

HISTÓRIAS DE SUCESSO



NOV-DEZ | 2025 | ANO 4 | Nº 020

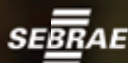
INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

MEMÓRIA, CULTURA E MODO DE VIVER VALORIZADOS

Turismo amplia oportunidades de
trabalho e renda em comunidade
quilombola de Paracatu

PROGRAMA APOIA PEQUENOS NEGÓCIOS EM VILAS E FAVELAS DE CINCO MUNICÍPIOS MINEIROS

SEBRAE MINAS INCENTIVA EMPREENDEDORES DA MODA A REPENSAREM PROCESSO PRODUTIVO



DESENVOLVIMENTO
SOCIAL



MINAS
GERAIS

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

TÁ NO
COMUNIDADE
EMPREENDEDORA?

MANDOU
bem

O Programa Comunidade Empreendedora é pra você que corre por conta própria, faz doce pra vender, tem seu salão, seu mercadinho, lojinha, açai, oficina ou outros negócios, ou sonha em ser dono do próprio nariz!

É gratuito e você só tem a ganhar. Participe!

ACESSE oferta.sebraemg.com.br/comunidade-empreendedora E SAIBA MAIS.

CONEXÕES COM PROPÓSITO



Mergulhar no dia a dia de comunidades que preservam saberes e tradições de seus ancestrais, estabelecendo vínculos de convivência e troca de conhecimentos, é um desejo crescente entre pessoas que viajam em busca de conexões com propósito.

Essa tendência orienta as ações do Sebrae Minas no desenvolvimento de projetos de turismo de base comunitária, como o Quilombo São Domingos, localizado em Paracatu, no Noroeste de Minas Gerais. As experiências turísticas na comunidade foram construídas em conjunto com a comunidade local, reforçando os objetivos de valorizar sua história e preservar seus modos de vida.

Nesta edição da Histórias de Sucesso, contamos como esse projeto amplia as perspectivas de geração de trabalho e renda nessa comunidade remanescente de escravizados, gerando senso de pertencimento e orgulho para as pessoas que vivem ali.

A revista também reúne histórias de empreendedoras de vilas e favelas de BH, Divinópolis e Montes Claros que, com o apoio do programa Comunidade Empreendedora, encontraram novos rumos para seus negócios e suas vidas.

Boa leitura!



Alessandro Carvalho

MARCELO DE SOUZA E SILVA

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

**HISTÓRIAS DE
SUCESSO**

SUMÁRIO

6

O Sebrae Minas incentiva empreendedores do setor de moda a repensarem todo o seu processo produtivo com o Programa Integra Moda Circular



12



Em São Tiago, no Campo das Vertentes, a fabricação de biscoitos gera cerca de 3 mil empregos diretos e indiretos e é responsável por 51% da renda do município



16

Programa Comunidade Empreendedora apoia pequenos negócios em vilas e favelas

Use o celular para ler o QR Code e assistir à videorreportagem.



Arquivo pessoal

40

O cinegrafista Olavo Maneira fala sobre sua trajetória no mercado audiovisual



42



NOV-DEZ | 2025 | ANO 4 | Nº 020

EXPEDIENTE

Conselho Deliberativo do Sebrae Minas

Banco do Brasil, BDMG, CDL-BH, Caixa, Ciemg, Faemg, Fapemig, Fecomércio, Federaminas, Fiemg, Indi, Ocemg, Sebrae NA, Seplag e Sedectes

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae Minas
Marcelo de Souza e Silva

Superintendente: Afonso Maria Rocha
Diretor Técnico: Douglas Augusto Oliveira Cabido
Diretor de Operações: Marden Magalhães

Conselho Editorial:

Bárbara Sarto, Bruno Ramos, Bruno Ventura, Danielle Fantini, Débora de Souza, Gustavo Moratori, Izabella Campos, Jamille Atizore, Jefferson Ferreira, Maria Teresa Freitas, Karine Martinez, Laurana Viana, Loidiana Perazzo, Paulo César Veríssimo, Rachel Dornelas, Rafael Tunes, Rosely Maria Vaz, Stella Maris de Paula

Gerente de Comunicação e Marketing: Leonardo Iglesias
Jornalista responsável: Aline Freitas – MTB 09007/MG
Periodicidade: Bimestral

Redação:

Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada – Belo Horizonte, Minas Gerais – CEP: 30.431-285 – 0800 570 0800
sebrae.com.br/minasgerais

NOV-DEZ | 2025 | ANO 4 | Nº 020



Dante Bragança

22

O Quilombo São Domingos, no Noroeste do estado, inaugura uma nova frente de atuação do Sebrae Minas: o turismo de base comunitária. O trabalho valoriza a memória, a cultura e o modo de viver do local, onde tradições ancestrais são cultivadas há mais de três séculos.

Assista à videorreportagem na Revista Histórias de Sucesso digital. Use o QR Code para acessar.



30 **PREPARA GASTRONOMIA**

Festivais apoiados pelo Programa Prepara Gastronomia movimentaram cerca de R\$ 10 milhões em negócios durante 2025

36

Com biomas, culturas e atrativos diferenciados, Minas Gerais é eleito um dos melhores destinos em 2026. Confira na entrevista detalhes sobre esse marco e os trabalhos do Sebrae Minas em prol do turismo.

Adobe Stock



Sabia que os negócios de alimentação fora do lar devem atender a uma série de pré-requisitos abarcados sob a sigla ESG (que, em português, significa ambiental, social e governança)?

Arquivo Sebrae Minas



44

1º Concurso de Quitandas e Confeitaria Mineira buscou valorizar a cultura e o turismo gastronômico de Minas Gerais

46

10ª edição da MAX – Minas Gerais Audiovisual Expo promoveu uma das maiores rodadas de negócios da história do evento

ACESSE TAMBÉM
A REVISTA HISTÓRIAS
DE SUCESSO DIGITAL



revistahistoriasdesucesso.sebraemg.com.br

Prefácio Comunicação

Editoras: Ana Luíza Purri e Cristina Mota

Reportagens: Alexandre Magalhães, Cristina Mota,

Josie Menezes e Thais Nascimento

Revisão: Luciana Oliveira

Projeto gráfico: Tércio Lemos

Design e diagramação: Camila Janaina

Podcasts

Produção: Cristina Mota

Roteiro e apresentação: Bruno Assis

Edição: Domenica Mendes

Videorreportagens

Produção e roteiro: Cristina Mota

Apresentação: Cristina Mota

Edição: Dante Bragança

HISTÓRIAS DE
SUCESSO

SEBRAE



Matheus Garcia

Na empresa de Antônio Santos, o que antes era resíduo passou a ser considerado recurso

A MODA É SER CONSCIENTE

Programa Moda Circular incentiva empreendedores a repensar processos, preservar recursos e reduzir impactos ambientais do setor

JOSIE MENEZES

Em sua essência, a moda é uma expressão de cultura e identidade. E, por trás do glamour das passarelas e das vitrines, é preciso ter atenção ao fato de esta ser uma das indústrias mais poluentes do planeta, atrás apenas da petrolífera. A produção de roupas chega a gerar 8% do volume global de emissões de carbono anualmente, com 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis produzidos a cada ano no mundo, conforme pesquisa realizada pela Global Fashion

Agenda (GFA). Os dados mostram ainda que cerca de 30% das roupas produzidas nunca chegam a ser vendidas, e 15% dos tecidos são descartados ainda na etapa de corte, muitas vezes em aterros e lixões.

Como resposta a esse cenário alarmante, um modelo vem despontando para preservar a sustentabilidade das empresas do setor têxtil: a moda circular. Levantamento recente do Sebrae Minas aponta esse caminho como uma das principais tendências

para o setor, com previsão de representar 23% do mercado global até 2030, movimentando cerca de US\$ 700 bilhões.

Nesse contexto de crise e oportunidade, o Sebrae Minas incentiva empreendedores a repensarem todo o seu processo produtivo com o Programa Integra Moda Circular. A iniciativa, parte de uma ação maior, o Integra Moda (veja box na página 11), vem sendo trabalhada em uma etapa-piloto nas cidades de Belo Horizonte e Uberlândia, com o intuito de consolidar o avanço das empresas rumo a modelos mais circulares e competitivos. O objetivo é reduzir desperdícios ambientais e financeiros na indústria da moda, além de prestar suporte técnico e criativo para aprimorar o posicionamento estratégico das marcas, por meio de ações como reaproveitamento de recursos e iniciativas socioambientais. São 204 horas de atividades, divididas entre os 20 empreendedores, que passam por diferentes etapas de capacitação e acompanhamento.

PASSO A PASSO

A jornada Integra Moda Circular tem início com uma sensibilização, voltada à introdução sobre os conceitos da economia circular e seu potencial estratégico para o setor da moda. Na sequência, há consultorias individuais, que atendem às necessidades de cada empresa. Para isso, o Sebrae Minas realiza um diagnóstico em que avalia o grau de maturidade ESG e identifica desafios e oportunidades de implementação de práticas sustentáveis.

Cumprida essa etapa, é elaborado um plano de implementação da circularidade, com consultorias individualizadas para transformar processos produtivos e adotar



**92 MILHÕES
DE TONELADAS
DE RESÍDUOS
TÊXTEIS SÃO
PRODUZIDOS A
CADA ANO NO
MUNDO**

estratégias regenerativas, de reutilização e logística reversa. Para finalizar, cada empresa recebe acompanhamento para implementação do plano, fase dedicada ao monitoramento dos resultados, ajustes estratégicos e mensuração dos impactos ambientais e econômicos gerados.

De acordo com Raquel Canaan, analista do Sebrae Minas, o programa aponta novos caminhos ao mostrar a quem empreende o quanto a moda sustentável passou a ser um diferencial competitivo. Para além disso, a iniciativa faz um alerta às empresas: quem não entender a importância da logística reversa e da gestão de resíduos pode estar fora do mercado em poucos anos. “O consumidor mudou e está mais exigente e consciente. Trouxemos o Integra Moda Circular para auxiliar empreendedores com um diagnóstico preciso sobre os pontos de melhoria necessários à gestão do negócio. Além disso, há marcas que já nasceram com a pegada da sustentabilidade e não sabiam como comunicar isso como diferencial. Por meio do programa, nós as ensinamos a se posicionarem estrategicamente”, completa.

