UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Felipe Gonzaga Fernandes

POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO À INOVAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO DA ABERTURA DE UMA EMPRESA INOVADORA

JUIZ DE FORA
2013

Felipe Gonzaga Fernandes

POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO À INOVAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO DA ABERTURA DE UMA EMPRESA INOVADORA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Faculdade de Engenharia da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Engenheiro de Produção.

Orientador: MSc., Vitor Mainenti Leal Lopes

JUIZ DE FORA
2013

FELIPE GONZAGA FERNANDES

POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO À INOVAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO DA ABERTURA DE UMA EMPRESA INOVADORA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Faculdade de Engenharia da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Engenheiro de Produção.

Aprovada em 08 de Março de 2013

BANCA EXAMINADORA

_____

MSc., Vitor Mainenti Leal Lopes (Orientador)

Instituição

_____

Doutor, Luiz Henrique Dias Alves

Instituição

_____

Doutor, Marcos Martins Borges

Instituição

RESUMO

Nos últimos anos a inovação vem sendo tratada como a trilha para as pessoas, as corporações e os países assumirem posições de destaque. Costuma-se relacionar inovação somente às grandes empresas e às inovações tecnológicas. Porém inovação é muito mais do que isso, ela é impulsionada pela habilidade de se perceberem conexões, oportunidades e tirar proveito delas. Até meados dos anos 70, as pequenas empresas eram pouco discutidas quanto aos seus papéis no desenvolvimento econômico do país, principalmente pelo predominante paradigma da produção em massa. Recentemente a importância dessas firmas vem sendo rediscutida. Diversas políticas, então, para o apoio ao empreendedorismo vêm sendo implantadas nos países desenvolvidos, e mais atualmente, no Brasil, devido ao reconhecimento de que os empreendedores têm uma importante função da difusão da inovação e estímulo das economias regionais. O Programa de Subvenção Econômica PRIME surge nesse contexto, com o intuito de apoiar e dar as ferramentas necessárias para que empresas nascentes e inovadoras sobrevivam nesse período crítico de nascença. É feita uma análise desse programa, seguida por um estudo de caso de uma empresa inovadora e nascente da cidade de Juiz de Fora – MG, que recebeu os recursos do Programa PRIME, apresentando, também, como ela pôde, de maneira planejada e organizada, se estabelecer no mercado, de forma segura, sólida e com uma estratégia futura bem definida. Ainda são apontadas as dificuldades encontradas nesses primeiros passos dessa empresa, e como cada item do kit PRIME a ajudou.

Palavras-chave: Inovação. Empreendedorismo. Programa de Subvenção Econômica PRIME.

ABSTRACT

In the recent years innovation has started to being recognized as the path in which people, corporations and countries can assume leading positions. Innovation used to be related only with big companies or with technological innovation. However, innovation is much more than that, it is driven by the ability to see connections, opportunities and take advantage of that. Until the mid seventies, it was not discussed the roles of small businesses to the economical development of the nation, mostly because of the prevailing paradigm of mass production. Just recently, the importance of those companies is being reconsidered. Many policies, then, are being implemented by the developed countries to promote entrepreneurship, and more recently, in Brazil, due to the acknowledgment that the entrepreneurs play an important role in the diffusion of innovation and in the growth of the regional economy. The PRIME Program appears in this context, aiming to aid and give the proper tools necessary to those incipient and innovative businesses to survive the critical first years. It is made an analysis of this program, followed by a case study of a young innovative company from Juiz de Fora, Minas Gerais, that received the grant from the PRIME Program, and is also brought forward how the company managed, in a planned and orderly way, to establish itself in the market, safely, soundly and with a future strategy well established. It is also shown the challenges that the business faced in its first steps, and how each item of the financial aid helped.

Keywords: Innovation. Entrepreneurship. PRIME Program.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Dimensões da Inovação 20

FIGURA 2 – Modalidades de atuação da FINEP 27

FIGURA 3 – Número de Empresas por Etapa 36

FIGURA 4 – Distribuição por Região 37

FIGURA 5 – Setor CNAE 38

FIGURA 6 – Empresas Incubadas X Empresas Não Incubadas 39

FIGURA 7 – Células-tronco 42

FIGURA 8 – Linha do Tempo CORD FUTURO 44

FIGURA 9 – Linha do Tempo CORD FUTURO 44

FIGURA 10 – Macro Etapas do Serviço 45

FIGURA 11 – Número Total de Unidades Armazenadas de SCUP 46

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Afirmações Enganosas Sobre a inovação em Pequenas Empresas 21

QUADRO 2 – Resumo Kit PRIME..... 34

QUADRO 3 – Critérios de Avaliação: Proposta Simplificada..... 35

QUADRO 4 – Critérios de Avaliação: Proposta Detalhada..... 35

QUADRO 5 – Número de Empresas por Estado 39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APL – Arranjos Produtivos Locais

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

BSCUP – Banco de sangue do cordão umbilical e placentário

C&T – Ciência e Tecnologia

CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

CT – Célula-tronco

ETT – Escritórios de Transferência de Tecnologia

FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos

FUMIN/BID – Fundo Multilateral de Investimentos do Banco Interamericano de Desenvolvimento

FUNTEC – Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico

ICTs – Instituições Científicas e Tecnológicas

IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo

IRRF – Imposto de Renda Retido na Fonte

MCTI – Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação

OCDE – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

PIB – Produto Interno Bruto

PIT – Programa Inovação Tecnológica

PITCE – Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior

PRIME – Primeira Empresa Inovadora

RDC – Resolução da diretoria colegiada

SCUP – Sangue do cordão umbilical e placentário

SNI – Sistemas Nacionais de Inovação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 12

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS 12

1.2 JUSTIFICATIVA 12

1.3 ESCOPO DO TRABALHO 13

1.4 ELABORAÇÃO DOS OBJETIVOS 13

1.5 DEFINIÇÃO DA METODOLOGIA 14

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO 14

2 REVISÃO DE LITERATURA 16

2.1 INTRODUÇÃO 16

2.2 CONCEITOS DE INOVAÇÃO 17

2.2.1 Tipos De Inovação 18

2.2.2 Inovação Incremental e Radical 19

2.3 INOVAÇÃO EM PEQUENAS EMPRESAS 20

2.3.1 Posicionamento de Pequenas Empresas 22

2.4 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO 23

2.4.1 Evolução Das Políticas Públicas Em Inovação 23

2.4.2 Instrumentos De Apoio À Inovação 24

3 PRIME 31

3.1 INTRODUÇÃO 31

3.2 O PROGRAMA 32

3.2.1 Etapas do Programa 34

3.2.2 Prestação de Contas 36

3.3 ESTATÍSTICAS 36

4 ESTUDO DE CASO 41

4.1 INTRODUÇÃO 41

4.2 A EMPRESA 41

4.2.1 Contexto 41

4.2.2 Histórico da Empresa 42

4.2.3 Localização 45

4.2.4 Serviço Oferecido 45

4.2.5 O Setor 46

4.3 INOVAÇÃO NA EMPRESA 47

4.4 KIT PRIME NA EMPRESA 48

4.4.1 Apoio ao Empreendedor 48

4.4.2 Gestor de Negócios 48

4.4.3 Consultoria de Mercado 49

4.4.4 Consultorias de Gestão 49

4.5 DIFICULDADES ENCONTRADAS E PONTOS CRÍTICOS 50

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 52

6 CONCLUSÕES 54

REFERÊNCIAS **56**

ANEXO 1 – MODELO PROPOSTA DETALHADA: PRIME **60**

ANEXO 2 – TERMO DE AUTENTICIDADE **72**

ANEXO 3 – DECLARAÇÃO DA EMPRESA **73**

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No atual mundo globalizado, onde a alta competitividade está presente em todos os setores da economia, vem se tratando a inovação como a trilha para as pessoas, as corporações e os países assumirem posições de destaque (MAÇONETTO, 2010). Considerando-se os atuais tempos de grande incerteza e crise, a inovação torna-se um fator de grande valia para que as empresas consigam, não somente sobreviver, mas manter seus resultados dentro do esperado.

Costuma-se relacionar inovação somente às inovações tecnológicas e grandes empresas. Porém inovação é muito mais do que isso, ela é impulsionada pela habilidade de se perceberem conexões, oportunidades e tirar proveito delas. Não só abrir novos mercados, mas também achar novas maneiras de servir mercados já estabelecidos (TIDD e BESSANT, 2005). O próprio Manual de Oslo, a partir de sua terceira edição, retirou o termo "tecnológico" das definições de inovação e passou a adicionar o conceito de inovação de marketing e organizacional (OCDE, 2005).

Inovação é buscar o novo, e segundo Drucker (1985), empreendedores são aqueles que o buscam, são pessoas que veem a "mudança" como o padrão, ecoando Heraclitus de Ephesus, o filósofo grego quem disse que "A única constante na vida é a mudança". E o empreendedorismo, junto com a inovação e a pesquisa, são fatores fundamentais tanto para a geração, quanto para a manutenção das riquezas em um país (HINDLE, K.; YENCKEN, J., 2004).

Por isso a importância do Estado no apoio e no estimulo à inovação, através de programas como o PRIME, Primeira Empresa Inovadora, que incentivou financeiramente empresas nascentes inovadoras, para que, no longo prazo, exista um maior número de empresas com produtos e serviços de maior valor agregado, que tenham uma maior geração de renda, e fortaleçam o Brasil no cenário internacional.

1.2 JUSTIFICATIVA

A falta de capital é a maior dificuldade que os empreendedores enfrentam no processo de criação de empresas (SANTOS, 1987). Por isso a importância de serem feitos estudos de

casos de empresas nascentes que superaram essa dificuldade, seja por conta própria ou, principalmente, com a ajuda de ferramentas governamentais de apoio e auxílio à inovação.

Hoje existem vários programas de fomento que disponibilizam capital a título de fundo perdido, ou seja, recursos não reembolsáveis ou, também, a juros baixíssimos. E com a divulgação das diretrizes de Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), foram criados instrumentos jurídicos de apoio à inovação, como a Lei da Inovação (Lei 10.973, de 02 de dezembro de 2004) e a Lei do Bem (Lei 11.196, de 21 de novembro de 2005).

De acordo com Drucker (1993) a maneira de chegarmos a uma sociedade de bem estar social é através do empreendedorismo inovador, combinado com o auxílio governamental. Auxílio esse, fundamental, pois a inovação e conhecimento são fatores primordiais para definir a competitividade das nações, regiões, setores e empresas (CASSIOLATO e LASTRES, 2000).

1.3 ESCOPO DO TRABALHO

O presente trabalho aborda um estudo qualitativo sobre o Programa de Subvenção Econômica PRIME – Primeira Empresa Inovadora – utilizando-se do estudo de caso da empresa CORD FUTURO LTDA, que foi subvencionada pelo programa. São expostos e analisados todos os impactos que o PRIME trouxe à empresa, de seu nascimento, em 2008, até o presente.

Não se encontra no escopo deste trabalho a análise quantitativa dos impactos socioeconômicos que o programa trouxe ao país ou à cidade de Juiz de Fora e região. Mesmo sendo expostos outros programas de subvenção econômica e incentivo à inovação, o trabalho focará somente no programa PRIME, não sendo feitas comparações entre os programas.

1.4 ELABORAÇÃO DOS OBJETIVOS

Objetivo Geral:

O objetivo desse trabalho é realizar uma análise do programa de incentivo à inovação PRIME, Primeira Empresa Inovadora, e seus impactos em uma empresa subvencionada pelo programa.

Objetivos Específicos:

1 – Revisão teórica sobre inovação;

2 – Descrição detalhada do programa PRIME;

3 – Estudo de caso de empresa subvencionada pelo Programa PRIME;

1.5 DEFINIÇÃO DA METODOLOGIA

Para a definição da metodologia foi primeiramente escolhida a estratégia de pesquisa a ser utilizada que seja mais adequada ao objetivo do trabalho. A mesma foi classificada como qualitativa e exploratória. Qualitativa, pois é uma metodologia não estruturada, que se baseia em pequenas amostras e proporciona melhor compreensão do contexto do problema (MALHOTRA, 2001), melhor se adaptando à técnica de pesquisa utilizada no trabalho, o estudo de caso. Exploratória, pois segundo Gil (2002) as pesquisas exploratórias proporcionam uma maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito, que é o objetivo do presente estudo.

Em seguida foi feito um levantamento bibliográfico a respeito de inovação e sua importância, tanto no cenário global quanto nacional, a fim de ser elaborada uma revisão bibliográfica sobre esse tema. E posteriormente também foram levantados dados sobre os órgãos e programas de fomento no cenário brasileiro e, principalmente, referentes ao programa PRIME.

Para a elaboração do estudo de caso foi utilizada, sobretudo, a observação direta dos acontecimentos que estão sendo estudados, entrevistas com *stakeholders* do projeto CORD FUTURO, além de análises de documentos da empresa estudada.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

Esse trabalho será estruturado em quatro capítulos. O primeiro se baseia na introdução, onde são apresentadas considerações iniciais sobre o estudo, a justificativa da realização, os objetivos, a metodologia de pesquisa utilizada e o escopo. O segundo objetiva realizar uma revisão da literatura sobre a inovação e políticas públicas de incentivo à inovação.

Já o terceiro e quarto capítulos irão, primeiramente, discorrer a respeito do Programa PRIME e em seguida sobre o estudo de caso de uma empresa subvencionada pelo mesmo. O quinto e último capítulo ira concluir o presente trabalho.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 INTRODUÇÃO

As inovações vêm mudando nosso mundo, e a nossa maneira de interagir com o mesmo, de forma constante e cada vez mais rapidamente. Empresas que são capazes de usar a inovação para diferenciarem seus produtos e/ou serviços e melhorarem seus processos, superam seus concorrentes em quesitos como maior *market share*, lucratividade ou mesmo, crescimento (TIDD e BESSANT, 2000).

A velocidade que as inovações vêm acontecendo é cada vez maior, o tempo para o lançamento de novos produtos, como ilustrado por Cassiolato e Lastres (2000), tem diminuído consideravelmente. Com o rápido desenvolvimento da tecnologia de informação, todo o processo da concepção de um novo produto, à colocação dele no mercado, é muito mais rápido que no passado, e a vida desses produtos também são mais curtas.

Como bem exemplificado por Maçonetto (2010), ótimos exemplos da velocidade dessas inovações estão na área da tecnologia de informação e comunicações. Há, relativo, pouco tempo, celulares eram enormes e pesados, hoje são ultrafinos, com alta capacidade de processamento e diversas funcionalidades, como câmeras de alta definição e sistemas integrados de *Global Positioning System* (GPS). Computadores, que há poucas décadas ocupavam salas inteiras, com pouquíssima capacidade de processamento, hoje cabem na palma da mão.

Empreendedores tendem a buscar inovações tecnológicas, novos produtos ou serviços, novos processos de produção, para que ganhem vantagem competitiva (para que com ela, possam ganhar dinheiro, aumentando seus patrimônios). O que será verdade até outros empreendedores virem o que está sendo feito, e o tentem imitar, resultando em novas inovações e ideias. E o ciclo se repete (SCHUMPETER, 1961).

Porém essas inovações, usualmente, requerem uma grande quantidade de recursos, desembolsados seja pela empresa, ou pelo empreendedor. Daí a importância da existência de mecanismos de financiamento adequados. Segundo Rodrigues (2009), a disponibilidade de capital é um dos principais fatores que “permite a criação, a expansão e a consolidação das empresas inovadoras”. Portanto a importância de políticas públicas de estimulo à inovação, para que empresas nacionais se tornem mais competitivas, nacional e internacionalmente.

