

HUB Economia Rio

VOLUME 5 • NÚMERO 19 • 09/2018

A PEQUENA EMPRESA COMO ESTRATÉGIA ECONÔMICA



ECONOMIA RIO é um projeto de *branding* do desenvolvimento econômico, social, político e cultural do Rio de Janeiro. Cada editoria, com suas respectivas cores, corresponde a um atributo de marca. Também conhecidos como valores fundamentais, esses atributos representam a essência da marca que queremos transmitir. É um conjunto de características que identificam o caráter, a personalidade e os aspectos físicos da marca ECONOMIA RIO.

Diretor: Luiz Alberto Bettencourt
Editor: João Estrella de Bettencourt
Diretor de Arte: Marco Brito
Administrativo: Eliana Rodrigues e Beth Pinheiro

- 4 — O ecossistema do empreendedor
- 8 — Você conhece as scale ups?
- 11 — Combustível para os negócios: o case da Triad
- 13 — Rio Oil & Gas para grandes e pequenos

Pequena empresa, parte do sistema produtivo

Com esta edição, iniciamos um ciclo de três publicações semanais digitais — e mais uma impressa — sobre o tema das pequenas empresas.

A esse esforço nos levou a convicção de que elas não mais podem ser vistas como coadjuvantes, que necessitam do atendimento permanente de agências de fomento, por mais importante que elas sejam, como o Sebrae é, por exemplo.

Disso decorre a comemorada conclusão de que são elas apenas grandes geradoras de emprego e renda.

Como se a esse papel — ademais, muito importante — se resumisse a sua função.

As pequenas empresas são parte da grande complexidade das cadeias de setores econômicos fundamentais para nosso Estado, como o de óleo e gás, por exemplo.

Devem ser incluídas nas políticas públicas globais de desenvolvimento, criar universo negocial com os grandes empreendimentos. Tanto esses empreendedores como o setor público e as agências de apoio devem assim reconhecê-las: parte integrante do sistema produtivo.

O caso da Triad, empresa objeto de uma reportagem nesta edição, é exemplar.

Leiam e tirem suas conclusões.

A nós parece que, quanto às pequenas empresas, a era do assistencialismo está se esgotando. Necessitam elas de articulação para se integrarem como peças indispensáveis ao mundo econômico fluminense.

Luiz Alberto Bettencourt
Diretor Pensar Comunicação



UNIVERITAS

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVERSUS VERITAS

APOIO ACADÊMICO
UNIVERITAS

End: Rua Marquês de Abrantes, 55,
Flamengo, Rio de Janeiro-RJ

Tel.: +55 (21) 4020-9734

www.univeritas.com



REDAÇÃO, PUBLICIDADE E
ADMINISTRAÇÃO
PENSAR COMUNICAÇÃO

End: Rua Miguel Pereira, 64,
Humaitá, Rio de Janeiro-RJ

Tel.: +55 (21) 3970-1552

www.pensarcomunic.com.br

Cezar Vasquez, diretor-superintendente do Sebrae/RJ

Fotos: Breno Soares



O ECOSISTEMA DO EMPREENDEDOR

Uma entrevista com Cezar Vasquez, diretor-superintendente do Sebrae/RJ

João Estrella de Bettencourt

Não há soluções mágicas. É esse recado que traz o diretor-superintendente do Sebrae/RJ, Cezar Vasquez. Em uma época na qual é comum ouvirmos opiniões definitivas e, por vezes, planos verticais e infalíveis para a economia, a mensagem de César é tudo, menos banal. Representa uma inflexão da instituição e uma visão acerca não somente do seu papel no apoio às pequenas e médias empresas, mas também do Estado, como indutor da retomada econômica. “É preciso aproveitar as estruturas e dinâmicas que já existem em vez de se buscar, a todo momento, apenas criar novas”, salienta.

