

Benchmarking Internacional

Educação Empreendedora

Boston, Nova Iorque e Kansas

Setembro de 2013

CADERNO DE SUBSÍDIOS

The logo for SEBRAE, consisting of the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. The letters "E", "B", and "R" are partially obscured by three horizontal white bars of varying lengths, creating a stylized graphic element.

SEBRAE



Prezados,

Aproveitamos a oportunidade para desejar-lhe uma ótima missão internacional aos EUA e listar, abaixo, algumas orientações:

Destino: Boston (15/09 – 17/09); Nova Iorque (18/09 – 19/09); Kansas (20/09 – 21/09).

Chegada ao aeroporto: Tenha em mãos seu passaporte com pelo menos 6 meses para o vencimento a partir da chegada ao país, com visto de Negócios. Por segurança, leve cópia das páginas 1, 2, 3 e se possível, reduzidas e plastificadas. Tenha em mãos também, seu Caderno de Subsídios para apresentá-lo à imigração.

Motivo: Participação em missão internacional que visa à busca de aprimoramento institucional, chamada de Benchmarking Internacional, sobre práticas de apoio a pequenos negócios. A iniciativa é parte integrante do Projeto SEBRAE ACI – Apoio à Cooperação Internacional coordenado (International Cooperation Support), em conjunto, pelo SEBRAE Nacional e SEBRAE/PR - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (Brazilian Micro and Small Support Service).

Hospedagem: Em Boston, será no Holliday Hyatt Boston Harbor: 101 Harborside Drive, Boston, MA 02128, Estados Unidos; Em Nova Iorque, The Roosevelt: 45 East 45th St. at Madison Avenue, New York; e em Kansas, Crowne Plaza Kansas City Downtown: 1301 Wyandotte St Kansas City, MO 64105, EUA.

Retorno: Voo da United Airlines (UA5188), Saindo de Kansas às 16h56, dia 21/09, com conexão em Chicago (UA845) às 21h30 e chegada em São Paulo às 09h45 do dia 22/09;

Bagagem: Será permitido o despacho de 2 malas com até 32kg cada, a partir da saída de Guarulhos, incluindo os trechos domésticos nos EUA. Isso é possível devido à emissão de todos os voos da viagem, inclusive o retorno, no mesmo bilhete (mesmo localizador), consequentemente na mesma companhia aérea. Caso haja excesso, cobra-se cada volume e cada peso excedido, na origem do trecho, em dólares.

A empresa aérea poderá recusar-se a despachar malas com qualquer excesso de peso caso o voo esteja lotado. Recomenda-se então, que cada membro da delegação leve consigo apenas um volume com até 23kg (50lb) cuja as somas dos lados não ultrapasse 157cm- limite do trecho nacional, da sua cidade de origem até Guarulhos e a volta de Guarulhos até ela. A United Airlines não aceita, em hipótese qualquer, volumes com medidas superiores a 292 cm (115 polegadas lineares) e 45 kg (100 lb). Não se esqueça de levar alguns dólares a fim de se prevenir contra essa situação.

*Ao se apresentar para fazer check-in na companhia aérea ou no hotel esteja sempre com seus respectivos vouchers.

IDA:

Trecho nacional até São Paulo (GRU): um volume de 23kg;

Trecho internacional de Guarulhos (GRU) a Boston (BOS): dois volumes de 32kg ;

Trecho nacional de Boston (BOS) a New York (JFK): dois volumes de 32kg;

Trecho nacional de New York a Kansas (MCI): dois volumes de 32kg.

VOLTA:

Trecho nacional de New York (JFK) a Chicago (RFD): dois volumes de 32kg;

Trecho internacional de Chicago a São Paulo: dois volumes de 32kg;

Trecho nacional de São Paulo à cidade de origem: um volume de 23kg.

Identificação de malas: identifique suas malas com seu nome e com algo que a diferencie das demais (por exemplo: amarrando uma fita colorida) para facilitar que a encontre na esteira de desembarque e evitar que confunda sua mala. Ao chegar aos EUA, sua bagagem poderá ser aberta e revista pela polícia americana, que por sua vez deixará um bilhete informando que a fez.

Não leve nada de muito valor, porém se necessário, não despache junto com a mala devido à possibilidade de extravio desta.

Produtos que contenham algum tipo líquido inflamável (como acetona) serão permitidos somente em bagagem despachada

Bebidas alcoólicas podem ser transportadas desde que lacradas em suas embalagens originais e em embalagens plásticas dentro da mala a ser despachada. Alimentos podem ser transportados em embalagens à prova de vazamento, abertura acidental e mau cheiro. Em caso de peixes e frutos do mar, recomenda-se ainda uma caixa de isopor lacrada. Para transportar gelo, ele deve estar em gel ou em sacos resistentes que suportem possível expansão/explosão devido à pressurização. Fique atento a quais alimentos têm seus ingressos permitidos pela Anvisa, no Brasil.

Eletrônicos: Não despache seus aparelhos eletrônicos como: celulares, notebooks, IPADs, ou outros aparelhos frágeis, pois as empresas aéreas não se responsabilizam caso ocorra algum dano com esses objetos, independentemente do que o causou.

Bagagem de mão: Deve pesar no máximo 5 kg (mesmo contendo aparelhos eletrônicos) e seu perímetro não pode resultar em mais de 115cm; nos trechos internacionais é permitido que se leve até 10kg de bagagem de mão, mas que suas dimensões não passem e 45x20x36cm. Lembramos que a empresa aérea pode se recusar a permitir que qualquer bagagem, fora dos parâmetros descritos, seja levada em mãos e cobrar excesso caso o haja ao despachá-la. Devido às normas de segurança, é proibido portar na bagagem de mão, ou consigo, qualquer objeto cortante ou pontiagudo. Estes poderão ser despachados.

Devem conter de até 100ml (3oz) cada, acondicionados dentro de uma sacola (por passageiro) de, no máximo, 20x20cm ou 1 litro, transparente, que deverá ser removida de dentro da bagagem de mão para inspeção, separadamente, pela segurança dos aeroportos. Se algum item não se encaixar nas exigências acima, será barrado e deverá ser abandonado no ato do embarque.



MISSÃO BENCHMARKING INTERNACIONAL

*Educação Empreendedora
Boston, Nova Iorque e Kansas*

CADERNO DE SUBSÍDIOS

// APRESENTAÇÃO

Apresentamos este caderno de subsídios, com grande satisfação, para a Missão de Educação Empreendedora no Estados Unidos da América – Boston, Chicago e Nova York – a realizar-se no período de 16 a 22 de setembro de 2013. Nele podem ser encontradas informações importantes sobre a programação, endereços e contatos, além de outras informações sobre cidades, instituições e logística.

A elaboração da agenda considerou o principal objetivo da missão: oferecer experiências de captação e compartilhamento de conhecimentos e práticas de referência internacional que possam contribuir para a melhoria contínua dos programas e projetos do sistema.

Seguindo a metodologia de benchmarking internacional, na qual os participantes serão protagonistas em todo o processo, o evento foi organizado em 3 etapas: Preparação, Visitas Técnicas e Disseminação.

Haverá videoconferência para alinhamento inicial, em que orientações prévias para a viagem como a agenda do evento, apresentação da equipe organizadora, papéis e responsabilidades dos participantes e disseminação do conhecimento para o sistema SEBRAE, compõem a etapa de preparação.

As Visitas Técnicas, dentro dos temas Educação Empreendedora, Desburocratização e Inteligência de Mercado, direcionadas, em cada evento, aos países que são referências internacionais nos temas indicados e sua metodologia baseada no benchmarking internacional. Na etapa de disseminação, os participantes compartilharão seus conhecimentos adquiridos durante os eventos em seminário para o Sistema SEBRAE, nos dias 21 e 22 de novembro de 2013, em Foz de Iguaçu, Paraná, baseando a apresentação de suas experiências no caderno de subsídios.

Com o objetivo de registrar e acompanhar as aprendizagens do grupo, além de garantir o bom funcionamento logístico, os eventos serão acompanhados por coordenadores do Projeto SEBRAE ACI, cinegrafista, jornalista e equipe de apoio.

Lembramos que é fundamental a participação e comprometimento de todos os integrantes do grupo em cada etapa do evento, de forma a contribuir para o alcance dos objetivos esperados.

Desejamos-lhe ótima leitura e boa viagem.

SEBRAE ACI
PROJETO DE APOIO À COOPERAÇÃO INTERNACIONAL
+55 41 3330-5774
internacional@sebrae.com.br

// EXPOSIÇÃO DO TEMA

As rápidas mudanças que vêm ocorrendo, mundialmente, nas relações sociais, econômicas, culturais e tecnológicas têm reflexos, diretos ou indiretos, na vida das pessoas. A sociedade contemporânea exige pessoas empreendedoras, autônomas, com múltiplas competências, que saibam trabalhar com desafios e situações complexas, e que sejam capazes de provocar transformações.

Nesse cenário, a criação e a implantação de diferentes formas de trabalho se fazem necessárias, colocando a educação em posições cada vez mais estratégicas e essenciais no processo de preparação das pessoas.

Instituições internacionais, especialistas, fóruns e redes de discussão propõem para o desenvolvimento das competências empreendedoras, a disseminação da cultura empreendedora nas escolas de ensino fundamental, médio, técnico e de nível superior, bem como a ampliação do acesso à educação continuada.

Cada vez mais, planos e diretrizes educacionais recomendam a inclusão de programas capazes de despertar e fortalecer o espírito empreendedor. A ideia é incentivar os jovens para uma formação que lhes propicie a inserção no mercado de trabalho, com uma atitude empreendedora, ou que lhes capacite para a criação de seus próprios negócios no futuro. O relatório do Fórum Econômico Mundial (2009) é um dos documentos mais completos e atualizados sobre Educação Empreendedora, e suas informações, associadas aos dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e da União Europeia, oferecem conteúdos, conceitos e casos estudados e relatados nesse trabalho.

É importante considerar, por fim, que a inserção do empreendedorismo na educação não deve ocorrer apenas com uma ação isolada. As experiências relatadas mostram que ela é um processo, que requer tempo e múltiplas atividades, entre elas: desenvolvimento de currículo, recursos e métodos de ensino; treinamento e desenvolvimento de professores; apoio da administração das escolas; alocação de recursos financeiros; estabelecimento de parcerias com as empresas e a comunidade local; criação de oportunidades para estudantes experimentarem seus projetos, incluindo concursos regionais e nacionais de planos de negócios, feiras de jovens empreendedores, incubadoras; e criação de prêmios, centros e laboratórios e observatórios de empreendedorismo.

O CENÁRIO BRASILEIRO

Nos últimos anos, o empreendedorismo e os pequenos negócios ocuparam lugar de destaque na agenda das políticas públicas do Brasil. Cinco entre as quinze leis complementares aprovadas pelo Congresso Nacional, no período de dezembro de 2003 a janeiro de 2012, foram de apoio ao empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Todas elas dedicam um capítulo especial à educação empreendedora, como política pública necessária para melhorar o ambiente empreendedor dos pequenos negócios.

Ainda assim, A “Proposta de Teses e Diretrizes para a Política Nacional de Empreendedorismo e Negócios” avalia que o empreendedorismo no Brasil é caracterizado pela falta de uma cultura e formação empreendedora, tal como a tendência a negócios de baixo valor agregado e menor potencial para geração de emprego. O documento indica que a reforma curricular com a inserção de conteúdos voltados ao mercado e ao desenvolvimento do empreendedor é o caminho para superar os desafios que se impõem ao empreendedorismo no Brasil.

Diversos municípios brasileiros realizam atividades e programas de educação empreendedora no ensino fundamental. Em São José dos Campos (SP), a prefeitura através de seu Centro de Educação Empreendedora (CEDEMP) mantém, há mais de 15 anos, um dos mais reconhecidos programas de educação empreendedora do Brasil, que já atendeu mais de 100 mil jovens. Em implantação, o “Programa de Educação Empreendedora para o Ensino Médio em Período Integral” representa o esforço da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo para despertar e fortalecer o espírito empreendedor. Esse programa torna o empreendedorismo uma matéria eletiva nas escolas públicas estaduais que oferecem ensino médio em período integral.

Em 2011, a Endeavor, organização de fomento do empreendedorismo sem fins lucrativos, realizou uma pesquisa nas universidades brasileiras e constatou que a maioria dos estudantes vê o empreendedorismo como real opção de carreira (64,6% consideram-se potenciais empreendedores ou já possuem seu próprio negócio). Porém, o estudo também demonstra que eles não se preparam adequadamente para isso (55% deles não realizaram qualquer curso voltado para o empreendedorismo). Entre os programas ativos nas universidades brasileiras, destacam-se os centros universitários FGVcenn, CEI (Ibmec) e programas específicos das universidades UFPR, USP, UFMG, UFRS, PUC-RJ, UNESP, UNICAMP, entre outras.