Comparado com países como os Estados Unidos, as ferramentas de subvenção e estímulo à inovação ainda são muito fracas. De acordo com Sbragia et al (2006), os estudos

indicam que os aparelhos de apoio ainda se encontram muito dispersos dentro do Estado, principalmente levando-se em conta as três esferas do poder público.

Entretanto nota-se, recentemente, uma mudança da postura do Estado, que passa a implementar políticas mais audaciosas de apoio à inovação. Essas começaram com o estímulo à pós-graduação, acompanhado pela criação de mais incubadoras e alguns parques tecnológicos. Também pela instalação de Escritórios de Transferência de Tecnologia (ETT) em universidades e criação de grandes programas de incentivo à inovação como o PRIME (MAÇONETTO, 2010).

2.2 CONCEITOS DE INOVAÇÃO

Segundo Schumpeter (1988), o processo inovador para um novo produto consiste na combinação do desenvolvimento de meios para se integrar materiais com o conhecimento que objetiva alcançar o desenvolvimento econômico. Ele define a inovação como a introdução de novos produtos, e para o autor, na sociedade capitalista a única competição que conta é a do produto novo, da nova tecnologia, da nova maneira de fazer, da nova vantagem de qualidade, sem diminuir o lucro e a produção das empresas.

A inovação é frequentemente entendida de forma errada pelas pessoas, sendo principalmente confundida com invenção. Inovação é, na verdade, todo o processo da transformação das oportunidades em novas ideias e colocá-las em prática (FREEMAN, 1996).

De acordo com Salerno e Negri (2005), ela nada mais é do que uma maneira das corporações obterem mais lucro, pois no cenário da globalização, com a alta concorrência em todos os setores da economia, a inovação é a maneira da empresa se diferenciar das demais. Também o fato de os consumidores virem se tornando mais e mais exigentes não pode ser deixado de lado, porque isso faz com que as companhias tenham que inovar sempre, para que essas sejam capazes de se manterem no mercado cada vez mais competitivo.

Tomando como base o Manual de Oslo, que é a principal fonte, tanto no Brasil quanto internacionalmente, de diretrizes para a coleta e uso de dados sobre atividades inovadoras da indústria, a inovação é definida como a implementação de novos produtos ou serviços ou a significativa melhora dos mesmos, como a criação de novos processos ou novos métodos de marketing, ou também como uma nova organização do local de trabalho ou das relações externas da empresa (OCDE, 2005).

Inovação depende de conhecimento, para que sejam criadas novas possibilidades através da combinação de sabedorias como, por exemplo, do que é tecnicamente viável com

as necessidades latentes do produto ou serviço. O conhecimento pode vir da própria experiência, ou de um processo de pesquisa, de tecnologias, mercado ou concorrentes (TIDD e BESSANT, 2005).

2.2.1 Tipos De Inovação

Inovação é, basicamente, mudança. E essa pode assumir várias formas, mas para o propósito desse trabalho podemos dividi-las em quatro grandes categorias (FRANCIS e BESSANT, 2005).

- "Inovação de Produto" – mudanças nos próprios produtos ou serviços que a organização oferece;
- "Inovação de Processo" – mudanças na forma que eles são produzidos e entregados;
- "Inovação de Posicionamento" – mudanças na maneira que esses produtos ou serviços são introduzidos;
- "Inovação de Paradigma" – mudanças na maneira que o produto/ serviço ou a organização são percebidos.

Por exemplo, o novo design de um aparelho celular ou a mudança de uma televisão de LCD para LED são bons exemplos de inovação de produto. Já as mudanças necessárias de produção e novos equipamentos necessários para a fabricação desses produtos são inovações de processo.

Segundo Tidd e Bessant (2005), a divisão entre essas categorias pode ser confusa, como exemplo um novo serviço de balsas com propulsão a jato é tanto inovação de produto quanto de processo. Nos serviços, é muito comum as inovações de produto e processo se confundirem.

Ainda segundo Tidd e Bessant (2005), a inovação de posicionamento se dá pelo reposicionamento do produto ou serviço no mercado, como exemplo o Lucozade, um tradicional produto britânico, originalmente desenvolvido como uma bebida com alto teor de glicose destinado a recuperação pós-acidente ou doença de crianças e inválidos. Essas associações com doença e acidentes foram abandonadas pela empresa quando ela relançou o produto como uma bebida nutritiva para melhora do desempenho em atividades físicas.

A inovação também pode se dar pela total mudança de como a população enxerga um produto ou serviço. Henry Ford mudou a cara do automobilismo, não por inventar o carro,

que já existia há cerca de 20 anos, mas por transformar a ideia de que os automóveis eram um luxo de poucas pessoas ricas para um produto que cada americano teria condições de comprar (TIDD e BESSANT, 2005).

Outros exemplos mais atuais de inovação de paradigma podem ser a mudança dos serviços bancários do caixa pessoal para o eletrônico e, agora, pelo computador ou celular. A criação de empresas aéreas de baixo custo, ou o reposicionamento de algumas bebidas, por exemplo, café, como um produto gourmet, premium.

2.2.2 Inovação Incremental e Radical

Outra importante dimensão da inovação é o grau das mudanças que estão envolvidas. Essas podem vir de pequenas, incrementais melhorias nos produtos ou serviços até grandes transformações na maneira de se interagir com eles (TIDD e BESSANT, 2005). Segundo Tigre (2006), uma vez que são rompidos os limites da incremental, a inovação é radical, essa se difere de todos os produtos ou serviços anteriores, inaugurando uma nova rota tecnológica a ser seguida.

As introduções de novas funcionalidades em um aparelho celular são exemplos de inovações incrementais. Já a introdução do aparelho iPhone pela Apple no mercado foi uma inovação radical, visto que se mudou inteiramente a maneira de interação com o produto, pois o mesmo é só uma tela sensitiva ao toque, além dele abrir espaço para programadores criarem aplicativos que podem ser utilizados no produto. A figura a seguir ilustra bem essas dimensões da inovação.

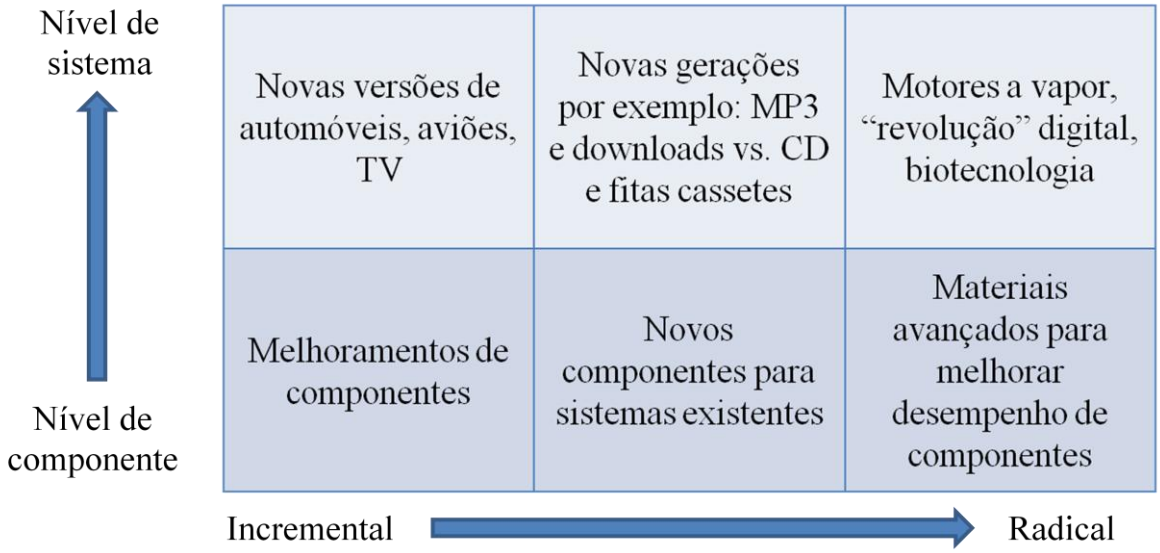

FIGURA 1 – Dimensões da Inovação. Fonte: TIDD e BESSANT, 2005.

2.3 INOVAÇÃO EM PEQUENAS EMPRESAS

Até meados dos anos 70, as pequenas empresas eram pouco discutidas quanto aos seus papéis no desenvolvimento econômico do país, principalmente pelo predominante paradigma da produção em massa (LASTRES e ALBAGLI, 1999). Recentemente que a importância dessas firmas vem sendo rediscutidas.

Diversas políticas, então, para o apoio de pequenas empresas vêm sendo implantadas nos países desenvolvidos (ROTHWELL e DODGSON, 1992). E mais atualmente no Brasil, devido ao reconhecimento de que essas companhias têm uma importante função da difusão da inovação e estímulo das economias regionais.

Entretanto a inovação em pequenas firmas é difícil de ser definida, há uma falta de pesquisas sistemáticas em empresas que não são particularmente inovadoras, mas que devem se adaptar às mudanças tecnológicas que impactam seus negócios (TIDD e BESSANT, 2005). O universo das pequenas empresas também é altamente heterogêneo, que abrange firmas em setores tradicionais da economia e utilizam processos artesanais até companhias em setores muito mais dinâmicos e inovadores (LASTRES e ALBAGLI, 1999).

O quadro a seguir exemplifica equívocos usuais sobre a inovação tecnológica em pequenas empresas, devido a fracas evidências empíricas.

QUADRO 1 – Afirmações Enganosas Sobre a inovação em Pequenas Empresas

Afirmações Enganosas	O que a evidência mostra
"São pequenas empresas que criam a maioria as maiores inovações"	Depende do produto e da tecnologia
"Pequenas empresas inovam pouco porque elas fazem pouco P&D"	Elas fazem muito P&D de maneira informal, não mensurável, e produzem uma porcentagem de inovações proporcionais aos seus *outputs* e número de funcionários
"Pequenas empresas são muito mais inovadoras do que grandes corporações, visto que elas contam com uma maior porcentagem de inovações do que de P&D"	Não se for incluso o P&D informal.
"Pequenas empresas criam muitos empregos"	Elas também perdem muitos, pois a taxa de nascimento e mortalidade são altas

Fonte: TIDD e BESSANT, 2005

Segundo Tidd e Bessant (2005), as evidências mostram que comparado com as grandes empresas inovadoras, as pequenas empresas, também inovadoras, têm as seguintes características:

- "*Objetivos similares*": fornecer produtos e serviços que atinjam a satisfação dos consumidores, através do desenvolvimento e combinação de tecnologia e outras competências, melhores do que da concorrência e que sejam difíceis de imitar.
- "*Forças organizacionais*": facilidade de comunicação, velocidade da tomada de decisões, funcionários motivados e abertos a mudanças.
- "*Fraquezas tecnológicas*": inabilidade de desenvolver e manter sistemas complexos, inabilidade de financiar programas de alto risco e de longo prazo e uma gama especializada de competências técnicas.

- "*Setores diferentes*": as contribuições de pequenas empresas são maiores em alguns setores, como de softwares e engenharia do que na farmacêutica, de eletrônicos e transportes.

Ambas grandes e pequenas empresas têm vantagens para gerarem e adotarem inovações. Enquanto as grandes empresas têm um acesso muito maior ao crédito, maior capacidade de P&D e maior poder político (MARCUM, 1992), as pequenas são mais flexíveis e com uma capacidade de adaptação às mudanças maior (ROTHWELL e DODGSON,1993).

2.3.1 Posicionamento de Pequenas Empresas

Como observado por Tidd e Bessant (2005), muito mais do que em grandes companhias, as oportunidades de inovação em pequenas firmas depende do posicionamento onde a empresa está inserida. Ainda de acordo com esses autores, as pequenas empresas utilizam muito mais o P&D informal, dentro da própria companhia do que de fontes externas de conhecimento. Acima de tudo, essas firmas dependem muito mais das inovações dos seus fornecedores de equipamentos e materiais, onde inovações já estão presentes.

Essas conclusões são reforçadas por uma extensiva pesquisa, realizada no Canadá, com 1500 pequenas indústrias, reconhecidas por um alto crescimento, com uma média de 44 funcionários (BALDWIN, 1994). De acordo com os gerentes:

- Somente 9,3% realizaram suas próprias P&D, 10,4% introduziram inovações de produto e 5,4% de processo;
- As três maiores fontes de inovação foram clientes, fornecedores e gestão interna – com P&D formal sendo considerado muito menos importante;
- Cerca de 55% introduziram inovações de uma dessas fontes;
- Os principais fatores que contribuíram com o crescimento foram habilidades gerenciais, trabalho e marketing;
- As maiores competências eram a qualidade do produto, flexibilidade e serviços aos consumidores.

Percebe-se que a inovação nas pequenas empresas está altamente condicionada pelo contexto regional e nacional onde elas estão inseridas (TIDD e BESSANT, 2005). Exemplos de concentrações regionais de inovação, além do *Silicon Valley* no norte da California, são as

pequenas empresas de equipamentos em Baden-Württemberg e os distritos industriais de produção de têxteis na Itália (COOKE e MORGAN, 1997).

2.4 POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INOVAÇÃO

Políticas públicas, segundo Bucci (2002), são uma série de programas governamentais que objetivam coordenar, não só os meios à disposição do Estado, mas as atividades privadas, para que sejam realizados os objetivos que são relevantes à sociedade. É o Estado em ação, intervindo em setores específicos, para que as dinâmicas sociais e econômicas vigentes sejam alteradas (MULLER, 2003).

De acordo com Maçonetto (2010), os termos política pública e programa, repetidamente usados para descrever ações do governo, possuem diferenças de ordem semântica e de concepção. Programas são sequências de ações com objetivos bem definidos, limitados no tempo e com os meios de execução determinados. Enquanto uma política é um universo de programas, procedimentos e aparatos com o mesmo objetivo (SILVA ET AL, 2007).

Uma política de inovação parte da premissa, segundo a Organização para a Cooperação Econômica e o Desenvolvimento (OCED, 2005), de que todas as formas de conhecimento exercem um papel fundamental no progresso econômico. É papel do Estado induzir a inovação, mesmo que ela se dê na empresa. O governo pode criar ambientes altamente favoráveis para o desenvolvimento de inovações nas empresas (SALERNO e KUBOTA, 2008).

2.4.1 Evolução Das Políticas Públicas Em Inovação

De acordo com Maçonetto (2010), podemos agrupar a evolução das políticas públicas de inovação em três estágios: as políticas de modelo linear de estímulo à inovação, as políticas de estímulo realizadas diretamente nas empresas e a atual abordagem sistêmica, onde se encontram os Sistemas Nacionais de Inovação (SNI).

O modelo linear, segundo a OECD (2005), pressupõe que a inovação começa, primeiro na pesquisa básica, em seguida na aplicada, depois no P&D&I, chegando na inserção do produto ou tecnologia resultante do processo. Esse modelo foi bastante empregado no período logo após a Segunda Guerra Mundial (MAÇONETTO, 2010).

No contexto brasileiro, que também sofreu influência dessa visão, pode-se perceber a organização do sistema de pós-graduação do país e a responsabilidade atribuída a ele ao desenvolvimento científico e tecnológico (MOREIRA e VELHO, 2008). O PIT está inserido nesse contexto, porque ele tenta estabelecer uma ponte entre as pesquisas acadêmicas de um lado e as empresas do outro (MAÇONETTO, 2010).

