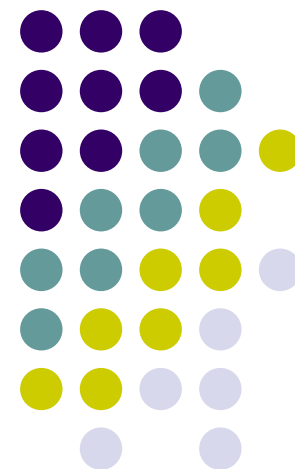


AÇÕES DE INOVAÇÃO NO PROJETO PROMOS/SEBRAE



CAMPINA GRANDE



**FOMENTO DA AÇÃO DO
CENTRO DE TECNOLOGIA DE
COURO E CALÇADOS**

**INSTALAÇÃO E
CAPACITAÇÃO PARA USO
DE CAD/CAM, COM
CAPACITAÇÃO PARA
DESIGN ESTRATÉGICO**

TOBIAS BARRETO



**CRIAÇÃO DE CENTRO DE
SERVIÇOS PARA O PÓLO DE
CONFECÇÃO E ARTESANATO**

**CAPACITAÇÃO PARA DESIGN
ESTRATÉGICO, VISANDO
ESTABELECEER RELAÇÃO ENTRE
ARTESANATO E CONFECÇÃO, A
PARTIR DE ELEMENTOS DA CULTURA
LOCAL**

**CRIADA A ASSOCIAÇÃO DE ARTESÃOS DE TOBIAS BARRETO,
NO SEGMENTO DE ARTESANATO DE LINHA, ENGLOBANDO SEIS
ASSOCIAÇÕES.**



CRIAÇÃO DO CENTRO DE ACABAMENTO PARA MOVELARIA

**CAPACITAÇÃO PARA DESIGN E
QUALIDADE DE ACABAMENTO DOS
MÓVEIS**

INSTALADO O NÚCLEO GESTOR DO DISTRITO INDUSTRIAL, FÓRUM
DISTRITAL DE PARAGOMINAS E COMITÊ ESTRATÉGICO EM BELÉM.
CRIADA REDE DE COMPRAS DA APIMOVEIS.

NOVA FRIBURGO



INÍCIO DE AÇÕES DE MARKETING TERRITORIAL

FASHION/RIO/BUSINESS: MARKETING COLETIVO. CONSTRUÇÃO DE COLEÇÕES DE FORMA ASSOCIATIVA COM O AUXÍLIO DE DESIGNER (PRODUTO EM PADRÕES GLOBAIS COM ICONOGRAFIA LOCAL).

NOVA FRIBURGO



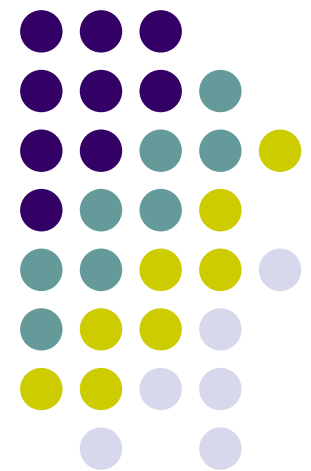
INÍCIO DO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS.

criação do **CONSELHO DA MODA**, com
cinco comitês técnicos e um comitê
gestor.

iniciado estudo de modelagem de um
centro de serviços.

formadas associação dos exportadores
de Nova Friburgo e uma cooperativa de
crédito.

PESQUISA INOVACÃO E CONHECIMENTO



CONHECIMENTO E INOVAÇÃO NO PROJETO PROMOS/SEBRAE

NÚMERO DE EMPRESAS PESQUISADAS

A pesquisa foi realizada nos 4 pólos do Projeto Promos/Sebrae em 2005. As empresas pesquisadas foram escolhidas entre o "grupo focal" do Projeto, de forma aleatória, buscando a representar o perfil preponderante de empresas em cada pólo. Como se trata de uma pesquisa qualitativa, não se preocupou com a formação de uma amostra estatisticamente representativa.