Os dados mostram a urgência dessa



Carla Rocha criou uma coleção de roupas com reaproveitamento de tecidos

mudança de mentalidade em toda a cadeia produtiva: no mundo, cerca de US\$ 500 bilhões em roupas com pouco uso são jogados fora a cada ano, segundo estimativas da Comissão Econômica das Nações Unidas para a Europa (Unece). “Esse é o primeiro programa no Brasil que faz a tradução do mercado para empreendedores de pequenos negócios. É papel do Sebrae trazer essa conscientização e ajudá-los a se posicionarem e a potencializarem o seu negócio”, explica Raquel.

CENÁRIO NACIONAL

De acordo com a Associação Brasileira de Resíduos e Meio Ambiente (Abrema), o Brasil gera cerca de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano. Essa realidade e as novas preocupações de empresas e da sociedade têm levado a ações como reuso, customizações e aluguel de roupas, além da produção consciente e do uso de tecidos sustentáveis. O crescimento é palpável: informações divulgadas pelo Sebrae Paraná apontam que o Brasil já conta com mais de 118 mil brechós ativos, um reflexo da mudança de comportamento do consumidor.

Nesse cenário de mudança, a empreendedora mineira Carla Fernanda da Silva Rocha, à frente da Carla Rocha Couture (@use.Carlarocha), encontrou um novo caminho para se alinhar à agenda global de sustentabilidade. Participante do Programa Integra Moda Circular, ela está reescrevendo a história de seu ateliê em Belo Horizonte. A marca, conhecida por criar roupas sob medida com técnica e exclusividade, agora abraça a economia circular. “Aprendi tanto com a mentoria que fiz quase uma coleção inteira com reaproveitamento de tecidos, com cortes e peças que estavam parados. Uma coleção de moda autoral bem pensada e planejada, que foi um sucesso!”, comemora a empresária.

Além da redução de desperdícios e do reaproveitamento de insumos, ao integrar práticas circulares, Carla está aprimorando a gestão e a competitividade de seu negócio. Ela explica que todo o processo de modelagens passou a ser feito num programa específico. “Agora, já faço o mapa para reduzir bastante o desperdício de tecidos, que se tornou quase zero. As pequenas sobras

INTEGRA MODA EM 2025*



1.274
empresas
participantes

2.713
atendimentos

53
cidades atendidas

12% A 32%

de aumento no
faturamento médio das
empresas participantes



+de
R\$6 MILHÕES
em negócios gerados



7.646

horas de
consultoria



* Dados de janeiro a novembro

viram sacolas, como aprendemos na mentoria”, explica. A empresária planeja aumentar o faturamento no próximo ano e reconhece que, em seu ateliê, ainda há pontos a serem modificados. O foco de Carla para

2026 será o redesenho de processos e a extensão do ciclo de vida dos produtos, para ressignificar tecidos e economizar material.

Quem também está em sintonia com essa transformação é Antônio Donizeti dos

Santos, da Globo EPI, empresa de Uberlândia que há mais de 20 anos atua no mercado de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), atendendo a vários estados no Norte, Nordeste e Sudeste. O empreendedor descreve que o principal aprendizado obtido no Integra Moda Circular foi sobre a logística reversa e a importância do melhor aproveitamento, transformando o que antes era resíduo em recurso. Isso resultou no resgate de quase 2 mil conjuntos que seriam descartados por pequenas inconformidades. “São peças que não passaram no crivo de qualidade por terem pequenas manchas ou algo do tipo, mas a efetividade do produto é a mesma”, diz. Em vez de descartar, Donizeti

venderá as peças a preços mais acessíveis, movimentando o estoque e transformando o valor em matéria-prima de alto giro.

O programa do Sebrae Minas também despertou na Globo EPI a necessidade de investimento em tecnologia e capacitação. A empresa já promoveu um treinamento para a equipe de corte no sistema Audaces, visando reduzir ainda mais as perdas e aumentar a produtividade no corte. “Estamos focados para ter o mínimo possível de resíduo. E o que tiver, nós vamos descartar corretamente, visto que a consciência ambiental é importante e as empresas que não se adequarem serão penalizadas”, prevê Donizeti.

CURSO GESTÃO INTELIGENTE NA MODA: MAIS RESULTADOS

Tem conteúdo disponível gratuitamente na plataforma Sebrae Play para pessoas que empreendem no segmento da moda e desejam tornar seus negócios mais competitivos, inovadores e sustentáveis. É o curso “Gestão Inteligente na Moda com mais resultados”. São dois módulos, com quatro horas de aulas no total, apresentando conceitos e exemplos que podem inspirar a marca e inovar o negócio. É uma boa chance de conhecer ferramentas para analisar oportunidades e desafios no universo da moda.



ACESSE

SEJA VOCÊ EMPRESÁRIO DE ATELIÊS, LOJAS OU PEQUENAS CONFECÇÕES, NÃO PERCA TEMPO. USE O QR CODE PARA FAZER O CURSO.



ESTRATÉGIA INTEGRA MODA

Arquivo Sebrae Minas



Integra Moda Negócios alcançou R\$ 2,5 milhões em prospecção de vendas e mais de 60 mil peças vendidas

O Integra Moda é uma estratégia para fortalecer a cadeia produtiva do setor no estado. O objetivo é valorizar a diversidade e as expertises dos polos, impulsionando o empreendedorismo no setor e fortalecendo diversos segmentos da cadeia produtiva da moda em Minas Gerais. Em 2025, 1.274 micro e pequenas empresas foram capacitadas em 7.646 horas de consultoria. Como resultado, algumas chegaram a atingir 32% de aumento no faturamento médio anual.

Uma ação de destaque é o evento Integra Moda Negócios, no qual as empresas apresentam seus produtos a compradores qualificados de várias regiões do país. Neste ano, o evento, realizado em agosto, alcançou o marco de R\$ 2,5 milhões em prospecção de vendas e mais de 60 mil peças vendidas. Foram 115 compradores negociando com 49 empresários de marcas mineiras. O resultado do evento superou em 25% o total vendido na edição de 2024.

CAPITAL MINEIRA DO BISCOITO

Empresários de São Tiago unem forças e multiplicam resultados

THAÍS NASCIMENTO



Dante Bragança

Narayana Resende é diretora da Central de Negócios Fortmais, que tem a marca própria, a Santimaís

No coração do Campo das Vertentes, a 200 km de Belo Horizonte, São Tiago é reconhecida por uma tradição que atravessa gerações: a produção dos biscoitos, que há séculos faz parte do dia a dia da cidade. Com pouco mais de 11,5 mil habitantes e 78 fábricas em atividade, o município transformou uma prática familiar em oportunidade econômica. São cerca de 500

toneladas produzidas diariamente, gerando cerca de 3 mil empregos diretos e indiretos, com movimentação mensal de cerca de R\$ 15 milhões em vendas – 51% da renda gerada no município.

Conhecida como a “Terra do Café com Biscoito”, São Tiago nasceu da hospitalidade. No século 18, no início de sua ocupação, os moradores montavam mesas fartas de

café com biscoitos de fubá e polvilho para receber os tropeiros. As receitas foram repassadas às novas gerações, preservando o sabor da memória e do acolhimento do povo. Com o tempo, esse costume ultrapassou a porta das casas e ganhou festas, celebrações e um lugar no roteiro dos viajantes.

Como forma de agregar valor à tradição, na década de 1990 surgiram as primeiras fábricas de biscoito, profissionalizando um saber que já era patrimônio. Já no ano de 1999 nasceu a Festa Café com Biscoito, que, em setembro, atrai turistas de todo o país. O reconhecimento oficial veio em 2013, com a **Indicação Geográfica** para os biscoitos de São Tiago, tornando o território único no mundo por esse título.

Entretanto, a pandemia da Covid-19 e o impacto do dólar sobre o preço do trigo exigiram união e criatividade das fábricas. “O aumento dos custos impactou em cheio o setor, e isso motivou os empresários de São Tiago a se unirem em busca de soluções”, lembra o analista do Sebrae Minas Luiz Paulo Rezende.

E foi justamente desse espírito coletivo que surgiu a Central de Negócios Fortmais, fortalecendo o setor e abrindo novos caminhos para perpetuar a tradição dos biscoitos em São Tiago.

UNIÃO POR RESULTADOS

Criada em 2020, a Central de Negócios Fortmais é formada por dez fábricas, a maioria de pequeno porte. Com a união, as empresas economizam, atualmente, cerca de R\$ 25 mil na compra conjunta de insumos. “O Sebrae veio com uma quebra de paradigmas e mudança de cultura para o território. Você não precisa enxergar o

Dante Bragança



Eduardo Parreiras dá continuidade ao negócio criado pela sogra há 25 anos

próximo como seu concorrente, mas como aliado. As dez indústrias, juntas, podem fazer algo grandioso e produzir altos volumes”, afirma Narayana Resende, diretora da Fortmais e sócia da Biscuits Mineirinho, participante da Central.

Entre as ações realizadas pelo Sebrae Minas com o grupo estão uma análise robusta de viabilidade econômica e tributária das empresas, que resultou na implantação de uma fábrica da Central em 2024; a realização de consultorias em tributação; o desenvolvimento de novos produtos, que estão sendo fornecidos para outras empresas por meio da marca própria da Central, a Santimais; e a melhoria do layout produtivo, como preparação para uma futura expan-

REGISTRO LEGAL CONCEDIDO PELO INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI), QUE IDENTIFICA PRODUTOS OU SERVIÇOS CUJAS QUALIDADES, CARACTERÍSTICAS OU REPUTAÇÃO ESTEJAM DIRETAMENTE LIGADAS À SUA ORIGEM GEOGRÁFICA.

são industrial. Além disso, foi promovida, em 2024, uma missão técnica à fábrica da Marilan e ao Senai Marília, em São Paulo, polo que é referência nacional na fabricação de chocolates e biscoitos.

Atualmente, a Fortmais conta com 24 colaboradores, produz cerca de 12 toneladas e fatura, em média, R\$ 7 milhões ao ano. “Digo que estamos à frente do mercado. Depois da Central, temos acompanhamento e mais cautela nas decisões, compartilhamos ideias e experiências. Hoje, a Central representa o apoio que nós, sócios, temos uns nos outros”, afirma Narayana.