Já na segunda abordagem, tem-se o incentivo à inovação realizado dentro da própria empresa, através de subvenções econômicas pagas diretamente às mesmas. Segundo Salerno e Kubota (2008), somente começou a existirem políticas sistêmicas de incentivo à inovação, direto nas empresas, após a PITCE, em 2003, e as leis dela derivadas (Lei da Inovação e lei do Bem). O Programa PRIME está inserido nessa categoria, pois ele se trata de uma subvenção econômica diretamente a empresas nascentes inovadoras.

O terceiro estágio baseia-se no enfoque dos Sistemas Nacionais de Inovação propriamente ditos, onde é considerado que os processos produtivos, a difusão e uso da ciência, tecnologia e inovação sofrem influências simultâneas de aspectos econômicos, organizacionais e institucionais (MAÇONETTO, 2010). Esses sistemas de inovação, de acordo com Cassiolato e Lastres (2000), pressupõem: que as políticas de estímulo e o processo inovativo não podem ser considerados isolados de seus contextos nacionais, regionais, setoriais e organizacionais; e que cada subsistema e agentes envolvidos são relevantes e devem ser focados.

2.4.2 Instrumentos De Apoio À Inovação

2.4.2.1 Marco Regulatório

Segundo Weisz (2006), todas as economias, inclusive as mais liberais, isto é, que defendem a ideia do Estado Mínimo, têm suas políticas públicas criadas com o intuito de serem atingidas certas metas e objetivos. Ou seja, o Estado cria ferramentas que tentam induzir as empresas a seguirem um caminho que seja interessante para o país, no caso, o aumento da inovação no contexto nacional.

A seguir serão descritas as duas principais leis de apoio e estímulo à inovação, que foram elaboradas no governo Lula.

- *Lei nº 10.973/2004 – "Lei da Inovação":*

Com essa lei o governo visa incentivar as empresas a apoiar e investir na pesquisa e desenvolvimento tecnológico, através da concessão de recursos financeiros, materiais, humanos e de infraestrutura (RODRIGUES, 2009). Segundo Morais (2008), ela criou a modalidade de apoio financeiro através da subvenção econômica – recurso a fundo perdido – para o desenvolvimento de produtos ou processos inovadores. A pesquisa também é estimulada através da integração de esforços entre as universidades e empresas.

A Lei da Inovação, além de ajudar a diminuir o grande vale existente entre a pesquisa e o mercado, também trouxe a possibilidade de os pesquisadores empreendedores conseguirem desenvolver seus projetos sem perderem o vínculo com as instituições de ensino de onde fazem parte (RODRIGUES, 2009).

A FINEP, Financiadora de Estudos e Projetos, é a responsável pela operacionalização e concessão desses recursos, lançando chamadas públicas desde 2006 (MAÇONETTO, 2010).

- *Lei nº 11.196/2005 – "Lei do Bem":*

Promulgada em 2005, essa lei traz a possibilidade da concessão de incentivos fiscais, realizados de forma automática, para firmas que realizam investimentos em inovação tecnológica. Para Salerno e Kubota (2008), pelo fato de essa lei não exigir a apresentação de projetos ou que se peça autorização prévia para a utilização dos benefícios, houve uma grande ruptura conceitual. Todas as anteriores políticas de incentivos fiscais não saíam do papel, pois eram altamente vagarosas e burocráticas, o que não acontece com a Lei do Bem.

Segundo Rodrigues (2009) os principais incentivos fiscais que as empresas que investem em desenvolvimento de inovação têm direito de forma automática são:

- ✓ Poder deduzir os gastos com pesquisa da base de cálculo do Imposto de Renda da companhia e da CSLL;
- ✓ Redução de 50% do IPI;
- ✓ Depreciação e amortização acelerados;
- ✓ Créditos do Imposto de Renda retidos na fonte (IRRF) no pagamento de *royalties;*

- ✓ IRRF com alíquota zero para as remessas de dinheiro para o exterior com o intuito de registro de patentes e cultivares;
- ✓ Exclusão de até 60% do lucro líquido para os gastos incorridos com pesquisa.

2.4.2.2 Órgãos De Fomento

Nesse tópico serão abordados dois dos principais órgãos de fomento oficiais do governo brasileiro, que são eles: a FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos – e o CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

- *FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos:*

A FINEP, Financiadora de Estudos e Projetos, é uma empresa pública que é vinculada ao MCTI, Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Ela tem como missão a promoção do desenvolvimento econômico e social do Brasil, através do fomento público à ciência, tecnologia e inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e em outras instituições públicas ou privadas.

Essa empresa pública foi criada em 24 de julho de 1967, com o intuito de se institucionalizar o Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas, criado dois anos antes. Eventualmente a FINEP veio a substituir e ampliar o papel, antes só exercido pelo BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – e o seu Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (FUNTEC), de 1964, que financiava a implantação de pós-graduação em universidades do Brasil.

Na década de 70, a FINEP se tornou a secretaria executiva do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT), criado em julho de 1969 para financiar a expansão do sistema de C&T. Ela também promoveu intensa mobilização na comunidade científica, por financiar a implantação de grupos de pesquisa, criação de programas temáticos, expansão da infraestrutura de C&T e a consolidação institucional da pesquisa no país.

Financiamentos da FINEP também estão associados a iniciativas de C,T&I de empresas em parceria com ICTs – Instituições Científicas e Tecnológicas – que obtiveram grande sucesso como, o desenvolvimento do avião Tucano pela Embraer (Empresa Brasileira

de Aeronáutica), que marcou o precedente para que os aviões da empresa se tornassem item de grande valia nas exportações brasileiras.

A Financiadora de Estudos e Projetos atua em três eixos: de financiamentos reembolsáveis, voltados a empresas; financiamentos não reembolsáveis, voltados a empresas e ICTs; e ações de investimentos, voltadas para a alavancagem de fundos de investimentos (CLEMENTE et al, 2008) As modalidades de atuação da FINEP são ilustradas na figura abaixo:

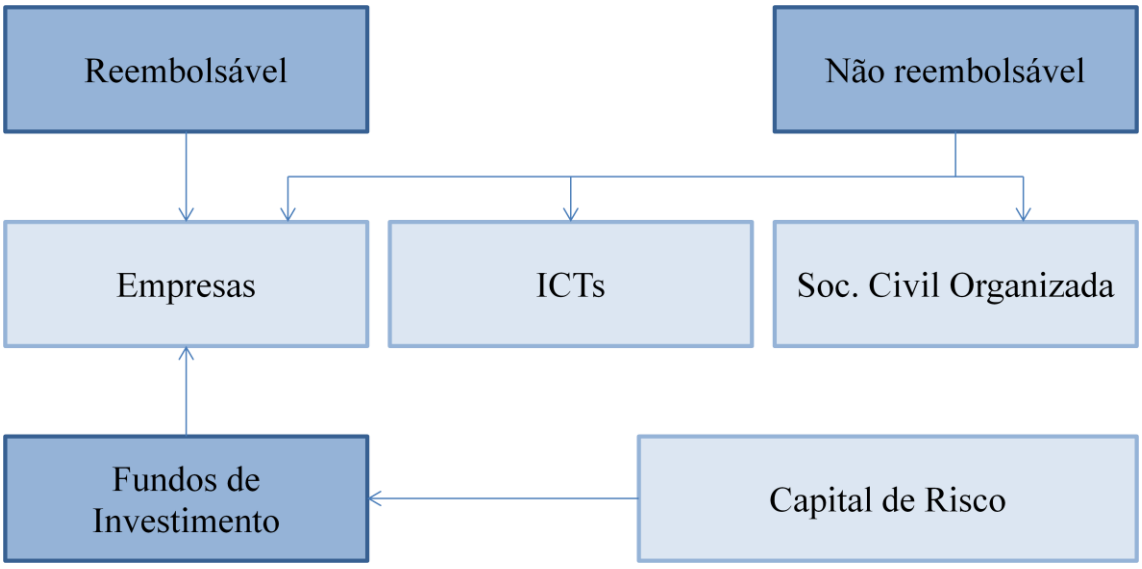

FIGURA 2 – Modalidades de atuação da FINEP. Fonte: CLEMENTE et al, 2008.

Os programas de apoio operacionalizados pela FINEP são:

- ✓ Não reembolsáveis: PRIME; PAPPE; Arranjos Produtivos Locais (APL): Finep-Sebrae; Subvenção Econômica;
- ✓ Reembolsáveis: Juro Zero; Pró-Inovação; Inova Brasil;
- ✓ Investimento: Inovar Semente; Incubadora de Fundos; Venture Forum/ Seed Forum.

- *CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico:*

O CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico Tecnológico, é uma agência do MCTI, criada em 1951, que tem como principais objetivos o fomento da pesquisa científica e tecnológica e o incentivo da formação de pesquisadores brasileiros.

As principais modalidades de auxílio da agência são o subsídio a publicações científicas, a promoção e atendimento a reuniões e congressos científicos e o apoio à capacitação de pesquisadores através de intercâmbios científicos. A modalidade mais procurada é o apoio a projetos de pesquisa, realizada através de chamadas públicas.

Os financiamentos dos programas de fomento podem ser através de recursos próprios da CNPq, ou de outros Ministérios e Fundos Setoriais. Os editais que têm recursos provenientes desses Fundos Setoriais e outros ministérios podem ter regras e finalidades específicas, que são explicadas nos próprios editais.

2.4.2.3 Programas De Subvenção

A seguir serão explicitados, brevemente, cinco das principais ferramentas de apoio e incentivo à inovação, oferecidos pela FINEP e pelo CNPq.

- *PRIME – Primeira Empresa Inovadora:*

O Programa PRIME, que será bem detalhado ao longo do terceiro capítulo desse trabalho, foi um programa que objetivou apoiar financeiramente, através de capital de fundo perdido, empresas nascentes (com até dois anos) que apresentassem produtos ou serviços inovadores e potencial de crescimento econômico evidente, para que elas tivessem melhor estrutura para enfrentar os desafios de uma empresa nascente.

O programa utilizou, ao todo, 17 incubadoras âncoras, que tinham como função a realização da seleção, de até 120 empresas cada, e o acompanhamento de todos os projetos selecionados. Cada empresa selecionada recebeu R$ 120.000,00, como recurso financeiro não reembolsável, para ser utilizado ao longo de 12 meses em consultorias, de mercado e gestão, em gestores e como pró-labore ou salário do especialista técnico (FINEP, 2012).

- *FINEP INOVA BRASIL:*

De acordo com a FINEP (2012), o programa FINEP Inova Brasil se baseia no financiamento direcionado a médias, médias-grandes e grandes empresas, de capital brasileiro, com encargos reduzidos, que tenham projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação. Os encargos financeiros praticados nesse programa variam de acordo com as características do projeto.

São três linhas de ação dentro desse programa:

- ✓ **Inovação Pioneira** – Objetiva apoiar todo o ciclo de desenvolvimento tecnológico, da pesquisa básica ao desenvolvimento de mercados para serviços, processos e produtos inovadores, na condição do resultado final ser uma inovação para o mercado brasileiro.

- ✓ **Inovação Contínua** – Visa fortalecer as atividades de P&D compreendidas na estratégia empresarial, através do apoio a empresas que queiram implementar atividades de pesquisa e desenvolvimento ou, também, programas de investimento contínuo em P&D pela implantação de centros de pesquisa e desenvolvimento ou contratação de centros de pesquisa nacionais.

- ✓ **Inovação e Competitividade** – Pretende consolidar a cultura do investimento em inovação como sendo algo de grande valia nas estratégias competitivas empresariais, pelo apoio em projetos de aquisição ou absorção de tecnologias e de aperfeiçoamento ou melhoramento de produtos, processos ou serviços.

- *JURO ZERO:*

Diferente do FINEP Inova Brasil, o Programa Juro Zero é destinado exclusivamente a micro e pequenas empresas, com faturamento anual de até R$ 10,5 milhões. O mesmo oferece financiamentos de R$ 100 mil até R$ 900 mil, sem juros e corrigidos apenas pela inflação, através do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Esse empréstimo não possui carência, porém ele é dividido em cem parcelas (FINEP, 2012).

O processo de contratação desse programa foi desenvolvido com o intuito de ser rápido, através de convênios locais com parceiros estratégicos firmados pela FINEP. Tais

parceiros são responsáveis pela pré-qualificação das propostas. Os projetos sendo pré-aprovados, são encaminhados diretamente à FINEP (FINEP, 2012).

- *INOVAR:*

Foi criado, no ano 2000, através de uma parceria entre a FINEP e o FUMIN/BID – Fundo Multilateral de Investimentos do Banco Interamericano de Desenvolvimento. Essa visa promover o desenvolvimento de empresas inovadoras do Brasil e estruturar e consolidar a indústria de capital empreendedor no país (FINEP, 2012).

Algumas das ações abrangidas pelo INOVAR são relacionadas ao investimento pela modalidade de capital semente (*Seed Money*), à formação de redes de investidores anjos, a apresentações de empreendimentos inovadores a investidores potenciais em fóruns específicos e ao aconselhamento estratégico. Também são abrangidas ações de transferência de conhecimentos e *know-how* acumulados pela FINEP a instituições e iniciativas do mesmo gênero na América Latina e a atração de investidores institucionais para a indústria brasileira (FINEP, 2012).

Em 2008 iniciou-se o INOVAR II, que tem como meta a promoção de ações que consolidem a indústria de *venture capital* e *private equity* e a contribuição para a estruturação de uma indústria de capital semente no Brasil (FINEP, 2012).

Ainda segundo a instituição, o todo, através do INOVAR, já foram realisados investimentos em mais de 80 empresas inovadoras.

- *Programa RHAE-Inovação – Programa de Capacitação de Recursos Humanos para o Desenvolvimento Tecnológico:*

O programa, criado em 1987, utiliza uma série de bolsas de Fomento Tecnológico, criado especialmente para levar pessoal altamente qualificado em atividades de P&D para as empresas brasileiras (CNPq, 2012).

Com início em 2007, um dos principais editais é o Pesquisador na Empresa, que estimula a inserção de mestres e doutores nas micro, pequenas e médias empresas, de modo que sejam atendidos os objetivos do Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação para o desenvolvimento do país (CNPq, 2012).

3 PRIME

3.1 INTRODUÇÃO

O Programa PRIME teve como mentor o antigo Diretor de Inovação da FINEP, o Sr. Eduardo Moreira da Costa. O mesmo é docente da Universidade Federal de Minas Gerais, no Departamento de Ciência da Computação, e leciona uma disciplina para alunos do último semestre. A ideia do programa surgiu a partir de um questionário que o Sr. Eduardo, há cerca de sete anos, aplica aos seus alunos perguntando o que eles gostariam de fazer profissionalmente depois de formados e o que eles acham que realmente irão fazer depois de formados (MAÇONETTO, 2010).