O CENÁRIO MUNDIAL

A Agência Executiva de Educação, Audiovisual e Cultura da União Europeia publicou um relatório, em março de 2012, acerca do cenário da educação empreendedora nas escolas de 31 países europeus. O estudo mostra que a educação para o empreendedorismo está em crescimento na maior parte deles, com alguns dados relevantes:

- 50% dos países estão envolvidos em processos de reformas no setor do ensino que incluem o reforço da educação para o empreendedorismo;
- Quase 75% dos países explicita em seus programas a educação para o empreendedorismo no ensino básico, metade deles o faz definindo objetivos de aprendizagem relacionados com as atitudes e as capacidades de empreendedorismo (proatividade, aceitação de riscos e criatividade);
- Em 50% dos países, o empreendedorismo integra as disciplinas obrigatórias do ensino médio, como as ciências econômicas e sociais, sendo que na Lituânia e Romênia o empreendedorismo é disciplina separada obrigatória. Nestes dois países - e mais Liechtenstein e Noruega - as capacidades práticas do empreendedorismo são especificamente referidas;

Em 12 países são apoiadas iniciativas relacionadas com a educação para o empreendedorismo, como o fomento da cooperação escolas-empresas e a criação de pequenas empresas por estudantes. Contudo, somente na Bélgica, na Bulgária e nos Países Baixos a formação específica atinge professores.

Apesar de todos esses esforços, apenas um terço dos países europeus efetivamente formalizaram orientações e material didático para o ensino do empreendedorismo. Desse modo, o quadro estratégico para a cooperação europeia, “Educação e Formação 2020”, indica como um objetivo estratégico de longo prazo o aumento da criatividade e da inovação, incluindo o empreendedorismo, em todos os níveis de educação e formação continuada. A Comissão Europeia mantém programas com este objetivo, que estão alinhados à proposta de criação de uma Plataforma Europeia contra a pobreza e a Exclusão Social – Estratégia Europa 2020. Os programas considerados mais emblemáticos são: Juventude em Movimento, Uma Agenda para Novas Competências e Empregos, e União para Inovação.

Um estudo realizado pelo GEM, sobre a inserção do empreendedorismo no ensino formal e informal, avaliou o percentual da população econômica ativa (18 a 64 anos) que já realizou algum tipo de treinamento formal para o empreendedorismo. Considerando somente os que tiveram acesso a alguma formação durante o aprendizado formal, os dados revelam um preparo bastante desigual entre os mais de 40 países pesquisados. É interessante notar que o acesso ao treinamento formal para o empreendedorismo não está necessariamente relacionado ao desenvolvimento econômico e sim ao ambiente institucional estabelecido.

O estudo mostra que, na Finlândia, 48% dos pesquisados dessa faixa etária receberam algum tipo de formação para o empreendedorismo, sendo que ao menos 13% receberam formação no ensino formal. No Chile, 42 % receberam algum tipo de formação e 11% no ensino formal. Na Colômbia, 40 % tiveram alguma formação e 12% no ensino formal. Enquanto no Brasil, 9% receberam algum treinamento e apenas 3% no ensino formal. Outros dados do GEM mostram que a importância do treinamento varia de acordo com o contexto. O treinamento é mais eficaz em ambientes institucionais favoráveis, em que a formação desenvolve habilidades e intenções que podem ser traduzidas em ações práticas. A formação é particularmente eficaz em países da Europa Ocidental como Bélgica, França, Alemanha e Reino Unido.

Nos EUA, o aumento do número de instituições de ensino não é a única forma de crescimento da educação empreendedora. Há uma tendência paralela que se aprofunda na base do conhecimento do empreendedorismo. Mestrados e outros programas de pós-graduação que começaram a ser oferecidos como cursos opcionais, tem expandido essa oferta de duas formas. De um lado, os programas de pós-graduação agora tendem a oferecer grupos de cursos (concentrados) na área do empreendedorismo. Por outro lado, programas de ensino médio também têm introduzido cursos de empreendedorismo, inicialmente como opcionais, depois minoria e agora maioria – estudantes agora

podem se graduar com a formação em empreendedorismo.

O BENCHMARKING

O Benchmarking é um método de comparação contínuo e sistemático que tem como objetivo principal verificar o estado de evolução de países, organizações, produtos, processos, estratégias ou atividades em relação a outras com características similares e/ou passíveis de comparação. É utilizado como uma ferramenta que possibilita gerar novas ideias e alternativas para a resolução de problemas, processos de melhoria e levantamento de ações recomendadas. O Benchmarking também tem como objetivo criar os padrões de referência, através da observação vivencial, para que as organizações e profissionais possam ampliar suas performances.

Quando as organizações buscam o Benchmarking como uma ferramenta de melhoria, necessitam assumir uma postura de “organização que deseja aprender com os outros” para justificar o esforço investido no processo. Saber fazer e adaptar Benchmarking no processo da sua organização pode permitir vislumbrar oportunidades e também ameaças competitivas, constituindo um atalho seguro para a excelência.

O processo de estabelecer níveis ou indicadores de excelência resume-se em medir sistematicamente o desempenho de sua organização, tomando como referência o desempenho de outras com reconhecida eficiência e eficácia, que se traduz em experiências exitosas.

A adoção de critérios de “melhores práticas” é uma forma de melhoria contínua de desempenho, modificando e aprimorando processos organizacionais usuais e motivando equipes por meio de exemplos bem sucedidos para fomentar a busca de qualidade e competitividade.

Desta forma, pode se resumir que Benchmarking é:

- um processo contínuo;
- uma investigação que fornece informações valiosas;
- um processo de aprendizado com os outros, uma busca pragmática de ideias;
- um processo intensivo que leva tempo e dá trabalho, exigindo disciplina;
- uma ferramenta viável que fornece informações úteis para melhorar praticamente qualquer atividade de negócios.

A aplicação da metodologia do Benchmarking propicia a melhor organização do aprendizado vivencial que é aquele estimulado pela experiência da situação e/ou objeto estudado. Acontece, normalmente, fora da sala de aula, com métodos menos convencionais de apresentação e absorção das informações.

Para realização do trabalho proposto nesse caderno deve-se utilizar as Melhores Práticas. As “Melhores Práticas” são formas ideais para executar um processo ou operação. São os meios pelos quais as organizações líderes alcançam alto desempenho e que podem servir como metas para organizações que almejam atingir maiores níveis de excelência.

Melhores Práticas são referência para processos de Benchmarking, são as práticas que levam a se atingir patamares de excelência, acima dos requisitos mínimos, muitas vezes justificando o destaque ou prêmios para empresas ou organizações que as atingem.

Deve-se considerar que empresas ou organizações têm suas próprias metas, oportunidades e restrições. Além disso, “Melhores Práticas” dependem da fase de desenvolvimento em que cada organização se encontra e essas práticas mudam à medida que a organização avança na busca da qualidade e excelência.

VANTAGENS DO BENCHMARKING

O objetivo prático do Benchmarking é a comparação com organizações líderes, permitindo a visualização de práticas e oportunidades que podem trazer melhorias às suas práticas e processos. Mas além dessas melhorias, existem outras vantagens que o Benchmarking proporciona à organização que utilizar esta ferramenta, tais como:

- facilitar o reconhecimento interno da própria instituição;
 - possibilitar que as melhores práticas de qualquer organização, concorrentes ou não, sejam incorporadas aos processos da organização;
 - proporcionar estímulo e motivação aos profissionais cuja criatividade é exigida para a execução e implementação das descobertas da investigação;
 - identificar, em outras organizações, avanços tecnológicos que não seriam reconhecidos e aplicados ao setor;
 - facilitar a direção por objetivos uma vez que já se conhece a meta final a alcançar;
 - proporcionar contatos e interações decorrentes do Benchmarking, agregando valores e possibilitando ampliação do Network;
 - aumentar a credibilidade do processo específico de melhoria;
- alcançar mais rápido e com menores riscos metas desafiadoras.

CONSIDERAÇÕES IMPORTANTES

-Lembre que Benchmarking é um procedimento de pesquisa contínuo e sistemático. Para criar um padrão de comparação. A chave comportamental do sucesso é ter a atitude de um pesquisador que busca conhecimento.

-O ponto de partida para conhecer uma situação é a observação, por isso tenha claro o que você quer conhecer.

-Tenha sempre em mente que: "a pressa é inimiga da perfeição". A falta de paciência pode levar as conclusões impróprias.

-Registre tudo no momento observado, quando deixa-se para depois corre-se o risco de omitir dados importantes.

-Estabeleça os pontos que são essenciais, isso ajudará a manter o foco.

-Diante da quantidade de informações, fatos e acontecimentos, o foco na pesquisa é fundamental, ele poderá ajudar a filtrar as informações necessárias.

-Não se esqueça dos problemas que precisam de respostas, a empolgação da visita deve servir como motor de motivação, mas não deve desviar seu objetivo principal.

-A organização antecipada ajudará você a aproveitar melhor o tempo disponível.

-Registre o que foi observado. Cuidado com as interpretações pessoais.

-Esteja atento para observar os detalhes, o "como" e o "por que" as coisas são feitas.

-Resgate suas experiências e conhecimentos sobre o assunto e utilize-os para rastrear fontes de informações.

-Se você tiver dificuldade em registrar os fatos e situações resgate o objetivo principal da visita. A disseminação da experiência depende do registro das observações e o preenchimento dos questionários, por isso não economize esforços.

DINÂMICA DO FUNCIONAMENTO

É necessário considerar alguns elementos que influenciarão o resultado final. Primeiramente, os participantes do projeto deverão se comportar como pesquisadores, atentos à realidade a qual pretendem buscar subsídios de comparação para uma prática mais eficaz.

Considerando o mérito das informações para o sucesso do projeto, não se deve confiar na memória, os registros devem ser feitos no ato da observação (ou o quanto antes). Com o passar do tempo o risco de interpretação pessoal é maior, podendo levar a uma distorção da realidade.

De maneira a não se perder neste processo, serão utilizadas ferramentas importantes para construção e direcionamento do conhecimento durante as visitas técnicas e reuniões.

Para que inovações possam ser implementadas o ciclo do Benchmarking passa por algumas etapas importantes do aprendizado, que se iniciam de fato no destino visitado.

QUADRO 01 - ETAPAS DO APRENDIZADO

ETAPAS	DESCRIÇÃO
OBSERVAR	Momento em que o indivíduo entra em contato pela primeira vez com o objeto de estudo, ou a prática de referência.
REGISTRAR	Momento em que o indivíduo registra aquela referência e seus aspectos mais importantes e diferenciais.
COMPARAR	Momento em que se fazem as ligações entre a prática observada e a forma praticada em sua própria organização.
ADEQUAR	Momento em que se reflete sobre as possibilidades de adequação da prática observada para a realidade do observador.
IMPLEMENTAR	Momento, quando do retorno da viagem, em que se efetivam de fato as inovações e melhorias em função do aprendizado adquirido no destino visitado.

PAPÉIS, RESPONSABILIDADES E REUNIÕES

Estão descritos no Quadro 02 a seguir, os papéis e responsabilidades dos membros que compõem a equipe de visitas para a realização do projeto benchmarking, assim como estão relacionados os tipos de reuniões a serem realizadas bem como o objetivo de cada uma delas em cada fase do projeto. As reuniões serão fundamentais para a organização da visita, a captação de informações e seu devido registro.

Durante as visitas de benchmarking, com o objetivo de facilitar o processo de captação das informações, a delegação será dividida em subgrupos que variam de 4 a 6 participantes cada, dependendo do tamanho da delegação, cujos papéis são rotativos a cada dia.

QUADRO 02a - PAPÉIS E REUNIÕES

	Reunião de Alinhamento	Visitas
Coordenação	<ul style="list-style-type: none"> -Divisão em subgrupos de trabalho de acordo com as dimensões de observação do caderno de aprendizagem -Estabelece o representante inicial de cada subgrupo -Anuncia ao grupo a necessidade de indicação de 3 representantes para apresentarem os resultados finais durante o evento de disseminação do conhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> -Apresenta o grande grupo -Registra em fotos e vídeos -Faz agradecimentos finais/<u>trocas protocolares</u>
Representante		-Identifica e realiza anotações em seu caderno de aprendizagem sobre as experiências que tenham possibilidade de serem aplicadas no SEBRAE, de acordo com a dimensão de observação do seu <u>subgrupo</u>
Entrevistadores		<ul style="list-style-type: none"> -Realizam as perguntas de acordo com as dimensões de observação do seu grupo (caderno de aprendizagem) -Realiza anotações gerais no seu caderno de aprendizagem, sobre as dimensões de observação e a aplicabilidade das <u>experiências</u>
Redator		-Realiza anotações gerais no seu caderno de aprendizagem, sobre as dimensões de observação e a aplicabilidade das experiências, de acordo com as dimensões de observação do seu <u>subgrupo</u>

QUADRO 02b - PAPÉIS E REUNIÕES

	Reunião Diária	Reunião de Encerramento e Avaliação
Coordenação	<ul style="list-style-type: none"> -Conduz as reuniões -Registra no arquivo "Banco de Práticas Identificadas" o resultado das aplicabilidades observadas; -Define as dimensões de observação para cada subgrupo para o dia seguinte; -Registra as percepções do dia no OIS 	<ul style="list-style-type: none"> -Conduz a reunião; -Registra o nome dos representantes, eleitos pelo grande grupo, para a apresentação no evento de disseminação do conhecimento; -Recolhe os formulários de avaliação preenchidos
Representante	<ul style="list-style-type: none"> -Estimula a discussão em seu grupo sobre a aplicabilidade no SEBRAE das experiências observadas em cada visita, de acordo com a dimensão de observação do subgrupo; -Apresenta as percepções do seu subgrupo na sua dimensão de observação; -Participa da discussão do grande grupo; -Define quem serão os entrevistadores, o representante e o redator do dia seguinte. 	Avalia o evento
Entrevistadores	<ul style="list-style-type: none"> -Participa da discussão do seu subgrupo sobre as percepções do dia e sobre a aplicabilidade das experiências observadas, de acordo com a dimensão de observação do seu subgrupo; -Participa da discussão do grande grupo 	Avalia o evento
Redator	<ul style="list-style-type: none"> -Participa da discussão sobre as percepções do dia e sobre a aplicabilidade das experiências observadas, de acordo com a dimensão de observação do seu subgrupo; -Registra as percepções do seu subgrupo no seu caderno de aprendizagem para ser disponibilizado à coordenação; -Participa da discussão do grande grupo 	Avalia o evento

CADERNO DE APRENDIZAGEM

O caderno de aprendizagem contém essencialmente as dimensões de observação para o tema da missão e os espaços para as anotações dos participantes.

