
Plano de Desenvolvimento

**Arranjo Produtivo Local de Confecção de Moda
Feminina da Região de Goiânia.**

Sumário

Apresentação	3
1. Contextualização e Caracterização do Arranjo Produtivo Local de Confecção de Moda Feminina de Goiânia-Goiás.....	4
2. Processo de Elaboração do Plano de Desenvolvimento	10
3. Situação Atual – Desafios e Oportunidades de Desenvolvimento	14
4. Resultados Esperados.....	18
5. Indicadores de Resultados.....	19
6. Ações Previstas.....	20
7. Gestão do Plano de Desenvolvimento	73
8. Acompanhamento e Avaliação.....	74
9. Conclusões	75
10. Referências	77
10. Anexos	
• Total do projeto, por tipologia de ações	
• Assinaturas e Expectativas dos representantes das instituições que participaram da Elaboração do Plano de Desenvolvimento	
• <i>Caso de sucesso: Criatividade e inovação fazem moda em Goiás.</i>	
• Cadastro das empresas do APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia	

Apresentação

O presente documento, intitulado *Plano de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo Local (APL) de Confeções de Moda Feminina de Goiânia*, é o resultado do envolvimento de empresários, instituições e órgãos governamentais e não-governamentais que atuam no desenvolvimento e fortalecimento do setor de confecção da Região de Goiânia.

Trata-se de um documento referencial para orientar a integração e convergência de ações dos atores envolvidos no processo, bem como o engajamento de novas institucionalidades, visando otimizar recursos, minimizar a multiplicidade de esforços, o compartilhamento de objetivos comuns e a consolidação de boas práticas em desenvolvimento local.

Desse *Plano de Desenvolvimento* constam ações cujos parceiros e executores já realizaram previsão orçamentária, bem como ações que, não obstante sua importância para o APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia, ainda não foram comprometidas financeiramente pelos atores, em função da não disponibilidade de recursos.

As entidades, instituições e empresários que elaboraram esse Plano esperam que o Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP-APL) possa contribuir efetivamente para o desenvolvimento do APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia, por meio de sua maior aproximação com a realidade do mesmo, provocando e despertando os integrantes do arranjo para a importância do Planejamento de ações de desenvolvimento do setor bem como, disponibilizando apoio técnico e recursos financeiros para a execução das ações necessárias para a consolidação do APL.

O desafio dos atores envolvidos no processo de consolidação do APL é fazer com que o trabalho desenvolvido no APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia resulte não só em crescimento econômico para uma parcela de empresários e empreendedores de confecção, mas, em desenvolvimento econômico e social, de forma que a comunidade onde ele está inserido possa se beneficiar das ações sociais como a melhoria da qualidade de vida, redução desigualdades sociais e incremento nos capitais humano e social.

1. Contextualização e Caracterização do Arranjo Produtivo Local de Confeção de Moda Feminina da Região Goiânia

1.1 Histórico da Formação do APL de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia

Para tirar partido de sua vocação agrícola e de seus recursos minerais, a indústria goiana concentrou suas atividades inicialmente em bens de consumo não duráveis e, a partir da década de 1970, nos bens intermediários e na indústria extrativa. Em meados da década de 1990, o desenvolvimento industrial goiano era ainda incipiente, vulnerável aos constantes impactos negativos da conjuntura econômica nacional. Tal fragilidade reduzia significativamente o dinamismo do setor secundário.

Incapaz de beneficiar-se devidamente das vantagens proporcionadas pela agropecuária e pelas imensas reservas minerais. Observava-se, porém, uma tendência à diversificação, principalmente em setores da siderurgia.

Aumentaram consideravelmente os setores da indústria extrativa e da produção de minerais não-metálicos, bens de capital e bens de consumo duráveis. Um dos principais ramos industriais do estado, que, no entanto, não acompanhou a tendência ascendente dos outros setores nas três últimas décadas do século XX, foi o da produção de alimentos – fabricação de laticínios, beneficiamento de produtos agrícolas e abate de animais – concentrado nas cidades de Goiânia; Anápolis e Itumbiara. Setores novos dinamizaram-se nesse mesmo período, como as indústrias metalúrgica, química, **têxtil e vestuário**, de bebidas de móveis e madeira, de couro e calçados, editorial e gráfica. Um elemento coadjuvante de grande importância ao crescimento econômico foi a implantação dos distritos industriais, nos municípios de Anápolis, Itumbiara, Catalão, São Simão, Aparecida de Goiânia, Mineiros, Luziânia, Ipameri, Goianira, Posse, Porangatu, Iporá e Santo Antônio do Descoberto.