Ainda segundo Maçonetto (2010), esse questionário tem como principal resposta, para a primeira pergunta, a vontade dos alunos de terem um negócio próprio, porém ao responderem a segunda pergunta, a maioria das respostas é de que vão trabalhar para uma grande empresa brasileira e, mais recentemente, trabalhar no governo. Para o Sr. Eduardo Costa essas respostas são alarmantes, em sua opinião:

> Quando eles achavam que iam trabalhar em uma empresa grande, era um erro de percepção de mercado gigantesca, porque a grande empresa brasileira não estava contratando ninguém. Os professores, nós professores, colocamos essa ideia equivocada na cabeça deles, que era o que acontecia com nossa geração. Como a maioria dos professores universitários é da década de 70 e 80, no começo da expansão das universidades, os professores colocaram na cabeça dos alunos que eles iriam trabalhar nas CEMIG, TELEMIG, nas *utilitys* dos diversos governos estaduais. Essa é uma visão errada. E agora, eles estão achando que vão acabar fazendo um concurso público e trabalhar no governo. Isso também é outro equívoco, porque é uma pena que um sujeito, aos 22 anos de idade, que tem o desejo de fazer alguma coisa e acha que não vai fazer, significa que ele tem uma percepção da dificuldade de atingir, de satisfazer aquele desejo muito grande. Então nos analisamos quais são essas dificuldades [...] e a dificuldade para realizar o desejo de ter um negócio próprio, das dificuldades apresentadas, dinheiro é uma das principais. Tem outras coisas, como problema cultural, de burocracia, de impostos, entre outros. Mas dinheiro é um fator primordial. Então estamos querendo se conseguimos que os jovens, nas universidades, cujo desejo principal, é abrir o negócio próprio, que tenha um incentivo para a caminhada nessa direção, ao invés de fazer um concurso público. Não tem nada de errado ele trabalhar no governo, mas não era aquilo que ele queria fazer (Eduardo Moreira da Costa, 04 de Maio de 2010).

Nos últimos dez anos o número de mestres e doutores no Brasil mais que dobrou. Em 2010 a União investiu 1,25% de seu Produto Interno Bruto (PIB) em pesquisas. (BRASIL, 2013). Tomando em consideração esse alto investimento do país, junto à baixa propensão a empreender, mesmo com o desejo existente, o Sr. Eduardo buscou formas para ajudar a solucionar esse problema (MAÇONETTO, 2010).

Foi realizado um trabalho conjunto com incubadoras de empresas, que tinham grande experiência no apoio de empresas nascentes e inovadoras e, também, com empresários que vivenciaram em primeira mão as dificuldades e problemas para a viabilização de seus negócios nos primeiros anos de vida (FINEP, 2012).

Foi concebido, então, um modelo de subvenção econômica, a título de fundo perdido, na forma de um kit de R$ 120.000,00, que visa contornar duas principais dificuldades. A primeira, que os empreendedores das empresas nascentes tendem a se desviar do foco principal do novo negócio para realizarem outras atividades de subsistência, como manter um emprego em período parcial, ministrar aulas, entre outras. E a segunda, que em muitos casos os empreendedores são provenientes de contextos acadêmicos ou altamente intensivos em conhecimento, mas com pouca experiência no mundo de negócios, carentes em gestão de empresas ou questões mercadológicas, o que muitas vezes inviabiliza o negócio (FINEP, 2012).

3.2 O PROGRAMA

O Programa PRIME apoiou empresas nascentes que, além de possuírem produtos ou processos inovadores, também apresentassem um plano de negócios sugestivo de seu potencial de crescimento mercadológico e financeiro, ajudando as empresas nessa fase crítica de nascimento, com a consolidação de estratégias gerenciais, objetivando o desenvolvimento e a inserção no mercado desses mesmos produtos ou processos inovadores.

Essas empresas, para serem elegíveis ao programa, além de apresentarem a inovação como diferencial competitivo, como já dito anteriormente, também deviam estar devidamente registradas na Junta Comercial, com até 24 meses de existência (FUNDAÇÃO BIOMINAS, 2013).

Com uma meta de 1.895 empresas a serem subvencionadas, em todo o território nacional, o programa era simplesmente muito complexo, abrangente e com altos custos de infraestrutura necessários para a FINEP operacionalizá-lo sozinha (FINEP, 2012). Portanto

tornou-se certa a necessidade da parceria entre a instituição e incubadoras de empresas (também chamadas de Agentes Descentralizados da FINEP ou Agentes Operacionais) para a operacionalização do programa no território nacional.

Foram fechadas, então, parcerias com 17 incubadoras de empresas:

- Cietec (SP)
- Fipase (SP)
- FVE/Univap (SP)
- Biominas (MG)
- Fumsoft (MG)
- Inatel (MG)
- Coppe/UFRJ (RJ)
- InstitutoGênesis (RJ)
- BioRio (RJ)
- Celta (SC)
- InstitutoGene (SC)
- PUC/Raiar (RS)
- Faurgs/CEI (RS)
- Cide (AM)
- Parque Tecnológico da Paraíba (PB)
- Cesar (PE)
- Cise (SE)

Os agentes descentralizados da FINEP foram escolhidos por já terem credibilidade e experiência, no apoio de empresas nascentes inovadoras, comprovadas. Os mesmos foram contemplados pela Chamada Pública MCT/FINEP/Ação Transversal – Programa Nacional de Apoio as Incubadoras de Empresas 09/2006 da FINEP. Os agentes também apresentaram um plano de trabalho para a operacionalização do PRIME, comprovando suas capacidades de atuarem como agentes operacionais (MAÇONETTO, 2010).

Cada agente recebeu um limite de R$ 14,4 milhões para movimentar, e também definiu sua meta de empresas a serem contratadas, variando de 50 a 120 (TELLES, 2009).

Essas empresas contratadas receberam, em duas parcelas, um total de R$ 120.000,00 para serem gastos com a remuneração do empreendedor, através de pró-labore, com a

contratação em regime CLT de um gestor de negócios e com consultorias de gestão e mercado, de acordo com o Kit PRIME, indicado no quadro abaixo.

QUADRO 2 – Resumo Kit PRIME

Resumo do KIT PRIME	Teto	Quantidade
Pró-labore Empreendedor	R$ 40 mil	Até 2 pessoas
Gestor de Negócios	R$ 40 mil	1 pessoa
Consultoria de mercado	R$ 30 mil	1 contrato
Consultorias em gestão	R$ 30 mil	Até 3 contratos
TOTAL	**R$ 120.000,00 exatos**	

Fonte: Edital de Seleção Pública Fundação Biominas – 01/2009

Segundo o edital, o Kit PRIME se baseia, então, nos seguintes itens:

- **Pró-labore Empreendedor:** Pagamento de até dois empreendedores ou especialistas técnicos para realização de atividades de natureza tecnológica.
- **Gestor de Negócios:** Pagamento de um gestor de negócios que entre várias outras funções acompanhará a execução do projeto, organizará os resultados, irá assessorar na administração financeira e tributária e implantará fundamentos de Governança Corporativa.
- **Consultoria de mercado:** Pagamento de serviço de consultoria especializada na área de mercado, responsável por estudos de mercado, plano de marketing e introdução do produto no mercado.
- **Consultoria em gestão:** Pagamento de serviço de consultoria para áreas que sejam relevantes para a empresa, como por exemplo, RH, finanças e jurídico.

3.2.1 Etapas do Programa

Para que as empresas interessadas pudessem ser contratadas, elas tiveram que passar por três fases (FUNDAÇÃO BIOMINAS, 2013). São elas:

1ª Fase: Proposta Simplificada

Primeira proposta enviada pelas empresas interessadas, avaliada por um grupo de consultores *ad hoc*, que avaliam de acordo com o quadro abaixo. Somente empresas com média ponderada superior a seis podem prosseguir para a próxima etapa.

QUADRO 3 – Critérios de Avaliação: Proposta Simplificada

Critério	Nota	Peso
Grau de inovação do produto/serviço	1 – 10	3
Vantagens competitivas da empresa	1 – 10	1
Consistência e viabilidade da proposta	1 – 10	1

Fonte: Edital de Seleção Pública Fundação Biominas – 01/2009

2ª Fase: Treinamento

Treinamento para um empreendedor de cada uma das empresas aprovadas, com etapa virtual e presencial, objetivando a capacitação para auxiliar o mesmo a aperfeiçoar seu plano de negócios.

3ª Fase: Proposta Detalhada

Como na primeira fase, as empresas que obtiverem nota maior que seis na proposta detalhada (ANEXO 1) serão aprovadas. Elas são avaliadas de acordo com o quadro abaixo, mas também podem ser chamadas para entrevistas com o Comitê de Avaliação.

QUADRO 4 – Critérios de Avaliação: Proposta Detalhada

Critério	Nota
Grau de inovação do produto/serviço	1 – 10
Potencial de Mercado	1 – 10
Retorno econômico-financeiro	1 – 10
Importância do KIT PRIME para a empresa	1 – 10
Qualidade e consistência da estratégia de marketing	1 – 10

Qualidade da equipe, em particular do empreendedor e do gestor de negócios	1 – 10
Qualidade e consistência das propostas de consultoria	1 – 10

Fonte: Edital de Seleção Pública Fundação Biominas – 01/2009

3.2.2 Prestação de Contas

Durante os 12 meses contemplados pelo programa, as empresas que foram contratadas passaram por duas prestações de contas, demonstrando a utilização de cada parcela dos recursos liberados, na periodicidade contratada e apresentando os relatórios técnicos necessários. A primeira prestação de contas ocorreu após cinco meses da assinatura do contrato e a segunda após a conclusão do programa.

3.3 ESTATÍSTICAS

Nesse tópico seguem algumas estatísticas e dados relevantes do programa PRIME, obtidos através FINEP.

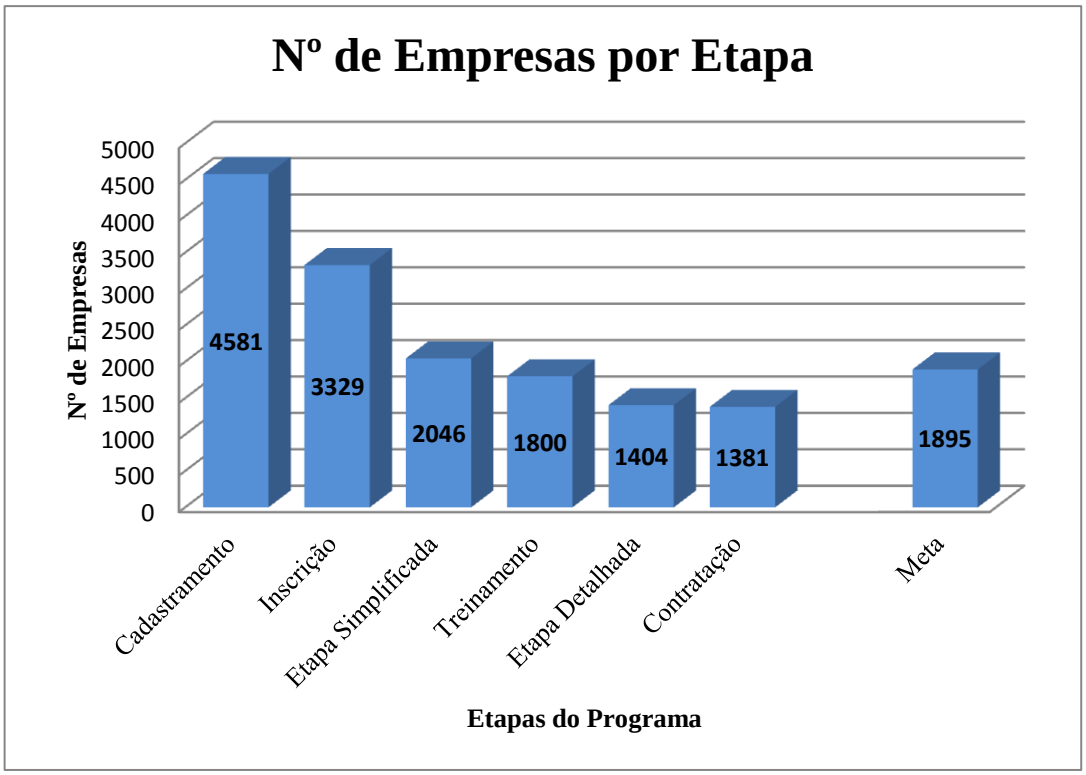

FIGURA 3 – Número de Empresas por Etapa. Fonte: FINEP, 2012

Foram cadastradas um total de 4.581 empresas, mas somente cerca de 30% delas foram contratadas, totalizando 1.381 empresas, somente cerca de 73% da meta da FINEP, que era de 1.895 empresas contratadas.

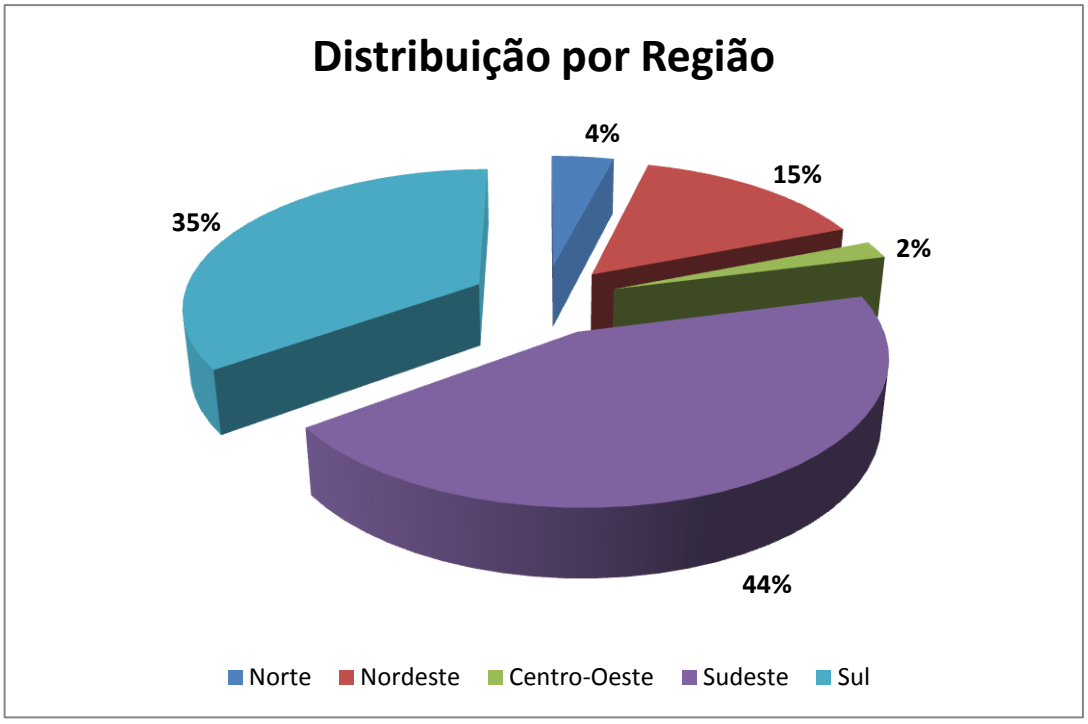

FIGURA 4 – Distribuição por Região Fonte: FINEP, 2012

Observa-se que a região Sudeste contém a maioria das empresas contratadas, seguida pela região Sul. Juntas, as duas regiões são responsáveis por 79% de todas as empresas contratadas do território nacional.