Este roteiro servirá como um guia para ajudar a buscar e registrar os diferenciais de cada instituição e/ou país visitado.

No quadro a seguir, as dimensões da Instituição são as de Estrutura, Programas/Projetos de Apoio ao Empreendedorismo e Práticas de Gestão. As dimensões do País (Macroambiente) são as Práticas de Governo e Financiamento.

O mesmo quadro foi traduzido para a língua inglesa e enviado às Instituições que nos receberão, de forma que eles tenham conhecimento das dimensões de observação do grupo durante as visitas. As dimensões de observação compõe o Caderno de Aprendizagem, onde deverão ser feitas as anotações sobre cada aspecto identificado nas visitas às Instituições.

Cada subgrupo será responsável por um foco das dimensões de observação. O foco de observação será alternado diariamente entre os subgrupos.

Quadro 1 Dimensões de observação - Educação Empreendedora

1 - ESTRUTURA DA INSTITUIÇÃO

Focos:

Informações gerais sobre a Instituição: ano de fundação, constituição pública/privada, missão, setores de atuação, perfis de clientes/colaboradores, organograma, origem dos recursos financeiros, atuação no país/mundo;

Visão de futuro: diretrizes estratégicas, visão de longo prazo, proposta de valores;

Principais iniciativas: produto/projetos/programas gerais em destaque;

Inter-relação com outras instituições e/ou projetos;

Impacto/contribuição para o desenvolvimento do país e sua economia.

2 - PRÁTICAS DE GESTÃO

Focos:

Gestão do conhecimento: de que forma a instituição realiza o compartilhamento dos conhecimentos?;

Cultura de inovação: existe alguma iniciativa específica para fomento à inovação?;

Conhecimento sobre o cliente e o mercado: como o conhecimento é adquirido e de que forma apóia a definição das estratégias da instituição?;

Responsabilidade social/ambiental: há iniciativas específicas?;

Gestão de pessoas: como são identificadas as necessidades de capacitação e desenvolvimento das pessoas?

3 - EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Focos:

Principais iniciativas: metodologias/produtos/projetos/programas em destaque no tema específico;

Público-alvo: ensino técnico, básico, fundamental, médio, superior/ número de beneficiários atendidos anualmente nas modalidades abordadas;

Parcerias: instituições públicas/privadas;

Modelos de educação: presencial, EAD, misto;

Multiplicação do processo: como é garantida a qualidade, sustentabilidade do processo, escolha do perfil do multiplicador/replicador, capacitação de educadores;

Fomento ao empreendedorismo: resultados alcançados, forma de mensuração/monitoramento

***APLICABILIDADE AO SEBRAE:

Correlacione as experiências observadas à realidade do SEBRAE.

EDUCATION
EDUCATION
Education



// AGENDA

14 de setembro, sábado			
Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
22h05 ✈	Partida do Voo de Guarulhos (GRU) até Washington (IAD)		Aeroporto Internacional de Guarulhos
15 de setembro, domingo			
Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
6h31 ✈	Chegada a Washington (IAD)	Conexão até Boston (BOS)	Dulles International Airport
8h49 ✈	Partida do voo de Washington (IAD) até Boston (BOS)		Dulles International Airport
10h22 ✈	Chegada a Boston (BOS)	Deslocamento ao Hotel Hyatt Boston Harbor e reunião técnica de alinhamento.	Hotel Hyatt Boston Harbor - 101 Harborside Drive, Boston, MA 02128
16 de setembro, segunda			
Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
10h	Visita à Babson College e Lemonade Day	- Curso de Graduação em Gestão e Empreendedorismo -The Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship - Tour pela Faculdade	
17 de setembro, terça			
Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
7h	Check out do hotel	Deixar bagagens no hotel ou transfer	Hotel Hyatt Boston Harbor - 101 Harborside Drive, Boston, MA 02128
8h	Visita ao Merrimack Valley Sandbox Initiative	- Café da manhã: Troca de ideias com empreendedores; - Reunião os membros da delegação; - Tour pelo local.	
12h	Almoço		
13h	Visita à Bunker Hill Community College:	- Apresentação dos programas oferecidos pela instituição; - Tour pelo local.	
15h30	Visita à Youngpreneur - Business Education for Children -The Newman School	Representante: Catalina Espinosa	Y
18h	Saída do Translado para o aeroporto		
19h54 ✈	Partida do Voo de Boston (BOS) até New York (JFK)		Logan International Airport
21h30 ✈	Chegada ao Aeroporto de Nova Iorque (JFK)	Translado ao hotel The Roosevelt	John F. Kennedy Airport -JFK Hotel The Roosevelt: 45 East 45st at Madison Avenue, NY

18 de setembro, quarta

Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
9h	Visita a High School ou College		
12h	Almoço		
13h30	Visita à The Network For Teaching Entrepreneurship (NFTE)	Representante: Victor Salama - Vice President	
16h30	Visita à Microsociety		

19 de setembro, quinta

Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
8h	Check out do hotel	Deixar bagagens no hotel ou transfer	Hotel The Roosevelt: 45 East 45st at Madison Avenue, NY
10h	Reunião com a Students of Advancement of Global Entrepreneurship (SAGE)	-Apresentação dos programas da SAGE no próprio hotel -Representante: Pete Eimer - CEO	Hotel The Roosevelt: 45 East 45st at Madison Avenue, NY
12h	Almoço		
14h	Reunião com o Consortium for Entrepreneurship Education	-Apresentação dos programas no próprio hotel. -Representante: Dinette Rivera - CEO	Hotel The Roosevelt: 45 East 45st at Madison Avenue, NY
18h	Transfer para o Aeroporto Newark (EWR)		
20h	Partida do voo de Nova Iorque (EWR) para Kansas (MCI)		Aeroporto Internacional de Newark (Nova Iorque)
22h	Chegada em Kansas	Traslado para o Hotel Crowne Plaza Kansas City Downtown	Hotel Crowne Plaza Kansas City Downtown: 1301 Wyandotte St Kansas City MO 64105

20 de setembro, sexta

Horário	Atividade	Informação Adicional	Local
8h	Check out do hotel	Deixar bagagens no hotel ou transfer	Hotel Crowne Plaza Kansas City Downtown: 1301 Wyandotte St Kansas City MO 64105
9h	Visita à Kauffman Foundation	Apresentação dos programas: The Ice House e FastTrack Program além de tour na instituição	

// DELEGAÇÃO

Delegação		
Nome	Cargo	Unidade
Eduardo Souza Amaral	Consultor	SEBRAE PR
Marcos Antonio Gonçalves de Alencar	Gerente	SEBRAE AL
Mirella Marchitto Condé	Analista	SEBRAE RJ
Paula França Tissot	Consultor	SEBRAE PR
Eduardo Ribeiro Golin	Analista	SEBRAE NA
Flávia Azevedo Fernandes	Analista	SEBRAE NA

// INSTITUIÇÕES

Boston

Instituição

Babson College

Merrimack Valley Sandbox Initiative

Bunker Hill Community College

Nova Iorque

Instituição

The Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE)

New Tech Network

Microsociety

SAGE - Students of Advancement of Global Entrepreneurship

Kansas City

Instituição

Kauffman foundation

Youth Entrepreneurs



// SOBRE O BRASIL

Nome	República Federativa do Brasil
Forma de Governo	Democracia
Tipo de Governo	República Presidencialista
Estrutura da Federação	26 estados federados e um distrito federal
Capital	Brasília
Língua oficial	Português
Presidente	Dilma Rousseff
Área	8.514.877 km ²
População (est. 2012)	193.946.886 (IBGE)
PIB (2012)	R\$ 4,323,9 trilhões (IBGE)
PIB per Capita (est. 2011)	US\$ 11.800 (102º no mundo) (CIA Factbook)
Crescimento do PIB (2012)	0,9% (IBGE)
IDH (2011)	0,718 (84º de 187 países) (PNUD)
Gini (2012)	51,9 (16º de 136 países) (CIA Factbook)
Inflação (2012)	5,78% (IBGE)
Desemprego (est. 2011)	6% (CIA Factbook)
Moeda	Real
Fuso horário	GMT-3 (no horário de verão, GMT-2), horário de Brasília
Código telefônico	+55



Dilma Rousseff
Presidenta

Pauta Comercial

Principais produtos agrícolas: café, soja, trigo, arroz, milho, cana-de-açúcar, coco, carne.

Principais indústrias: têxteis, sapatos, produtos químicos, cimento, madeira, minério de ferro, estanho, aço, aviões, veículos automóveis e partes, máquinas e equipamentos.

Principais produtos da pauta global de exportações: minérios, petróleo e combustíveis, material de transporte, complexo soja, produtos metalúrgicos, açúcar e etanol.

Principais parceiros econômicos – exportações: China (17,3%); Estados Unidos (10,1%); Argentina (8,9%); Países Baixos (5,3%) (2011).

Principais produtos da pauta global de importações: combustíveis e lubrificantes, equipamentos mecânicos, equipamentos elétricos e eletrônicos, automóveis e partes, químicos orgânicos e inorgânicos.

Principais parceiros econômicos – importações: Estados Unidos (15,1%); China (14,5%); Argentina (7,5%); Alemanha (6,7%); Coreia do Sul (4,5%) (2011)

Fontes: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), Banco Central do Brasil (BACEN), Brazil Global Net, Central Intelligence Agency (CIA), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), Divisão de Estatísticas das Nações Unidas (UNSTATS), Fundo Monetário Internacional (FMI), Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE) e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil (MDIC).

Contexto dos Pequenos Negócios no País

Marco Regulatório

Critério para definição dos pequenos negócios no país: faturamento bruto (Lei Complementar 123/06 e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae)

- *Microempreendedor Individual (MEI)* – empresário individual com faturamento bruto de até R\$ 60 mil/ano e que possui até um empregado.
- *Microempresa (ME)* – empresa com faturamento bruto de até R\$ 360 mil/ano, excluindo-se os MEI.
- *Empresa de Pequeno Porte (EPP)* – empresa com faturamento bruto anual entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões.
- *Produtor Rural* – pessoa física que explora atividades agrícolas, aquícolas e/ou pecuárias sem alterar as características do produto in natura; com faturamento de até R\$ 3,6 milhões/ano; e que possui CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), inscrição estadual do produtor ou Registro Geral da Pesca (RGP).

Ambiente de Negócios

- Posição no ranking da pesquisa “Doing Business” – Banco Mundial (2013): 130
- Posição no ranking do Índice de Competitividade – Fórum Econômico Mundial (2011-12): 48
- Posição no ranking do Índice de Competitividade de Turismo – Fórum Econômico Mundial (2013): 51

Instituições de apoio a pequenos negócios:

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República.

Estatísticas sobre o papel dos pequenos negócios na economia

- Total de pequenos negócios no país: 6.120.927 milhões (2010)
- Participação dos pequenos negócios no total de empresas no país (%): 99 (2010-2011)
- Participação dos pequenos negócios na geração de empregos formais no país (%): 51,6 (2010-2011)
- Renda gerada pelos pequenos negócios no país (% PIB): 20 (2011)
- Participação dos pequenos negócios no volume das exportações do país (%): 46,3 (2010)

Atividade empreendedora no país em 2012

- Percentual da população adulta (18-64 anos) do país envolvida em atividades empreendedoras, por estágio do empreendimento.
- Empreendedores nascentes (até 3 meses de operação): 4%
- E-mpreendedores novos (com menos de 3,5 anos de operação): 11%
- Empreendedores em operação há mais de 3,5 anos: 15%
- A cada 1,97 empreendedores por oportunidade, 1 por necessidade.

Fontes: Banco Mundial, Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), Fórum Econômico Mundial (WEF), Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Outras Informações Úteis

- Código Telefônico: + 55
- Idioma Oficial: português
- Moeda (nome, símbolo, código ISO): Real, R\$, BRL
- Clima: equatorial, tropical, tropical de altitude, tropical atlântico, subtropical e semiárido.
- Fuso Horário (GMT): -3
- Eletricidade - Voltagem: 110/220 V
- Eletricidade - Tipo de tomada: A, B e C



Blocos econômicos e organizações internacionais que o país integra:

- Área de Livre Comércio das Américas (ALCA);
- Associação Latino Americana de Integração (ALADI);
- Banco Mundial;
- Comunidade Andina (membro associado);
- Fórum de Diálogo Índia-Brasil- África do Sul (IBAS);
- Fundo Monetário Internacional (FMI);
- Grupo do Rio;
- Mercado Comum do Sul (MERCOSUL);
- Organização das Nações Unidas (ONU);
- Organização dos Estados Americanos (OEA);
- Organização Mundial do Comércio (OMC);
- União de Nações Sul-Americanas (UNASUL).