De acordo com os parâmetros de monitoramento e avaliação do Projeto Promos/Sebrae, o universo de empresas de cada um dos pólos pesquisados, bem como a amostra estatisticamente representativa e o tamanho do grupo focal, estão especificados na tabela abaixo. De acordo com esses parâmetros, a presente pesquisa trabalhou, em média, com 20% das empresas do grupo focal de cada pólo. Nesse caso, chama-se "Grupo Focal", as empresas atendidas mais intensamente pelo Projeto.

APL	UNIVERSO	AMOSTRA	GRUPO FOCAL
TOBIAS BARRETO	1.015	170	53
NOVA FRIBURGO	493	145	50
CAMPINA GRANDE	209	104	50
PARAGOMINAS	45	45	45

TABELA GERAL

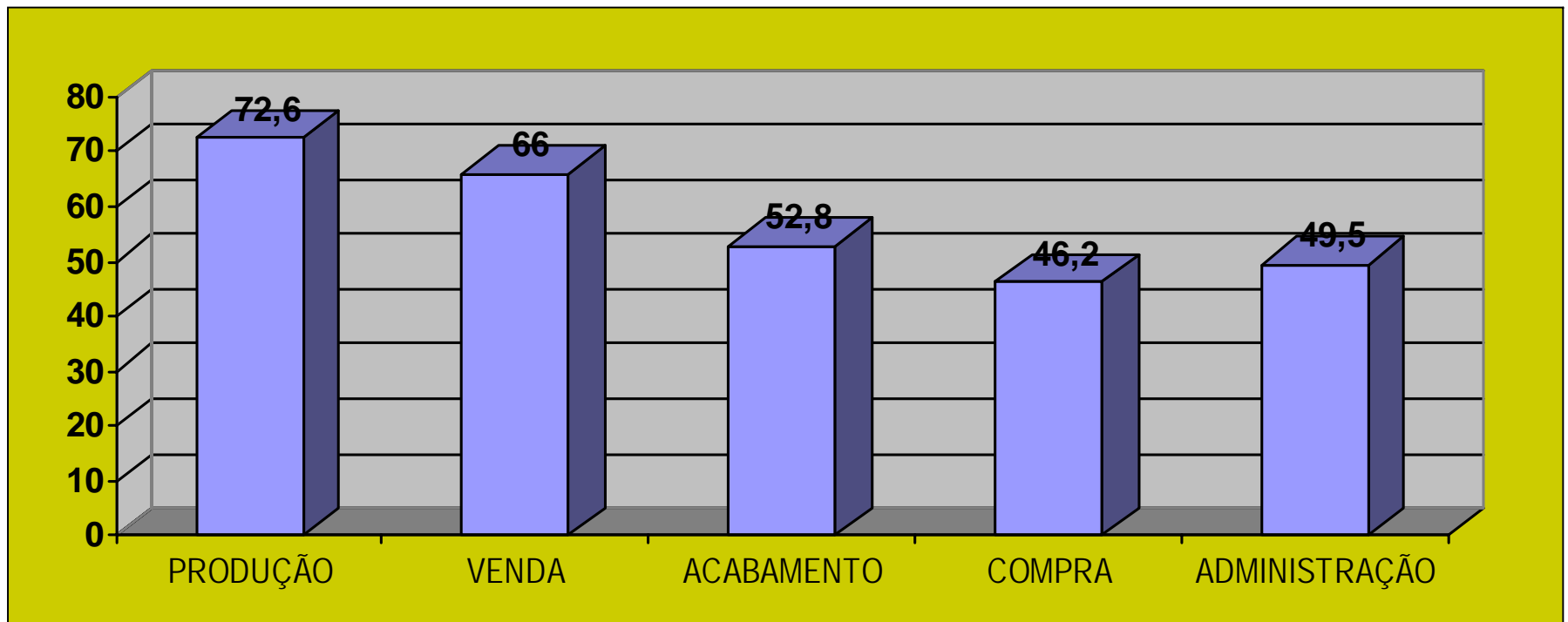
PÓLO	FREQ	PERC	
1-CAMPINA GRANDE	10	25%	
2-NOVA FRIBURGO	10	25%	
3-TOBIAS BARRETO	10	25%	
4-PARAGOMINAS	10	25%	
Total	40	100,0%	