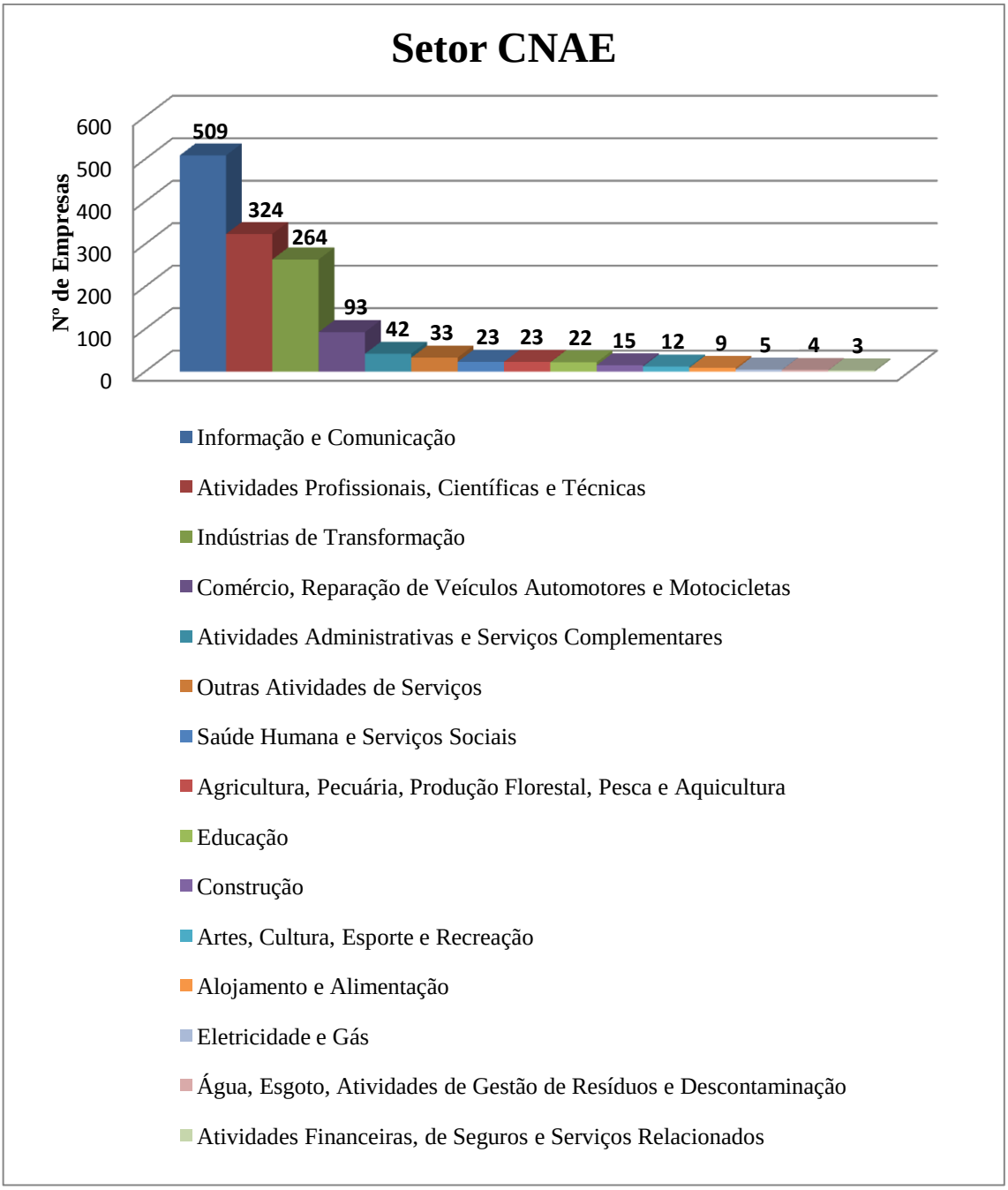

FIGURA 5 – Setor CNAE Fonte: FINEP, 2012

Percebe-se que a maioria das empresas contratadas pelo programa se enquadra no setor de *Informação e Comunicação*, seguidas pelas empresas no setor de *Atividades Profissionais, Científicas e Técnicas* e, por conseguinte, de *Indústrias de Transformação.* Juntas, as empresas desses três setores representam quase 80% de todas as empresas contratadas.

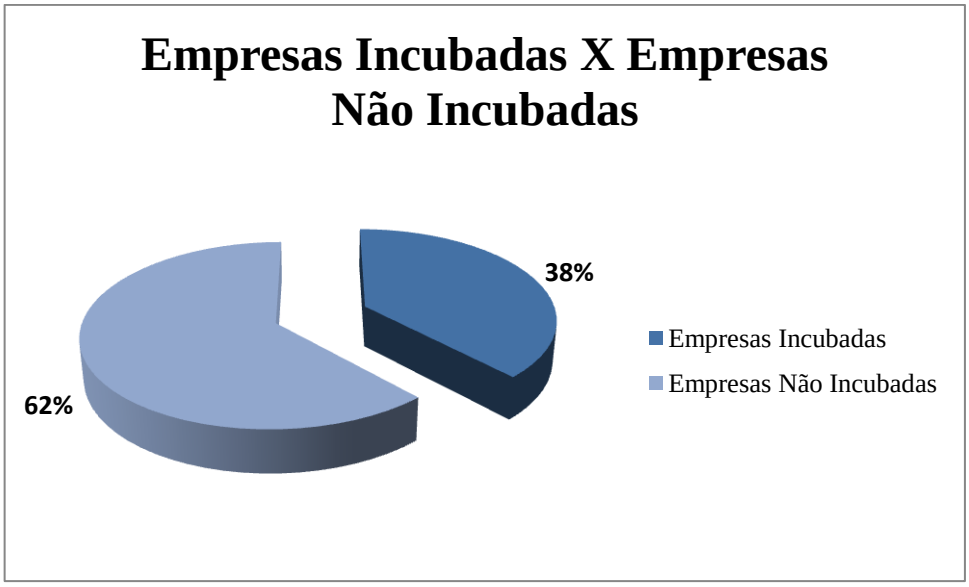

FIGURA 6 – Empresas Incubadas X Empresas Não Incubadas Fonte: FINEP, 2012

Em relação às 1.381 empresas contratadas, 521 empresas eram incubadas e 860 não incubadas.

QUADRO 5 – Número de Empresas por Estado

Região	Estado	Total	%
Sudeste	São Paulo	298	21,6%
	Minas Gerais	246	17,8%
	Rio de Janeiro	146	10,6%
	Espírito Santo	6	0,4%
Sul	Sta Catarina	195	14,1%
	Rio Grande do Sul	158	11,4%
	Paraná	44	3,2%
Norte	Amazonas	53	3,8%
	Pará	8	0,6%
	Tocantins	4	0,3%
	Amapá	1	0,1%
	Rondônia	0	0,0%
	Rorâima	0	0,0%
	Acre	0	0,0%
Nordeste	Pernambuco	72	5,2%
	Paraíba	65	4,7%
	Bahia	20	1,4%
	Rio Grande do Norte	20	1,4%
	Sergipe	11	0,8%

	Alagoas	9	0,7%
	Ceará	7	0,5%
	Piauí	0	0,0%
	Maranhão	0	0,0%
Centro-Oeste	Goiás	7	0,5%
	Distrito Federal	6	0,4%
	Mato Grosso do Sul	4	0,3%
	Mato Grosso	1	0,1%
Total		**1381**	**100%**

Fonte: FINEP, 2012

São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina, sozinhos, totalizaram cerca de 54% de todas as empresas contratadas, enquanto alguns estados do Norte e Nordeste não tiveram nenhuma empresa contratada.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 INTRODUÇÃO

Ao longo desse trabalho buscou-se colocar em evidência a importância do Estado para o incentivo e auxílio à abertura de novas empresas inovadoras. O presente capítulo objetiva mostrar como o Programa de Subvenção Econômica PRIME ajudou a CORD FUTURO Ltda., uma empresa da cidade de Juiz de Fora – MG, a sair do papel e se tornar referência regional no serviço de armazenamento de células-tronco do cordão umbilical e placentário humano e no esclarecimento da população sobre o tema e questões relacionadas.

4.2 A EMPRESA

4.2.1 Contexto

Células-tronco humanas são células especiais, não diferenciadas, que possuem a capacidade de autorrenovação e de originar diferentes tipos de células ou tecidos do corpo humano. Tais células podem ser divididas em dois grandes grupos, o das células-tronco adultas e das embrionárias. Essas últimas são somente encontradas depois da fecundação, no embrião, por um período curto de tempo, e são motivo de grande polêmica. Já as adultas podem ser encontradas na medula óssea, na polpa dentária, no sangue periférico mobilizado e, além de em outros lugares, também no sangue do cordão umbilical de recém-nascidos.

Já é lugar comum da comunidade científica especializada que o sangue do cordão umbilical é uma fonte rica de células-tronco hematopoéticas, que podem ser utilizadas como substitutas da medula óssea em casos de transplante.

Por isso foram criados os bancos, tanto públicos quanto privados, de armazenamento de sangue do cordão umbilical e placentário (BSCUP). Pela possibilidade de uso futuro dessas células para a Terapia Celular, isto é, tratamento à base de células-tronco de algumas doenças.

Ainda existem muitas pesquisas sobre possíveis tratamentos com as células-tronco, e a comunidade científica encontra-se cada vez mais otimista que a utilização da Terapia Celular ganhe cada vez mais espaço na medicina.

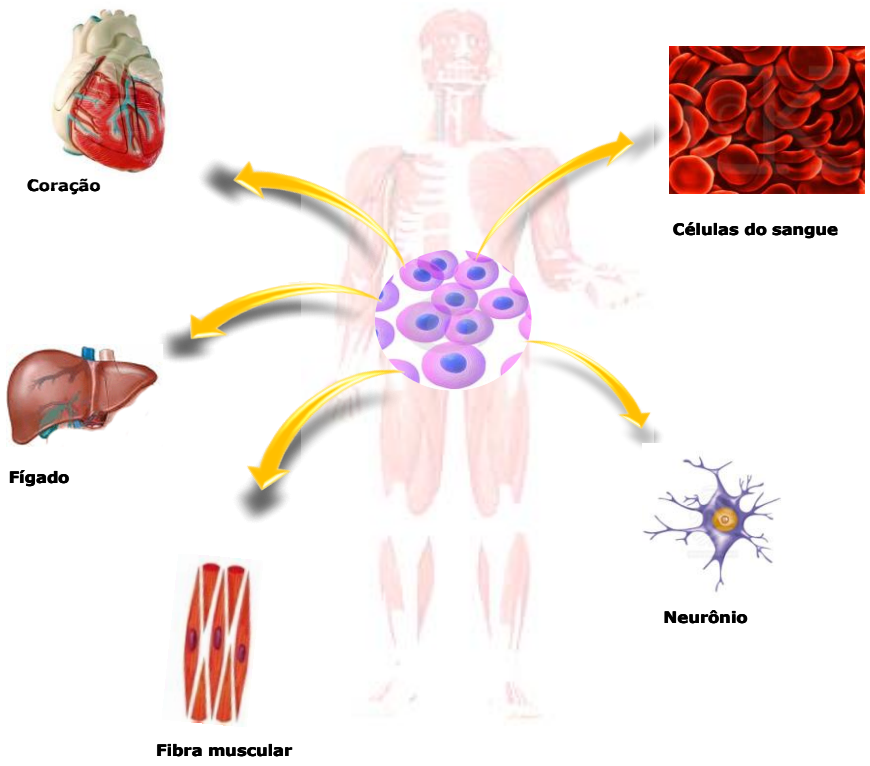

FIGURA 7 – Células-tronco. Fonte: CORD FUTURO Ltda.

4.2.2 Histórico da Empresa

A CORD FUTURO nasceu da vontade comum de três estudantes de engenharia de produção de empreenderem, de fazerem algo notável, algo diferente, algo através do qual pudessem realizar suas aspirações pessoais e profissionais.

A busca constante por esse ideal se mostrou difícil, porém algumas oportunidades de negócio revelaram-se atraentes e compatíveis com as ambições dos empreendedores. Dentre elas, a oportunidade do armazenamento de células-tronco do cordão umbilical se mostrou particularmente interessante, pois reunia características intrínsecas que vieram ao encontro dos interesses e afinidades pessoais dos empreendedores, como o alto grau tecnológico, a inovação sempre presente e a alta taxa de crescimento do setor no mercado mundial, além de possibilidades concretas de lucratividade.

Uma grande pesquisa, então, se iniciou sobre o assunto, e notou-se a falta de conhecimento por grande parte da sociedade brasileira sobre a possibilidade do armazenamento das células-tronco provenientes do cordão umbilical e, ainda mais importante, sobre os potenciais benefícios que o armazenamento pode vir a proporcionar. Também se percebeu a carência regional de empresas do setor.

Mesmo cientes da grande oportunidade de negócio que tinham, os empreendedores entendiam da necessidade de alguma forma de suporte para que a abertura dessa empresa se tornasse algo real. Foi iniciada, então, uma extensa pesquisa de formas possíveis de auxílio e financiamento para a abertura da mesma, de capital de risco a subvenção econômica. E foi a última que viabilizou a abertura da empresa, através do Programa PRIME.

Os engenheiros submeteram seu projeto à BIOMINAS, um Agente Operacional da FINEP localizado em Belo Horizonte – MG. Ao longo do ano de 2009, o projeto foi aprovado em todas as etapas do Programa e, após contratação, recebeu parte dos recursos já em dezembro do mesmo ano.

Ao longo do ano de 2010, com suporte dos recursos do PRIME, o projeto finalmente saiu do papel e se tornou realidade, através do trabalho conjunto entre os empreendedores, o gestor de negócio e as consultorias de gestão e mercado. Durante o desenrolar do projeto, ainda com auxílio dessas consultorias e do gestor, mostrou-se estrategicamente muito mais viável associar a marca CORD FUTURO com algum laboratório já existente no país, com maior credibilidade. Essa estratégia foi capaz de reduzir drasticamente a necessidade do aporte inicial de capital, visto que a estrutura laboratorial desse modo já estaria montada, não sendo mais de responsabilidade da CORD FUTURO, porém do laboratório parceiro. A partir dessa constatação, a CORD FUTURO fechou parceria com o maior banco de armazenamento de sangue de cordão umbilical e placentário da América Latina, o BCU Brasil, e passou a assumir o nome fantasia de BCU JUIZ DE FORA.

Em setembro de 2010 foi escolhido um novo ponto comercial para empresa, com estrutura muito mais apropriada para receber os clientes e funcionários, e já em dezembro as obras do local estavam concluídas. No mês seguinte, janeiro de 2011, as portas da empresa foram oficialmente aberas à população da região. A linha do tempo a seguir mostra de forma esquemática a evolução da empresa ao longo do tempo.