Para ele, isso significa, em primeiro lugar, observar e entender o empreendedor e suas diferentes necessidades: “Não adianta imaginar que o Sebrae, ou mesmo o Governo, vai decidir, por decreto, como a economia vai se movimentar, que setores ou regiões vão crescer. Temos um bom exemplo, que são os Arranjos Produtivos Locais (APLs), visando à consolidação de cadeias regionais de produção. O que dá certo, no longo prazo, é o que corresponde às características e vocações daquela área, daquela estrutura

econômica. Se for uma decisão de cima para baixo, não acontece. Fica bonito no papel, mas não acontece na realidade.”

Desse diagnóstico, vem nascendo um reposicionamento da instituição, que, mais mobilizada do que nunca, como destaca o superintendente, busca novas formas de atuação. É o que veremos nas páginas a seguir.

Equilíbrio entre atender e articular: Sebraetec como exemplo

“O Sebrae exerce um duplo papel. De um lado, como atendimento e, de outro, como articulador de políticas públicas e do próprio ecossistema das micros e pequenas empresas. Uma questão a ser posta na mesa então é: qual o equilíbrio mais eficaz entre esses dois polos? Não podemos nos aferrar a uma visão preconcebida. Temos que nos voltar para o que gera resultados mais amplos e, o que é imprescindível, mais consistentes”, enfatiza Cezar.

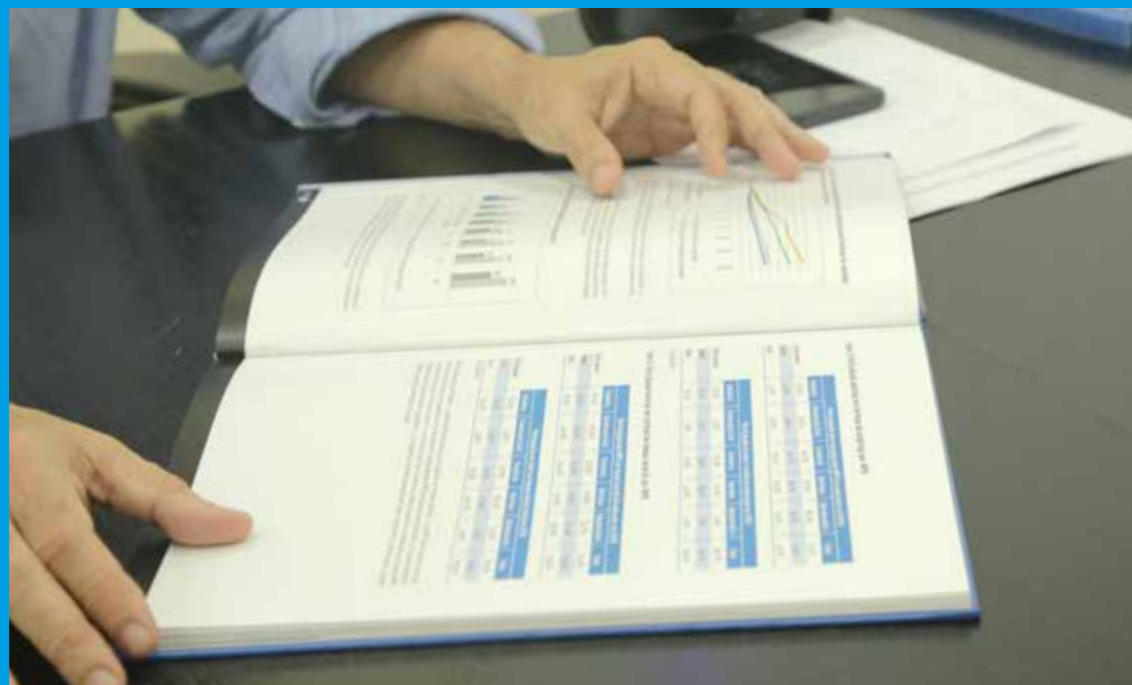
Na prática, ele esclarece, isso implica se repensar como agência: “O Sebrae se percebe e é percebido muito como um

bureau de serviços. Por intermédio deles, oferece apoio direto – e essencial – para quem precisa gerir o seu negócio em meio às inúmeras dificuldades que temos no Brasil. No entanto, exclusivamente por essa lógica, nossa capacidade nunca será suficiente para abarcar essas mesmas necessidades. É um paradoxo.”