ALGUNS CRITÉRIOS PARA A SELEÇÃO DAS EMPRESAS

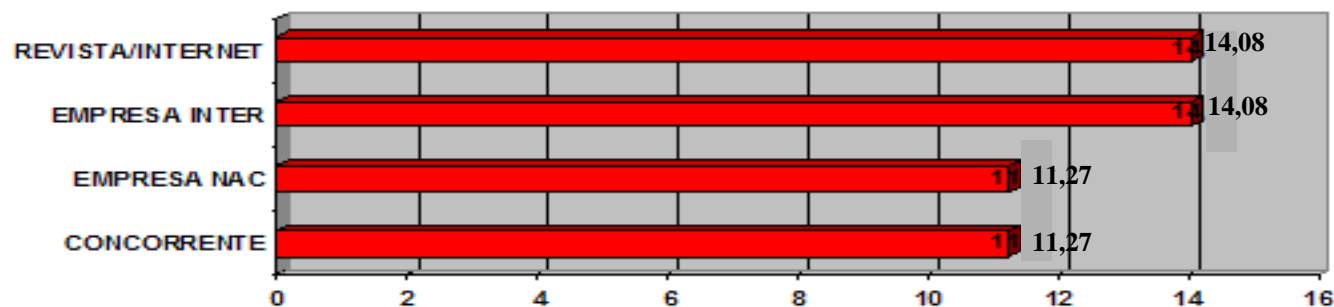
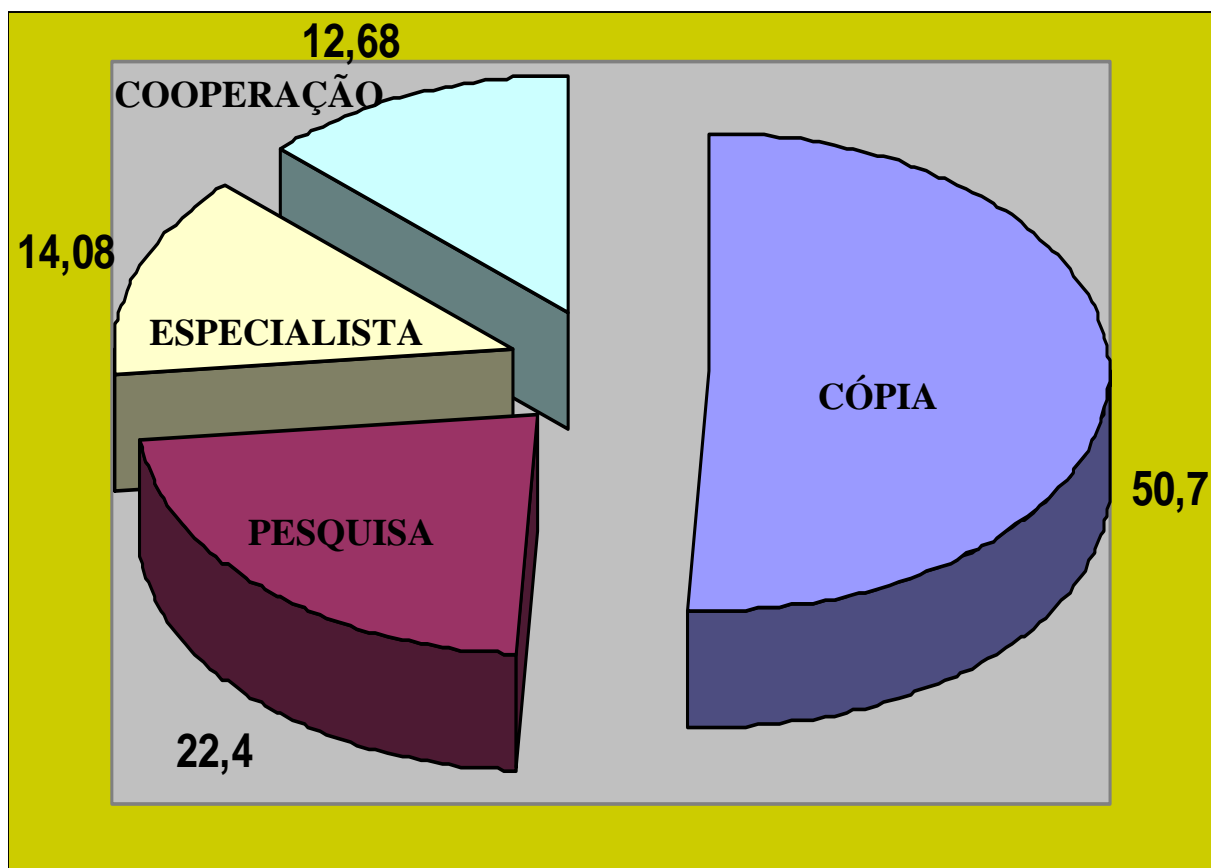
Foram escolhidas dois tipos de empresas: 50% de nível de desenvolvimento baixo e 50% entre as que já estão se destacando. A maioria delas tem poucos empregados e uma grande parte usa como canal de distribuição sacoleiras.