Plano de Desenvolvimento Provisório do Arranjo Produtivo Local (APL) de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia

ESTADO DE GOIÁS: Estabelecimentos industriais cadastrados na Secretaria da Fazenda por gênero e porte. Posição: junho/2006.

MUNICÍPIO	Total	Micro	Pequena	Médio	Grande
TOTAL	11.756	7.948	2.619	672	517
Prod.minerais não metálicos	883	545	245	66	27
Metalúrgica	752	487	170	62	33
Mecânica	188	118	48	19	3
Mat.elétrico e de comunicação	125	66	42	15	2
Mat.de transporte	108	59	34	7	8
Madeira	276	212	52	9	3
Mobiliário	554	412	105	25	12
Papel e papelão	70	34	26	6	4
Borracha	50	40	6	2	2
Couros, peles e similares	141	78	38	15	10
Química	201	73	36	33	59
Prod. farmacêuticos e veterinários	106	48	23	11	24
Perfumarias, sabões e velas	103	57	30	12	4
Prod.de matéria plástica	192	86	62	25	19
Têxtil	97	45	34	14	4
Vestuário, calçados e artefatos de tecido.	3.590	2.493	975	110	12
Prod. alimentícios	2.941	2.048	528	155	210
Bebidas, álcool etílico e vinagre.	96	54	14	16	12
Editorial e gráfica	398	362	26	10	-
Fumo	4	2	2	-	-
Diversas	881	629	123	60	69

Fonte: Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás.
 Elaboração: SEPLAN-GO / SEPIN / Gerência de Estatística Socioeconômica – 2006
 Nota: Receita bruta anual:
 Micro: Igual ou inferior a R\$ 127.692,00.
 Pequena: superior a R\$ 127.692,00 e inferior a R\$ 1.000.000,00.
 Médio: superior a R\$ 1.000.000,00 e inferior a R\$ 3.500.000,00.
 Grande: Igual ou superior a R\$ 3.500.000,00.

Fonte: <http://portalsepin.seplan.go.gov.br/>

OBS: O número total de estabelecimentos industriais (considerando não apenas o setor de confecção, mas também os demais setores econômicos) cadastrados na Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás em 2005 (jan-jun) foi de 11.756, o que significa uma participação de 31% das indústrias do setor têxtil, em relação aos outros setores.

Nesse contexto, está Goiânia conhecida como “cidade jardim” “a flor da modernidade”¹, capital jovem, contemporânea, fundada nos anos 30 do século passado. O crescimento econômico e populacional, a evolução da pecuária e o processo de industrialização pelo qual o estado passava apontavam para a necessidade de uma nova sede administrativa para a capital. Assim, em 24 de outubro de 1933 foi lançada pelas mãos do então interventor federal Pedro Ludovico Teixeira, em missão designada pelo presidente Vargas, a pedra fundamental que criou a nova capital de Goiás.

A cidade que foi planejada para ser uma pacata, quase interiorana cidade com um pouco mais de 50 mil habitantes cresceu além do imaginário de seus fundadores.

Hoje com pouco mais de 70 anos conta com 1.201.096 habitantes e se encontra em franco crescimento. O índice de desenvolvimento humano elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o

Desenvolvimento (PNUD) posiciona o Estado de Goiás como o 8º no ranking nacional e o Município de Goiânia em 1º lugar no ranking estadual².

Fundada em um estado de vocação tipicamente agropecuária, e consciente da necessidade de ampliação dos setores de atuação, o incentivo à criação e expansão de empresas foi a forma encontrada para gerar empregos e renda, portanto, a necessidade de estimular empreendimentos, descobrir novas oportunidades de negócios, identificar as potencialidades, vocações e vantagens comparativas e competitivas fez com que a capital buscasse seu crescimento sócio econômico e se tornasse representativa no cenário econômico nacional.

