

### ECONOMIA

Levantamento aponta Brasília como uma das quatro cidades do país com melhores condições para investir no negócio próprio. Marcas brasileiras de destaque falam ao **Correio** sobre conquistas e desafios

# A força da cultura empreendedora

» MILA FERREIRA  
» LETÍCIA GUEDES

Kayo Magalhães/CB/D.A Press



Julia Roseo e Bruna Carone criaram uma experiência diferenciada em uma esmateria, que resistiu à pandemia e duas gravidezes

Brasília é a quarta cidade mais empreendedora do Brasil. Segundo dados do Índice de Cidades Empreendedoras (ICE), que tem como objetivo analisar e comparar os ecossistemas empreendedores das 101 cidades mais populosas do Brasil, a capital do país fica atrás apenas de São Paulo, Florianópolis e Joinville. O índice é produzido pela Escola Nacional de Administração Pública (Enap). O relatório de 2023 havia mostrado Brasília na 69ª posição.

Apesar de ser uma jornada desafiadora, empreendedores brasileiros relatam que vale a pena apostar no próprio negócio. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Brasília conta com um total de 356.293 empresas cadastradas, entre Microempreendedores Individuais (MEI), Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). “Empreender é mais do que uma oportunidade, é uma questão de necessidade para o desenvolvimento regional. Quanto mais empresas, mais emprego, mais distribuição de renda e mais qualidade de vida para a população”, ressalta o gerente de estratégia e políticas públicas do Sebrae-DF, Jorge Adriano Soares da Silva.

O relatório do ICE avalia eixos como infraestrutura, mercado e cultura empreendedora. Brasília ocupa o terceiro lugar no tópico infraestrutura. Entre os principais fatores que fazem a capital do país se destacar nesse eixo, destacam-se os relacionados à conectividade rodoviária e ao número de decolagens aéreas na cidade, além das boas condições urbanas como velocidade da internet.

Em termos de mercado, Brasília também ocupa o terceiro lugar, principalmente pelo fato de ter o maior Produto Interno Bruto (PIB) per capita do Brasil. “Nós já somos considerados a terceira maior metrópole do Brasil. Brasília tem, realmente, um mercado consumidor muito atrativo, principalmente pela presença dos servidores públicos federais aqui na capital”, avalia o diretor do Sebrae-DF.

No tópico cultura empreendedora, a capital do país ocupou a quarta posição. Com elevados índices de consultas sobre empreendedorismo, a cidade tem um elevado engajamento da população sobre atividades empresariais. “Temos visto mais pessoas interessadas em empreender, procurando conteúdo sobre empreendedorismo, procurando o Sebrae para saber quais são as oportunidades de negócio, como podem pensar em negócios mais lucrativos e mais inovadores”, salienta Jorge Adriano Soares da Silva.

O presidente da Fecomércio-DF, José Aparecido Freire, destaca o papel do setor produtivo para o protagonismo de Brasília como cidade empreendedora. “Esse resultado se deve especialmente ao esforço conjunto das entidades de classes do setor produtivo e o poder público, que nos últimos anos construíram um ambiente de negócio atrativo, ágil, aliado à melhoria no acesso ao crédito, seguro juridicamente e simplificado”,

atribui. “Deve-se também ao espírito arrojado do empreendedor local e aos demais fatores determinantes para a efervescência e dinâmica da economia, tais como renda, infraestrutura, mercado e recursos humanos”, completa.

### Pioneirismo

A paixão por pipoca se transformou em um negócio lucrativo para Mariana Pereira. Em uma viagem aos Estados Unidos, viu uma loja especializada e percebeu que esse também podia ser um nicho de mercado no Brasil. Hoje, Mariana é proprietária da primeira loja do ramo do Brasil, a Tribeca.NY. “Sempre gostei de empreender, desde pequena. Sou formada em administração e, quando saí da faculdade, não queria fazer concurso. Foi quando vi a oportunidade de fazer algo diferente. Em julho, nossa loja completa uma década”, conta.

Mariana conta que, durante os 10 anos de empresa, vários desafios foram superados. “Passamos por greve dos caminhoneiros, impeachment, pandemia. Os fatores externos às vezes atrapalham, mas sempre conseguimos nos reinventar para não deixar de atender o público e continuar vendendo”, observa.

A empresária destaca a importância do marketing para a manutenção da relevância do negócio. “Trabalhamos com todas as redes sociais. Há pouco tempo, contratamos uma equipe de marketing. As redes sociais são uma vitrine do nosso negócio. Se a gente não é visto, não é notado, e a empresa não cresce”, comenta Mariana.