****Vale mencionar que o país faz parte do Grupo dos Cinco Grandes ou BRICS, acrônimo para Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.**

Fontes: Central Intelligence Agency (CIA), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE), Organização Internacional para Padronização (ISO), Organização Mundial da Saúde (OMS), Time Ticker, União Internacional de Telecomunicações (UIT) e Voltage Valet.

// SOBRE OS ESTADOS UNIDOS

Dados Gerais	
Capital	Washington D.C
Data Nacional	04 de julho (Independência do Reino da Grã Bretanha)
Língua Oficial	não possui em sua Constituição (Inglês é a mais falada)
Governo	República Federal Presidencialista
	 
	Barack Obama Presidente
Área	9.826.675 km ²
População (2010)	308.745.538
Densidade	33 hab/km ²
Dados econômicos	
PIB (2011)	US\$ 15,29 trilhoes (est.)
PIB per Capita	US\$ 49 mil
Varição do PIB (2011)	1,7%
Inflação (2012)	3,1 %
Desemprego (2012)	9%
Indicadores sociais	
IDH (2011)	0,91 (4º no mundo)
Índice de Gini (2007)	45
Mortalidade infantil	5,98 mil/nasc
Alfabetização	99%
Moeda	Dólar Americano
Fuso horário	- 2 a -8 em relação à Brasília
Cód telef	+1

Pauta Comercial

Principais produtos agrícolas: trigo, milho e outros grãos, frutas, legumes, algodão, carne bovina e de porco, aves, laticínios, peixes, produtos derivados de florestas.

Principais indústrias: petróleo, siderurgia, veículos automotores, aeroespacial, telecomunicações, produtos químicos, eletrônica, processamento de alimentos, bens de consumo, madeira, mineração.

Principais produtos da pauta global de exportações: produtos agrícolas (soja, milho, frutas), fornecimentos industriais (produtos químicos orgânicos), bens de capital (transistores, aeronaves, peças de automóveis, computadores, equipamentos de telecomunicações), bens de consumo (automóveis e medicamentos).

Principais parceiros econômicos - exportações: Canadá (19%); México (13,3%); China (7%); Japão (4,5%) (2011).

Principais produtos da pauta global de importações: produtos agrícolas, fornecimentos industriais, bens de capital (computadores, equipamentos de telecomunicações, peças de automóveis, máquinas para escritório, máquinas de energia elétrica), bens de consumo (automóveis, roupas, medicamentos, móveis, brinquedos)

Principais parceiros econômicos - importações: China (18,4%); Canadá (14,2%); México (11,7%); Japão (5,8%); Alemanha (4,4%) (2011).

Intercâmbio Comercial Brasil - Estados Unidos

Principais produtos da pauta de exportações brasileiras para o país: óleos brutos de petróleo, produtos semimanufaturados de ferro e aço, álcool etílico, café não torrado em grão, ferro fundido bruto não ligado.

Principais produtos da pauta de importações brasileiras do país: óleo diesel, hulha betuminosa, componentes de turborreatores de empuxo, álcool etílico, partes para aviões ou helicópteros, hidróxido de sódio em solução aquosa, gasolina, óleos lubrificantes.

Fontes: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), Banco Central do Brasil (BACEN), Brazil Global Net, Central Intelligence Agency (CIA), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), Divisão de Estatísticas das Nações Unidas (UNSTATS), Fundo Monetário Internacional (FMI), Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE) e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil (MDIC).

Contexto dos Pequenos Negócios no País

Marco Regulatório

Critérios para definição dos pequenos negócios no país: número de empregados e receita anual média (Agência Norte-Americana para os Pequenos Negócios – SBA)

- Para a maioria das empresas manufatureiras e das indústrias de mineração, são consideradas pequenas empresas aquelas que tenham até 500 empregados.
- Para as empresas não manufatureiras, pequenas empresas são aquelas que tenham receita anual média de até US\$ 6 milhões. A receita anual média é medida com base nos três últimos anos fiscais completos da empresa.

Ambiente de Negócios

Posição no ranking da pesquisa “Doing Business” – Banco Mundial (2012): 44
Posição no ranking do Índice de Competitividade – Fórum Econômico Mundial (2012-13): 7
Posição no ranking do Índice de Competitividade de Turismo – Fórum Econômico Mundial (2013): 6

Instituições de apoio a pequenos negócios

Agência para os Pequenos Negócios (SBA – Small Business Administration); Associação dos Centros de Desenvolvimento de Pequenos Negócios (ASBDC – Association of Small Business Development Centers); Associação Norte-Americana para Pequenos Negócios e Empreendedorismo (USASBE – United States Association for Small Business and Entrepreneurship); e Federação Nacional de Negócios Independentes (NFIB – National Federation of Independent Business).

Estatísticas sobre o papel dos pequenos negócios na economia

- Participação dos pequenos negócios no total de empresas no país (%): 99 (2011)
- Participação dos pequenos negócios na geração de empregos formais no país (%): 52,6 (2011)
- Renda gerada pelos pequenos negócios no país (% PIB): 50 (2011)
- Participação dos pequenos negócios no volume das exportações do país (%): 29 (2011)

Atividade empreendedora no país em 2012

-Percentual da população adulta (18-64 anos) do país envolvida em atividades empreendedoras, por estágio do empreendimento.

-Empreendedores nascentes (até 3 meses de operação): 9%

-Empreendedores novos (com menos de 3,5 anos de operação): 4%

-Empreendedores em operação há mais de 3,5 anos: 9%

A cada 2,81 empreendedores por oportunidade, 1 por necessidade.

Fontes: Agência Norte-Americana para os Pequenos Negócios (SBA), Banco Mundial, Fórum Econômico Mundial (WEF), Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Outras Informações Úteis

-Código Telefônico: + 1

-Idioma Oficial: inglês

-Moeda (nome, símbolo, código ISO): Dólar Americano, \$, USD

-Clima: temperado continental (leste), subtropical (sudeste), de montanha (centro e Montanhas Rochosas), árido tropical (sudoeste), mediterrâneo (costa oeste) e árido frio (norte)

-Fuso Horário (GMT): Pacífico -8 / Leste -5

-Fuso Horário (em relação a Brasília): entre -5 e -2

-Eletricidade - Voltagem: 120 V

-Eletricidade - Tipo de tomada: A

-Vacinas: Não exige vacina contra febre amarela. Atualizado em 06/05/2013.

Fonte: Organização Mundial da Saúde

-Regime de visto: Exige visto para brasileiros. Atualizado em 02/07/2013.

Blocos econômicos e organizações internacionais que o país integra:

- Área de Livre Comércio das Américas (ALCA);
- Banco Mundial;
- Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (APEC);
- Fundo Monetário Internacional (FMI);
- Grupo dos Oitos (G-8);
- Organização das Nações Unidas (ONU);
- Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN);
- Organização dos Estados Americanos (OEA);
- Organização Mundial do Comércio (OMC);
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE);
- Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (NAFTA).

Representações do Brasil no País:

- Embaixada e Consulado-Geral em Washington; Consulados-Gerais em Atlanta, Boston, Chicago, Hartford, Houston, Los Angeles, Miami, Nova York, São Francisco

Representações do País no Brasil:

- Embaixada em Brasília; Consulados-Gerais no Rio de Janeiro e em São Paulo e Consulado em Recife

Fontes: Central Intelligence Agency (CIA), CSC Visa Information Service, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE), Organização Internacional para Padronização (ISO), Organização Mundial da Saúde (OMS), Time Ticker, União Internacional de Telecomunicações (UIT) e Voltage Valet.

// PARTE I BOSTON



SOBRE BOSTON

A história de Boston, fundada em 7 de setembro de 1630, uma das cidades mais antigas de seu país, começou com imigrantes Ingleses Puritanos desembarcando na Baía de Massachusetts, formando a pequena vila de Trimountaine. Com o crescimento populacional, devido ao aumento da vinda de ingleses ao Novo Mundo, a vila tornou-se uma pequena cidade.

Muitos desses imigrantes vieram de uma cidade inglesa chamada Boston que os levou, posteriormente, a mudar o nome da cidade americana para “The Town of Boston”. Atualmente como centro cultural, econômico e de civilização das colônias do Império Britânico na América do Norte e ainda uma das cidades mais influentes dos Estados Unidos, a cidade é considerada um centro de educação com universidades como Harvard, considerada a primeira e mais importante dos Estados Unidos, MIT, e Boston College.

Segundo o censo nacional de 2010, a cidade de Boston, propriamente dita, possui 625.087 habitantes e área de 232Km² e sua região metropolitana possui cerca de 4,5 milhões de habitantes e área de 11683Km. É uma das 30 cidades com maior poder econômico do mundo e com renda de US\$ 363 bilhões, é a sexta maior economia no país e décima segunda no mundo. Suas universidades têm grande efeito sobre sua economia com a contribuição de alunos que soma mais de US\$ 4,8 bilhões, anualmente. A cidade é a matriz de muitas empresas de tecnologia e é um centro de biotecnologia.

-2º lugar no quesito oportunidades para pequenas empresas (Entrepreneurship.com)

-3º lugar no quesito cidade mais saudável (Forbes.com)

-4º lugar no quesito melhor cidade (Businessweek.com)

-8º lugar no quesito cidade mais educada (USNEWS.com)

-8º lugar no quesito cidade mais inovadora (Forbes.com)

A área administrativa de Boston inclui 9 distritos e suas regiões centrais são interligadas por um eficiente sistema viário, formado por pistas elevadas, túneis e pontes.

A cidade é chamada “cidade de bairros” por causa de 21 bairros que abrangem Boston. O atual prefeito, Thomas Menino.



A Maratona de Boston é a mais famosa e tradicional corrida de longa distância do mundo, realizada anualmente. A cada ano em abril o evento atrai mais que 500.000 espectadores e mais que 20.000 participantes.

FREEDOM TRAIL

Trata-se de um roteiro de aproximadamente 4,5 km, que abrange 16 pontos da cidade relacionados à história da revolução americana, entre eles, por exemplo, a Old State House, local em que a declaração de independência americana foi lida, em 1776.

Para seguir o roteiro basta acompanhar a linha vermelha pintada no chão, que indica todo o trajeto.

PUBLIC GARDEN

Localizado no centro da cidade, primeiro jardim botânico nos EUA tem estátuas de bronze das mais famosas aves do livro infantil "Make Way for Ducklings" escrito pro Robert McCloskey. Os seus barcos também têm forma de cisnes nos quais se pode passear na lagoa do Public Garden, durante aproximadamente 15 minutos. É bem popular patinar sobre o gelo no Boston Common's Frog Pond durante o inverno.

NEW INGLAND AQUARIUM

A principal atração da orla foi construída em 1968 e contém um tanque oceânico gigante que abriga um recife Caribe onde é possível observar tartarugas marinhas, tubarões, enguias barracudas e moreias. É cercada por uma passarela em espiral que permite que os visitantes vislumbrem da vida marinha de diferentes alturas.

CITY HALL

A Prefeitura de Boston é a sede do governo do conselho da cidade.

A visita ao City Hall tem o objetivo de proporcionar diálogo com representante da equipe de políticas econômicas e empresariais da prefeitura de Boston.

OUTROS PONTOS CULTURAIS DE BOSTON

- Parque Boston Commons
- Praça Copley Square
- Symphony Hall
- Museu de Belas Artes de Boston
- Museu Isabella Stewart Gardner
- Back Bay
- Casa do Estado Antiga
- Quincy Market
- Copley Square
- Instituto de Arte Contemporânea de Boston
- Parque Nacional Histórico de Boston
- Museu das Crianças de Boston
- Museu dos Transportes

// INSTITUIÇÕES BOSTON

BABSON COLLEGE

WWW.BABSON.EDU

Babson College: Instituição de Ensino de Empreendedorismo para todos os públicos.

Na Babson, acredita-se que o empreendedorismo é aplicável, e crucial, em todos os tipos e tamanhos de negócios, tanto já estabelecidos no mercado, como os novos empreendimentos. Hoje em dia, grupos, divisões e empresas inteiras estão trabalhando para serem mais empreendedores, já que o pensamento e a atitude empreendedora estão presentes em todos os níveis de uma organização em que a colaboração complementa a liderança vertical.

A Babson College foi a primeira a entender que o pensamento e a atitude empreendedora são mais que apenas uma tendência pessoal, pode ser ensinado e nós fazemos melhor.

A experiência Babson: O Aprendizado/Laboratório de Vivência

A Babson College criou sua metodologia de educação empreendedora há aproximadamente meio século atrás. Hoje, o Entrepreneurial Thought and Action® (Pensamento e Atitude Empreendedora®) ainda é o seu centro de experiência. Em nossa comunidade colaborativa, por meio de um conjunto inovador de programas curriculares e co-curriculares integrados, nossos alunos experimentam o mundo como ele é, ganham conhecimentos tanto para negócios funcionais, quanto para artes liberais que são moldados em líderes que irão mudar o mundo.

Com ênfase nas áreas Social, Ambiental, de Responsabilidade Econômica e Sustentabilidade, acompanhadas de experiência, os alunos compreendem que a criação de valor econômico não diverge do valor social, mas se integram. Na Babson, habilidades fundamentais de negócio e mentalidade empresarial que são cultivadas, preparam-nos para fazer a diferença não só no campus, mas ao redor do mundo.

Como um laboratório de aprendizagem e vivência, a instituição desenvolve e renova a experiência Babson em uma base contínua, pois mesmo considerada a primeira em empreendedorismo, com uma colocação sem precedentes dos últimos 20 anos pela EUA News & World Report, a Babson College continua a olhar para a frente, evoluir seus métodos, para antecipar os desafios e oportunidades que nossos alunos terão de enfrentar quando se formarem.