Setores novos dinamizaram-se no processo de desenvolvimento da cidade e seu entorno, como as indústrias do setor metalúrgico; de bebidas; de móveis e madeira; de couro e calçados; editorial e gráfica, e particularmente as indústrias de **vestuário/confecção**, particularmente Moda Feminina.

Assim, o setor cresceu e se desenvolveu ao longo desses anos, formando aglomerados de indústrias que, de acordo com dados da Secretaria de Planejamento do Estado (Seplan), posicionaram o Estado de Goiás entre os quatro maiores pólos de CONFECÇÕES do País, atrás de São Paulo, Paraná e Santa Catarina, e à frente de Minas Gerais. São cerca de 5 milhões de peças produzidas, por mês, de modinha, roupa fina feminina, moda praia, lingerie, linha infantil e jeanswear, entre outras. O segmento reúne, aproximadamente, 3.693 indústrias, emprega 31 mil pessoas com carteira assinada e gera, ainda, outros 60 mil postos de trabalho indiretos. E Goiânia destaca-se em primeiro lugar do estado no desenvolvimento de atividades da Indústria de Confecção, Vestuário e Acessórios, contando com 2.977³ indústrias de confecção, o quê representa aproximadamente 63% das indústrias do setor, instaladas no estado.

Com esse número significativo de empreendimentos no setor, promovendo geração de emprego e renda, articulado com as entidades e instituições de apoio e com conhecimento especializado em confecção, na geração de técnicas e de tecnologias cada vez mais constantes, a atração de empreendedores, empresas e instituições que se propõem unir em torno de um objetivo comum, “costuram” o ambiente favorável à idéia de estruturarem-se em APL – Arranjo Produtivo Local.

¹ Fonte: <http://www2.uol.com.br/goianiahoje/histo.htm>

² Fonte: <http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/index.php> capturado em 16/05/2006.

³ Fonte: http://perfildomunicipio.caged.gov.br/seleciona_uf_consulta.asp?uf=go capturado em 25/11/2006.

Tabela – Perfil do APL

PERFIL do APL			
Abrangência	Goiânia, Trindade, Aparecida de Goiânia		
Núcleo	Goiânia	QL na Atividade Principal	
		1,8	
Localização	Região	Centro Oeste	
	Microregião	Goiânia	
Atividade Principal	Indústria de Confeções (CNAE 18)	Nº de Empresas 1489	Nº de Empregos 11390
Atividades Relacionadas	Nº de Empresas		Nº de Empregos
	4.584		43.185
Instituições de Coordenação e Suporte	Locais	Agicon	
		Sinvest	
		Associação da Bernardo Savão	
		Associação da Avenida 85	
		SEBRAE- Go	
		Escola Senai Ítalo Bologna - Goiânia	
		SIC	
		UFG	
		ACIAT - Trindade	
		ACIAGGO – Aparecida de Goiânia	

Tabela - Classificação do APL de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia.

Confeções Região Goiânia Desempenho e Potencial - Classificação			
Classificação	Vetor Avançado Tipo B		
Potencial de Alavancagem do Desenvolvimento Local/Regional	Tendência do Potencial de Alavancagem	Ritmo de Crescimento	Potencial de Interação
Alta Participação Relativa e Baixa Especialização	Participação Relativa Decrescente e Especialização Crescente	Pouco Acima da Média Nacional	Alto Produtivo e Institucional

Fonte: Mapeamento das aglomerações produtivas especializadas de Goiás

1.2 Setores relacionados à atividade principal do APL (elos do APL)

O APL de Confeções de Moda Feminina da Região de Goiânia é composto pelos seguintes elos:

- Indústrias de confecção;
- Estamparias;
- Lavanderias;
- Facções (de montagem e acabamento);
- Lojas de confecção (Varejo e atacado);
- Fornecedor/Representantes de matéria-prima (aviamentos, tecidos etc.);