TRADIÇÃO PRESERVADA

A prova viva do sucesso da Fortmais é como ela transformou os empreendedores da região, a exemplo de Eduardo Parreiras, CEO da Biscoito Rosa de Minas. A empresa foi criada há 25 anos pela sogra de Eduardo, Rosilda Resende Santos, carinhosamente conhecida como “Dona Rosa”, que trabalhou por anos em uma fábrica da região e depois passou a produzir seus biscoitos em casa. À medida que as encomendas aumentavam, a família se juntava ao negócio, e a cozinha se transformou em uma pequena indústria. Eduardo trabalhava em uma empresa de laticínios quando decidiu dar um novo rumo à própria trajetória e ao empreendimento.

A participação da empresa na Central fortaleceu ainda mais a jornada da família, por meio da união e cooperação. “Tudo que vamos negociar hoje é em conjunto. Se algum empresário está com dificuldade na produção, o outro ajuda. Hoje, não nos enxergamos como concorrentes, mas como parceiros”, afirma Eduardo.

A Biscoito Rosa de Minas mantém 35 co-

laboradores e leva seus produtos para diversas regiões do país. O empresário conta que, agora, o foco é seguir aprimorando processos para atender cada vez mais mercados.

Outro exemplo de impacto positivo da cooperação no setor é o da proprietária e gerente do Biscoitos Tia Lena, Juraci Oliveira. O negócio começou de forma simples, dentro da casa de sua mãe, em 1999, para atender o comércio da cidade. Com o crescimento da demanda e o surgimento de novas oportunidades, ela e a irmã, Silvânia Oliveira, também sócia da empresa, passaram a atuar sistematicamente, para ganhar escala. O que era uma venda pontual para a vizinhança se expandiu para outros municípios e, depois, para diferentes estados, impulsionando investimentos em estrutura e profissionalização.

A entrada da empresa na Fortmais pavimentou um novo ciclo de crescimento, que permitiu o aprimoramento do trabalho em conjunto com outros empreendedores. “Com a ajuda do Sebrae, nós, sócios da Fortmais, estamos sempre fazendo cursos e participando de feiras. Hoje, por meio da Central, conseguimos fazer compras em conjunto com melhores preços e estamos mais fortalecidos.” Atualmente, a Biscoitos tem 23 empregados, fornece para estados como São Paulo e Rio de Janeiro e tem pretensões de, no futuro, investir em mecanização, como forma de solucionar o desafio da mão de obra.

EXPANSÃO

A Central Fortmais está em movimento de expansão, e entre as ações estão estudos para a abertura de mais uma fábrica, que ampliará a capacidade atual de produ-

ção. Além disso, a Central criou ao longo de 2025 a marca própria Santimais,, como forma de se tornar mais estratégica. “Começamos a conhecer o universo de marca própria e tivemos algumas demandas de empresas grandes, que inserimos no processo para dar vazão rápida ao nosso produto”, afirma a diretora da Central.

No final de 2025, o grupo fechou parcerias estratégicas para fornecimento de biscoitos para duas grandes marcas, que já firmaram contratos. Já em 2026, o foco é aprimorar estudos para o lançamento de produtos da marca própria para o público geral. A estratégia se soma ao compromisso de fortalecer a Santimais, uma referência na região e peça central do portfólio.



Juraci Oliveira pretende investir em mecanização na Biscoitos Tia Lena

IGUARIA DE SUCESSO

PRODUÇÃO DE BISCOITOS EM SÃO TIAGO



78 fábricas em atividade



500 toneladas de biscoitos produzidas diariamente



3 MIL empregos diretos e indiretos



R\$ 15 MILHÕES em vendas por mês

A CENTRAL DE NEGÓCIOS FORTMAIS



10 fábricas participantes



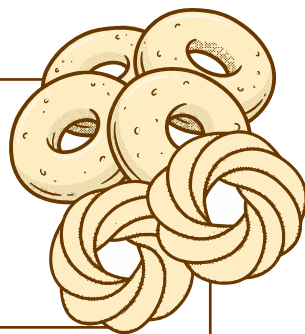
12 toneladas de biscoitos produzidas diariamente



24 empregados



R\$ 7 MILHÕES de faturamento por ano





Salon Queiroz

Beatriz Silva afirma que o Comunidade Empreendedora devolveu sua autoconfiança

DA NECESSIDADE À OPORTUNIDADE

Programa Comunidade Empreendedora apoia pequenos negócios em vilas e favelas de cinco municípios mineiros

ALEXANDRE MAGALHÃES

De acordo com o Censo Demográfico 2022, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), naquele ano o Brasil tinha 12.348 favelas e comunidades urbanas, distribuídas em 656 municípios. Os habitantes desses lo-

cais chegavam a 16,4 milhões – 8,1% dos brasileiros –, em geral, menos capacitados e, portanto, em condição desfavorável na disputa por ocupações e salários. Não por acaso, segundo levantamento do Data Favela, instituto de pes-

quisa que há 12 anos produz dados estatísticos relativos a esses espaços, seis em cada dez moradores de vilas e favelas que se dedicam ao empreendedorismo o fazem por necessidade – os quatro restantes empreendem por oportunidade, motivados, sobretudo, pela elevada densidade populacional que caracteriza tais áreas.

Para contribuir para o fortalecimento dos negócios ali existentes, gerar novas oportunidades de emprego e renda e transformar realidades individuais e coletivas, o Sebrae Minas pôs em prática, há pouco mais de três anos, o Programa Comunidade Empreendedora, que assiste pessoas que por algum motivo decidiram montar um negócio. Logo, porém, ficou claro que, para dar certo, a iniciativa demandaria parcerias. A partir daí, foi estruturada uma rede de apoio com a participação de atores das próprias localidades e do poder público. E, dos mais de 9 mil negócios formais e informais mapeados em cinco municípios mineiros, 700 já receberam orientação por meio de consultoria especializada disponibilizada pelo Sebrae.

“Há muita potência nos territórios, boas ideias e força de vontade, mas poucas oportunidades. São pessoas empreendedoras por natureza, mas em geral faltam a elas noções de organização, gestão financeira e de clientes. São essas lacunas que o Comunidade Empreendedora busca preencher”, diz a analista do Sebrae Minas Michelle Noronha, coordenadora estadual do programa.

COMBATE À DESIGUALDADE

No segundo trimestre de 2025, o Índice de Gini – medidor de desigualdade utilizado pelo IBGE, que varia de 1 a 10 (grau máximo) – alcançou 0,514 no Brasil. Comparado ao ápice registrado durante a pandemia de Covid-19,



HÁ MUITA POTÊNCIA NOS TERRITÓRIOS, BOAS IDEIAS E FORÇA DE VONTADE, MAS POUCAS OPORTUNIDADES

MICHELLE NORONHA
ANALISTA DO SEBRAE MINAS



houve um recuo. No entanto, ainda é expressiva a distância que separa remediados e pobres no país. De outro lado, moradores de comunidades urbanas compõem a parcela da população com maior potencial para encurtar esse intervalo.

Exatamente por isso, o Sebrae Minas estruturou sua atuação em áreas desfavorecidas economicamente com o Comunidade Empreendedora. O primeiro passo foi dado em 2023, ano em que agentes a serviço da instituição e servidores da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Social (Sedese) iniciaram um mapeamento de negócios existentes em vilas e favelas de Belo Horizonte, Betim, Divinópolis e Montes Claros – no ano seguinte, Ribeirão das Neves foi adicionada ao rol de municípios. O objetivo era saber quem eram os empreendedores e em que segmentos atuavam.

Em 2024, a metodologia foi reformulada e o mapeamento incluiu a apresentação de uma relação de ideias e pequenas ações des-

ASSISTA

VEJA A VIDEOREPORTAGEM
NA REVISTA DIGITAL.



tinadas a operar uma primeira transformação nos negócios, tendo em vista a necessidade de oferecer uma possibilidade de ganho imediato ao público-alvo do programa. E, como o nível de desconfiança com que o programa ainda era visto poderia ameaçar a continuidade das ações, agentes identificados nos territórios visitados – eles próprios, empreendedores – passaram a ser capacitados para acompanhar os demais negócios, de modo a fortalecer uma conexão real entre o Comunidade Empreendedora e aqueles que a iniciativa pretendia alcançar.

Em paralelo, com base nas indicações fornecidas pelo mapeamento e no conhecimento das lideranças comunitárias, a Sedese passou a ofertar cursos técnicos profissionalizantes (introdução a serviços de cozinha, beleza, marketing digital e estilo pessoal, entre outros) adaptados às necessidades de cada localidade.

TRILHA CONTINUADA

Já a partir de fevereiro de 2025, os empreendedores (formais e informais), selecionados por meio do programa, passaram a ter acesso a uma trilha continuada oferecida pelo Sebrae Minas, composta por quatro encontros individuais de duas horas cada um, destinados a tratar de quatro temas principais: comportamento empreendedor, vendas, finanças e comunicação. Para isso, os agentes foram treinados em uma metodologia específica para o programa, que traz importantes conceitos de gestão de negócio em uma linguagem adaptada à realidade dos empreendimentos da periferia.

Com ela, foi possível identificar não apenas forças e fraquezas, mas diferenciais, clientes ideais, gastos (fixos, variáveis e sazonais) e canais de divulgação adequados, entre outras informações essenciais à elaboração de um

raio-x o mais aproximado possível da realidade e das perspectivas de cada negócio. Além disso, em algumas comunidades, o Sebrae Minas passou a promover oficinas temáticas adaptadas às realidades locais – em Belo Horizonte, por exemplo, dada a quantidade expressiva de negócios na área de beleza, diversas ações segmentadas foram realizadas, algumas delas na sede do próprio Sebrae, para apresentar a instituição aos empreendedores e mostrar que todos eram bem-vindos naquele espaço.

O esforço surtiu efeito. Na última medição realizada pelos agentes, ao serem questionados se indicariam o Comunidade Empreendedora a um familiar ou conhecido, 86,5% dos participantes consultados responderam sim – um indicativo importante de sucesso, embora, de acordo com a gestora do programa, todos estejam cientes de que os resultados ainda demandarão tempo.