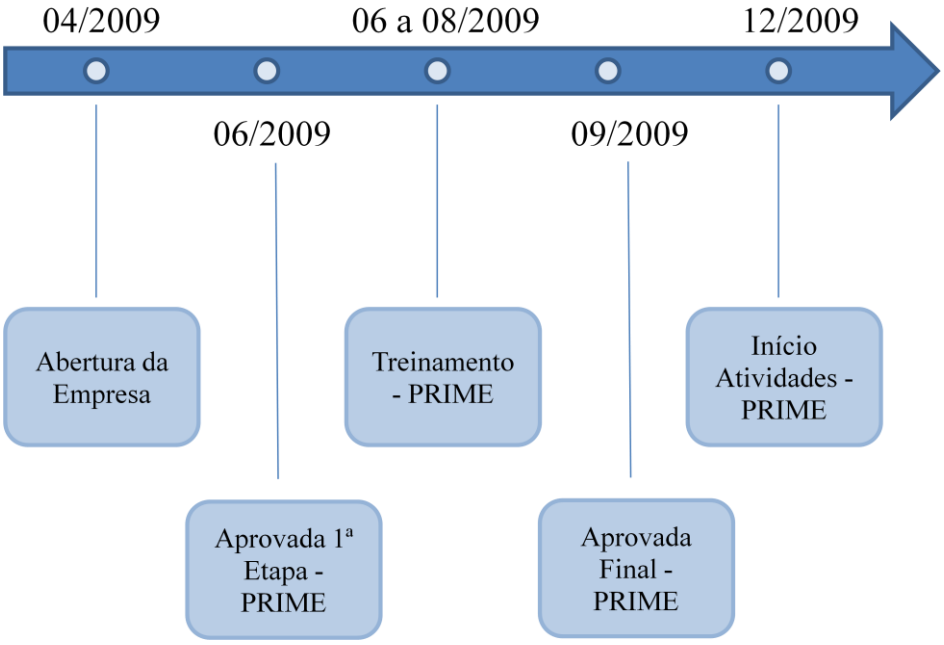

FIGURA 8 – Linha do Tempo CORD FUTURO. Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

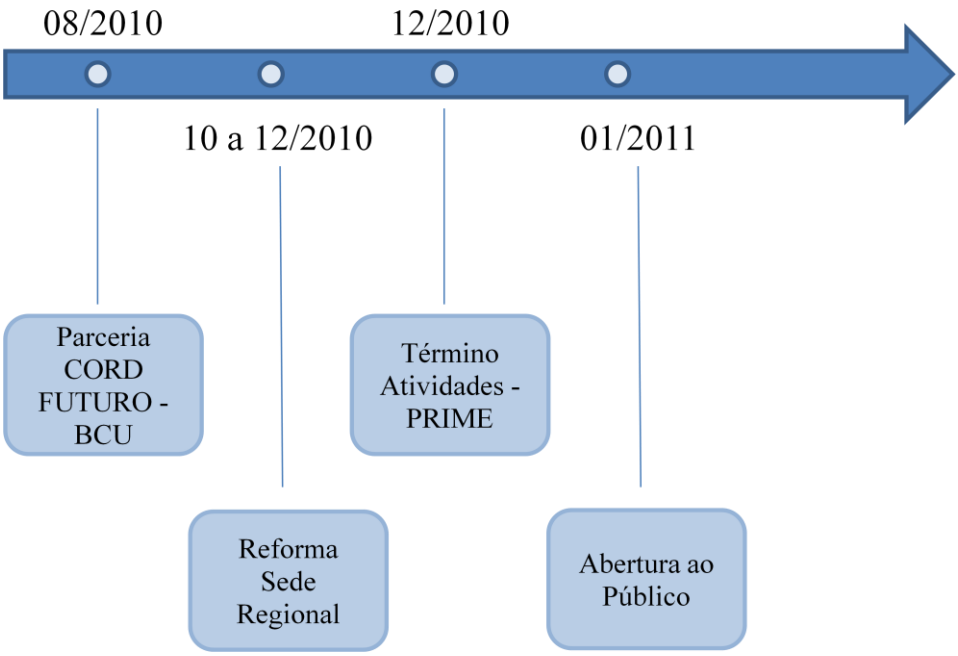

FIGURA 9 – Linha do Tempo CORD FUTURO. Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

4.2.3 Localização

A CORD FUTURO tem como sede a cidade de Juiz de Fora – MG, e atua em Minas Gerais em um raio aproximado de 200 km, servindo uma população de cerca de 1,5 milhão de habitantes. O Laboratório, onde o sangue é processado e fica armazenado, se localiza na cidade de São Paulo – SP.

4.2.4 Serviço Oferecido

O serviço oferecido pela CORD FTURO é o armazenamento criogênico (técnica de preservação em temperaturas baixíssimas) de células-tronco provenientes do sangue do cordão umbilical e placentário (SCUP). As macro etapas que compõem o serviço são: coleta do sangue, transporte do sangue para o laboratório, processamento do sangue, armazenamento, liberação e envio das células no caso da utilização.

FIGURA 10 – Macro Etapas do Serviço. Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

A coleta do sangue, feita por equipe própria da CORD FUTURO, acontece logo após o cordão umbilical é cortado do bebê, com a placenta ainda intra-útero, e continua nos próximos minutos, com a placenta já extra-útero. Logo em seguida o material biológico é enviado, sob temperatura controlada, para o laboratório do BCU Brasil, em São Paulo – SP, que já passa a ser o responsável pelas próximas macro etapas do serviço.

O serviço oferecido para a região é privado, portanto qualquer gestante, com idade gestacional acima de 12 semanas e que more na região de atuação da empresa, pode contratar o serviço do armazenamento das células-tronco de seu futuro filho. A equipe da CORD FUTURO ficará de plantão até o nascimento, realizando a coleta independente do horário ou dia que o parto venha a acontecer.

4.2.5 O Setor

De acordo com a pesquisa elaborada pela consultoria de mercado contratada pela CORD FUTURO com recursos do PRIME, o mercado de bancos de células-tronco do cordão umbilical é recente no mundo e no Brasil, sendo que as primeiras atividades a nível mundial começaram no início da década de 90. No Brasil, os primeiros bancos privados e públicos iniciaram suas operações em 2001 e 2002 respectivamente. Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o mercado de armazenamento de células-tronco no Brasil conta hoje com cerca de 16 bancos de uso privado e 6 bancos em funcionamento constituídos da rede pública BrasilCord.

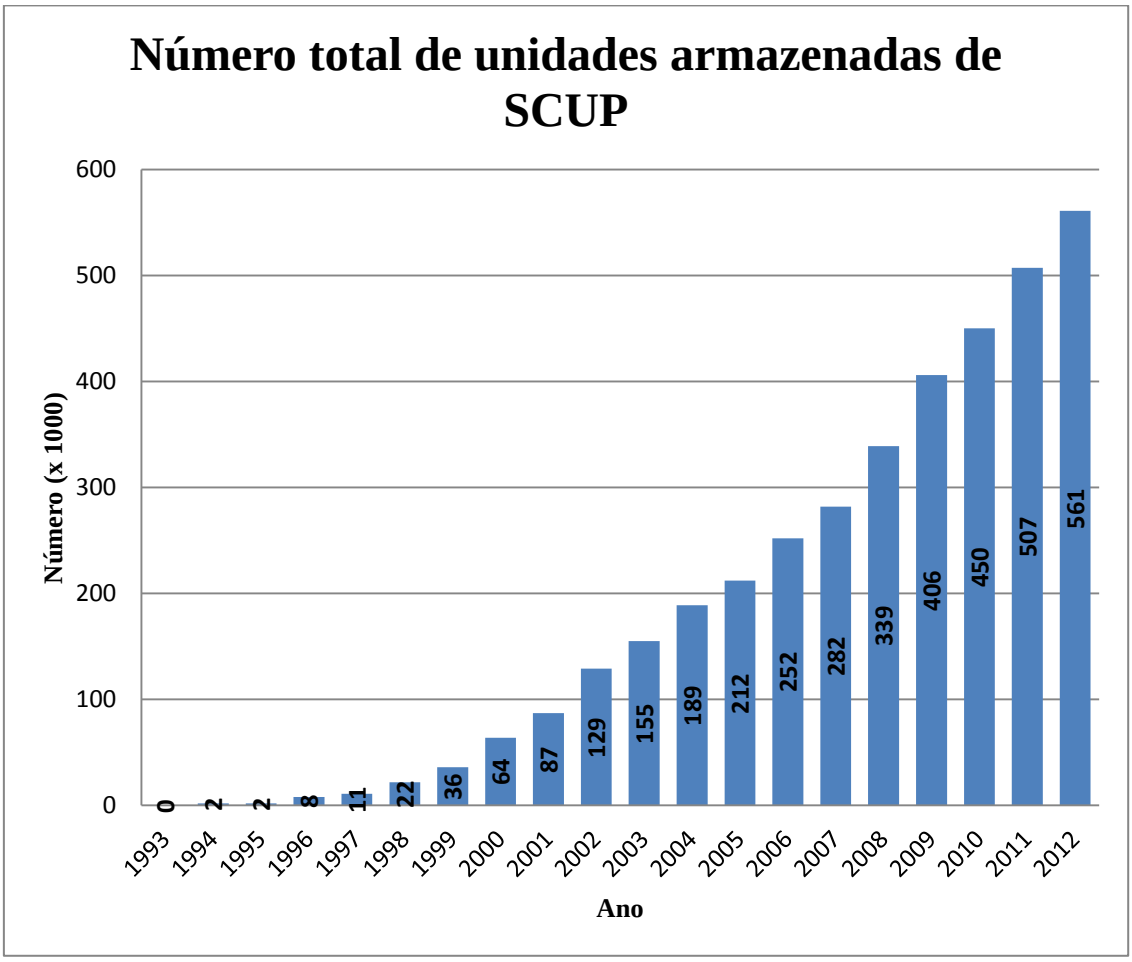

FIGURA 11 – Número Total de Unidades Armazenadas de SCUP. Fonte: Bone Marrow Donors Worldwide (BMDW), 2013

Poucos anos depois, em 2004, houve um grande marco para o mercado nacional, com a criação da resolução da diretoria colegiada (RDC) 153, que especifica as diretrizes da

ANVISA para o funcionamento de bancos de células-tronco, tanto os públicos quanto os privados.

As pesquisas com células-tronco têm avançado rapidamente ao redor do mundo, com cada vez mais doenças sendo tratadas com o uso dessas mesmas células. Como um possível reflexo desse fenômeno, o número total de unidades de cordão umbilical armazenadas no mundo cresce rapidamente. O gráfico acima ilustra muito bem essa evolução do número total de unidades armazenadas em bancos de cordão umbilical públicos ou privados ao redor mundo.

4.3 INOVAÇÃO NA EMPRESA

Apesar de já haverem empresas brasileiras que atuam nesse setor em algumas capitais do país, os empreendedores, através de pesquisas de mercado, notaram que existe uma enorme fatia da população, inclusive no meio médico, que desconhece totalmente sobre a possibilidade e os possíveis benefícios do armazenamento. Sendo assim, o serviço em si já pode ser caracterizado como inovador.

Como explicado por Tidd e Bessant (2005), muitas vezes no caso de serviços dois tipos de inovação estão intrinsecamente ligados, a inovação de serviço, em si, com a inovação de processo. E exatamente isso ocorreu com a CORD FUTURO, além de inovar em oferecer um serviço novo e inovador para a região, ela também inovou na maneira de entregar esse serviço para a população regional, sendo a primeira empresa a oferecer, com uma sede fixa na cidade de Juiz de Fora – MG, o serviço para essa região do interior de Minas Gerais.

Outra inovação de processo que a empresa também trás é na implantação de um modelo de gestão profissional, com princípios de governança corporativa, a fim de inserir e manter um foco empresarial no negócio, de modo que os esforços e ações sejam sempre voltados para os resultados.

A empresa também sempre busca inovações de marketing, tento criado uma metodologia própria de geração de ideias relacionadas à divulgação do produto, com ferramentas de controle e análise da eficácia de cada nova estratégia criada a partir dessa metodologia.

4.4 KIT PRIME NA EMPRESA

Os recursos não reembolsáveis do kit PRIME foram de enorme valia para a empresa. Juntamente com as consultorias de mercado, gestão e contábil e com o auxilio do gestor de negócios, a CORD FUTURO pôde, de maneira planejada, organizada e com o suporte destas grandes empresas, se estabelecer no mercado, de maneira segura, sólida e com uma estratégia futura bem definida.

Os tópicos a seguir mostrarão, de forma individual, a contribuição de cada item do kit para o desenrolar do projeto.

4.4.1 Apoio ao Empreendedor

A partir desse apoio, dois dos empreendedores puderam se dedicar exclusivamente, e em tempo integral, ao projeto. O que trouxe uma solidez muito maior ao mesmo, com as habilidades e conhecimentos, na área de engenharia de produção, de cada um.

Os empreendedores puderam implementar um modelo estratégico inovador de gestão e marketing, além de formularem estratégias operacionais e criarem ferramentas que ajudaram na viabilização e execução do projeto. Também puderam acompanhar de perto todo o trabalho realizado pelas consultorias e pelo gestor de negócios, além de revisar todos os quesitos técnicos do projeto.

4.4.2 Gestor de Negócios

Com o apoio ao Gestor de Negócios foi possível a contratação de um gestor, formado em administração de empresas pela Universidade Federal de Juiz de Fora, altamente qualificado, com trabalhos realizados para diversas empresas da cidade e com vários cursos ministrados na área de gestão de empresas.

Com uma carga horária semanal de 20 horas, o gestor de negócios foi capaz de acompanhar a execução do plano de implementação do projeto e a prestação de contas dos recursos oriundos do kit PRIME, assessorar na administração das finanças da empresa e nas questões tributárias, elaborar demonstrações financeiras, contribuir para a identificação de oportunidades de negócios, implantar fundamentos de governança, entre várias outras atividades.

4.4.3 Consultoria de Mercado

Com esse item do kit foi possível contratar um grande *player* do mercado de consultorias nacional, com foco em inovação, sediada em Belo Horizonte – MG. A consultoria possui vasta experiência na geração e gestão de *spin-offs*, com mais de 200 tecnologias já investigadas através de metodologias proprietárias, além de possuir uma estreita relação com universidades.

O estudo de mercado realizado foi um instrumento que permitiu aos empreendedores entenderem as diversas características da cadeia de valor em que a oportunidade estava inserida, bem como detalhes sobre a demanda para poderem desenvolver e estruturar sua política comercial. O estudo de mercado, portanto, foi essencial para orientar estrategicamente a empresa no intuito de alcançar condições de competitividade almejadas.

Além disso, através do estudo de mercado, foi possível identificar quais e como comercializar produtos ou serviços, entender a dinâmica de definição de preços e os circuitos de distribuição e como realizar a prospecção de novos clientes.

4.4.4 Consultorias de Gestão

Com os recursos desse item foram contratadas duas consultorias. A primeira, mesma consultoria contratada no tópico anterior, possui, também histórico de sucesso na captação de recursos de fomento à pesquisa, desenvolvimento e inovação, tendo prestado serviços de gestão da inovação para investidores e empresas como Fiat, Sadia, Cemig, Natura, Petrobras e Nestlé.

A consultoria teve como objetivo a criação e implementação de ferramentas gerenciais, e a capacitação construtiva da equipe de gestão, inclusive do gestor de negócios. Para tanto, foram realizadas atividades de controle de execução física e financeira, implantação de sistemas de informações gerenciais, criação de demonstrativos financeiros, implantação de ferramentas de governança e ferramentas wiki.

A segunda consultoria contratada, com experiência em serviços contábeis há cerca de 20 anos, teve como função a assessoria da empresa nos assuntos relativos às questões contábeis, como na execução da escrituração contábil (emissão de balanços, balancetes e outras demonstrações contábeis), escrituração fiscal (escrituração dos registros e outros procedimentos fiscais) e o controle da área de recursos humanos (emissão de contratos de contratação, folha de pagamento, etc).

Também devido às experiências e habilidades das consultorias supracitadas, a CORD FUTURO teve o apoio necessário no sentido de prever e evitar ações não acertadas, conferindo à empresa chances muito maiores de sobrevivência e sucesso.

4.5 DIFICULDADES ENCONTRADAS E PONTOS CRÍTICOS

Segundo já exposto ao longo do trabalho e extensivamente defendido pela literatura, são abundantes as dificuldades encontradas por empresas nascentes, principalmente aquelas de caráter inovador, até que consigam atingir uma maior maturidade no mercado. Algumas das principais dificuldades encontradas pelos empreendedores da CORD FUTURO serão levantadas a seguir.

A primeira, e considerada pelos empresários como a maior dificuldade e fator mais crítico para o sucesso do negócio foi a conscientização da população quanto a possibilidade do armazenamento das células tronco do cordão umbilical, e suas possíveis vantagens. Como o serviço era totalmente inovador quando chegou à cidade, a sociedade não o conhecia, nem mesmo a população médica local conhecia a fundo o serviço. Por isso foi necessário que a população criasse uma percepção de valor em relação ao serviço oferecido.