Alcance e Impacto Globais

Não se trata de grande infraestrutura, mas de se realizar grandes feitos como um organizador, catalisador e líder de pensamento. A metodologia e modelo educacional é dividida com outras instituições pelo mundo, através da Babson Global, e este processo acaba por trazer novos conhecimentos e oportunidades para o próprio campus. A Liderança da Babson também abrange os mais longos e influentes, do mundo, em projetos de pesquisa e conferências globais de empreendedorismo.

A grande diversidade do corpo estudantil, abrangendo mais de 40 estados dos EUA e 70 países (25% dos alunos de graduação e 40% dos estudantes de MBA em período integral), leva a experiência Babson para todo o mundo. A população de ex-alunos, intimamente ligada, da instituição está pronta para oferecer aos alunos atuais treinamento, monitoramento, intercâmbio e empregos, não importa em que parte do mundo estejam estudando, trabalhando ou viajando.

LEMONADE DAY

*BOSTON.LEMONADEDAY.
ORG*

Lemonade Day é um programa gratuito e divertido de aprendizado por experiência que ensina a juventude como iniciar e operar seu próprio negócio: um balcão de limonada. Este programa permitiu à Babson apresentar atividades educacionais de empreendedorismo às crianças, complementando a missão da instituição de educar líderes e poder transmitir bons valores sociais e econômicos em qualquer lugar. Começou em Huston, Texas.

Desde 2007, seu primeiro acontecimento, com 2700 crianças, o evento tem crescido, atingiu o número de 120000 participantes, em 31 cidades dos estados Unidos e Canadá, em 2011. Seu principal objetivo é encorajar estas crianças a ter propriedade sobre suas vidas e se tornarem membros produtivos da sociedade – líderes de negócios, advogados sociais, voluntários e futuros cidadãos visionários.

GISELA LOKPEZ

COORDENADORA DO CURSO DE
EMPREENDEDORISMO DA BABSON
COLLEGE



Gisela tem experiência como profissional de contabilidade e empreendedorismo, não somente trabalhando em bancos e em áreas financeiras de indústrias, mas também, como empreendedora de sua boutique-consultoria focada no mercado Latino-Americano.

Seus projetos financeiros para crescimento empresarial, M&A e negócios têm abrangência internacional. Possui ampla gama de clientes, para quem desenvolve design e de programas que apoiam o desenvolvimento de líderes de todos os patamares de uma organização.

**MERRIMACK VALLEY
SANDBOX INITIATIVE**

MERRIMACKVALLEYSANDBOX.ORG

O Merrimack Valley Sandbox é a “reinvenção” das cidades através do empreendedorismo e está impulsionando o bem-estar econômico e social pelo avanço do empreendedorismo e Inovação. A iniciativa visa oferecer aos empreendedores uma maior chance de sucesso através de “passo-a-passo”, workshops e programas intensivos. A instituição possui o “Programa Empreendedor”, que é uma iniciativa ampla da comunidade de apoio ao empreendedorismo com participação de mais de 30 organizações e instituições parceiras.

Há também o “Catalys Program”, que proporciona conexões, apoio e embasamento para que os estudantes possam desenvolver suas próprias ideias empreendedoras. Ao mesmo tempo, o programa constrói a capacidade das instituições de ensino médio e superior e de programas da comunidade jovem para oferecer educação vivencial empreendedora em que os alunos devem desenvolver identidade e habilidade relacionadas ao empreendedorismo, autoconfiança além de conectar-se ao Sandbox Ecosystem. Este último programa há atendeu à mais de 600 estudantes e financiou mais de 300 ideias.

Janin está desde 2011 trabalhando com jovens estudantes e transformando suas ideias empreendedoras em realidade. Trabalhou como especialista multicultural na Middlesex Community College.

Na University of Massachusetts Lowell, trabalhou nas Office of Student Activities e Multicultural Affairs, ambas como coordenadora, cuidando de eventos e ao mesmo tempo trabalhando de maneira mais aproximada com os estudantes, staff e a comunidade.

Janin possui Bacharelado em Psicologia, Ciências humanas/ Sociais e Direito além de Mestrado em Artes e Direito Criminal da University of of Massachusetts Lowell.

JANIN DURAN

GERENTE DE PROGRAMA



BUNKER HILL COMMUNITY COLLEGE

WWW.BHCC.MASS.EDU

Bunker Hill Community College (BHCC) é um instituição urbana, multi-campus, abrangente. O Campus Charlestown está situado no lado histórico de Charlestown, em Boston, Massachusetts. Há também, campus em Chelsea, Massachusetts, no histórico Old Post Office Building em Bellingham Square.

O Colégio opera três campi satélite na maior área localizada no Education and Training Institute of the East Boston Neighborhood Health Center no lado leste de Boston, em Malden High School e em Inquilinos Boricuas en Acción (IBA) / Villa Victoria no bairro de Boston South End.

Fundada em 1973, BHCC é o maior colégio da comunidade em Massachusetts e está entre as 25 faculdades públicas de 2 anos de duração que mais crescem nos Estados Unidos. O Colégio atualmente registra mais de 14 mil estudantes em manhã, tarde, noite, meia-noite, fim de semana e “web-based” e de cursos e programas de ensino à distância, por semestre.

O Colégio incorpora perspectivas multiculturais e internacionais em seus cursos, programas e clima institucional. Há mais de 800 estudantes internacionais que vêm de cerca de 100 países e falam mais de 75 línguas, tornando BHCC uma das instituições mais cosmopolitas de ensino superior em New England. A faculdade também tem uma das maiores ofertas de cursos do estado, em Inglês como segunda língua. A lista representativa das línguas nativas faladas pelos alunos incluem árabe, chinês, crioulo, francês, haitiano, Italiano, Japonês, Coreano, Português, Russo e Espanhol.

O Colégio é reconhecido internacionalmente pelo desenvolvimento de métodos individuais e alternativos de instrução, é líder na aplicação de tecnologias de ensino à distância e metodologias que melhoram e fortalecem o ambiente de aprendizagem.

A idade média dos estudantes BHCC é 27. A maioria trabalha dois turnos ou um turno enquanto está na faculdade. Aproximadamente 35% dos alunos de BHCC residem na cidade de Boston e 84% vivem dentro de 10 milhas (aproximadamente 16Km) dos campi universitários.

Bunker Hill Community College oferece atualmente mais de 100 cursos certificados que preparam os alunos para um melhor salário e habilidades mais desenvolvidas, ou para transferência para faculdades de quatro anos de duração.

Programas com maior potencial para aumentar as chances de êxito nas áreas em que o mercado de trabalho é altamente competitivo em Commonwealth que incluem: Administração de Empresas, Informática Tecnologia da Informação, Justiça Criminal, Educação Infantil e Serviços Humanos, Engenharia, Hotelaria e Restauração, Técnico de Laboratório Médico, Enfermeira Educação, Paralegal Estudos e Visual and Media Arts.

TONY FONTES

ASSOCIATE PROFESSOR &
DEPARTMENT CHAIR



Tony é professor associado e chefe do departamento de administração de negócios desde setembro de 2010. Sua função atual consiste proporcionar facilidades no repasse de experiências práticas e teóricas, relacionadas a negócios e empreendedorismo, para o mundo real.

Tem experiência em corporação extensiva, acadêmica e empreendedora; é especialista em empreendedorismo, gerenciamento de pequenas empresas, Franchising, Operations Management, Marketing Management, Project Management, Desenvolvimento de negócios, Marketing de organizações sem fins lucrativos e Grant Writing (processo de pedido de assistência financeira às entidades governamentais, corporações, etc.).

Paralelamente, como Diretor de Desenvolvimento na Life Resources, INC, é responsável pelo desenvolvimento e implementação, de curtos e longos prazos, de planos de marketing e comunicação, com a finalidade de construir recursos filantrópicos e organizacionais e aperfeiçoar a habilidade de atingir a missão e visão da própria organização.

Como empreendedor da East Coast Printing, Inc, de design de produtos, gerencia todas as impressões comerciais oferecidas pela empresa e na Hypertone Personal Fitness Training, Inc., academia privativa, atua no desenvolvimento e disseminação do conceito deste negócio e suas franquias.

// PARTE II NOVA IORQUE



SOBRE NOVA IORQUE

A região de New York foi descoberta em 1524 -até então habitada por nativos norte-americanos das tribos lenapes- por Giovanni da Verrazano, um explorador florentino a serviço da coroa francesa, que a chamou de “Nouvelle Angoulême” (Nova Angouleme). A instalação europeia no Novo Continente começou com a fundação de uma colônia holandesa de comércio de peles, que mais tarde seria chamada “New Amsterdam” (Nova Amsterdã), na ponta sul de Manhattan em 1614.

Conta-se que o diretor-geral colonial holandês Peter Minuit comprou a Ilha de Manhattan dos lenapes, em 1626, pelo valor de 60 florins, (cerca de US\$ 1000 em 2006); uma outra lenda diz que Manhattan foi comprada por US\$ 24 no valor de contas de vidro.

Em 1664, a cidade e seus arredores foram tomados pelo Reino da Inglaterra, passando a fazer parte do Império Britânico. Seu nome foi alterado para Nova York depois que o Rei Carlos II da Inglaterra concedeu as terras para seu irmão, o então Duque de York. Nova York serviu como a capital dos Estados Unidos de 1785 até 1790, e desde então é a maior cidade do país.

Em 1898, a cidade New York obteve sua atual formação, com a consolidação do Brooklyn que, até então, era uma cidade separada, juntamente com o Condado de New York -que na época incluía partes do Bronx- o Condado de Richmond e a parte ocidental do Condado de Queens. Na primeira metade do século XX, a cidade se tornou um centro mundial para a indústria, comunicação e comércio.

Hoje a cidade exerce um impacto significativo sobre comércio, finanças, mídia, arte, moda, pesquisa, tecnologia, educação e entretenimento de todo o planeta. É um importante destino turístico para visitantes nacionais e estrangeiros. A cidade sediou a Exposição Mundial de 1939 e 1969.

Segundo o censo nacional de 2010 a cidade possui 8,3 milhões habitantes, com área de 1213 km² e sua região metropolitana possui cerca de 19,5 milhões de habitantes com a área de 30670 km².

Nova Iorque é a cidade mais povoada nos EUA e anualmente recebe cerca de 50 milhões de visitantes que procuram uma de suas atrações principais que também é um patrimônio cultural: A estátua da Liberdade.

A cidade que nunca dorme é tida como a terra dos sonhos, reúne o melhor da gastronomia, cultura, compras, música, riqueza e poder.

Principais pontos culturais:

- Estátua da Liberdade
- Metropolitan Museum of Art
- Central Park
- Museu de Arte Moderna
- Museu Solomon R. Guggenheim
- Museu Americano de História Natural
- Sede da ONU (Organização das Nações Unidas)
- Times Square
- Teatros da Broadway
- Carnegie Hall

// INSTITUIÇÕES NOVA IORQUE

CONSORTIUM FOR ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

WWW.ENTRE-ED.ORG

Com a visão focada em uma organização reconhecida como líder internacional em educação empreendedora e com a missão de defender a educação empreendedora e promover liderança, networking, assistência técnica e recursos a nível nacional em todos os níveis e disciplinas da educação, promovendo práticas e programas de qualidade,

O Consortium For Entrepreneurship Education vem promovendo liderança e entusiasmo para o ensino do empreendedorismo em nossas escolas desde 1982. O Consortium foi formado em resposta a um documento de orientação do Departamento de Educação dos EUA, assinado pelo então Secretário Terrell Bell que afirmava que o empreendedorismo deve fazer parte do currículo de todos os programas de formação profissional no ensino secundário e pós-secundário.

A participação no Consórcio começou com Diretores Estaduais de Educação Profissional, que continuam a fazer parte de sua liderança. Ao longo dos anos, com a disseminação do conceito de educação para o empreendedorismo para o mais amplo sistema K-12 de educação e ensino superior.

A adesão se expandiu incluindo faculdades e universidades, sistemas locais de ensino, fundações, empresas privadas e muitas organizações nacionais de diferentes tipos. Atualmente, mais de 60 instituições e organizações (dentro e fora dos EUA) são membros do Consórcio.

DINETTE RIVERA

CEO



Dinette Rivera é presidente/CEO do Business Development Group, especialista em educação empreendedora de jovens e adultos, com mais de 25 anos de experiência. Ela acredita que a educação empreendedora pode prover meios para superar barreiras, o que a leva a desenvolver programas que sirvam à comunidade carente do estado de Delaware.

Entre seus clientes, estão: The University of Delaware, The Delaware Financial Literacy Institute, The Delaware Department of Labor, The Division of Youth and Family Services and The Latin American Community Center.

No seu papel de CEO, Dinette lidera seu grupo em uma pesquisa, criação e desenvolvimento de programas de treinamento/ensino de empreendedorismo para jovens e adultos em situação de risco e que podem ser iniciados a partir de um capital financeiro pequeno, criando uma network de membros interessados. É também, diretora do Business Growth Center, do Camp Program da CEE e criou um programa utilizando estudantes de empreendedorismo como mentores para pequenas empresas.