“O mais importante, no entanto, é a compreensão que temos atualmente da importância das comunidades para o desenvolvimento territorial e econômico. Se tratada com um olhar atento, a periferia pode contribuir muito para a geração de renda e riqueza. O que as pessoas precisam é de incentivo, algo que continuaremos a levar a elas em 2026”, antecipa Michelle.

**86,5% DOS PARTICIPANTES
INDICARIAM O COMUNIDADE
EMPREENDEDORE A UM
FAMILIAR OU CONHECIDO**



Diversas ações segmentadas foram realizadas em Belo Horizonte, algumas delas na sede do próprio Sebrae Minas

GRANDE VALIA

Beatriz dos Reis Neto Silva é uma das empreendedoras capacitadas que responderam à consulta do Sebrae Minas. “Já recomendei o programa para várias conhecidas, por ter sido de grande valia para mim”, diz. Em 2018, precisando manter-se mais próxima de casa e dos dois filhos, ela deixou o emprego formal para vender produtos cosméticos e peças íntimas – que, pouco tempo depois, passou, inclusive, a fabricar. A chegada da pandemia, porém, derubou não só suas vendas, mas sua autoestima. “Fiquei muito desanimada”, conta.

Depois de vender o maquinário da Betel Confecções, na qual também produzia roupas de cama e peças para cozinha, Beatriz não demorou a se perguntar se valia a pena seguir como autônoma. Até se deparar com uma chamada do Comunidade Empreendedora no status de uma amiga em uma rede social. “Procurei saber do que se tratava e, alguns meses depois, recebi uma agente a serviço do Sebrae, que me devolveu a confiança de que precisava para seguir adiante”, diz a moradora do bairro Vila Atlântida, em Montes Claros.

Nos encontros quinzenais que se suce-

deram, Beatriz aprendeu a controlar receitas e despesas e a mapear seus clientes. E não demorou a se surpreender com o volume de vendas e o faturamento alcançado. “Só aí tive noção do quanto vendia. E minha renda dobrou em poucos meses”, diz. Para isso, contribuiu uma receita cuja ideia surgiu ao longo do acompanhamento: bolo de pote. “Já na primeira fornada, vendi tudo. Fiz a segunda e, mais uma vez, não sobrou nenhum”, completa. O passo seguinte foi cadastrar o serviço na plataforma Google Meu Negócio – e os contatos telefônicos e as vendas se multiplicaram. E o bolo de pote foi definitivamente incorporado ao negócio.

VALEU A PENA

Moradora de Vila das Roseiras, em Divinópolis, Flávia Aparecida Gomide trilhou um caminho parecido. Há pouco mais de dois anos, ela também pediu demissão para dedicar-se às vendas. A princípio, seu estoque era composto de peças de enxoval, presentes e utilidades domésticas. No entanto, a falta de controle sobre receitas e despesas e a maneira informal como o negócio era tratado por pouco não a fizeram abandonar a ideia.



Flávia Gomide passou a cuidar do negócio com mais disciplina após os aprendizados no programa

Até que, no final de 2024, Flávia foi apresentada ao Comunidade Empreendedora por uma líder comunitária do bairro onde mora, o que possibilitou a ela ter acesso a uma série de orientações. “A partir daí, passei a cadastrar meus clientes e emitir notas promissórias nas vendas a prazo, para afastar o risco de inadimplência; solicitar entrada ao vender parcelado, para girar o estoque; e a implementar um controle sistemático de ganhos e gastos”, conta.

A adoção desses mecanismos de controle fez com que a empreendedora recuperasse a confiança na atividade. “Eu me abri para as mudanças sugeridas e passei a cuidar do negócio com muito mais disciplina”, emenda. Os bons resultados alcançados a fizeram inaugurar, em setembro deste ano, um espaço em seu endereço dedicado exclusivamente à clientela, para ter mais conforto e privacidade. “Posso dizer que, graças ao Sebrae, perdi o medo e passei a

vender muito mais. Valeu a pena”, diz.

TRANSFORMAÇÃO

Uma das responsáveis pela implantação do programa na Região Metropolitana de Belo Horizonte, a analista do Sebrae Minas Delaine Cordeiro conta que mais de 5 mil empreendimentos foram identificados pelos agentes de transformação contratados pelo Sebrae para fazer os diagnósticos em vilas e favelas da capital, além de Ribeirão das Neves e Betim. Destes, 360 já foram capacitados diretamente nas jornadas empreendedoras oferecidas pelo programa. Segundo ela, muito além do acesso a informações essenciais ao sucesso dos negócios, o programa tem sido fundamental para que as pessoas se reconheçam como empreendedoras e geradoras de renda para suas famílias e as comunidades a que pertencem. “Entre os diversos resultados alcançados, a

melhoria das condições de vida das famílias e o ganho de autoestima são, sem dúvida, os aspectos mais expressivos”, diz.

Layra Vitória Sousa Silva foi uma das participantes das oficinas realizadas no Aglomerado da Serra, onde reside, na capital mineira. Ela conta que, aos 12 anos, se interessou em aprender técnicas de maquiagem e, há pouco mais de dois, fez do antigo hobby uma profissão. No começo, contudo, faltavam a ela noções de gerenciamento e relacionamento com os clientes. Ao tomar conhecimento do Comunidade Empreendedora, Layra se interessou em participar das oficinas e, desde então, tem vivido uma transformação. “Foi muito importante para mim, principalmente do ponto de vista financeiro e de como lidar com a clientela”, relata. Antes, também por meio do Sebrae Minas, ela havia participado de outra capacitação, em mídias digitais.

Hoje, a empreendedora presta serviços a um instituto de beleza situado no Aglomerado, mas sua meta é ter o próprio estúdio e vender maquiagem nacional e importada. “Estou confiante de que, em breve, realizarei esse sonho”, conclui.

Arquivo pessoal



Layra transformou o hobby da maquiagem em profissão

CONTEÚDOS DISPONÍVEIS NO

sebrae



Ainda como forma de contribuir com a capacitação dos interessados em beneficiar-se do Comunidade Empreendedora, o Sebrae Minas disponibiliza as séries “Quero desenvolver meu lado empreendedor” e “Para mandar bem na hora de empreender”. Segundo Michelle Noronha, “são conteúdos digitais que dialogam tanto com quem pretende ter um negócio quanto com aquele que já possui o seu, por meio de uma linguagem muito próxima da realidade de quem vive em vilas e favelas.” As aulas podem ser assistidas gratuitamente, a qualquer tempo, por meio da plataforma Sebrae Play.

ACESSE

ASSISTA DE ONDE E QUANDO VOCÊ
PUDEU, APROVEITE.





Em outubro, o Sebrae Minas lançou o seu primeiro produto de afroturismo: o Catálogo de Experiências Turísticas valoriza a memória, a cultura e o modo de viver do Quilombo São Domingos. A comunidade fica localizada em Paracatu, no Noroeste de Minas Gerais, e cultiva tradições ancestrais há mais de três séculos.

EXPERIÊNCIAS ANCESTRAIS

Quilombo São Domingos, no Noroeste do estado, inaugura nova frente de atuação do Sebrae Minas: o turismo de base comunitária

ALEXANDRE MAGALHÃES

Situado em um extenso vale, a quatro quilômetros do centro histórico de Paracatu, no Noroeste mineiro, o Quilombo São Domingos cultiva tradições ancestrais há mais de três séculos. E, a partir de agora, essa comunidade remanescente de escravizados tem tudo para transformar a realidade dos descendentes de seus fundadores por meio de um trabalho que busca valorizar sua história e preservar suas formas de viver.

Primeiro produto de afroturismo desenvolvido pelo Sebrae Minas no estado, em conjunto com a própria comunidade e a prefeitura, o projeto de turismo de base comunitária lançou, no dia 23 de outubro, um Catálogo de Experiências Turísticas que valoriza a memória, a cultura e o modo de viver dos quilombolas do Noroeste de Minas Gerais. Um território de raízes fortes e vivências autênticas.

A iniciativa é parte das ações do Check-in Turismo, abordagem do Sebrae Minas

que busca estruturar experiências e produtos turísticos em todo o estado, por meio do mapeamento de atrativos e da oferta, além de qualificação profissional e dos pequenos negócios. O objetivo é gerar trabalho e riqueza para os territórios alcançados.

MUITA HISTÓRIA

O surgimento do quilombo está associado ao Ciclo do Ouro, nos primeiros anos do século 18. Naquele período, as atividades levaram à região um grupo de bandeirantes, acompanhados de escravizados de origem africana, que ali permaneceram por algum tempo, até os exploradores decidirem seguir viagem. Os negros, por sua vez, permaneceram no local, construindo suas vidas e tradições.

ASSISTA

VEJA A VÍDEOREPORTAGEM
NO QUILOMBO SÃO DOMINGOS
NA REVISTA DIGITAL.



A denominação do povoado foi dada tempos depois, quando uma doença contagiosa se espalhou entre os moradores e um deles, com esperança de vê-la erradicada, teve a ideia de fazer uma promessa a São Domingos – santo da devoção de um sacerdote de mesmo nome, que frequentava o quilombo. Veio a cura, e São Domingos passou a nomear, inclusive, o córrego que divide o território.

O São Domingos, a propósito, não é o único quilombo existente em Paracatu, que abriga, ao todo, cinco comunidades quilombolas certificadas, de acordo com o Conselho Municipal de Promoção da Igualdade Racial (Compir). O São Domingos começou a despertar para a possibilidade de se tornar des-

tino turístico em 2009, ano em que o quilombo passou a receber pessoas interessadas em conhecer a Fábrica de Biscoitos Ouro da Roça e a Casa Museu – ambas dedicadas à preservação de suas memórias e à geração de trabalho e renda para seus moradores.

Datam também desse período a visita ao quilombo de pesquisadores ligados ao Instituto Arqueológico Brasileiro e a descoberta de um sítio arqueológico no território. “A partir daquele acontecimento, a comunidade despertou para o próprio potencial e começou a sonhar com um turismo de base comunitária”, conta o analista de sistemas Romário Moreira da Silva, um dos atuais anfitriões do roteiro de experiências do São Domingos e guia de turismo local, que deci-



Além da arquitetura nativa, a Casa Museu conserva peças do cotidiano quilombola

Dante Bragança



Dona Cristina é mestra griô e guardiã da tradição das máscaras da caretagem

diu abrir mão do antigo emprego para dedicar-se exclusivamente ao afroturismo.