50% das empresas pesquisadas estão mudando o foco e 50% algumas estão na mesma situação desde a criação.

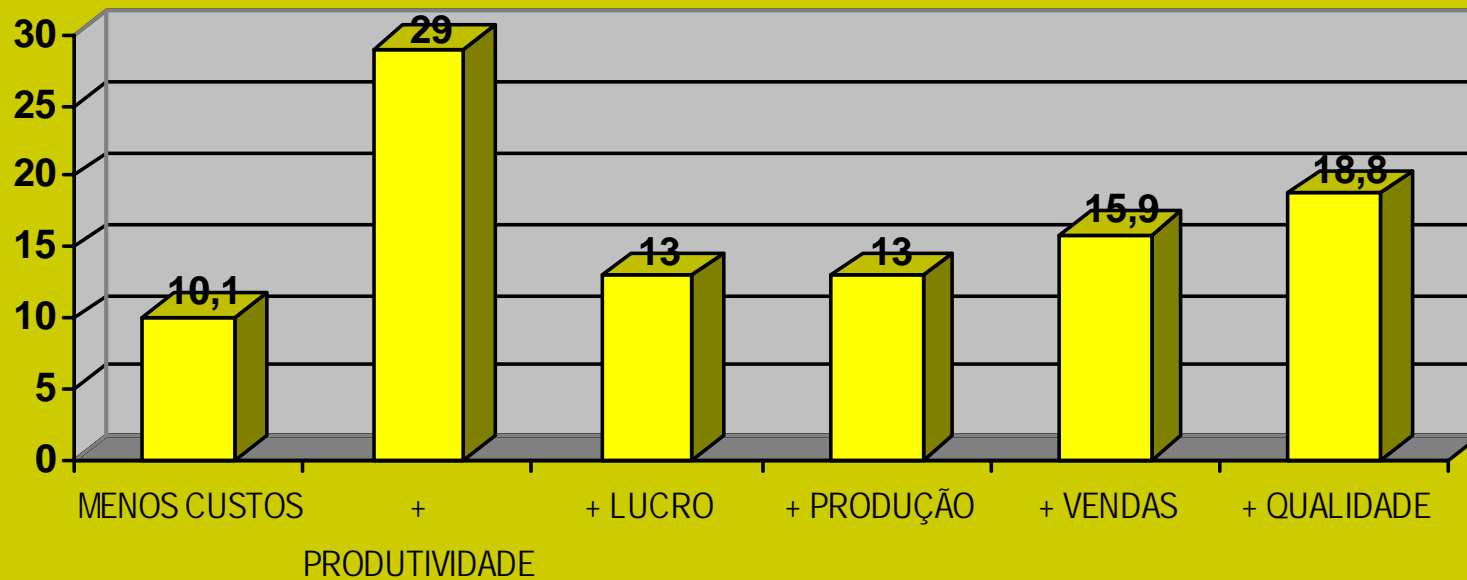
ONDE SE CONCENTRA O CONHECIMENTO DA SUA EMPRESA?



ORIGEM DO CONHECIMENTO DA SUA EMPRESA



IMPACTO DA INOVAÇÃO



ONDE SE DÁ A INOVAÇÃO DA SUA EMPRESA?