Para mostrar que é possível enfrentar esse desafio, o superintendente cita um dos programas de maior impacto da instituição, o Sebraetec, que leva às micros e pequenas empresas assessoria customizada em sete áreas de inovação – palavra obrigatória no vocabulário de quem busca se manter competitivo. São elas: Design; Produtividade; Propriedade Intelectual; Qualidade; Inovação; Sustentabilidade; Serviços Digitais.

Ora, mas não seria contraditório afirmar que é preciso ir além da operação direta e dar como exemplo, justamente, a oferta de uma enorme carteira de serviços?

É aí que entra a mudança estratégica exposta por Cezar: “A diferença é que esse mercado já existe! O Sebrae não precisa criá-lo, muito menos ocupá-lo. Do que se trata



Durante a entrevista, preocupação em trazer números e cases

então? De entendê-lo – o que estamos muito bem posicionados para fazer, pela expertise e história que carregamos – e, a partir daí, fazer pontes, articular. Conectar os pequenos negócios, que precisam de inovação, aos prestadores de serviços de tecnologia, que precisam de clientes. Ou seja, a entidade usa seu peso e seu conhecimento não como operadora e, sim, para alimentar uma rede que tem tudo para, depois, crescer independentemente dela.”

Mais acesso, mais agilidade, mais conexões

O Sebraetec é um case, mas essa filosofia, hoje, perpassa toda a instituição, como evidencia, entre outros fatores, a reformulação geral que está sendo implementada na estrutura de atendimento, tendo dois pilares centrais:

Transformar – inclusive fisicamente – as agências espalhadas pelo Estado em centros que irradiem a economia real, nos quais empreendedores com interesses e posições complementares possam criar e atuar em rede, em vez de se limitarem a buscar assessoria técnica;

Ampliar e agilizar o acesso aos serviços, mas utilizando, para tanto, novas e mais eficientes plataformas digitais e, não menos importante, parcerias.

“Nossa missão é garantir que as pequenas e médias empresas tenham as ferramentas das quais necessitam, no tempo em que necessitam, com as redes das quais necessitam para serem sustentáveis, em um mercado sólido, articulado. É isso o que importa, e não se é o Sebrae ou não que está na ponta”, afirma Cezar.

Políticas públicas integradas

Ao mesmo tempo, o superintendente do Sebrae/RJ cobra o papel dos agentes públicos nesse processo. Para ele, as pequenas e médias empresas são vistas como penduricalhos: “Quantas vezes você tem uma abordagem profunda, integrada à política econômica? Basicamente, nunca. Falam-se, no máximo, generalidades, de que geram emprego e renda. Efetivamente, geram – e não é pouco. Por isso mesmo não podem ser alvo de medidas pontuais, compartimentadas. O planejamento para esse setor não é acessório, não é um adendo. É investir na dinamização, diversificação e modernização da economia fluminense e brasileira, como um todo.”

Esse panorama, ele faz questão de ressaltar, não decorre somente de uma avaliação teórica; antes, se ancora em experiências comprovadas pela própria instituição, através de iniciativas como o Scale Up Rio (ver matérias a seguir), voltado para criar um ambiente positivo de negócios para empresas que crescem fortemente, mesmo com a crise; o programa Líder, que conecta empresários, executivos, gestores municipais e representantes da sociedade civil, visando à definição de agendas econômicas regionais; ou o Periferia Faz Negócio, que, com o lema “transformando sonhos em negócios”, busca gerar ganho de escala para os empreendedores na base da pirâmide.