TRABALHO E RENDA

Filho de pai e mãe quilombolas, nascido no São Domingos, Romário conta que o desejo de preservar as tradições ali guardadas e gerar oportunidades de trabalho e renda para a comunidade, sobretudo para os mais jovens, fez com que um grupo de pessoas elaborasse um projeto turístico para o quilombo e o levasse até o Sebrae Minas. “De fato, a demanda partiu da própria comunidade e deu origem ao primeiro produto de afroturismo apoiado pelo Sebrae em Minas

Gerais”, reforça a analista do Sebrae Minas Patrícia Rezende, que, desde o início, acompanha de perto a execução do projeto.

Segundo ela, com o apoio da Associação Quilombola do São Domingos, foi criado um coletivo composto pelos atuais anfitriões e outros moradores, para que fossem escolhidas as vivências que fariam parte de um roteiro a ser disponibilizado aos visitantes. O passo seguinte foi validar cada uma delas por meio de testes. Na sequência, partiu-se para a elaboração do catálogo, a precificação e a divulgação das experiências. “Tudo foi feito de modo a dar voz à comunidade, para que ela percebesse a riqueza que tinha

em mãos e as alternativas de que dispunha para gerar oportunidades para si própria”, diz a analista.

Parceira de primeira hora do projeto, a Secretaria de Turismo de Paracatu, que já auxiliava o São Domingos a levar adiante outras ações, enxergou no projeto não só “um instrumento de reparação histórica, como também de fortalecimento comunitário e valorização da identidade preta paracatuense”, afirma o secretário Igor Diniz. “O Sebrae é uma das instituições que mais compreendem a força do território, o valor da cultura como ativo econômico e o poder transformador do empreendedorismo. E o projeto amplia nosso portfólio turístico ao incorporar uma dimensão essencial da nossa formação cultural: a matriz afro-brasileira. Isso fortalece nossa identidade como destino históri-

co, diverso e plural e posiciona a cidade na rota do turismo cultural, que tem efeito multiplicador sobre outros setores”, acrescenta.

Para Romário, o apoio do Sebrae possibilitou a realização de um sonho: a valorização de uma cultura e a abertura de portas para a fixação dos jovens quilombolas em seu local de origem, até como forma de preservá-lo. “A consolidação dos laços de vizinhança e de solidariedade é outro fruto importantíssimo do projeto”, diz.

Presidente da Associação Quilombola do São Domingos há 15 anos, Irene dos Reis de Oliveira, que ajudou a fundar e deu o nome à fábrica de biscoitos, comemora a relevância que o projeto conferiu ao quilombo e à ancestralidade ali preservada. “Somos uma comunidade retirada, e o Sebrae deu visibilidade aos nossos saberes”, conclui.



Irene e Irani apresentam a tradição das antigas quitandas

Dante Bragança



SABORES E MEMÓRIAS

O Catálogo de Experiências Turísticas do Quilombo São Domingos reúne vivências como contação de histórias, produção de açafrão e rapadura, além de um cafezinho com pão de queijo e bolo ancestral produzido por quem visita o local. A iniciativa proporciona uma imersão no território, a ser vivida por quem admira as influências de pelo menos cinco séculos da cultura africana no Brasil.

CONHEÇA ALGUMAS EXPERIÊNCIAS DO QUILOMBO SÃO DOMINGOS:

Esther Barros



AROMAS E SABORES QUILOMBOLAS

A Fábrica de Biscoitos Ouro da Roça preserva a tradição das antigas quitandas preparadas pelas ancestrais das atuais cinco moradoras que tocam o negócio. O turista aprende, por exemplo, a preparar um autêntico pão de queijo e saboreia o Bolo Zumbi, feito com fubá torrado e rapadura do próprio quilombo, que simboliza a luta por liberdade e celebra a união, que, para os moradores, é o que mantém o território vivo.

CASA MUSEU, MEMÓRIAS E HISTÓRIAS

O local foi construído há 76 anos por Aureliano Lopes, que ali nasceu, criou dez filhos, viveu até os 109 anos e se tornou uma referência para os vizinhos e gente que vinha de longe em busca de conselhos. Além da arquitetura nativa, a Casa Museu conserva peças como ferro a brasa, lamparinas, objetos em cerâmica, imagens sacras, painéis de ferro e selamentos, além de fotografias, livros e revistas que narram a trajetória do povo preto e do próprio território.



Esther Barros

Adobe Stock



SABORES ANCESTRAIS | ALMOÇO NO QUILOMBO

O almoço é preparado por um coletivo de mulheres e as receitas se baseiam, sobretudo, em carne de porco e frango. Ali é possível saborear, por exemplo, frango ensopado acompanhado de quiabo, abóbora e jiló ou costelinha de porco servida com arroz, feijão ou tutu, farofa e maionese.

PASSOS DO QUILOMBO NO MORRO DO PINECO

Os turistas percorrem uma trilha de quatro quilômetros, utilizada no passado como rota da mineração. Ali, têm contato com a paisagem típica do Cerrado, onde predominam espécies frutíferas como mangaba, pequi, gabirola, tamarindo, acerola e macaúba, além do coqueiro indaiá, árvore-símbolo do São Domingos; aves como tico-tico, juriti e João-de-Barro; e animais silvestres como tatu e tamanduá-bandeira.



Adobe Stock

Ester Barros



QUINTAL DAS MEMÓRIAS DE MIDA

Em seu quintal, Dona Romilda compartilha o cultivo tradicional de flores e hortaliças, que dispensa agrotóxicos e, por isso, envolve respeito e, acima de tudo, paciência. O passeio também oferece ao visitante a oportunidade de pôr as mãos na terra e notar como também ali residem memórias e resistência.

ENGENHO DAS TRADIÇÕES | RAPADURA E HISTÓRIA

No engenho é produzida uma rapadura de massa macia, fruto de um saber ancestral, transmitido de geração em geração. O processo de fabricação artesanal remete aos antigos engenhos do Brasil Colônia.



Adobe Stock



OURO DA TERRA: AÇAFRÃO DE SÃO DOMINGOS

No quintal da Casa Museu, guiados por Isabel, os visitantes acompanham desde o cultivo e a colheita, até o processamento artesanal do açafrão. De origem asiática, a especiaria ganhou novos significados ao ser cultivada pelas comunidades negras como símbolo de cura e resistência, dadas suas propriedades medicinais – é utilizada como anti-inflamatório e tida como aliada do sistema imunológico – e culinárias.

MÁSCARAS DA CARETAGEM

Manifestação cultural-religiosa típica de Paracatu, a Caretagem homenageia São João Batista – todos os anos, na noite de 23 de junho, moradores do quilombo se vestem de cavaleiros e damas, se mascaram e desfilam pelo povoado, tradição mantida há dois séculos. A manifestação envolve toda a comunidade do São Domingos, que serve comidas típicas durante a passagem dos “caretas” por suas casas. A anfitriã da experiência é Dona Cristina, mestra griô e guardiã da tradição, que ensina aos visitantes as técnicas que dão origem às máscaras.



MÃOS QUE TRANÇAM HISTÓRIAS

A experiência é guiada por Kelen e Sara, que explicam aos visitantes os significados que as tranças carregam e ensinam como produzi-las. A dupla tem feito tanto sucesso que, há poucos dias, anunciou a transferência do ateliê para um espaço mais amplo, a fim de oferecer mais comodidade e conforto aos turistas.

PARA AGENDAR UMA VISITA

RECEPTIVO LOCAL (ROMÁRIO MOREIRA DA SILVA)
(38) 99923 8300

ASSOCIAÇÃO DE GUIAS DE TURISMO DO NOROESTE DE MINAS (GUIASTUR)
(38) 9 9973 3179

SABORES, ESTRATÉGIA E RESULTADOS

Programa Prepara Gastronomia apoia mais de 90 eventos por toda a Minas Gerais

THAÍS NASCIMENTO



Dante Bragança

Gláucia Françaço foi uma das vencedoras do Cozinha Mineira Paracatuense com o prato Eita Gota Serena

Em 2025, o Festival Cultural de Paracatu transformou a cidade de mais de 94 mil habitantes em um grande palco de arte, tradição e sabores. Um dos concursos de destaque foi o Cozinha Mineira Paracatuense, que contou com 24 estabelecimentos de alimentação fora do lar participando nas categorias restaurantes e similares. Entre os negócios presentes estava a cafeteria Santo Café, comandada por Glaucia Françoso, vencedora na categoria similares, com o prato Eita Gota Serena, inspirado nas raízes nordestinas do pai da empresária: uma receita que combina pão focaccia, requeijão de raspa, cebola caramelizada, *bites* de cebola e carne de sol.

Após dedicar anos à família e aos filhos, Glaucia abriu a cafeteria em fevereiro de 2023, com a proposta de criar um espaço acolhedor e de excelência. Para a empreendedora, o resultado do concurso representa muito mais que reconhecimento: é uma vitrine essencial para o crescimento do negócio. “O movimento aumenta muito na cidade em dias de festival e as pessoas passam a nos conhecer, o que ajuda a alavancar o faturamento”, afirma.

ESTRATÉGIA INTEGRADA

O Santo Café é um dos 1,1 mil estabelecimentos do estado que participam dos festivais gastronômicos apoiados pelo Sebrae Minas por meio do Prepara Gastronomia. Desde 2022, o programa atua de forma estruturada nos eventos para fortalecer a identidade gastronômica dos territórios e gerar oportunidades para pequenos negócios.

As ações do programa nos festivais são realizadas em parceria com prefeituras, associações comerciais, instituições de turismo e organizadores dos eventos. Os empreendimentos recebem apoio antes, durante e de-

1,1 MIL ESTABELECIMENTOS MINEIROS PARTICIPAM DOS FESTIVAIS APOIADOS PELO PREPARA GASTRONOMIA

pois dos festivais. No pré-evento, passam por consultorias de cardápio, precificação, boas práticas e atendimento. Durante o festival, recebem acompanhamento em tempo real, com orientações para ajustes operacionais, fluxo e experiência do cliente. No pós-evento, são analisados desempenho, faturamento e estratégias para os próximos passos.