Outra dificuldade encontrada pela empresa foi o fluxo de caixa inicial, logo após a abertura da empresa para o público regional. Como os empreendedores já imaginavam que aconteceria, foram dois os aspectos que mais influenciaram no fluxo de caixa, o primeiro que, naturalmente, a empresa não começa nos seus meses iniciais já vendendo de acordo com o previsto. O segundo, que devido ao elevado custo do serviço, uma fatia relevante das vendas era parcelada, que também prejudica o fluxo de caixa nos primeiros meses da empresa, até as vendas se estabilizem.

Mais outro ponto que foi crítico para o sucesso da empresa foi o treinamento da equipe de vendas e da equipe técnica. Como o serviço era novo na cidade, os colaboradores tiveram que ser treinados meticulosamente para que pudessem realizar suas funções com o padrão de qualidade esperado, visto que nunca tiveram contato com esse serviço antes. A equipe de vendas, para que se tornasse totalmente familiarizada com todos os aspectos, técnicos ou não, do armazenamento e do setor, além de ser capaz de sanar qualquer dúvida que a sociedade pudesse apresentar. A equipe técnica, para que fosse capaz de realizar o procedimento de coleta do SCUP em qualquer hospital, seguindo todos os procedimentos padrões internacionais de coleta, além dos estabelecidos pela ANVISA e pela diretoria da empresa.

O último, considerado como um desafio constante da CROD FUTURO, é manter o padrão de qualidade estabelecido de 0% de erros, para que a empresa continue mantendo sua credibilidade no mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo não sobrando dúvidas sobre a importância do programa PRIME, tanto para o incentivo da criação da inovação quanto no auxílio da manutenção dessa inovação, criando ferramentas para ajudar a se evitar a grande mortalidade de empresas nascentes, ainda assim algumas críticas ao programa devem ser feitas.

Como o PRIME é um programa nacional, ainda que com incubadoras regionais, o edital e as regras são as mesmas para todo o Brasil. Mesmo sendo algo positivo, quando se leva em conta o acompanhamento do programa por parte da FINEP, essas regras únicas causam algumas distorções regionais. Um bom exemplo é o valor reservado ao Gestor de Negócios, com um limite de R$ 40 mil para os 12 meses do programa. Enquanto esse valor pode pagar um salário atrativo para um gestor generalista bem qualificado em cidades como Juiz de Fora – MG, em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, onde o custo de vida é muito mais alto, o mesmo não ocorre.

Outra discussão que também pode ser levantada é sobre o tamanho do edital do programa. O primeiro edital elaborado pela FINEP, com 12 páginas, foi reduzido para seis (MAÇONETTO, 2010). Mesmo que com uma boa intenção, de aumentar a acessibilidade aos empresários através da simplificação, essa redução abriu uma série de fragilidades que poderiam ser alvos de contestações judiciais.

Também não pode deixar-se de ponderar sobre o limite de 24 meses para a elegibilidade da empresa ao programa. Para Maçonetto (2010), somente depois que as empresas passarem com sucesso pelas etapas de pesquisa e desenvolvimento que poderão usar de maneira ótima os recursos do PRIME, pois é nessa etapa da vida da empresa que ela deve provar ao mercado que o produto ou serviço é bom.

Como o programa é muito amplo, aberto a organizações de todas as áreas, para empresas de setores como tecnologia da informação e comunicação, que possuem um ciclo curto, esse limite de dois anos é perfeitamente razoável, porém para empresas de setores como química ou biotecnologia, por exemplo, que tem um ciclo muito maior, dois anos é não é o suficiente.

Em qualquer empresa, ou projeto, sempre existem várias partes interessadas e, muitas vezes, com interesses antagônicos. E o mesmo não deixou de acontecer com o PRIME, afetando sua implementação. Como, por exemplo, FINEP de um lado e incubadoras, de outro, receosas de movimentarem tamanha quantia de capital e de terem que tomar responsabilidade caso algum problema ocorresse, ou equipe técnica querendo um edital mais completo, o alto escalão um edital mais acessível e o setor jurídico um edital mais conservador.

Segundo os empreendedores da CORD FUTURO, o projeto só foi capaz de sair do papel e se transformar em uma empresa estabelecida no mercado devido ao Programa de Subvenção Econômica PRIME. Ainda na opinião deles, fator vital dessa contribuição do programa para a empresa foi a possibilidade financeira que o programa trouxe para a contratação de pessoas e consultorias muito experientes. As mesmas não seriam contratadas caso a empresa não tivesse participado do Programa PRIME, devido a seus altos custos.

Juntamente com as consultorias de mercado, gestão e contábil e com o auxilio do gestor de negócios, A CORD FUTURO pôde, de maneira planejada e organizada, se estabelecer no mercado, de maneira segura, sólida e com uma estratégia futura bem definida.

Além dos empreendedores terem realizado suas aspirações pessoais e profissionais, eles acreditam que também estão contribuindo com a sociedade, através da geração de empregos, pagando impostos para a União e contratando outras empresas regionais. Isto é, ajudando, mesmo que de forma pequena, ao aquecimento da economia regional. Ainda acreditam contribuir, também, ao trazer a inovação para a população, que é quem mais se beneficia dela.

6 CONCLUSÕES

Fator primordial para que o Brasil se fortaleça no cenário internacional é a inovação. Não só em poucos setores, ou em grandes empresas, mas uma inovação difundida em todas as partes da economia. São produtos e serviços inovadores que trazem maior valor agregado e maior geração de renda para o país.

As pequenas e micro empresas também assumem papel fundamental para o desenvolvimento da economia nacional. Elas empregam uma parcela relativa da força de trabalho local, o que além de tornar o mercado regional mais independente e aquecer a sua economia, cumpre sua função social de prover a população com o que ela demanda.

O Estado cumpre um importantíssimo papel de, não só apoiar, mas incentivar que essas inovações e novas empresas virem realidade. O Programa de Subvenção Econômica PRIME surgiu justamente nesse cenário, de incentivar que as inovações cheguem ao mercado nacional e que elas permaneçam lá, com o auxílio à estruturação da empresa, através da capacitação construtiva da equipe, visando garantir um eficiente controle gerencial do desenvolvimento da oportunidade. Facilitando o trabalho conjunto dos empreendedores com profissionais altamente qualificados e experientes, fazendo com que o produto ou serviço inovador seja introduzido no mercado da melhor maneira possível, ajudando a quebrar o ceticismo da população para o novo, o desconhecido, visto que o sucesso de qualquer produto ou serviço depende do aval da população.

O trabalho objetivou mostrar que programas de incentivo a inovação podem funcionar muito bem; através de um estudo de caso, pôde-se entender a realidade de uma empresa nascente, da concepção da ideia, passando por todo o processo de subvenção econômica, até o início de sua maturidade de mercado. Empresa essa que muito dificilmente teria saído do papel para se tornar realidade não fosse o programa.

Devido ao fato do Programa PRIME ser recente, são poucos os trabalhos sobre o tema, existindo, portanto, um grande campo para próximos estudos. Esses podem assumir dois focos principais: um nacional, generalista e outro com foco local, individual. No primeiro, estudando o Programa PRIME e seus impactos de maneira global, através de entrevistas e pesquisas com o maior número possível de empresas contratadas, a fim de se fortalecerem as estatísticas sobre o programa, visto que elas são muito escassas. Com essas estatísticas será possível analisar de maneira muita mais segura sobre os resultados do Programa, o quanto ele ajudou o Brasil, levantando dados como número absoluto de empregos gerados devido ao PRIME, índice de aumento do faturamento das empresas, taxa de sobrevivência delas, entre outros. Só assim poder-se-á entender o quão válido o programa realmente foi.

O segundo foco, o local, com outros estudos de caso como o apresentado neste trabalho, para poder-se entender os impactos regionais que o programa trouxe, em diversas partes do Brasil. E também, para possibilitar a comparação entre esses estudos, podendo ser obtidas informações como cada empresa tirou proveito do programa, sendo possível assim descobrir possíveis pontos de melhoria dele e quais aspectos foram os mais importantes. Com mais estudos de caso das empresas subvencionadas pelo PRIME, também será possível a compilação de dados desses diversos estudos, permitindo revelar quais foram os impactos do programa em regiões ou estados específicos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Site**. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br>, Acesso em: 10 fev. 2013.

BALDWIN, K. Innovation: **The key to success in small firms**. Statistics Canada, Ottawa. 1994.

BONE MARROW DONORS WORLDWIDE (BMDW). **Site**. Disponível em: <http://www.bmdw.org/index.php?id=statistics_cordblood> Acesso em: 10 fev. 2013.

BRASIL. **Site**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/01/18/brasil-dobra-numero-de-mestres-e-doutores-em-dez-anos>, Acesso em: 10 fev. 2013.

BUCCI, M. P. D. **Direito administrativo e políticas públicas.** São Paulo: Saraiva. 2002.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. **Sistemas de Inovação: Políticas e Perspectivas.** Parcerias Estratégicas. n. 8. maio, 2000.

CLEMENTE, R. G.; ROVERE, R. L. L.; RENAULT, T.; CARDOSO, V. (Sistematizadores) **P&D e inovação para micro e pequenas empresas do Estado do Rio de Janeiro - como criar um ambiente de inovação nas empresas.** Rio de Janeiro, Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro. 2008.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq). **Site.** Disponível em: < http://www.cnpq.br/>. Acesso em 10 de Outubro de 2012.

COOKE, P. and MORGAN, K. **The Associational Economy: Firms, regions and innovation.** Oxford: Oxford University Press. 1997.

DRUCKER, P.F. **"The Practice of Entrepreneurship", Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles**. Nova Iorque: Harper & Row. 1985.

DRUCKER, Peter F. **Innovation and Entrepreneurship** (Harper Business edition). Nova Iorque: HarperCollins Publishers. 1993.

FINANCIADORA DE ESTUDOS E PROJETOS (FINEP). **Site.** Disponível em: <http://www.finep.gov.br/>. Acesso em 10 de Outubro de 2012.

FRANCIS, D. e BESSANT, J. **Targeting innovation and implications for capability development.** Technovation, 25(3), 171–183. 2005.

FREEMAN, C. **The greening of technology and models of innovation**. Technological Forecasting and Social Change. Nova Iorque, v. 53. 1996.

FUNDAÇÃO BIOMINAS. EDITAL**. Seleção Pública Fundação Biominas - 01/2009**. disponível em: <http://www.ciaem.org.br/ciaem.qps/0/F4DFCA020215A72803257574004CB520/$FILE/EDITAL%20PRIME.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª Ed. São Paulo: Atlas. 2002.

HINDLE, K.; YENCKEN, J. **Public research commercialization, entrepreneurship and new technology based firms: an integrated model**. Technovation. 2004.

LASTRES, H. M. M. e ALBAGLI, S. (organizadores). **Informação e globalização na era do conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus. 1999.

MAÇONETTO, M. R. **Políticas Públicas em Inovação: Um estudo comparativo entre as estratégias empregadas no Programa de Inovação Tecnológica (PIT) e no Programa Primeira Empresa Inovadora (PRIME).** Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2010.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 3ª Ed., Porto Alegre: Bookman. 2001.

MARCUM, J. "**Centralized versus decentralized policy towards small and medium enterprises**". Nova Iorque: Intermediate Technology Publications. 1992.

MORAIS, J. M. **Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica no Brasil.** Cap. 2: Uma avaliação de programas de apoio financeiro à inovação tecnológica com base nos fundos setoriais e na Lei de Inovação. IPEA, Brasília, p. 67- 105. 2008.

MOREIRA, M. L.; VELHO, L. **Pós-Graduação no Brasil: Da concepção "ofertista linear" para "novos modos de produção do conhecimento" implicações para avaliação.** Avaliação, Campinas; Sorocaba, SP, v.13, n.3, p. 625-645, Nov. 2008.

MULLER, P. **Les politiques publiques.** Paris: Presses Universitaires de France. 2003.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Manual de Oslo. Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. 3ª Edição. Traduzido sob a responsabilidade da FINEP. 2005.

RODRIGUES, Flávia Couto Ruback. **A utilização da captação de recursos não reembolsáveis junto a entidade pública oficial de fomento de Minas Gerais para financiamento da inovação:** um estudo de caso nas empresas vinculadas ao CRITT/ UFJF. 2009. Monografia (Especialização em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2009.

ROTHWELL, R. e DODGSON, M. "**European technology policy evolution: convergence towards SMEs and regional technology transfer**". Technovation, vol. 12, n. 4, 1992.

ROTHWELL, R. e DODGSON, M. "**Technology-based SMEs: their role in industrial and economic change**". Buckinghamshire: Inderscience Enterprises. 1993.

SALERNO, M. S. e KUBOTA, L. C. **Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica no Brasil.** Cap. 1: Estado e Inovação. Brasília: IPEA. 2008.

SALERNO, M. S. e NEGRI, J. A. **Inovação, estratégias competitivas e inserção internacional das firmas da indústria brasileira**. 2005. Texto apresentado no seminário preparatório da 3ª Conferência Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação, Brasília, 2005.

SANTOS, Silvio Aparecido (Coord.). **Criação de empresas de alta tecnologia, capital de risco e os bancos de desenvolvimento.** São Paulo: Pioneira. 1987.

SBRAGIA, R., ANDREASSI, T,; CAMPANÁRIO, M. A.; E STAL, E. **Inovação: como vencer este desafio empresarial.** São Paulo: Clio Editora. 2006.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. São Paulo: Abril Cultural. 1988.

SCHUMPETER, J.A.. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura. 1961.

SILVA, N.; BEURET, J. E.; MIKOLASEK, O.; FONTENELLE, G.; MARTINS, I. Modelo teórico de análise de políticas públicas e desenvolvimento: um exemplo de aplicação na piscicultura. **Revista de Economia Agrícola.** São Paulo, v. 54, n.2, p. 43-66, jul./ dez. 2007.

TELLES, Márcia. Prime beneficia 1,9 mil empresas nascentes em todo o País. **Inovação Em Pauta. No 5.** FINEP**.** p. 18, fev./ mar. 2009.

TIDD, J. **From Knowledge Management to Strategic Competence: Measuring technological, market and organzational innovation**. Londres: Imperial College Press. 2000.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. **Managing innovation: integrating technological, market and organizational change**. 3 ed. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd., 2005.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de. Janeiro: Elsevier, 2006.

WEISZ, Joel. **Mecanismos de apoio à inovação tecnológica.** 2ª ed. Brasília: SENAI/DN. 2006.

ANEXO 1 – MODELO PROPOSTA DETALHADA: PRIME

A. Dados Cadastrais					
A.1. Informações para contato					
Contato					
Endereço					
Bairro		**Cidade**		**UF:**	
Telefone		**CEP**			
Email					
A.2. Caracterização da empresa					
Nome da Empresa					
Setor/Atividade					
CNPJ					
Razão Social					
Data de Fundação (conforme cadastro do CNPJ):					
A empresa possui alguma patente?					
De quem é a propriedade da patente?					
Estado de Arte da Patente. Quando ela foi registrada?					

B. A EMPRESA
B.1. Histórico da empresa e motivação para empreender (inserir texto)
B.2. Estrutura Organizacional e Legal (inserir texto)
B.3. Equipe Dirigente (inserir texto)

C. OS PRODUTOS E A TECNOLOGIA
C.1. Produtos e Serviços (inserir texto)

C.2. Benefícios e Vantagens competitivas

(inserir texto)

C.3. Caracterização da Inovação

(inserir texto)

C.4. Caracterização da Oportunidade

(inserir texto)

D. O MERCADO

D.1. Setor de Atuação

(inserir texto)

D.2. Clientela

(inserir texto)

D.3. Concorrência

(inserir texto)

D.4. Planejamento Estratégico

(inserir texto)

E. ESTRATÉGIAS DE MARKETING

E.1. Segmentação

(inserir texto)

E.2. Política de Preços

(inserir texto)

E.3. Ponto/Distribuição

(inserir texto)

E.4. Promoção & Divulgação

(inserir texto)

E.5. Relacionamento com clientes

(inserir texto)

E.6. Estratégias Futuras

(inserir texto)

F. KIT PRIME

F.1 Sobre o apoio ao empreendedor (até dois empreendedores ou especialistas técnicos):

F.1.1. Informações cadastrais:
Preenchimento obrigatório.