“Todos esses programas têm em comum esse objetivo, de integrar as micros e pequenas empresas – com seus diferentes nichos e características – entre si e com

os atores de suas respectivas cadeias. Os resultados mostram que é um caminho a ser trilhado decisivamente nos próximos anos. Ampliando parcerias, ampliando redes, para obter resultados estruturais”, sublinha.

Ao alcance da mão

O Poder Público, avalia Cezar, tem totais condições de, sem medidas heterogêneas, sem pirotecnias, alimentar esses processo, trazendo as pequenas e médias empresas para o foco.

“Vamos fazer um exercício rápido para mostrar de onde vem essa conclusão. Um tema: padronização estadual para a abertura de negócios. Isso envolve alinhar diversas posturas municipais, exigências, certificações. Pois bem, hoje isso já foi feito em todo o Estado, o que é algo único no Brasil. É uma vantagem competitiva, fruto dos avanços entre os próprios municípios. Só que é informal. Por que, então, não aproveitar que isso já é uma realidade e criar uma espécie de selo válido no território fluminense? Praticamente não há custos para se fazer isso. Outro ponto: compras governamentais. Por que não integrá-las às cadeias já existentes de pequenas e médias empresas, eficientes, ágeis, que trabalham em rede, de acordo com as melhores práticas? Imaginem a dinâmica econômica que isso não favoreceria, os efeitos multiplicadores nessa cadeia?”

Como podemos ver, aquele recado do início do texto embute um desdobramento: não há soluções mágicas, mas há soluções. O segredo é buscar a sociedade e o empreendedor.



Fotos: Divulgação

Programa do Sebrae/RJ reúne empreendedores

VOCÊ CONHECE AS SCALE UPS?

Empresas crescem durante a crise e podem mudar o panorama econômico do Rio de Janeiro

João Estrella de Bettencourt

Em meio às turbulências dos últimos anos, o Estado do Rio de Janeiro se torna protagonista de um novo movimento econômico, centrado em empresas de pequeno e médio portes que crescem aceleradamente, com fortes investimentos e geração de empregos. São as chamadas scale ups.

Mas o que une essas empresas, exatamente? E por que o Rio avança – e pode avançar muito mais – nesse mercado? Para abordar o tema, Economia Rio conversou com Debora Finamore, coordenadora de Economia Urbana do Sebrae/RJ. A instituição foi a maior responsável pela introdução do conceito no Estado e desenvolveu o programa Scale Up Rio, uma estrutura de apoio que

hoje se destaca em termos nacionais e internacionais.

ER: Debora, em primeiro lugar, você poderia definir o que são as scale ups para o Sebrae/RJ?

Debora: Claro. Elas têm uma série de características, mas o fator essencial é serem empresas que faturam até R\$ 4 milhões e cresceram mais de 20% ao ano no período de três anos seguidos.

ER: Não há um recorte setorial?

Debora: Não. O Scale Up Rio abarca de empresas de Big Data a cervejarias e prestadores de serviços. São negócios que muitas vezes fazem parte do nosso

cotidiano, que o consumidor conhece, mas não tem ideia de que impactam a economia de maneira tão grande.

ER: Você poderia dar um exemplo desse impacto?

Debora: Fizemos um estudo, em 2016, mostrando que 1% das empresas do Estado, em torno de 5 mil, tem as características de scale ups. Pois bem. Esse 1% representava cerca de 50% dos novos empregos gerados. Se formos olhar apenas para as atendidas pelo programa Scale Up Rio, os dados também impressionam. Estamos falando de um grupo de aproximadamente 40 empresas, das quais temos os números fechados, que geraram, no ano passado, 663 empregos. E, de

lá para cá, já investiram R\$ 18 milhões, diretamente, para expandir ou estruturar sua atuação. Isso sem falar na cadeia produtiva e na circulação de recursos que alimentam, que vai muito além.

ER: Quantas empresas já passaram pelo Scale Up Rio?