Ao todo, mais de 90 festivais de gastronomia são apoiados pelo Prepara Gastronomia em Minas Gerais, e cerca de 1,1 mil novos pratos foram criados com foco nas identidades regionais. Apenas em 2025, os festivais apoiados pelo programa movimentaram cerca de R\$ 10 milhões em negócios.

De acordo com a analista do Sebrae Minas e coordenadora estadual do Prepara Gastronomia, Simone Lopes, os festivais são ferramentas importantes de desenvolvimento territorial. “Eles valorizam a cultura alimentar, movimentam o turismo e estimulam a economia criativa. Além disso, ajudam as cidades a se posicionarem como destinos gastronômicos, o que gera uma dinâmica econômica mais forte, colaborativa e sustentável”, destaca.

Os impactos são diretos: os negócios ganham domínio de processos, fortalecem sua



Arquivo Sebrae Minas

Festivais apoiados pelo Prepara Gastronomia em 2025 movimentaram cerca de R\$ 10 milhões em negócios

identidade e ampliam visibilidade e fidelização. A proprietária do Santo Café já colhe os frutos dessa jornada. “Depois do Prepara Gastronomia, fizemos mudanças no estilo do cardápio e temos usado muito a inteligência artificial para auxiliar no sistema. Além disso, passamos a investir mais nas redes sociais para fortalecer e aumentar as vendas”, conta.

OPORTUNIDADE QUE GERA CRESCIMENTO

O empresário Lucas Badaró, atual presidente da Associação de Bares e Restaurantes (Abrasel) do Centro-Oeste mineiro, transformou a paixão pela gastronomia em negócio. Em 2021, abriu em Divinópolis o Nôro Bistrô e, em 2025, inaugurou em Nova Serrana o Nôro Steak House. O nome dos estabeleci-

mentos homenageia o falecido sogro de Lucas, Luiz Francisco, que sempre o apresentava como “Seu Nôro”. A lembrança é uma forma de unir o espírito acolhedor da família à culinária sofisticada em seus empreendimentos. “Nosso cliente deve se sentir respeitado e acolhido. Com essa filosofia, estamos conseguindo atrair e agradar as pessoas de toda a região”, destaca Lucas.

Com o Prepara Gastronomia, o empresário viu uma oportunidade de fortalecer a reputação dos empreendimentos, testar novos produtos e aumentar a visibilidade nos eventos. “O programa apareceu como uma oportunidade de qualificação real, prática e alinhada ao que o mercado exige”, pontua. E, como liderança regional, Lucas reforça a importância



Com o Prepara Gastronomia, Lucas Badaró teve oportunidade de fortalecer a reputação de seus bares

do Sebrae Minas e da iniciativa no território. “O Sebrae tem papel essencial no apoio aos empreendedores da alimentação fora do lar, oferecendo capacitação, consultorias, acesso a mercado e orientação personalizada.”

INSPIRAÇÃO E CAPACITAÇÃO

Após passar 15 anos fora do Brasil, principalmente no Japão, Fred Campos comandou diversos negócios gastronômicos, como *deliveries* e uma casa especializada em estrogonofe, e ofereceu consultorias no setor; em São Paulo. Ao retornar para Pirapora, no Norte de Minas, em 2022, abriu o Live Sunset Gastrobar com o propósito de unir alta gastronomia com produção artesanal inspirada no Cerrado. “A ideia foi empregar toda a minha bagagem em

um lugar pequeno, autêntico, com alma e técnica, onde eu pudesse cozinhar com propósito e criar experiências reais.”

Em 2024, foi realizada a primeira edição do Prepara Gastronomia na cidade, durante o Festival de Gastronomia e Arte de Pirapora. Foi ali que Fred conheceu o programa e compreendeu que a participação em festivais é vitrine para o seu empreendimento. “É onde conseguimos mostrar o potencial da cozinha mineira contemporânea, dar voz à nossa identidade e, ao mesmo tempo, trazer movimento para a cidade e para o nosso negócio”, pontua.

Após duas edições do Prepara Gastronomia, Fred viu melhora nos processos, fortalecimento da marca, aumento de fluxo e faturamento. Além disso, expandiu seus projetos

EM 2026, OBJETIVO É REFORÇAR O PAPEL DO PREPARA GASTRONOMIA COMO FERRAMENTA DE DESENVOLVIMENTO

com o *delivery* Vai.di.pasta e a iniciativa Sabores da Sorte, que apoia restaurantes locais. “Esse resultado vem da combinação de identidade coesa, participação em festivais, apoio do Sebrae e melhoria contínua de processos”, explica.

O FUTURO DOS FESTIVAIS

A expectativa para 2026 do Prepara Gastronomia é ampliar o número de empreendedores atendidos, consolidar indicadores e fortalecer a integração entre gastronomia, turismo e economia criativa, além de incluir mais cidades no circuito de eventos apoiados.

De acordo com Simone Lopes, a ideia é reforçar o papel do programa como ferramenta de desenvolvimento. “Queremos ampliar o impacto econômico e fortalecer ainda mais a identidade gastronômica do estado”, conclui.



Após duas edições do Prepara Gastronomia, Fred Campos viu melhora nos processos do seu negócio, fortalecimento da marca, aumento de fluxo e faturamento

Solon Queiroz

CAPACITAÇÃO PARA BARES E RESTAURANTES

Em execução desde 2020, o Prepara Gastronomia é uma iniciativa do Sebrae Minas que aprimora e impulsiona empreendimentos de alimentação fora do lar, como bares, restaurantes, lanchonetes, cafeterias, entre outros.

O programa oferece consultorias personalizadas para a realidade de cada negócio, além de cursos, oficinas e informações técnicas para ajudá-los a se reinventar.



**PREPARA
GASTRO
NOMIA**

SAIBA MAIS

USE O QR CODE PARA SABER MAIS
SOBRE O PREPARA GASTRONOMIA.



VEM PARA MINAS GERAIS!

Estado é eleito um dos
melhores destinos do
planeta em 2026


CRISTINA MOTA



Arquivo Sebrae Minas

Já bem disse o escritor Guimarães Rosa: “Minas são muitas”. Com grande extensão territorial, Minas Gerais reúne vários biomas, múltiplas culturas e atrativos diferenciados. Não à toa, o estado foi o único do Brasil a ser incluído na lista anual de melhores destinos do planeta em 2026 pela revista Condé Nast Traveler.

Para falar sobre a importância dessa seleção e sobre avanços do turismo em Minas Gerais, além do trabalho realizado pelo Sebrae Minas no setor, a Revista Histórias de Sucesso conversou com **Nathália Milagres, analista da instituição.**

QUAL A RELEVÂNCIA DESSE RECONHECIMENTO DA CONDÉ NAST TRAVELER?

Minas está sempre presente em listas de tendências, de diferenciais para turismo e tudo mais. Mas, nessa revista, especificamente, é a primeira vez que o estado é citado. E a Condé Nast Traveler é relevante, uma das publicações de turismo e estilo de vida mais influentes em nível mundial e que traz destinos diferenciados, não “massificados”. É uma publicação que representa o novo perfil de um viajante que quer mais conexão, vivenciar experiências singulares, diferentes e com significado. Estar nessa revista apresenta Minas Gerais a esse público diferenciado, que busca viagens e experiências autênticas, além de trazer luz a Minas, mostrando que aqui temos uma singularidade. O estado já é reconhecido pela receptividade, pela gastronomia, mas temos cultura, história, música, os botecos, o Cerrado, a Mata Atlântica... Eu digo que, com essa “mistura”, temos os cinco cantos do país em Minas Gerais.

A QUE PODE SER ATRIBUÍDO O BOM RESULTADO DE FIGURAR NESTA LISTA DIFERENCIADA?

Estamos em um momento de mudança no mercado de turismo, e Minas tem investido muito, e no momento certo. Promover o turismo é um trabalho de formiguinha e de longo prazo, demanda parcerias entre iniciativa privada e governos para estruturar destinos, diversificar rotas e produtos turísticos e colocar no mercado outros destinos além daqueles mais conhecidos, com um posicionamento forte no mercado tanto nacional quanto internacional. Por isso, figurar nessa publicação reflete todo o trabalho e investimento que têm sido feitos para promover o turismo em Minas Gerais.

COMO AVALIA A EVOLUÇÃO DO MERCADO DE TURISMO MINEIRO NOS ÚLTIMOS ANOS? TEMOS PESQUISAS E DADOS SOBRE O SETOR?

Essa mudança no perfil do turista era esperada, mas a pandemia da Covid acelerou esse processo. As pessoas começaram a entender que viajar traz um bem-estar e é fundamental para manutenção da saúde do ser humano. E passaram a procurar um sentido para as viagens: muitas querem viajar não apenas porque está todo mundo está indo para aquele lugar. Querem fazer a viagem porque ela tem um sentido, está alinhada ao seu perfil de consumo, àquilo que faz bem, ao desejo de comer bem, de ter um momento de conexão com a natureza.

Minas Gerais proporciona tudo isso. Te-



VIAJE!

CONFIRA A LISTA DA REVISTA
CONDÉ NAST TRAVELER E
PROGrame SEU PRÓXIMO DESTINO.



mos turismo religioso, histórico, cultural, ecoturismo, de aventura, gastronômico, de bem-estar. As principais plataformas demonstram o aumento da procura. Por exemplo, um levantamento inédito da plataforma Booking divulgado no último mês de outubro mostrou que Minas Gerais é o 10º estado mais procurado por brasileiros para as festas de fim de ano e o 7º mais buscado para o Carnaval de 2026. Já a pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) de 2024, divulgada pelo IBGE, mostrou Minas Gerais como o segundo destino de viagens mais procurado do Brasil.

E é muito significativa essa valorização da relação entre cultura e turismo. O acolhimento do povo mineiro sempre foi valorizado, mas, a partir do momento em que ele foi usado para um posicionamento, proporcionando diversos direcionamentos para o turismo, houve uma escalada. Antes, uma forte referência de Minas na gastronomia era o pão de queijo. Agora, temos outros pratos típicos e a cultura do boteco se destacando. E vai além: o sotaque, por exemplo, é um ativo trabalhado. O “jeitim” mineiro de falar foi considerado o mais charmoso e cativante do país em uma pesquisa realizada pela Preply, plataforma online de aulas particulares. E o mesmo levantamento apontou que 22% dos entrevistados consideraram o povo mineiro como o melhor anfitrião. Já no Índice de Atividade Turística (Iatur), medido pelo IBGE, Minas Gerais está na liderança há mais de dois anos.