Rivera compõe o quadro de diretores da Delaware Reentry Consortium; conselho da Divisão de Ensino Profissionalizante e Especialização na Universidade de Delaware e conselho da Howard High School Academy of Finance. Ms. Já atuou também na vice-presidência da New Castle County para a Hispanic Business Association.

EXPEDITIONARY LEARNING

ELSCHOOLS.ORG/

Expeditionary Learning faz parcerias com escolas de todos os níveis de ensino e em todos os arredores urbanos, rurais e suburbanos. Seu modelo ensina professores, novatos ou veteranos, a incentivar os alunos a pensar criticamente e aceitar um papel ativo em suas salas e comunidades, resultando em melhor desempenho e envolvimento na escola.

A EL fornece às escolas, com desenvolvimento profissional, treinamento e ferramentas on-line para melhorar seu currículo, instrução, cultura escolar, liderança e avaliação de práticas. A rede nacional de é formada por mais de 150 escolas, 4.000 professores e 45.000 alunos.

Expeditionary Learning é um conceito voltado para a prática na aprendizagem, caracterizadas por:

Instrução de práticas que melhoram competências acadêmicas e motivação do estudante;

Fortes projetos que seguem normas estaduais e estão ligados às necessidades do mundo real;

Culturas escolares que incentivam a bondade, o respeito e a responsabilidade para a aprendizagem;

Liderança compartilhada para o progresso da escola;

Compromisso da escola para melhorar o ensino e a prática da liderança.

NFTE - NETWORK FOR TEACHING ENTREPRENEURSHIP

WWW.NFTE.COM

Com a missão de promover programas que inspiram os jovens de comunidades de baixa renda a permanecer na escola para reconhecer oportunidades de negócio e planejar seu futuro de sucesso, a NFTE já trabalhou com mais de 500 mil jovens de comunidades de baixa renda em programas em todos os EUA e ao redor do mundo.

Fundada em Nova York, em 1987, por Steve Mariotti, um ex-empresário que virou professor de matemática do ensino médio no Sul do Bronx, a NFTE começou como um programa para evitar a evasão escolar e melhorar o desempenho acadêmico daqueles que estavam em risco de perder o ano ou abandonar a escola.

Combinando seu conhecimento em negócios com seu desejo de ensinar os alunos em situação de risco, Steve descobriu que quando os jovens com poucos recursos têm a oportunidade de aprender sobre empreendedorismo, suas inatas “malandragens” podem facilmente se transformar em inteligência acadêmica e de negócios. Através do empreendedorismo, os jovens descobrem que o que estão aprendendo em sala de aula é relevante para o “mundo real”.

VICTOR SALAMA

VICE-PRESIDENTE



Victor Salama está na Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE) desde 2000. Possui mais de 13 anos de experiência com educação empreendedora e 5 anos de experiência gerenciando seu próprio negócio: uma distribuidora de alimentos. Já prestou serviços para várias agências das Nações Unidas nas áreas de educação empreendedora internacional e tecnologia. Tem experiência trabalhando diretamente com empreendedores e programas de empreendedorismo em países em desenvolvimento.

Victor gerencia a unidade responsável pelo apoio à licença de parcerias nacionais e internacionais e o novo programa de abertura de negócios, criando novas parcerias estratégicas pelo mundo, além de treinar professores de workshops e BizCamps para a NFTE internacional.

Victor é Bacharel Ciências humanas/Sociais na Franklin and Marshall College(Lancaster, PA), a Bacharel em Direito Washington College of Law,The American University (Washington DC), e Mestrado em Ciências Humanas/Sociais na School of International Service, The American University.

SAGE - STUDENTS FOR THE ADVANCEMENT OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP

WWW.SAGEUSA.NET

Sob o auxílio e os olhos atentos dos consultores e mentores de negócios da universidade, a SAGE fornece aos alunos do ensino médio a oportunidade de construir negócios e empreendimentos sociais para a melhoria de comunidades. Ao final do ano acadêmico, as equipes de estudantes apresentam seus resultados em etapas regionais, nacionais e mundiais. É um serviço gratuito, sem necessidade de adesão, disponível à todos que dão apoio à educação no empreendedorismo público e privado.

Um grupo de estudantes do ensino médio, que varia de 5 a 50 membros, tem como primeiro passo sua organização e a identificação de pelo menos 2 mentores de empresas locais ou universidades e com a orientação destes, o grupo deve criar pelo menos um empreendimento e um tipo de serviço à comunidade durante o ano acadêmico.

Ao final do ano, os times se reúnem para apresentar seus trabalhos em competições interescolares com a finalidade de proporcionar uma oportunidade de divulgá-los e também de confrontar seu benchmarking com o de outras equipes para melhorias futuras. As referências dessas competições partem de negócios locais e internacionais, assim como das comunidades, organizações sem fins lucrativos e de educação Civil, dando às competições uma perspectiva do “mundo real” que ajuda a formar a capacidade da equipe.

PETER EIMER

CEO



Seu currículo inclui trabalhos para a KPMG, seguido de 16 anos no setor bancário onde passou por vários cargos de gerência em áreas como gestão de produtos, marketing, publicidade e relações públicas.

Peter C. Eimer é professor assistente na D'Youville College, localizada em Buffalo, New York; leciona nas áreas de Contabilidade, Gestão e Empreendedorismo. É também orientador da Free Enterprise (SIFE). Em seu terceiro ano de existência a D'Youville SIFE chegou às semi-finais nacionais em 2005.

Eimer Tb é um CPA e concluiu seu MBA na University of Pittsburgh. Paralelamente, trabalha como Diretor executivo da Mercy Campus Foundation. Peter ainda segue explorando a área de service-learning enquanto se dedica a seu doutorado e coordena trabalhos para ampliar a abrangência da SAGE em Nova York.

// PARTE III
KANSAS CITY

**SOBRE KANSAS
CITY**

Kansas City é também chamada de Coração da America por ficar no centro geográfico dos EUA e às margens do rio Missouri. Sua área foi estabelecida pelos mórmons em 1831 que construíram a primeira escola na cidade. Com a expansão para o oeste dos Estados Unidos, a população da área cresceu elegendo, em 1853, seu primeiro prefeito tornando a área uma cidade oficial.

Atualmente, a 37ª cidade mais populosa dos EUA é reconhecida como um centro de empreendedorismo e possui a segunda maior arrecadação de impostos do mundo, ficando atrás de Roma, Itália. A cidade do Kansas, famosa por seus churrascos, possui a Kansas City Barbecue Society, fundada em 1985: a maior organização de competições e churrascos no mundo, com 15.000 membros.

A cada ano, são organizadas mais que 300 competições pelo do país. São características da cidade suas mais de 200 fontes d'águas - ficando somente atrás de Roma na Itália - e suas contribuições musicais de jazz e blues.

Seu centro, atualmente, está passando por uma grande revitalização com novos condomínios, apartamentos, escritórios e o bairro The Power & Light, completo com bares, restaurantes, um supermercado com um clube no terraço com piscina chamado The Jones, um centro de artes, e o Sprint Center.



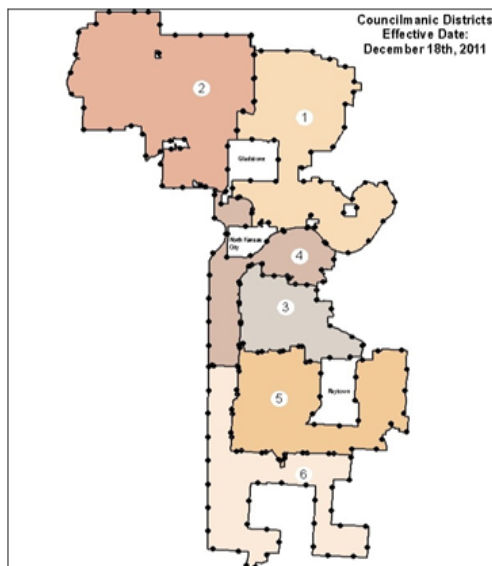
Principais pontos turísticos:

- Nelson-Atkins Museum of Art
- National World War I Museum
- Kauffman Center for the Performing Arts
- The Steamboat Arabia Museum
- Kauffman Stadium
- The Ewing and Muriel Kauffman Memorial Garden
- Loose Park Rose Garden
- Kansas City Public Library
- Kemper Museum of Contemporary Art
- Toy and Miniature Museum

Segundo o censo nacional de 2010, a cidade propriamente dita possui 459.787 habitantes, com área urbana de 826 km² e sua região metropolitana possui cerca de 2,2 milhões de habitantes e abrange área de 1.514 km².

Anualmente, a cidade recebe cerca de 9,7 milhões de turistas, mas a demanda de empregos no ramo de manufatura e no governo federal são o que impulsionam o crescimento da cidade.

GOVERNO LOCAL E PERFIL ECONÔMICO



1-The Eastern Northland and East Bottom

2-The Western Northland

3-The Northeast Side

4-Downtown Midtown, The Plaza, Ward Parkway, UMKC

5-The Southeast Side

6-South Kansas City

Kansas City possui um governo em que o gestor municipal executa a maior parte das operações. O prefeito atual, Sly James, é o chefe do conselho de Kansas City - este conselho possui 13 membros divididos em 2 por distrito, somados ao prefeito atual. A cidade é dividida em 6 distritos diferentes e possui eleição direta para prefeito e vereadores - ambos com mandatos de 4.

Kansas City, responsável por cerca de 25% do PIB do estado Missouri, é uma das dez cidades que possuem escritórios regionais do governo federal - o maior empregador da área metropolitana. Kansas tem um alto ranking em todas as revistas respeitadas de negócios.

-2º lugar no quesito empreendedores jovens (under30ceo.com)

-13º lugar no quesito cidades mais acessíveis (forbes.com)

-15º lugar no quesito melhores cidades (businessweek.com)

-90º lugar no quesito custo de fazer negócios (forbes.com)

// INSTITUIÇÕES KANSAS CITY

KAUFFMAN FOUNDATION

WWW.KAUFFMAN.COM

The Ewing Marion Kauffman Foundation foi criada em meados dos anos 60 pelo empreendedor e filantropo Ewing Marion Kauffman. Com Base em Kansas City, Missouri, a Kauffman Foundation está entre as maiores fundações dos EUA , possuindo um ativo de aproximadamente 2 bilhões de dólares.

A visão da Instituição é formar “uma sociedade de indivíduos economicamente independentes e cidadãos engajados contribuindo para a melhoria das comunidades”. Devido a esta visão, a Kauffman foca suas decisões e operações em duas áreas: educação e empreendedorismo. Uma educação de qualidade é a base para a autossuficiência, preparando os jovens para o sucesso na universidade e na vida. Muitos desses jovens irão trabalhar em negócios iniciados por empreendedoras, mas alguns deles irão se tornar os próprios empreendedores, gerando emprego e riqueza para a sociedade.

Melhorando os resultados dos alunos

Na “K-12 Education Work” da fundação, que é focada na área da cidade do Kansas e com ênfase no núcleo urbano, trabalha-se para dar apoio a um grupo de diversas escolas que servem como pontos de alto desempenho entre os jovens de baixa renda e desenvolvendo e financiando programas que trazem os melhores professores possíveis para as escolas da cidade de Kansas, dando apoio aos programas baseados em resultados que preparam os estudantes de área urbana a obterem sucesso nos estudos e carreiras como: ciência avançada, tecnologia, engenharia e matemática para ensinar estudantes desta cidade.

O compromisso de melhorar a educação evidente na administração e o significativo apoio financeiro permitiram que o Ewing Marion Kauffman School, um colégio preparatório público , abrisse em 2011 programas escolares e preparatórios para faculdades “multi-year” como a Teach For America; a KC Stem Alliance; entre outras. A fundação também participa da Kansas City Education Funders Collaborative com a Greater Kansas City Community Foundation, a Hall Family Foundation, e a H&R Block Foundation para arrecadar recursos e apoiar escolas que têm demonstrado comprometimento e potencial na melhoria do desempenho de seus alunos e melhorar a capacidade as organizações que têm como missão o desenvolvimento de melhores professores e grandes escolas.

Avançando no sucesso empresarial

Apesar de todos os principais doadores da fundação serem empresários, Ewing Kauffman foi o primeiro doador a direcionar sua fundação para apoiar o empreendedorismo, reconhecendo que sua trajetória ao sucesso poderia e deveria ser alcançada por muitas pessoas. A Foundation desenvolve e apoia inúmeros esforços que proporcionam conhecimento, habilidades e o networking que os empreendedores necessitam para que seu negócio cresça.

Kauffman Labs for Enterprise Creation, por exemplo, foi especialmente criada para ensino e treinamento para acelerar a criação e o sucesso de novos negócios. Também têm a função de contribuir para o alcance de seus objetivos a Kauffman FastTrac, Startup Weekend, entrepreneurship.org, 1 Million Cups, Ice House Entrepreneurship Program, e a Global Scholars; promovendo acesso à educação e disseminar práticas, informações necessárias e finalmente auxiliando indivíduos a trilhar seu próprio caminho para o sucesso empresarial.

JENNIFER KEARNS

DIRETORA DE PROGRAMA



Faz parte da Kauffman Labs desde 2010, quando exercia função na área administrativa; hoje associada, atua como Program Director. Desde 2009, é Vice-presidente e cofundadora da The Bluemont Group e Graduada em Design Gráfico e Belas Artes na Kansas State University em 1999.

