no projeto	Falência da associação
	Número de associados é insuficiente para manter a Associação	

## 7. PLANO DE COMUNICAÇÃO

As atividades de comunicação do projeto, bem como o escopo, participantes e periodicidade são expostos a seguir:

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>	Permanente
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>	Permanente
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>	Permanente
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>	Semanalmente ou, no máximo, quinzenalmente
Metodologia de condução do projeto	<p>O projeto seguirá a metodologia ágil de gestão de projetos</p>	<p>Todos os envolvidos</p>	Permanente

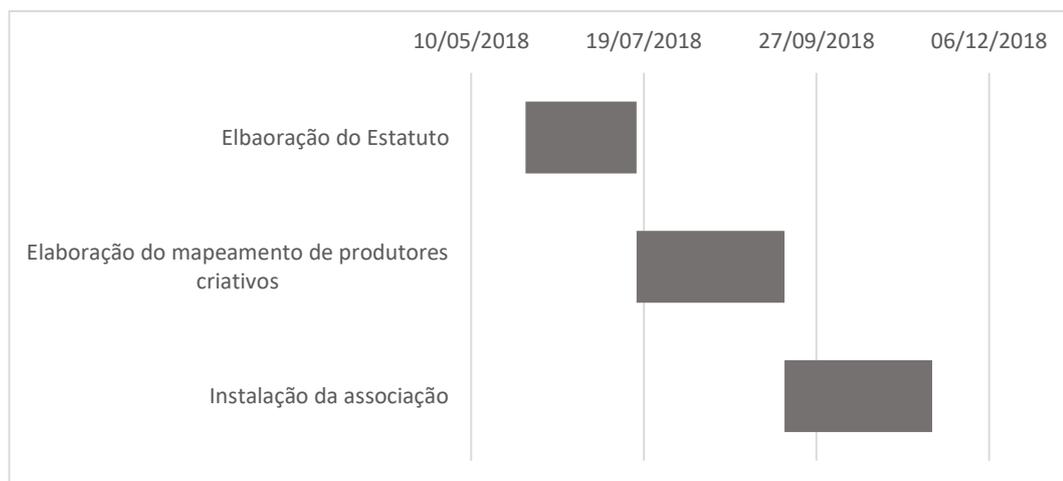
	chamada Scrum e adaptada às necessidades deste projeto		
Sprints	As sprints do projeto serão entregues através de reuniões presenciais  Serão realizadas reuniões semanais para atualizar o grupo sobre o andamento das atividades	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	21 dias
Stakeholders	Será elaborado um documento com a identificação de Stakeholders  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	Pesquisador, coordenador e líder Masterplan (opcional)	Permanente e revisado semanalmente

## 8. MONITORAMENTO

## 9. ARTEFATOS DO PROJETO

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

## 10. CRONOGRAMA



## 11. REFERÊNCIAS

FÓRUM FORTALEZA 2040. **Economia Criativa Vol. I**. Disponível em <

<http://forum.fortaleza2040.fortaleza.ce.gov.br/wp-content/uploads/2015/09/ANEXO-V-ECONOMIA-CRIATIVA-VOL-I.pdf>>. Acesso em 27/04/18.

FIRJAN. FEDERAÇÃO, DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2016.

REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

ROCHA, J.C. **Desafios aos marcos legais no Brasil: a economia e as indústrias criativas como polo de desenvolvimento humano, econômico, social e sustentável**. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/26514/desafios-aos-marcos-legais-no-brasil>>. Acesso em 27/04/18.

ROHERS, A. A. ASSOCIATIVISMO EMPRESARIAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PROJETO EMPREENDER - NO PARANÁ E EM MARECHAL CÂNDIDO RONDON. Dissertação (Dissertação em Engenharia de Produção) – UFSC. Florianópolis. 2003.

REALIZAÇÃO:



PARCERIA:



APOIO