As pesquisas mostram que as pessoas estão conhecendo Minas e que, quando vêm para cá, elas têm uma experiência encantadora. E isso é resultado de muito trabalho,

de muito planejamento, de muita capacitação, de muito direcionamento.

QUAIS SÃO AS PERSPECTIVAS PARA ESSE MERCADO? COMO ELAS IMPACTAM OS PEQUENOS NEGÓCIOS?

Eu vejo o mercado do turismo muito mais dinâmico, com mais investimentos em qualificação e em novos destinos, trazendo essa particularidade “continental” que Minas Gerais tem. Em 2025, tivemos o título de Patrimônio Natural da Humanidade concedido pela Unesco ao Parque Nacional Cavernas do Peruaçu, um território quase desconhecido pela população de Minas e do Brasil. E temos tido a valorização de muitos patrimônios histórico-culturais, materiais e imateriais, além de investimentos de grandes redes, movimento que gera um efeito em cadeia que alcança os pequenos negócios.

O Observatório do Turismo de Minas Gerais (OTMG) tem um acompanhamento mensal que aponta o turismo como uma das atividades que mais empregam em Minas Gerais. Percebemos que os pequenos negócios estão mais fortalecidos, inclusive nesse movimento de entrada de grandes redes.

O SEBRAE TEM TIDO UM TRABALHO MUITO FORTE NO TURISMO, PODE FALAR SOBRE ISSO?

Temos uma estratégia muito bem-definida, o Check-in Turismo, que tem como objetivo fomentar o turismo em Minas Gerais, estruturando destinos, fortalecendo o trade e as governanças locais, qualificando os pequenos negócios turísticos e cadeias correlatas e, por fim, promovendo os destinos turísticos. É exemplo o trabalho com o Governo do Estado, via Secretaria de Estado de Cultura e Turismo, de estruturação e fortalecimento de rotas para diversificar



Praça Raul Soares, em Belo Horizonte, com o Edifício JK ao fundo, projetado por Oscar Niemeyer

Adobe Stock

a oferta turística e gerar mais emprego e renda para o nosso estado. Os resultados de 2025 ainda estão sendo finalizados, mas já temos números relevantes. Atuamos em mais de 350 municípios de forma organizada, qualificando empreendedores, criando produtos, estruturando destinos e promovendo os pequenos negócios. Todo esse trabalho de sensibilização, de mostrar que o turismo é uma atividade econômica rentável em Minas Gerais, está dando resultado. As pessoas passaram a entender que o turismo é uma atividade viável e capaz de diversificar a economia dos municípios. Quando qualificamos os pequenos negócios que dão estrutura para o turismo, estimulamos melhorias nos destinos e sensibilizamos sobre a importância de se pensar a cidade para o turismo. E isso gera impacto na qualidade de vida da comunidade local. Uma cidade bem estruturada para o turismo tem beleza, transporte coletivo, serviço de saúde e coleta de lixo, negócios competitivos, se preocupa com a sustentabilidade. Por isso, o Sebrae

Minas vem incentivando as cidades para que compreendam o seu potencial e possam se desenvolver por meio do turismo.

EM 2026, QUAIS AS PERSPECTIVAS DO SEBRAE MINAS PARA O TURISMO E OS PEQUENOS NEGÓCIOS DO SETOR?

Há uma perspectiva de aumento de aproximadamente 22% no faturamento dos pequenos negócios atendidos pelo Sebrae Minas. De certa forma, encerramos em 2025 um grande primeiro ciclo de investimento. Agora, temos de consolidar os produtos e alguns destinos em Minas Gerais. Estamos conectados ao mercado, e por isso, pensando em segmentos estratégicos e que vêm crescendo em todo o Brasil e com uma demanda internacional expressiva, como o afroturismo. Para 2026 estão previstos o lançamento de novas rotas e produtos turísticos, a realização de uma rodada de negócios e a continuidade das participações em feiras e de capacitações, além da manutenção do posicionamento estratégico no mercado.



OPORTUNIDADE POR TRÁS DAS CÂMERAS

Cinegrafista Olavo Maneira se dedica à produção audiovisual de grandes obras

Sou apaixonado pelo empreendedorismo e pela comunicação. Na minha trajetória profissional, sempre busquei aliar essas duas áreas, inspirado nos meus pais, que tiveram uma confecção de roupas e uma fábrica de salgados no coração de Belo Horizonte, na região da Savassi.

Entre os anos de 1999 e 2004, fui coordenador de eventos no ginásio do Mineirinho e no Mineirão. Nessa época, conheci o audiovisual no estádio e me apaixonei por aquelas unidades móveis das emissoras de

TV, pela dinâmica do repórter de campo e pela comunicação.

Depois desse período, me mudei para o Rio de Janeiro, onde fiz cursos de edição e produção de vídeo. A formação me abriu portas para atuar em uma produtora audiovisual, prestando serviços para emissoras internacionais e gravando DVDs de artistas famosos.

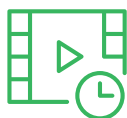
Em 2008, decidi começar minha jornada no empreendedorismo, mas de maneira informal. Ao retornar a Belo Horizonte, passei a trabalhar como cinegrafista de eventos, casa-

mentos, formaturas e shows. A transformação veio na Feira do Empreendedor do Sebrae de 2010, em que buscava ideias para o meu negócio, e saí de lá com muito mais: com meu próprio CNPJ como Microempreendedor Individual (MEI), com uma conta bancária Pessoa Jurídica e até mesmo um site.

Esse passo mudou tudo. Desde então, passei a atender construtoras e poder público em grandes projetos que duram de dois a três e até sete anos. Os avanços no trabalho foram tantos que, em 2015, consegui me tornar Microempresa (ME), com faturamento anual de R\$ 150 mil.

Com o negócio formalizado, vieram os primeiros grandes contratos. O primeiro deles foi registrar o projeto de pesquisa Saúde e Segurança da Mineração, da Fundação de Apoio da UFMG (Fundep). O projeto durou de 2012 a 2015, período em que entreguei 155 horas de gravação de filmagens de pesquisas e entrevistas.

Em seguida, fui contratado para acompanhar as obras do Hospital Metropolitano Doutor Célio de Castro, o Hospital do Barreiro. Ao longo de dois anos de obras e mais sete anos registrando seus marcos — como a inauguração, a abertura do CTI e do bloco cirúrgico, o primeiro paciente e a primeira cirurgia —, percebi que meu trabalho é um acervo de histórias. Foi daí que nasceu o nome da minha empresa: Acervo Audiovisual.



TÉCNICA DE VÍDEO QUE ACELERA O TEMPO, FAZENDO COM QUE EVENTOS OCORRIDOS EM UM LONGO PERÍODO SEJAM MOSTRADOS EM POUCOS SEGUNDOS.

Outro grande projeto de que me orgulho é o da restauração do Palácio da Liberdade em 2023, quando fiz o registro do dia a dia da obra. Como “vizinho” do Palácio, foi uma honra participar desse trabalho.

Com o avanço da tecnologia, a inovação tem sido uma aliada. Atualmente, a Acervo Audiovisual oferece soluções em foto, vídeo, transmissão ao vivo, *tour* virtual em 360° e **timelapse** das obras, com equipamentos de captação e edição de última geração, além de drones. A inteligência artificial passou a me ajudar no planejamento dos projetos, dando mais clareza sobre metas, processos e resultados. Meu plano para o futuro é seguir investindo em inovação e ampliar as possibilidades de transmissão ao vivo.

O Sebrae Minas, há mais de 15 anos, tem sido meu grande parceiro. Sempre que tenho dúvidas, recorro aos consultores. Já fiz cursos de marketing, prospecção de clientes e participo de todos os eventos possíveis. Um dos mais importantes para mim é a Max, maior evento de negócios do audiovisual do mercado, que amplia o meu *networking* e traz novas ideias.

Costumo dizer que sou um “filho do Sebrae”. Foi em uma feira que criei meu CNPJ e, desde então, a instituição tem feito parte da minha jornada. Hoje, entrego um trabalho técnico, com olhar corporativo, mas também profundamente humano. E devo grande parte dessa trajetória ao apoio contínuo do Sebrae.

CONTE A SUA HISTÓRIA!

VOCÊ TEM UM PEQUENO NEGÓCIO DE SUCESSO
E GOSTARIA DE COMPARTILHAR SUA HISTÓRIA
INSPIRADORA COM OUTROS EMPREENDEDORES?
ENTÃO, MANDA PRA GENTE!



TRIPÉ DA EFICIÊNCIA

As três dimensões ESG podem contribuir para a perenidade dos negócios no ramo da alimentação fora do lar


ALEXANDRE MAGALHÃES



Adobe Stock

Ter paixão por cozinha não é motivo suficiente para imaginar-se bem-sucedido no ramo da alimentação. Longe disso. Para chamar a atenção do cliente e torná-lo assíduo, quem planeja dedicar-se à atividade deve também atender a uma série de pré-requisitos que, abarcados sob a sigla ESG (que, em português, significa, ambiental, social e governança), se tornaram indispensáveis à obtenção de bons resultados.

Não à toa, o tema integra a programação de um conteúdo disponível na plataforma Sebrae Play. O curso “Mais lucro, menos

custo: a receita certa para negócios da alimentação”, com duração de quatro horas, pode ser assistido gratuitamente, a qualquer tempo, e dá direito a um certificado que pode ser exibido pelo estabelecimento como uma prova de compromisso com a adoção de boas práticas.

O curso faz parte das iniciativas do Prepara Gastronomia, programa do Sebrae Minas que aprimora e impulsiona empreendimentos de alimentação fora do lar, como bares, restaurantes, lanchonetes, cafeterias, entre outros.

AÇÕES CONCRETAS

Usar água e energia elétrica com responsabilidade, assim como comprar bem e controlar o estoque, são algumas ações que possibilitam reduzir despesas e os impactos ambientais dos negócios. Substituir embalagens pouco ecológicas por opções recicláveis/biodegradáveis, por sua vez, abre a oportunidade de informar ao consumidor que o estabelecimento se preocupa com a preservação do planeta.