### Experiência

Aberto há cinco anos na capital, o espaço Uh Uh Uh que beleza!, localizado na 202 Norte, é, em Brasília, precursor no quesito Nail Art. As sócias Bruna Carone, 32, e Júlia Roseo, 31, descrevem que o salão é “mais que um local para fazer

Minervino Júnior/CB



Mariana Pereira é proprietária da primeira loja de pipoca do Brasil, criada há 10 anos na capital do país

**Quantidade de empresas no DF:**

Micro e Pequenas Empresas (MEI):

**198.817**

Microempresas (ME):

**131.834**

Empresas de Pequeno Porte (EPP):

**25.642**

\*Fonte: Sebrae

as unhas, mas uma experiência”. Quando Júlia teve a ideia de fundar o empreendimento, em 2019, almejava oferecer algo diferente ao

público, queria materializar suas criatividade, de maneira que jamais havia visto em outros lugares. “Nunca me vi em um escritório ou trabalhando para outra pessoa, sabe? Sou uma pessoa muito imaginativa, criativa, e eu queria materializar minhas criações, oferecer aquilo que eu procurava nos outros lugares”, revela.

Agenciadoras natas, Bruna e Júlia já haviam empreendido em outras áreas antes de fundar o espaço, o que contribuiu para que se sentissem encorajadas a arriscar. Júlia é sócia-proprietária da Fio Maravilha Barbearia, fundada em 2015, que funciona no mesmo prédio onde fica o salão. No caso de Bruna, a tentativa anterior não foi levada para frente, mas a auxiliou no entendimento do que precisava para alcançar o sucesso.

Após enfrentar diversos desafios na pandemia, especialmente com as medidas de lockdown, e encararem gravidezes, quase que ao mesmo tempo, as empresárias conseguiram se firmar na cena. Hoje, o estabelecimento recebe mensalmente cerca de 800 pessoas e conta com uma equipe de

quase 20 colaboradores.

Júlia relata que no início, quando fundou a barbearia, realizou um dos cursos oferecidos pelo Sebrae, que a ajudou no entendimento de certas questões da área. No entanto, foi na prática, em meio às adversidades, e trocando experiências com outros empreendedores, também iniciantes, que adquiriram novas aptidões.

Elas avaliam que o cenário brasileiro de empreendedorismo tem potencial para se consolidar em patamares ainda mais elevados. “Aqui tem tanta gente interessante e criativa, mas a cidade só vai acontecer se essas pessoas ficarem aqui e se arrissem, e eu sinto que as pessoas estão realmente começando a fazer isso”, diz Júlia. Bruna lembra que, anteriormente, o espaço foi, inclusive, procurado pelo Sebrae, após ter sido apontado como referência em atendimento.

### Suporte

O Sebrae oferece um suporte abrangente para quem quer começar a empreender, facilitando

### Índice nacional

A análise da Enap está dividida nos seguintes eixos determinantes: Ambiente Regulatório, Infraestrutura, Mercado, Acesso a Capital, Inovação, Capital Humano, Cultura Empreendedora. Os aspectos em que a capital federal manteve a melhor nota em 2024 foram:

#### Infraestrutura

» Destaque para conectividade viária e área, além da velocidade da internet

#### Mercado

» Destaque para o maior PIB per capita do Brasil

#### Cultura empreendedora

» Destaque para os elevados índices de consultas sobre empreendedorismo

a abertura e gestão de negócios. Entre as principais formas de auxílio estão políticas de desburocratização, que reduzem a complexidade dos processos administrativos; cursos, workshops e palestras de capacitação; consultorias personalizadas; ferramentas de gestão, entre outras.

O órgão conta ainda com o Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE), uma iniciativa que promove ações para fortalecer a cultura empreendedora em todos os níveis do ensino formal, tanto nas redes públicas quanto nas redes privadas (ensino fundamental, ensino médio, educação profissional e educação superior). “Só em 2023, mais de 458 mil alunos foram alcançados pelo Sebrae no DF com a pauta de empreendedorismo e 13 mil professores receberam algum tipo de formação do Sebrae para multiplicar esse conteúdo”, informou o gerente de estratégia e políticas públicas do Sebrae-DF, Jorge Adriano Soares da Silva.

### Indústria criativa

Mercado em ascensão no DF, a economia criativa tem movimentado bilhões de reais e impulsionado artistas, artesãos, designers, escritores, entre outros profissionais da área criativa. Segundo dados do 2º Relatório Panorama Economia Criativa, da Universidade Católica de Brasília (UCB), somente em 2022, o segmento gerou mais de R\$ 9 bilhões à economia do Distrito Federal.

A economia criativa compreende ações que resultam em bens culturais, artísticos e inovadores com o uso da criatividade, como: costura, marcenaria, moda, design, literatura, música e até a montagem de palcos para shows e eventos. Um total de 60% dos agentes criativos do DF está concentrado na categoria Indústrias Criativas Complexas, isto é, publicidade, educação, turismo, eventos, feiras, festas, software, mídias (TV, rádio, jornal e conteúdo digital), audiovisual, arquitetura, moda, gastronomia e jogos.