GARY G. SCHOENIGER

COLABORADOR



É um notável líder no ramo da educação empreendedora. Cofundador e CEO da ELI (Entrepreneurial Learning Initiative), uma organização dedicada a promover a Programas de Educação Empreendedora, práticos e interados à realidade para organizações e indivíduos pelo mundo, como a "Ice House Entrepreneurship Program".

Entre seus clientes estão aCisco Entrepreneur institute e a Ewung Marion Kauffman Foundation of Kansas City. Ele vive em Cleveland, Ohio.

Alana Muller é presidente da Kauffman FastTrac, um provedor global de treino de aspirantes e empreendedores, oferecendo as ferramentas, recursos e network para iniciar e aumentar seu negócio de sucesso. Na Kauffman FastTrac, criada pela the Kauffman Foundation, Alana passou anos no cargo de executiva na Sprint Corporation com uma variedade de atuações como gestão geral que iam desde a área de marketing até desenvolvimento de liderança, estratégia de marketing corporativo e também esteve no papel de Diretora de gerência de talentos.

Alana é mestre em Administração de Negócios na University of Chicago, Graduação em Matemática pela Smith College. Já teve publicações pela Forbes.com, The Huffington Post, CNBC. Ela coleciona prêmios o NextGen Leader 2013, pela Kansas City Business Journal; 2012 Influential Woman pela KC Business magazine; Innovative Thinker de 2012 pela435 South Magazine; entre outros.

ALANA MULLER

PRESIDENTE



YOUTH ENTREPRENEURS

YOUTHENTREPRENEURS.
ORG

Fundada em 1991 pela Fundação Charles G. Koch Foundation, a Youth Entrepreneurs (antigamente Youth Entrepreneurs Kansas) começou como um programa de oito semanas na Wichita High School North que acabou por se expandir para um curso que durava o ano letivo inteiro. Em 1997, a organização passou de uma instituição privada e sem fins lucrativos para uma 501 © (3).

Após expansão pelas escolas de Missouri e mudando seu nome para Youth Entrepreneurs, a organização passou a atender mais de 1.000 alunos a cada ano no Kansas e em Missouri. Um programa licenciado da Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE), o curso Jovens Empreendedores é aberto a todos os estudantes do ensino médio, mas é voltado para jovens em situação de risco.

Com a missão de proporcionar aos alunos conhecimentos e experiências em negócios, educação empreendedora e para ajudá-los a prosperar e tornarem-se membros contribuintes da sociedade, e a visão de desenvolver nos alunos a paixão e as habilidades para alcançar o sucesso no mercado de trabalho e na vida tornando-se membros produtivos da sociedade, a Youth Entrepreneurs ensina empreendedorismo e negócios em 30 escolas de ensino médio no Kansas e em Missouri . A instituição acredita que ensinar empreendedorismo prepara melhor os estudantes para o sucesso nos negócios e futuros empreendimentos.

CATALINA ESPINOZA

CHEFE DE SEGUNDO IDIOMA
(LANGUAGE B, CHAIR)



É PhD em Literatura Latino-americana do séc. XIX e contemporânea pela Harvard University. Bacharel de Artes em Espanhol pela Columbia University. Já deu aula para grupos de todos os níveis de conhecimento do idioma e literatura Espanhóis e está escrevendo um livro que trata sobre desenvolvimento de habilidades de escrita e sala de aula de idioma estrangeiro.

// ECONOMIA BRASILEIRA E PEQUENOS NEGÓCIOS

ECONOMIA BRASILEIRA

Caracterizado por setores econômicos bem desenvolvidos, o Brasil supera, em valor, todas as demais economias da América do Sul somadas e tem expandido sua presença no cenário mundial nos últimos anos, embora ainda se apresente como o 22º maior exportador e 21º maior importador do mundo. Entre os seus principais parceiros econômicos figuram a União Europeia, China, Estados Unidos e Argentina responsáveis respectivamente por 20,7%, 17,3%, 10,1% e 8,9% das exportações brasileiras. Os principais destinos das exportações brasileiras de manufaturados são União Europeia (19,6%), Argentina (18,3%), Estados Unidos (14,8%) e China (2,7%).

No Brasil, o setor agropecuário corresponde a aproximadamente 5,5% do PIB, 34% das exportações totais e mais de 17 milhões de empregos. O país é o principal fornecedor de 25% do mercado mundial de alimentos. Líder no *ranking* de produção e exportação de café, açúcar, álcool a partir da cana-de-açúcar e suco de laranja, o Brasil também é o principal exportador mundial de produtos do complexo de soja (farelo, óleo e grão), de carne bovina e de frango, destacando-se ainda na produção de milho, arroz, suínos e pescados.

O setor industrial brasileiro ocupa fatia de aproximadamente 27,5% do PIB nacional. A grande diversidade de seu parque industrial é característica notável, com destaque à produção desde aço e petroquímicos até computadores, automóveis, aeronaves e bens de consumo duráveis.

Entre os principais propulsores do desenvolvimento econômico brasileiro nos últimos anos, o setor de comércio e serviços responde por mais da metade do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, aproximadamente 67%. Por essa razão, é ainda o setor que mais gera postos de trabalho, com quase 66% dos empregos do país.

Em relação à produção energética, o Brasil, 11º maior produtor mundial, caracteriza-se por apresentar matriz energética relativamente limpa, com 75% de sua energia elétrica proveniente de usinas hidroelétricas. Embora recentes descobertas de novas reservas de petróleo potencialmente condicionem a estratégia de desenvolvimento nacional, a liderança brasileira em pesquisa e produção de bicombustíveis aponta para cenário de vigência de matriz energética ainda mais renovável.

Desde princípios da década de 2000, o Brasil, atualmente a 6ª maior economia mundial, tem melhorado sua estabilidade macroeconômica, acumulando reservas internacionais e reduzindo sua dívida pública; ultimamente, caracteriza-se como destino atraente para investidores estrangeiros, em função de seu forte crescimento e suas taxas de juros. Apesar dos notáveis avanços econômicos, a desigualdade social ainda é marcante, constituindo-se como um dos principais desafios a serem enfrentados pelo país nos próximos anos, apesar dos reconhecidos avanços.

Fontes: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Organização Mundial do Comércio (OMC).

LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

A Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 regularizou e ampliou as vantagens para as micro e pequenas empresas (MPE), consolidando uma série de conquistas.

Critérios para a classificação dos Pequenos Negócios:

Microempresa: faturamento de até R\$ 360 mil/ano

Empresa de Pequeno Porte: faturamento entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões/ano

Microempreendedor Individual (MEI)

Também conhecido como Empreendedor Individual, o MEI é um trabalhador autônomo com renda bruta de até R\$60 mil/ano, com direito a até um empregado. O MEI não pode possuir mais de uma empresa nem participar como parceiro ou administrador de outra. Além do benefício da formalização, o MEI tem tratamento tributário diferenciado e direito a aposentadoria, auxílio doença, licença maternidade, acesso ao crédito e preferência em compras governamentais, entre outros benefícios.

Simples Nacional

Novo regime tributário, também conhecido como “Super Simples”, que centralizou na União o papel de arrecadação, anteriormente desempenhado individualmente pelos estados. Uma série de impostos é recolhida através de um único formulário, reduzindo a carga burocrática para os empreendimentos de pequeno porte.

PEQUENOS NEGÓCIOS EM NÚMEROS

Atualmente, existem 6 milhões de microempresas e EIs e aproximadamente 360 mil empresas de pequeno porte totalizando cerca de 6,3 milhões de Pequenos Negócios - 99% de todas as empresas no Brasil.

Juntos, os Pequenos Negócios representam cerca de 15,6 milhões de empregos formais - cerca de metade do total no país.

Uma tabela referente a 2011 com dados prospectados pelo Ministério do Trabalho/RAIS está disponível abaixo.

Tamanho	Quantidade	Participação	Empregos	Participação
Microempresas e Els	5.959.535	93.3%	7.221.733	23.9%
Pequenas Empresas	363.146	5.7%	8.346.152	27.7%
MPEs	6.322.681	99,0%	15.567.885	51.6%
Médias e grandes empresas	63.133	1,0%	14.614.098	48.4%
TOTAL	6.385.814	100%	30.181.983	100%

Fonte: Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa 2012 (SEBRAE/DIEESE)

Para o tratamento e análise da base de dados RAIS, o SEBRAE define o porte do estabelecimento em função do número de pessoas ocupadas e de acordo com o setor de atividade econômica. Atualmente, não há critérios amparados legalmente para a classificação de médias e grandes empresas. Com base na definição do IBGE, são adotados os critérios abaixo:

	Micro	Pequena	Média	Grande
Indústria e Construção	até 19	de 20 a 99	de 100 a 499	500 ou mais
Comércio e Serviços	até 9	de 10 a 49	de 50 a 99	100 ou mais

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

A pesquisa “Empreendedorismo no Brasil”, realizada em 2012 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ) e o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o apoio do Sebrae, revela que 36 milhões de brasileiros estão empreendendo, demonstrando a importância econômica e social do tema e a necessidade de ações governamentais ou não governamentais para sua consolidação.

Em números absolutos, o Brasil aparece em décimo lugar no ranking dos 67 países pesquisados. Do total de empreendedores brasileiros, a faixa etária com a maior taxa de empreendedores iniciais brasileiros (TEA) é a de 25 a 34 anos (19,2%), seguida pela faixa etária de 35 a 44 anos (18,7%).

Ao se observar as médias de todos os países participantes do GEM, as duas faixas etárias com maiores taxas são equivalentes ao caso brasileiro. No entanto, nota-se que no Brasil a taxa de empreendedores iniciais entre os jovens de 18 a 24 anos (14,2%) é significativamente maior do que a média dos países participantes do GEM (10,7%) e a dos países do grupo-eficiência, ao qual o Brasil pertence (11,1%). Isto indica que a população mais jovem no Brasil é relativamente mais ativa em relação ao empreendedorismo.

Vale notar que essas taxas são muito diferentes no caso dos empreendedores estabelecidos. No Brasil, a maior incidência de empreendedores estabelecidos ocorre na faixa entre 45 a 54 anos (23,9%), seguida da faixa 55 a 64 anos (21,3%), faixas etárias mais altas quando comparadas às dos empreendedores iniciais. No entanto, tais resultados são semelhantes ao padrão observado no conjunto de países participantes da pesquisa.

Em 2012 foi introduzida uma questão sobre qual seria o sonho do brasileiro, procurando comparar o desejo de ter um negócio próprio com outros desejos, como, por exemplo, comprar uma casa, viajar ou ter uma carreira em uma empresa. Os resultados relacionados na Tabela mostram que o sonho de ter um negócio próprio superou quase todos os desejos, com 43,5% das respostas, percentual inferior apenas a viajar pelo Brasil (48%) e ter uma casa própria (50,7%). O dado mais relevante no contexto em que o GEM se insere refere-se ao percentual significativamente maior obtido pelo sonho de ter um negócio próprio (43,5%) em comparação ao desejo de ter uma carreira em uma empresa (24,7%). Nota-se que a atividade empreendedora como carreira é fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo, mas também é importante que essa opção esteja relacionada ao empreendedorismo por oportunidade e não por necessidade.

Com relação à taxa de empreendedores iniciais por oportunidade o Brasil situa-se em 40^o lugar entre os 67 países participantes da pesquisa, com uma taxa, como percentual da TEA equivalente a 69,2%. A Dinamarca apresenta o melhor resultado relativo a esse percentual (90,3%), enquanto o Egito apresenta o pior resultado (39,8%).

Outro dado da pesquisa que merece destaque refere-se à participação feminina. O Brasil possui uma taxa de empreendedorismo feminino inicial de 14,7%, que o classifica na 15^a posição entre 67 países participantes. Ao se considerar a relação masculino/feminino, o Brasil apresentou uma razão de 1,1, com apenas 9 países superando este número. Isto mostra que, cada vez mais, o empreendedorismo vem sendo uma opção de carreira e renda para as mulheres brasileiras.

Fonte: GEM 2012

// O SISTEMA SEBRAE

Missão

“Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional.”



HISTÓRIA

Criado em 1972 por iniciativa do então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE, atual BNDES) e do Ministério do Planejamento, o Sebrae chamava-se Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae). Em 1990, pelo decreto nº 99.570, desvinculou-se da administração pública e transformou-se em um serviço social autônomo, uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública: o atual Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae.

ESTRUTURA

O Sistema Sebrae conta com uma Sede Nacional e 27 Unidades Regionais, além de uma rede de aproximadamente 800 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, totalizando cerca de 6 mil colaboradores e 8 mil credenciados.

RECURSOS FINANCEIROS

A Receita de Contribuição Social do Sistema Sebrae tem origem na contribuição de 0,3% da folha de pagamento das empresas brasileiras, das quais estão excluídas as micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). Tais contribuições são recolhidas pelo INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) e repassadas ao Sistema Sebrae e representam cerca de 80% dos recursos financeiros da instituição.



PRIORIDADES NACIONAIS

Contribuir para a formalização de empreendedores, por meio da disponibilização de mecanismos de apoio ao seu desenvolvimento, promovendo a inclusão produtiva.

Aumentar a competitividade e a sustentabilidade dos negócios dos nossos clientes, por meio do desenvolvimento e aplicação de produtos, serviços e canais de atendimento adequados a cada segmento, com ênfase em gestão e inovação.

Promover o acesso dos clientes do Sistema Sebrae às oportunidades de negócios geradas por grandes eventos e investimentos.

Consolidar as melhorias no ambiente legal em favor dos nossos clientes, com ênfase na implementação efetiva da Lei Geral nos municípios.