No que diz respeito ao aspecto social, valorizar a cultura alimentar do território em que o estabelecimento atua também pode atrair simpatia. Além disso, manter uma relação ética com fornecedores traz segurança quanto à qualidade dos insumos, conferindo regularidade às entregas. E ofertar aos colaboradores condições de trabalho dignas e seguras – sem se esquecer de que cozinhas são locais quentes, que concentram riscos e exigem escalas longas – resulta em ganho de produtividade e constitui um instrumento efetivo de combate à rotatividade da mão de obra.

Já o aspecto da governança é um dos tópicos mais sensíveis para o ramo alimentício, tendo em vista a necessidade de observar regras legais rígidas, relacionadas à segurança alimentar. Isso exige que todos os procedimentos, da compra de insumos ao atendimento ao público, sejam muito bem descritos.

“Se tomo decisões baseadas em dados e mantenho uma comunicação efetiva e transparente com fornecedores, colaboradores e o cliente a quem atendo, estou usando o ESG como uma ferramenta de negócio e minha chance de obter resultados concretos é real”, observa a analista do Sebrae Minas Simone Lopes, gestora estadual

do programa Prepara Gastronomia, iniciativa destinada a impulsionar empreendimentos dedicados à alimentação fora do lar, cuja estratégia se baseia justamente nos três pilares representados pela sigla ESG.

NO CURSO

O curso “Mais lucro, menos custo: a receita certa para negócios da alimentação”, divide-se em dois módulos: “Inteligência ESG para negócios de alimentação” e “Os quatro sistemas de gestão para negócios de alimentação”. Ambos são compostos por cinco aulas com cerca de dez minutos de duração cada uma e, no caso do segundo módulo, o empreendedor ainda tem acesso a vídeos curtos e a ferramentas que podem ser baixadas e adaptadas a cada estabelecimento.

“A atividade possibilita que o interessado planeje o próprio negócio com base nas dimensões ESG, ao ter contato com experiências concretas de outros empreendedores que já as utilizam, cujas visões são compartilhadas ao longo das aulas”, detalha a analista do Sebrae Minas. A ideia é que, depois de assisti-las, o empreendedor esteja capacitado, por exemplo, a dimensionar todos os custos relacionados ao processo produtivo, da compra de insumos ao prato na mesa do cliente – condição essencial à previsibilidade e à precificação.

PLANEJE SEU NEGÓCIO

CONFIRA AS DIMENSÕES
ESG E EXPERIÊNCIAS BEM-
SUCCEDIDAS NO CURSO.



DE DAR ÁGUA NA BOCA

1º Concurso de Quitandas e Confeitaria Mineira buscou unir tradição e inovação, valorizando receitas tradicionais


CRISTINA MOTA



Nereu Jr.

Biscoito de polvilho, broa de fubá, bolos de milho e banana, rosquinhas, pão de queijo e muitas outras quitandas compõem parte da memória afetiva de famílias mineiras. Essa tradição deliciosa, que envolve saberes passados de geração em geração, inspirou o 1º Concurso de Quitanda e Confeitaria Mineira.

A iniciativa teve como objetivo valorizar a cultura e o turismo gastronômico de Minas

Gerais, reforçando o papel da culinária como patrimônio e identidade do estado. Promovido pelo Sebrae Minas e pela Prefeitura de Belo Horizonte, o concurso faz parte das ações do Programa Prepara Gastronomia e da Jornada da Confeitaria – iniciativas do Sebrae Minas para promover a gastronomia mineira e capacitar pequenos negócios do segmento.

Com o tema “Origens”, o concurso de-

safiou os participantes a criar produtos que tivessem como protagonistas ingredientes regionais, selecionados pelas curadoras Mariana Corrêa e Mariana Gontijo. Vinte receitas se destacaram e podem ser vistas no Portal da Prefeitura de Belo Horizonte. Entre os ingredientes, o pequi, os queijos, a cagaita e o baru estiveram em evidência. E os vencedores foram anunciados durante a Bienal da Gastronomia, em outubro. *(Confira quem são eles no quadro.)*

O diretor de Política de Turismo e Inovação da Belotur, Eduardo Cruvinel, considera que o concurso marca um novo capítulo na história da gastronomia da capital. “Desde 2017, temos caminhado juntos nessa parceria, e é muito bonito ver o quanto ela evoluiu até aqui. Esses empreendedores estão fazendo história, já que se trata do primeiro concurso. Que ele tenha vida longa, que continue e chegue a muitas edições”, afirma.

O analista do Sebrae Minas Renato Lana destaca que o suporte oferecido aos participantes foi diferenciado. “Durante as etapas do concurso, os selecionados receberam consultoria presencial exclusiva para melhoria das receitas, refinamento das fichas técnicas, precificação e produção das imagens e vídeos de cada produto, além de participarem da criação do e-book com as 20 melhores receitas.”

PREPARA GASTRONOMIA APOIA VOCÊ

INSCREVA-SE E RECEBA ARTIGOS, PODCASTS, VÍDEOS E E-BOOKS COM INFORMAÇÕES FUNDAMENTAIS PARA SEU NEGÓCIO DE ALIMENTAÇÃO.



BOM DEMAIS!

Confira os pratos vencedores:

CATEGORIA QUITANDA



Aline Reis



Frederico Amorim, do Mix Lanches, com a receita Romance Mineiro

O mix de pães de queijo homenageia o clássico literário “Grande Sertão: Veredas”, de Guimarães Rosa, combinando o tradicional pão de queijo com goiabada e uma versão inovadora com pequi e requeijão moreno do Norte de Minas.

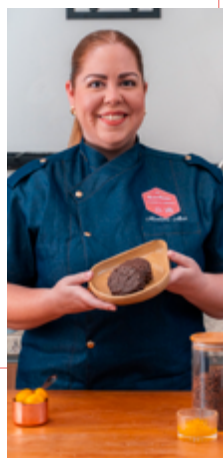
CATEGORIA CONFEITARIA



Mariana Alves, da Oficina Mineira de Cakes e Artes, com o doce Raridade

Um pão de mel com recheio de geleia de cagaita e cobertura de chocolate intenso com crocante de baru.

Aline Reis





Freepik

MAX CONSOLIDA MINAS GERAIS COMO POLO ESTRATÉGICO DO AUDIOVISUAL

Exposição movimentou mais de R\$ 850 milhões em expectativa de geração de negócios

A 10ª edição da MAX – Minas Gerais Audiovisual Expo consolidou-se como uma das mais estratégicas para o setor audiovisual brasileiro. Realizada entre 11 e 13 de novembro, no Sebrae Minas, em Belo Horizonte, a iniciativa reuniu quase 700 participantes e promoveu uma das maiores rodadas de negócios da história do evento, resultando em R\$ 852 milhões em expectativa de geração de negócios.

Ao todo, 52 *players* e 128 produtoras independentes realizaram 600 reuniões de prospecção. Foram apresentados 316 projetos, selecionados entre 588 inscritos. Com a participação de gigantes como Warner Bros, Paramount Pictures, Paris Entretenimento, Globo Aquisições e Globo Minas,

entre outros, as reuniões ampliaram as oportunidades para produtoras em busca de financiamento, distribuição, coprodução e visibilidade.

Além disso, o evento contou com uma programação intensa: foram 56 atividades, distribuídas ao longo de três dias, incluindo painéis, palestras, encontros de mercado, sessões de *pitching*, debates sobre inteligência artificial, narrativas para o público infantil, cases internacionais e mesas dedicadas a ficção, documentário e animação. “Os resultados desta edição da MAX mostram que o audiovisual mineiro e brasileiro vive um momento de expansão e consolidação”, enfatiza a analista do Sebrae Minas Nayara Bernardes.

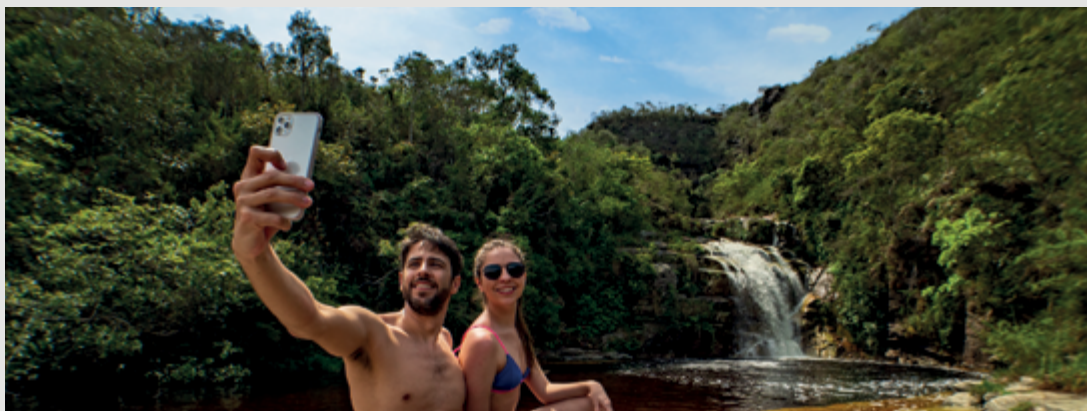
Impulsione seu negócio com o **Prepara Gastronomia!**

O Prepara Gastronomia é uma iniciativa do Sebrae Minas criada especialmente para quem atua no setor de alimentação fora do lar. Em um momento de grandes transformações no mercado, sua empresa precisa estar preparada para inovar, crescer e se destacar.

Com consultorias personalizadas, cursos, oficinas práticas e conteúdo técnico de qualidade, você terá acesso às ferramentas certas para reinventar seu negócio.



Saiba mais no
código ao lado



Check-In Turismo
SEBRAE

**O Futuro do
Turismo em
Minas Gerais!**



**O Programa Check-In
Turismo do Sebrae é a
chave para transformar
essa visão em realidade!**

Com foco na estruturação de destinos e no fortalecimento das parcerias locais, o programa capacita os pequenos negócios turísticos e suas cadeias correlatas.

O Programa é destinado a todos, desde empreendedores até gestores locais. Juntos temos um papel fundamental nesse processo de transformação.

Vem com a gente! Faça parte dessa revolução no turismo mineiro e ajude a construir um futuro mais promissor para todos. O Check-In Turismo espera por você!



**Descubra,
aprenda e
faça parte
da mudança!**