- Representante comercial (venda sob encomenda para outros mercados);
- Transportadoras;
- Instituições de capacitação (Sebrae, Senai, Senac, Instituto Europeo de Design-IED, UFG, UNIVERSO);
- Instituições financeiras (Agência de Fomento de Goiás, Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica, Itaú, dentre outros).
- Entidades de Classe (Associação das Indústrias de Confeção de Goiânia-AGICON, Sindicato das Indústrias de Vestuário do Estado de Goiás-SINVEST, Associação Comercial e Industrial da Avenida Bernardo Sayão-ACIBS, Associação dos Lojistas da AV. 85, Condomínio Goiás Center Moda, Condomínio Companhia Moda Brasil-CMB);
- Órgãos Estaduais (Secretaria de Indústria e Comércio-SIC, Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento-SEPLAN, Secretaria de Comércio Exterior-SECOMEX e Secretaria de Ciência e Tecnologia-SECTEC).

1.3 Dados sobre pessoal ocupado e empreendimentos existentes no APL

De acordo como o cadastro da RAIS de 2006, na atividade principal do arranjo estão cadastradas hoje 2.977 empresas de confecção que empregam, em seu conjunto, aproximadamente 12.000 empregados (informação do Ministério do Trabalho, conforme demonstrado na tabela abaixo), considerando-se o segmento de confecções, vestuário e artefatos de tecidos.

Existe ainda um grande número de prestadores de serviços não formalizados em atividades como de facção de montagem, facção de acabamento, bordados, manutenção de máquinas e equipamentos, representação comercial e desenho de moldes, bordadeiras e demais trabalhos manuais.

Município: 52.0870 - Goiânia

Micro Região: Goiania

UF: GO

Setor: Todos os Setores

Subsetor: Ind. Têxtil do Vestuário e Artefatos de Tecidos

Tempo da pesquisa(hh:mm:ss): 00:00:57

Período: Jan de 2006 a Set de 2006			
Movimentação	Município		Micro Região
	qtde	%	qtde
Admissões	4.568	76,53	5.969
Desligamentos	4.415	78,83	5.601
Varição Absoluta	153		368
Varição Relativa	1,25 %		2,44 %
Número de empregos formais 1º Janeiro de 2006	12.231	81,21	15.061
Total de Estabelecimentos Janeiro de 2006	2.977	88,31	3.371

Fonte: http://perfildomunicipio.caged.gov.br/seleciona_uf_consulta.asp?uf=go

1.4 Delimitação territorial do APL

O aglomerado produtivo, objeto deste projeto tem como cidade pólo o Município de Goiânia, onde estão localizadas as condições de acesso para fornecedores de matéria-prima, centros tecnológicos, a processos de capacitação e serviços diversos, bem como o envolvimento com a governança, abrangendo, também, dois Municípios do Entorno de Goiânia: Trindade e Aparecida de Goiânia, que, juntos, compõem o APL de Confeções de Moda Feminina da Região de Goiânia.

Mapa Demonstrativo do APL de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia.



Fonte: SEBRAE, 2004.

O Município de Goiânia está localizado na região central do estado. Os Municípios de Trindade e Aparecida de Goiânia fazem parte da região metropolitana da Grande Goiânia. A principal via de escoamento de produtos é a BR 153, que interliga o Estado de Goiás a praticamente todos os estados do país.

Conforme demonstrado no mapa abaixo, Goiânia possui 01 aeroporto internacional e é servida pela Plataforma Logística Modal de Goiás, situada em Anápolis caracterizada como o Porto Seco principal via de escoamento dos produtos a serem exportados. É importante observar que a região está muito próxima da Capital Federal, 220km.

Mapa de Localização e Logística de Goiânia.



Fonte: <http://www.plataformalogistica.go.gov.br/> 22/11/2006

1.5 Processo de Interação e Cooperação no APL

Apesar de não existirem diferenças de tamanho significativas entre as empresas locais, verifica-se certa heterogeneidade entre elas, sobretudo no que diz respeito à utilização de equipamentos mais sofisticados e processos automatizados por parte de algumas, que prestam serviços mais avançados às demais.

As diferentes formas de interação entre os agentes constituíram, ao longo do tempo, um importante elemento da governança do arranjo. Sejam interações verticais – com subcontratadas

e subcontratantes, fornecedores e clientes – ou interações horizontais – com empresas congêneres e/ou que possuem a mesma base de insumos –, ou ainda interações multilaterais – com universidades, centros de pesquisa, órgãos governamentais e associações empresariais.