Tornar o Sistema Sebrae uma referência no país em qualidade na gestão de recursos públicos.

SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

Empresas

Microempresas

Pequenas Empresas

Empreendedores Individuais

Pessoas físicas, com ou sem atividade econômica (negócio próprio)

Produtores Rurais (com registro próprio nos órgãos reguladores estaduais e/ou municipais)

Potenciais Empresários

Potenciais Empreendedores

METAS MOBILIZADORAS

Meta Mobilizadora	Indicador	Metas 2013	Objetivo Estratégico Vinculado
Meta 1 Ampliar o número de empresas atendidas	Número de empresas atendidas	1.614.851	P4 - Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 2 Ampliar o número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	Número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	113.000	P1 - Promover a inovação nas MPE
Meta 3 Ampliar o número de Microempreendedores Individuais atendidos	Número de microempreendedores individuais atendidos	694.050	P4 - Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 4 Ampliar o número de microempresas atendidas	Número de microempresas atendidas	804.368	P4 - Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 5 Ampliar o número de empresas de pequeno porte atendidas	Número de empresas de pequeno porte atendidas	121.000	P4 - Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 6 Ampliar o número de municípios com a Lei Geral implementada	Número de municípios com a Lei Geral implementada	1.056	P11 - Articular, propor e apoiar a implementação de políticas públicas

Fontes: Indicadores e Metas do PPA 2013/2016 (SEBRAE)

PROGRAMAS NACIONAIS

Negócio a Negócio

O projeto funciona com uma atuação ativa de consultores do Sistema SEBRAE que visitam as empresas, fazem um levantamento geral, apresentam um diagnóstico do negócio e traçam um plano de ação. A partir daí, os consultores encaminham o empresário à consultoria ou capacitação necessária para melhorar seu negócio. O projeto é focado em empreendedores informais que queiram optar pelo Simples Nacional, EI e empresas de economia popular com até quatro funcionários.

SebraeTec

É um produto criado para facilitar o acesso das micro e pequenas empresas a soluções de inovação e tecnologia, viabilizando e apoiando financeiramente a realização de consultorias nas empresas que se enquadram no programa, visando aumentar a competitividade e agregar valor aos seus produtos e serviços.

ALI (Agente Local de Inovação)

Trata-se de iniciativa do Sistema SEBRAE com a parceria do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) para a promoção da inovação nas pequenas empresas. Sua metodologia baseia-se no modelo indiano de home care. Com a orientação de profissionais especializados, os agentes avaliam o grau de inovação nas empresas atendidas. Cada agente busca e oferece soluções de acordo com as necessidades de cada empreendimento.

SEBRAE Mais

O programa é voltado para empresas em estágio mais avançado, com no mínimo dois anos de funcionamento e nove funcionários, além de uma estrutura operacional estabelecida. Por meio do programa são oferecidos diversos serviços, como consultoria individualizada por empresa, workshops, capacitações, palestras e encontros direcionados para empresários que buscam práticas avançadas de gestão.

SEBRAE 2014

Os investimentos programados para a organização e realização da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, bem como o maior volume de movimentação econômica durante e após o evento, representam uma oportunidade para as MPE brasileiras situadas nos estados onde ocorrerão os jogos. Nesse contexto o Sistema SEBRAE, em parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas), realizou um estudo de mapeamento de oportunidades para as MPE, de forma a guiar a elaboração de planos de ação do SEBRAE Nacional e de suas unidades estaduais.

SEBRAE nos Territórios da Cidadania

O Programa Territórios da Cidadania, desenvolvido pelo governo federal, atua em 120 territórios de todo o Brasil promovendo o desenvolvimento regional e a garantia de direitos sociais para as regiões mais carentes do Brasil. O Sistema SEBRAE entende que sua missão institucional apresenta interface direta e clara com o programa. A estratégia de apoio ao desenvolvimento territorial permite uma atuação em três dimensões: atendimento individual, atendimento coletivo setorial e construção de um ambiente mais favorável aos pequenos negócios.

PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Cursos e seminários (presenciais ou à distância)

Informação e consultoria (orientação individualizada)

Publicações (livros, manuais, CDs, guias)

Promoção de eventos (feiras, missões, exposições, rodadas de negócios)

Premiações (Jovem Empreendedor, Mulher SEBRAE de Negócios, Desafio SEBRAE, entre outros)

// INFORMAÇÕES ADICIONAIS

DENTRO DA AERONAVE

As bagagens de mão devem ser acomodadas sob o assento à sua frente ou no compartimento de bagagem. Os itens na podem ser guardado no bolso ou no encosto das poltronas.

Recomenda-se usar roupas confortáveis, mas apropriadas à apresentação na imigração, logo após o desembarque. Evite excesso de bebidas alcoólicas (lembre-se de que o efeito do álcool no organismo é mais acentuado em grandes altitudes) e movimente-se o quanto possível durante o voo, para evitar inchaços.

Vestimenta: Recomendamos uso de terno em toda a agenda. Adicionalmente, é interessante levar pulôver para toda a programação e capa de chuva e bota, em caso de agendas externas. Nesta época do ano, a temperatura é alta e os dias são bastante chuvosos.

Pontualidade: É extremamente fundamental que a delegação esteja no lugar marcado no horário exato. Não haverá espaço para atrasos e a delegação não poderá ser prejudicada. A pontualidade é como um parâmetro para avaliar a importância dada ao evento e espera-se que ambas as partes cumpram com este compromisso. Em caso de impossibilidade de cumprimento da programação do dia, favor entrar em contato com antecedência.

Tradução: A delegação será acompanhada, durante programação oficial, de um tradutor. Todos os delegados receberão headphone antes de cada encontro e devolvê-lo ao final de cada um deles e entregá-lo à organização.

Trocas protocolares e fotografias: Solicitamos à delegação que não leve presentes para trocar protocolar. Adicionalmente, solicitamos que não tirem fotografias e faça filmagens durante os encontros. O SEBRAE tirará fotos da delegação ao fim de cada agenda e compartilhará com os participantes, ao final da viagem. Estas medidas visam facilitar nossos trâmites logísticos e evitar inconveniências.

Delegação: Solicitamos sua compreensão no que se refere à restrição de participação na agenda oficial por parte de demais acompanhantes e pedimos para que não haja dispersão do grupo, a fim de manter a seriedade do evento.

Cartão de Crédito: Não se esqueça de habilitar o uso no exterior do cartão de crédito para o período previsto.

Celular: Não se esqueça de ativar o roaming internacional do seu celular para o período previsto. Em caso de pré-pago, verifique qual a quantidade mínima de créditos que seu celular deverá estar carregado para que essa função possa estar ativada.

Seguro-Viagem: Seu seguro viagem possui cobertura para todo o período de sua visita, e será disponibilizado antes da viagem por meio de um voucher contendo todas as informações e instruções para seu acesso. Sempre torcemos para que não seja necessário, mas caso precise, que lhe seja bastante útil. Caso necessite levar medicação restrita ou específica, sugere-se que a receita médica a acompanhe, preferencialmente traduzida para o inglês.

// VIAGENS INTERNACIONAIS

REGRAS PARA EMBARQUE DE PASSAGEIROS EM VOOS INTERNACIONAIS

O transporte de líquidos (incluindo gel, pasta, creme, aerosol e similares) em bagagem de mão deve ocorrer da seguinte maneira:

- O líquido deve estar em frasco de capacidade de até 100 ml. Frascos acima de 100 ml não podem ser transportados, mesmo que contenham a quantidade estipulada.
- O passageiro deve acondicionar o frasco adequadamente (com folga) dentro de uma embalagem plástica transparente vedada, com capacidade máxima de 1 litro e tamanho máximo de 20 cm x 20 cm.
 - objetos cortantes ou perfurantes estão proibidos
 - Produtos como perfumes e bebidas adquiridos no free shop devem ser embalados em sacolas seladas, junto à nota fiscal da compra.
- Medicamentos podem ser transportados com prescrição médica - pode ser preciso apresentar a receita na inspeção do raio-X.

INFORMAÇÕES DA RECEITA FEDERAL

A partir do dia 1º de outubro de 2010 a Receita Federal alterou a lista dos produtos isentos de impostos na chegada ao Brasil e estabeleceu novos limites de quantidades de produtos importados. Vale lembrar que todo o viajante tem uma cota limite de gastos para não precisar pagar impostos, equivalente a US\$ 500 (por via aérea) ou US\$ 300 (por via terrestre, marítima ou fluvial).

PRODUTOS ELETRÔNICOS

Com as novas regras, o turista que comprar no exterior produtos eletrônicos, como máquina fotográfica, telefone celular ou MP3, não precisará mais declará-los à Receita Federal ao retornar ao País. Esses itens passam a ser considerados bens de uso pessoal e não entram na cota limite de US\$ 500 livres de impostos. O benefício vale apenas para uma unidade de cada produto, que deve ser usado durante a viagem e estar fora da embalagem original. A medida, no entanto, não contempla filmadoras, notebooks e vídeo games, que entram na cota de importação.

ROUPAS E COSMÉTICOS

Além dos eletrônicos de uso pessoal, também não serão taxados roupas e acessórios, produtos de higiene e de limpeza, livros, revista e jornais. Apesar de não ter sido determinada uma quantidade máxima permitida desses itens, eles devem estar de acordo com o tempo e a duração da viagem. Por isso, se a mala tiver 15 calças jeans novas de uma viagem de dois dias, o agente poderá cobrar a taxa sobre o que exceder a cota de US\$ 500.

CARRINHOS DE BEBÊS E INSTRUMENTOS MUSICAIS

Carrinho de bebê e cadeira de rodas serão enquadrados como objetos de uso pessoal, e ficarão isentos da cota de importação, se o bebê ou o cadeirante estiverem juntos na viagem. Instrumentos musicais estarão isentos de impostos se o músico puder confirmar que é um artista profissional.

QUANTIDADES LIMITADAS

Nas novas regras, o Fisco também colocou um limite de quantidade de produtos, que antes ficava a critério do fiscal da alfândega. Alguns itens têm limite próprio: 12 litros de bebidas alcoólicas, 10 maços de cigarros, 25 charutos ou cigarrilhas e 250 gramas de fumo.

Para os demais objetos, a regra é 20 unidades de produtos novos com valor unitário acima de US\$ 10, desde que não haja mais de três idênticos. Por exemplo, se tiverem quatro aparelhos novos de MP3, um deles será retido. Já para lembrancinhas e suvenires, pode-se trazer também 20 unidades de produto, sendo no máximo 10 iguais.

FIM DA DECLARAÇÃO DE SAÍDA TEMPORÁRIA DE BENS

As novas regras de importação acabaram com a declaração de saída temporária de bens. Com isso, para levar produtos importados, como notebooks e filmadoras, para fora do país, é preciso carregar a nota fiscal em mãos. Se você não tiver nenhum comprovante de compra, o melhor é deixar o aparelho em casa, para não correr o risco de ser taxado.

DECLARAÇÃO DE BAGAGEM ACOMPANHADA

Ao chegar ao Brasil, ainda a bordo, o visitante deve preencher uma Declaração de Bagagem Acompanhada (DBA). Se o visitante tiver adquirido produtos no exterior (não isentos de impostos) cujo valor total exceda a cota limite de US\$ 500, ele é obrigado a marcar que possui bens sujeitos à tributação. No aeroporto, deverá pagar a taxa de importação de 50% sobre o excedente da cota. Se acontecer de o viajante ter a mala fiscalizada por um agente da Receita Federal e sua DBA for falsa ou inexata, a multa prevista é de 50% sobre o valor do que foi comprado e, em alguns casos, o produto poderá ser retido. No caso de o turista trazer na bagagem produtos de origem animal ou vegetal que não são permitidos no Brasil, o produto é retido, sem aplicação de multa.

COMPRAS EM LOJA FRANCA (DUTY FREE SHOP)

O viajante pode adquirir, com isenção de tributos, nas lojas francas (duty free shops) dos portos e aeroportos, após o desembarque no Brasil e antes de sua apresentação à fiscalização aduaneira, mercadorias até o valor total de U\$ 500.00. Esse valor não é debitado da cota de isenção de bagagem a que o viajante tem direito. Bens adquiridos nas lojas francas do Brasil, no momento da partida do viajante para o exterior, nas lojas duty free no exterior e os adquiridos em lojas, catálogos e exposições duty free dentro de ônibus, aeronaves ou embarcações de viagem têm o mesmo tratamento de outros bens adquiridos no exterior, passando a integrar a bagagem do viajante. Em resumo, essas mercadorias não aproveitam do benefício da isenção concedido às compras nas lojas francas do Brasil, efetuadas no momento da chegada do viajante.

DECLARAÇÃO DE PORTE DE VALORES

É a declaração que deve ser feita por viajantes que vão entrar no país ou dele sair portando em dinheiro, cheques ou cheques de viagem, em seu total, valor superior ao limite estabelecido pelo conselho monetário nacional. O limite atual é de R\$10.000,00 (dez mil reais) ou o equivalente em moeda estrangeira. Assim todo viajante portando valores em espécie, cheques ou cheques de viagem acima desse valor deve preencher a declaração.

Obs: para consultar o câmbio atual das moedas, deve-se acessar a página do BACEN no endereço eletrônico: <http://www5.bcb.gov.br/?convmoeda>



SGAS 605 Conjunto A
Brasília, DF, Brasil – 70200-645
+55 (61) 3348-7485
www.sebrae.com.br