Debora: Nós montamos o primeiro grupo com 25 empresas, em 2016, depois, mais 25 em 2017 – um total de 50. Agora estamos preparando uma nova seleção. No entanto, um dos fatores mais importantes e inovadores do programa, segundo os próprios empreendedores, é que ele é contínuo. É um acelerador de crescimento, mas também uma plataforma de negócios, visando à sustentabilidade no longo prazo.

ER: Você citou dois fatores decisivos e muito debatidos na economia brasileira, atualmente – aceleração e sustentabilidade. Como esses dois objetivos se articulam nas scale ups?

Debora: Fazem parte de um mesmo processo. No programa a gente não aposta em um crescimento que se esgote ali na frente. O maior objetivo é criar um ecossistema que, independentemente do Sebrae, entenda, acolha e estimule as scale ups. Hoje essas empresas ainda estão muito sozinhas. Até pouco tempo você não tinha nem mesmo espaços nos quais elas se reconhecessem, trocassem experiências, como vemos já diversas iniciativas, para citar um exemplo, no que se refere às startups.

ER: O que o programa do Sebrae oferece para apoiar a construção desse ecossistema?

Debora: Para começar, ao entrar no Scale Up Rio, essas empresas, que se sentem isoladas, às vezes até frágeis, em várias negociações, percebem que na verdade fazem parte de um grupo muito mais amplo. Que partilha dificuldades e interesses. Que tem peso. Isso pode parecer óbvio, mas já é um salto.

Com essa premissa, durante as etapas de aceleração, nós realizamos uma diversa gama de ações, de modo que cada scale up entenda seu papel e seu potencial na cadeia em que atua. Quais são os stakeholders, os parceiros em potencial e os maiores desafios para continuar crescendo? Como enfrentá-los sem perder fôlego?

ER: No que consistem essas ações? Como se reverterem, na prática, em avanços e articulação entre as empresas?

Debora: Temos, por exemplo, o Scalerator, que é implementado em parceria com a Babson College, que é a maior escola de empreendedores do mundo. O Scalerator consiste em uma série de workshops com objetivos muito práticos, de aumentar vendas e montar toda a estrutura na gestão do negócio para manter o crescimento. São sete workshops e, entre eles, realizamos seis “Challenges”, nos quais as empresas apresentam, justamente, novos alinhamentos de gestão, a partir do



Os workshops e mentorias abrem espaço para troca de experiências



que vai sendo discutido. Paralelamente, os empreendedores se encontram em reuniões menores, de 3 ou 4 participantes, para trocarem avaliações e se prepararem. Quer dizer, crescem e aprendem juntos.

Ainda temos mentorias e consultorias sobre temas específicos de cada negócio – digamos, gestão financeira ou de pessoal – e uma ferramenta que chamamos de Radar Scale Up. Por meio dessa ferramenta, cada empresa tem um padrinho, um especialista que a acompanha permanentemente, com reuniões mensais nas quais identifica as metas que estão sendo alcançadas e define um plano de ação para as que não estão.

Para citar um dado específico que mostra os resultados: as empresas que entraram no programa não só mantiveram a taxa de crescimento anterior, o que em si já envolve um enorme esforço de organização, como

ainda a ampliaram, em média, em 25% a 30%.

ER: E de que forma esse trabalho se desdobra em uma plataforma, em algo permanente, após o processo de aceleração? Essa energia não acaba se dispersando?

Debora: Pelo contrário. Porque a partir da compreensão e das conexões que são criadas, os empreendedores se tornam embaixadores do programa e do próprio conceito de scale ups. É essa a proposta. Eles passam a se ver como um conjunto e, nesses termos, a se articular, apoiados pelo Sebrae, com outros elos da cadeia produtiva. Fornecedores, compradores, parceiros, Poder Público. Ao mesmo tempo, compartilham experiências e “puxam” as empresas que entram no programa depois deles.

ER: Alimenta-se um círculo virtuoso, cumulativamente.