Empreendedor (sócio) Especialista Técnico - **Carga horária prevista:**

Nome			
CPF		**RG**	
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	

O campo abaixo só deve ser preenchido, caso haja um segundo empreendedor/especialista técnico previsto no KIT PRIME.

Empreendedor (sócio) Especialista Técnico - **Carga horária prevista:**

Nome			
CPF		**RG**	
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	

F.1.2. Apresentar as principais atividades a serem desempenhadas pelo(s) empreendedor(es)/especialista(s) técnico(s) ligadas a tecnologia/desenvolvimento do produto/serviço, considerando os seguintes aspectos:

- A natureza da própria atividade a ser realizada (pesquisa, estudo, prototipagem, ensaio, etc.);
- O estágio de desenvolvimento do produto/serviço em que atuará;
- Os diferenciais tecnológicos de conhecimento;

(inserir texto)

F.2. Sobre o apoio ao Gestor de Negócios:

F.2.1. Informações cadastrais:			
Nome			
CPF		**RG**	
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	

F.2.2. Assinale as atividades a serem desempenhadas pelo Gestor de Negócios:

- ☐ Acompanhar e controlar a execução do Plano de Implementação no âmbito do Plano de Negócios proposto pela empresa;
- ☐ Acompanhar e controlar o andamento físico e financeiro do projeto apoiado com recursos do Kit PRIME;
- ☐ Elaborar e acompanhar a prestação de contas dos recursos oriundos do KIT PRIME;
- ☐ Organizar um adequado sistema de informações gerenciais que permita à administração conhecer os fatos ocorridos e os resultados obtidos com as atividades;
- ☐ Assessorar na administração das Finanças da empresa (tesouraria, contas a pagar e a receber, relação com agências de financiamento e fomento);
- ☐ Assessorar nas questões tributárias (conforme a modalidade jurídica da empresa);
- ☐ Implantar fundamentos de Governança (principalmente se houver necessidade de constituição de Conselhos Administrativos ou participação de sócios com capital de risco);
- ☐ Elaborar demonstrações financeiras;
- ☐ Implantar sistemas orçamentários;
- ☐ Planejar, controlar e analisar os orçamentos e planos de investimentos;
- ☐ Prover suporte gerencial às áreas comercial, produção, logística, custos e compras;
- ☐ Implantar e supervisionar controles gerenciais;
- ☐ Implantar controle de custos da empresa e de seus produtos;
- ☐ Responsabilizar-se pela elaboração de relatórios gerenciais, incluindo aqueles apresentados ao Programa PRIME;
- ☐ Acompanhar o trabalho da área de contabilidade;
- ☐ Acompanhar os estoques e o capital de giro;
- ☐ Contribuir para a identificação de oportunidades de negócios;
- ☐ Outras. Especifique:

F.2.3. Carga Horária Prevista para o Gestor de Negócios: **Carga horária:**

F.3. Sobre o apoio à consultoria de mercado:			
F.3.1. Informações cadastrais:			
Nome da empresa de consultoria a ser contratada:			
CNPJ			
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	
F.3.2. Assinale quais as áreas de consultoria de mercado serão contratadas:			
☐ Planejamento de marketing;			
☐ Estudos de mercado;			
☐ Política de preços;			
☐ Estratégia de canais de distribuição;			
☐ Promoção e divulgação;			
☐ Relacionamento com clientes;			
☐ Análise da concorrência;			
☐ **Outra. Especifique:**			
F.3.3. Descreva de forma resumida o escopo básico do serviço demandado, a metodologia utilizada e os resultados esperados vis-à-vis à escolha da proposta de consultoria a ser contratada: (inserir texto)			
F.3.4. Descreva de que forma a consultoria de mercado escolhida irá auxiliar na estratégia de inserção do produto/serviço no mercado, destacando seu diferencial de qualidade: (inserir texto)			

F.4. Sobre o apoio de consultorias em áreas de gestão:
F.4.1. Informações cadastrais (ao menos 1 empresa de consultoria deve ser contratada):
Consultoria Obrigatória

Nome da empresa de consultoria a ser contratada:			
CNPJ			
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	
Consultoria adicional 1 (Opcional)			
Nome da empresa de consultoria a ser contratada:			
CNPJ			
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	
Consultoria adicional 2 (Opcional)			
Nome da empresa de consultoria a ser contratada:			
CNPJ			
Endereço			
Bairro		**Cidade**	
Estado		**CEP**	
Email		**Telefone**	

F.4.2. Assinale as consultorias em áreas de gestão a serem contratadas:
☐ Formulação estratégica;
☐ Consultoria jurídica;
☐ Consultoria e auditoria em sistemas de gestão;
☐ Recursos humanos;
☐ Planejamento, prospecção e avaliação tecnológica;
☐ Propriedade intelectual;
☐ Finanças (complementar à atuação do Gestor de Negócios);
☐ Gestão da produção;
☐ Gestão da inovação;
☐ Ambiental;

☐ Logística;
☐ Consultoria em assuntos regulatórios;
☐ Outras. Especifique: Prospecção Financeira
F.4.3. Descreva de forma resumida o escopo de cada uma das propostas de consultoria a serem contratadas: (inserir texto)
F.4.4. De que forma a contratação dessas consultorias impactará no plano de negócios da empresa? Descreva o histórico pregresso de atuação das consultorias escolhidas. (inserir texto)

F.5. Resumo do Orçamento		
Apresente o orçamento para o KIT PRIME, destacando os recursos pleiteados por item e respeitando-se os valores limite de cada rubrica.		
	Despesas (em R$)	
ITEM DO KIT:	**Pessoal**	**Serviços**
Apoio a empreendedor/especialista técnico		
Apoio ao Gestor de Negócio		
Apoio à consultoria de mercado		
Apoio a consultorias em área de gestão		
TOTAL por despesa		
TOTAL subvencionado	**120000,00**	

F.5.1 Cronograma de Desembolso dos Recursos de Subvenção													
Quadro Detalhado (mensal) do Orçamento													
ITEM DO KIT	**Valor por item do Kit**	**Valor mensal de desembolso (R$)**											
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Apoio ao empreendedor													
Apoio ao Especialista Técnico													
Apoio ao Gestor de Negócios													
Apoio à consultoria de mercado													
Apoio a consultoria em área de gestão (1)													
Apoio a consultoria em área de gestão (2)*													
Apoio a consultoria em área de gestão (3)*													
TOTAL subvencionado	**120000,00**	**120000,00**											
**** Consultoria Opcional***													

F.5.1 Cronograma de Desembolso dos Recursos de Subvenção			
Quadro Consolidado (semestral) do Orçamento			
ITEM DO KIT	**Valor por item do Kit**	**Valor semestral de desembolso (R$)**	
		1ª parcela	**2ª Parcela**
Apoio ao empreendedor			
Apoio ao Especialista Técnico			
Apoio ao Gestor de Negócios			
Apoio à consultoria de mercado			
Apoio a consultoria em área de gestão (1)			
Apoio a consultoria em área de gestão (2)*			
Apoio a consultoria em área de gestão (3)*			
TOTAL subvencionado	**120000,00**	**120000,00**	
**** Consultoria Opcional***			

F.6. Apresente a contrapartida, respeitando-se o mínimo de 5% do valor do projeto.		
CONTRAPARTIDA		
	Despesas (em R$)	
ITEM:	**Financeira**	**Não-Financeira**
1. Despesas Correntes		
1.1 Pessoal e Encargos Sociais		
1.1.1 Vencimentos e Vantagens Fixas (Pessoal Civil/Militar)		
1.1.2 Obrigações Patronais		
1.2 Outras Despesas Correntes		
1.2.1 Diárias (Pessoal Civil/Militar)		
1.2.2 Material de Consumo		
1.2.3 Passagens e Despesas com Locomoção		
1.2.4 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Física		
1.2.5 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Jurídica		
2. Despesas de Capital		
2.1 Investimentos		
2.1.1 Obras e Instalações		
2.1.2 Equipamentos e Material Permanente		
TOTAL POR TIPO DE DESPESA		
TOTAL		

F.6.1. Cronograma de Desembolso da Contrapartida a ser aportada no projeto.													
Quadro Detalhado (mensal) da Contrapartida.													
CONTRAPARTIDA													
ITEM	**Valor Total Aportado****	**Valor mensal de Desembolso***											
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
1. Despesas Correntes													

1.1 Pessoal e Encargos Sociais													
1.1.1 Vencimentos e Vantagens Fixas (Pessoal Civil/Militar)													
1.1.2 Obrigações Patronais													
1.2 Outras Despesas Correntes													
1.2.1 Diárias (Pessoal Civil/Militar)													
1.2.2 Material de Consumo													
1.2.3 Passagens e Despesas com Locomoção													
1.2.4 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Física													
1.2.5 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Jurídica													
2. Despesas de Capital													
2.1 Investimentos													
2.1.1 Obras e Instalações													
2.1.2 Equipamentos e Material Permanente													
TOTAL GERAL													

F.6.1. Cronograma de Desembolso da Contrapartida a ser aportada no projeto.

Quadro Consolidado (semestral) da Contrapartida			
CONTRAPARTIDA			
ITEM	**Valor Total Aportado****	**Valor semestral de Desembolso (R$)***	
		1ª Parcela	**2ª Parcela**
1. Despesas Correntes			
1.1 Pessoal e Encargos Sociais			
1.1.1 Vencimentos e Vantagens Fixas (Pessoal Civil/Militar)			
1.1.2 Obrigações Patronais			
1.2 Outras Despesas Correntes			
1.2.1 Diárias (Pessoal Civil/Militar)			
1.2.2 Material de Consumo			
1.2.3 Passagens e Despesas com Locomoção			
1.2.4 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Física			
1.2.5 Outros Serviços de Terceiros / Pessoa Jurídica			
2. Despesas de Capital			
2.1 Investimentos			
2.1.1 Obras e Instalações			
2.1.2 Equipamentos e Material Permanente			
TOTAL GERAL			

F.7 Cronograma Físico

		Duração Prevista	
Descrição das atividades para cada item do KIT	**Indicador Físico de**	**Início**	**Fim**

PRIME	Execução		
1. Apoio ao Empreendedor			
2. Apoio ao Gestor de Negócios			
3. Consultorias em Área de Mercado			
4. Consultorias em Áreas de Gestão			

G.1. Investimentos	
INVESTIMENTOS	**VALOR EM R$**
Obras Civis	
Instalações	
Equipamentos	
Máquinas	
Móveis e Utensílios	
Veículos	
Despesas Pré-Operacionais	
Compras (Estoque Inicial)	
Software	
Outros	
Projeção Necessidade de Capital de Giro	
TOTAL DOS INVESTIMENTOS	

G.2 - Projeção de Receitas (texto)
Quanto a empresa espera vender? Qual é o tamanho do mercado a ser conquistado? **Quanto desse mercado ela pretende conquistar e em quanto tempo?** **Como suas receitas irão crescer ao longo do tempo?** (inserir texto)

G.2 - Projeção de Receitas

PROJEÇÃO DE RECEITAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3;	ANO 4	ANO 5	TOTAL
TOTAL (Faturamento em R$)						

G.3. Principais Custos e Despesas						
PROJEÇÃO DE DESPESAS	**ANO 1**	**ANO 2**	**ANO 3**	**ANO 4**	**ANO 5**	**TOTAL**
DESPESAS DE PRODUÇÃO (total)						
DESPESAS ADMINISTRATIVAS (total)						
DESPESAS TOTAIS						

G.4. Projeção de Resultados						
PROJEÇÃO DE RESULTADOS	**ANO 1**	**ANO 2**	**ANO 3**	**ANO 4**	**ANO 5**	**TOTAL**
Receita Bruta de Vendas						
(-) Dedução Impostos						
(-) Dedução Comissões						
Receita Líquida de Vendas						
(-) Custos de Produção						
Margem de Contribuição						
(-) Despesas Operacionais						
Resultado Operacional						
Receitas Financeiras						
Taxas/Juros de Financiamentos						
Resultado Tributável						
(-) Imposto sobre o Lucro						
LUCRO LÍQUIDO						

G.5. Projeção de Fluxo de Caixa							
FLUXO DE CAIXA PROJETADO	**ANO 0**	**ANO 1**	**ANO 2**	**ANO 3**	**ANO 4**	**ANO 5**	**TOTAL**
TOTAL DE ENTRADAS							
Receita de Vendas/Serviços							
Receitas Financeiras							
Empréstimos							
Outras Receitas							
Capital Próprio							
(-) TOTAL DE SAÍDAS							
(-) Despesas com Produção							

(-) Despesas com Pessoal							
(-) Despesas Administrativas							
(-) Investimentos							
(-) Despesas Tributárias							
(-) Despesas Financeiras							
(-) Dividendos							
Fluxo do Período							
Saldo Acumulado de Caixa							
Comente sobre eventuais dificuldades iniciais e como a empresa irá financiar eventuais períodos com saldo de caixa negativo. (inserir texto)							

G.6. Análises de Investimento

Pay Back	Taxa mínima	Investimento Inicial	VPL	TIR	P.E Ano1	P.E Ano 2	P.E Ano 3	P.E Ano 4	P.E Ano 5	Comentários
										(inserir texto)

H. Plano de Implementação

		Duração Prevista	
Etapa / Atividade	**Indicador Físico de Execução**	**Início**	**Fim**

ANEXO 2 – TERMO DE AUTENTICIDADE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ENGENHARIA

Termo de Declaração de Autenticidade de Autoria

Declaro, sob as penas da lei e para os devidos fins, junto à Universidade Federal de Juiz de Fora, que meu Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Graduação em Engenharia de Produção é original, de minha única e exclusiva autoria. E não se trata de cópia integral ou parcial de textos e trabalhos de autoria de outrem, seja em formato de papel, eletrônico, digital, áudio-visual ou qualquer outro meio.
Declaro ainda ter total conhecimento e compreensão do que é considerado plágio, não apenas a cópia integral do trabalho, mas também de parte dele, inclusive de artigos e/ou parágrafos, sem citação do autor ou de sua fonte.
Declaro, por fim, ter total conhecimento e compreensão das punições decorrentes da prática de plágio, através das sanções civis previstas na lei do direito autoral[1] e criminais previstas no Código Penal[2], além das cominações administrativas e acadêmicas que poderão resultar em reprovação no Trabalho de Conclusão de Curso.

Juiz de Fora, _____ de _____ de 20____.

_____	_____
NOME LEGÍVEL DO ALUNO (A)	Matrícula
_____	_____
ASSINATURA	CPF

[1] LEI N° 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.
[2] Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

ANEXO 3 – DECLARAÇÃO DA EMPRESA

DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que eu, FELIPE GONZAGA FERNANDES, como sócio administrador da empresa CORD FUTURO LTDA, possuo autorização para divulgar o nome da empresa bem como dados não confidenciais na elaboração do meu trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Engenharia da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para a obtenção do título de Engenheiro de Produção.

Juiz de Fora, 08 de Março de 2013.

FELIPE GONZAGA FERNANDES
Sócio administrador, CORD FUTURO LTDA