Debora: Exato. Hoje temos 50 empresas no Scale Up Rio, depois serão 75, depois 100 e por aí vai. É uma rede que vai se tecendo crescentemente. E manda uma mensagem ao mercado como um todo: olha as oportunidades que temos aqui. Estamos falando de criar uma cultura de que crescer é bom, é algo a ser compartilhado, incentivado. Em que as scale ups sejam vistas como oportunidades de negócios pelas empresas que são maiores e pelas empresas que são menores do que elas. E, assim, se consolidem como motores de desenvolvimento, dinamização econômica, geração de empregos e arrecadação de impostos.

Para isso acontecer, é preciso consolidar um ambiente favorável e consistente nesse sentido. Essa é a nossa meta.

COMBUSTÍVEL PARA OS NEGÓCIOS: O CASE DA TRIAD

João Estrella de Bettencourt



Cleber Assunção, CEO da Triad

Foto: Divulgação

No fim de maio, o Brasil parava diante dos efeitos da greve dos caminhoneiros. Mas enquanto praticamente todos os setores da economia sofriam, uma empresa se destacava, justamente, pela eficiência: a Triad, scale up fluminense que faz parte do programa do Sebrae.

“No momento em que o Governo determinou a redução de R\$ 0,46 do preço nas bombas de todo o país, nós éramos os únicos que podíamos apontar se esse repasse acontecia ou não. Nenhuma outra instituição, pública ou privada, tinha essas informações disponíveis nacionalmente”, explica Cleber Assunção, CEO da empresa.

É justamente por essa capacidade de operar com agilidade e entregar dados precisos sobre a cadeia de combustíveis que a Triad vem tendo uma forte ascensão nos últimos anos. Tornou-se um player essencial no setor e fonte de informações para os principais veículos de comunicação, na área econômica. O objetivo central, segundo Assunção, “é ser reconhecida como provedor de insights acionáveis, que geram resultados acima das expectativas”.

O primeiro insight aconteceu há cinco anos. Diante da necessidade de uma distribuidora de combustíveis, a Triad desenvolveu um sistema inovador de mapeamento de preços, capaz de fornecer dados com rapidez acima da que existia no mercado. De lá para cá, a cartela de clientes não parou de crescer e o trabalho, a se sofisticar.

Contudo, Assunção destaca que o grande desafio não é de tecnologia: “Tecnologia é meio, commodity.

A grande dificuldade é estruturar uma equipe para cobrir um país continental como o nosso, de forma que, no fim do dia, você tenha uma coleta expressiva de informações, com imagem panorâmica dos postos, imagem do placar de preços na bomba, data, hora e geolocalização, para comprovar que o levantamento é acurado. Esse é o nosso know how.”

Para o CEO, foi essa entrega de produtos diferenciados, únicos, que abriu novas oportunidades de negócios, credenciando a Triad a participar do processo de seleção e ser uma das escolhidas para integrar o Scale Up Rio em 2017. Imediatamente, Assunção foi atraído pela abordagem do programa: “O objetivo, ficou claro para mim, era promover um ambiente, um ecossistema, como costumamos dizer, para empresas que não têm nenhum incentivo do Governo, nenhum incentivo tributário, mas são justamente aquelas que estão conseguindo gerar empregos e produzir dentro dessa economia caótica.”

A partir daí, a Triad se viu como parte de um grupo mais amplo. O CEO salienta que foi um processo de aprendizado: “Compartilhamos uma intensa troca de experiências, e também de inquietudes. Minhas dores eram as dores de outros empreendedores que tinham mais ou menos o mesmo tempo de empresa e faturamentos similares. Junto a isso, tivemos acesso a um manancial de conhecimento com as mentorias e à parceria com a Babson College.” Essa identificação, conclui, gerou um impulso decisivo: “Até na hora de sentar com o gerente do banco você se comporta de forma diferente, porque entende o seu

papel dentro de um contexto econômico.”

A empresa, no entanto, foi além desse reposicionamento. Apoiando-se no network desenvolvido e nas experiências compartilhadas, agiu em três outros eixos: reorganização interna; investimento no ecossistema das scale ups; diversificação de produtos.

“Terceirizamos processos do dia a dia, e eu deixei de fazer tudo que não era o meu core business. Assim, pude encaminhar minha energia para o que realmente agregava valor à Triad, o que teve um rápido impacto sobre o negócio”, enfatiza Assunção.

Ao mesmo tempo, ele aposta no peso das scale ups para ampliar sua presença no mercado e conseguir melhores condições de crédito: “Estamos fazendo um grupo de trabalho bem bacana com a AgeRio, dentro do programa, para criar lá um olhar para as scale ups, entendendo o papel multiplicador que elas têm na economia. Vamos buscar, no futuro, um rate de crédito específico com a agência. É um exemplo. Esse movimento conjunto cria possibilidades que não existiam.”

Corroborando esse diagnóstico, o planejamento estratégico da empresa prevê, até o fim do ano, um aumento significativo do portfólio de produtos. Assunção evita entrar em detalhes, mas deixa claro que estão sendo feitos os últimos ajustes em uma nova plataforma, que visa, segundo ele, “avançar na cadeia de valor do próprio setor de combustíveis, mas também fora dele”.

A Triad quer continuar crescendo, e disso o CEO não faz segredo.

Rio Oil & Gas para grandes e pequenos

Alexandre Gaspari

A recuperação do preço do petróleo no mercado internacional e o sucesso dos últimos leilões de blocos exploratórios de óleo e gás no pré e no pós-sal brasileiros prometem fazer da edição 2018 da Rio Oil & Gas um marco da retomada do setor no país. No evento, que será realizado de 24 a 27 de setembro, no Riocentro, cujo slogan é “Energia para transformar”, grandes companhias de petróleo e gás natural que não estiveram na edição de 2016, como BP, ExxonMobil, Modec e Vallourec, retornam à exposição, bem como Chevron, Repsol Sinopec e Equinor, que ainda participam como patrocinadoras.

O retorno de majors à maior feira de óleo e gás do Brasil, contudo, não é a única boa notícia deste ano. As empresas de pequeno porte estão

garantindo não apenas mais espaços para divulgar suas atividades, mas também terão acesso a informações e serviços para alavancar seus negócios e se situar de forma mais competitiva na cadeia produtiva de petróleo e gás natural. E essas oportunidades, como ocorre habitualmente, estão sendo lideradas pelo Sebrae.

Tradicional participante do evento, a entidade vai reeditar ações já consagradas em outras edições da Rio Oil & Gas, como a Rodada de Negócios, oportunidade em que pequenos empresários podem oferecer seus produtos e serviços a empresas de grande porte do setor. A rodada de 2018 irá reunir representantes de 33 grandes companhias e de mais de 350 micros e pequenas empresas. Entre as âncoras deste ano estão a Nuclep, a Sotreq e a Transpetro.

Por outro lado, o Sebrae trará novidades. A principal delas é a Rodada de Serviços, na qual empreendedores de pequeno porte poderão consultar variadas entidades – Banco do Brasil, Finep, Apex, Embrapii e Sebraetec, entre outras – para a promoção de seus negócios. “É uma oportunidade única de as pequenas empresas encontrarem em um mesmo local diversos provedores de serviços de variadas naturezas, como financeira, tecnológica e de exportação, entre outras”, avalia Antonio Batista, coordenador de Petróleo & Gás do Sebrae/RJ.

Outro diferencial será estratégico. “Nesta edição, o Sebrae estará na Rio Oil & Gas com uma visão diferenciada. Estamos integrando oito núcleos estaduais e o Sebrae nacional. Além do departamento do Rio, estarão presentes



Rodada de negócios Onip/Sebrae em edição anterior da Rio Oil & Gas

Fotos: Divulgação

os núcleos de Amazonas, Rio Grande do Norte, Sergipe, Bahia, Espírito Santo, Pernambuco e Alagoas. Juntos, desenvolvemos muitas atividades para mobilizar mais de 300 empresários apoiados por nós para participarem da feira, seja como expositores, seja como visitantes”, explica Batista.

Ilha Sebrae, Oil & Gas TechWeek e Rio além do Petróleo

Em seu estande institucional, o Sebrae vai fornecer informações gerais sobre a atuação da entidade no setor de óleo e gás, bem como prestar atendimento especializado a pequenos empresários sobre encadeamento produtivo e tecnológico, em parceria com grandes empresas. “Atualmente, o setor tem demandado muito que fornecedores utilizem as inovações tecnológicas da indústria 4.0, e muitas pequenas empresas ainda têm dificuldade de se adaptar a elas”, diz Batista.

A instituição também levará à Rio Oil & Gas o “Ilha Sebrae”. Nesse espaço, o Sebrae vai reunir 24 expositores apoiados pela entidade, de variadas regiões do país e diversos segmentos de bens e serviços utilizados pela indústria petrolífera. Além de companhias, como NCC, Drone Inspector e Vulcano, entre outras, o Ilha Sebrae irá abrigar estandes que vão apresentar ao público empresas dos estados do Amazonas, Bahia, Rio Grande do Norte e Sergipe.

Micros e pequenas empresas terão espaço, ainda, em uma área nobre da Rio Oil & Gas 2018: a Oil & Gas TechWeek, considerada o maior evento de tecnologia voltado para o setor de petróleo e gás realizado no Brasil. Além de mais de 20 palestras sobre o tema, o evento, que está em sua segunda edição brasileira, promete apresentar as últimas inovações tecnológicas na cadeia produtiva de petróleo e gás.

O último dia da Oil & Gas TechWeek vai ser dedicado ao corporate venture no Brasil, a ser realizado em parceria com o



Antonio Batista,
coordenador de
Petróleo & Gás do
Sebrae/RJ

Sebrae e a Apex. Cinco MPEs apoiadas pelo Sebrae vão expor tecnologias de última geração aplicadas à indústria de óleo e gás: BR2w, de Internet das Coisas (Iot); Rio Analytics e Intelie, de Bigdata/Analytics; PHDSOFT, de digitalização e digital twins; e INTCom, de ERP.

E como o Rio de Janeiro não é feito somente de petróleo e gás natural, o Sebrae resolveu apresentar outra novidade neste ano. Trata-se de uma exposição chamada “Rio além do Petróleo”. Este espaço vai abrigar diversos produtos fabricados por micros e pequenas empresas fluminenses apoiadas pelo Sebrae/RJ, das cadeias produtivas de alimentos e bebidas, moda e acessórios, joias e design.

“A ideia é divulgar diversos produtos nos quais o Rio também tem tradição, competência e qualidade. Como o evento é visitado por pessoas de todo o mundo, queremos fazer um espaço

pioneiro para que elas possam ver outras coisas que o Rio produz além do petróleo”, conta Batista.

Após três anos de dificuldades e estagnação, o coordenador de Petróleo & Gás do Sebrae/RJ acredita que essas ações são fundamentais para aproveitar o momento de retomada do setor de óleo e gás brasileiro. “Estamos muito otimistas. O setor inicia um novo ciclo no Brasil. As empresas estão muito mais preparadas, e o Sebrae está muito mais qualificado para ser o articulador entre as grandes companhias demandantes de bens e serviços, sejam operadoras ou epecistas, e as pequenas empresas fornecedoras. Nossa expectativa, portanto, é muito grande, não somente para posicionar o Sebrae como um player ativo e atuante no setor de petróleo e gás, mas também porque as pequenas empresas vão poder identificar muitas oportunidades”, finaliza Batista.

HUB

Economia Rio

Uma plataforma de negócios em defesa das empresas fluminenses

Participe!
Dê sua opinião.

+55 21 3970-1552
economiariorio.com