As principais instituições de fomento ao APL de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia são as seguintes: SEBRAE/GO, Prefeitura Municipal de Goiânia (SEDEM), Governo do Estado de Goiás (Agência de Fomento de Goiás-GoiásFomento, SECOMEX, SECTEC, SEPLAN e SIC), instituições financeiras (CEF e Banco do Brasil), SENAI, SENAC, Universidade Federal de Goiás/UFG, empresários do setor e entidades classistas (SINVEST, AGICON, Associação Av. 85 e ACIBS), todas trabalhando em prol de um único objetivo: desenvolver o setor de confecção e, conseqüentemente, o desenvolvimento sustentável da Região onde está inserida o APL.

Definindo metas e envidando esforços para alcançá-las as instituições mostram que o empreendedorismo é uma característica não só dos empresários mas também das instituições.

Ainda no sentido de interação e cooperação, particularmente entre firmas, o APL é objeto de diversas iniciativas ação coletiva que nasceu da conversa entre as entidades de apoio e as empresas do APL que buscam trabalhar em conjunto no sentido de desenvolver coleções com as mesmas características, por meio da utilização de consultorias de design, gestão da produção e orientações para o planejamento da coleção, potencializando suas capacidades de aprendizagem, detenção de *Know how*, se preparando para a tomada de decisões acertadas no direcionamento de suas empresas, alcançando em conjunto maior economia de escala, fortalecendo seu poder de negociação, ganhando visibilidade e conquistando novos mercados.

Esse relacionamento envolve, com freqüência, certa dose de cooperação, uma vez que esse tipo de subcontratação tende a acontecer entre empresários que mantêm algum vínculo de parentesco ou amizade, e que se “socorrem” em momentos de pico de demanda.

1.6 Instâncias decisórias em prol do APL (Governança)

No âmbito do Projeto de desenvolvimento do APL o processo decisório é tomado por meio do Comitê Gestor do Projeto, constituído por três Comitês Temáticos, responsáveis pelo planejamento, levantamento de recursos, mobilização e execução das ações do Projeto, assim organizados:

- a) Comitê de Acesso a Crédito e Serviços Financeiros;
- b) Comitê de Capacitação;
- c) Comitê de Acesso a Mercados.

Os Comitês Temáticos são liderados por empresários que articulam com as instituições de fomento ao APL (SEBRAE/GO, Prefeitura Municipal de Goiânia, Agência de Fomento de Goiás-GoiásFomento, SECOMEX, SECTEC, SEPLAN, SIC, SECTEC, CEF, Banco do Brasil, SENAI, SENAC, Universidade Federal de Goiás/UFG, SINVEST, AGICON, Associação Av. 85 e ACIBS) de acordo com suas áreas de interesse e competência, a construção de uma nova visão para o setor confeccionista da Região de Goiânia, construindo um ambiente propício ao empreendedorismo e ao desenvolvimento local.

O ano de 2005 representou um divisor de águas no tocante à questão da governança do APL, visto que os empresários e as diversas instituições de apoio ao APL se uniram para a elaboração do Projeto de Desenvolvimento do APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia, na Metodologia de Gestão Estratégica Orientado para Resultados (GEOR), coordenada pelo Sebrae e implantada com um grupo de confeccionistas de moda feminina que fazem parte do APL desde março de 2005, o que resultou em um projeto integrado para a intervenção conjunta das instituições de apoio, com a vantagem de estar inserido como projeto monitorado pelo Sistema de Gestão Estratégica Orientada para Resultados – SIGEOR em março de 2005, dando transparência e visibilidade ao Projeto, visto que este Sistema está disponível ao acesso no site www.sigeor.sebrae.com.br

2. Processo de Elaboração do Plano de Desenvolvimento

As instituições de apoio ao APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia vêm ao longo dos anos desenvolvendo ações de fomento e desenvolvimento do setor de confecções, embora esses esforços não acontecessem de forma integrada e convergente, resultando em ações pulverizadas e sobrepostas, atendendo às demandas específicas que eram apresentadas de forma pontual pelos empresários do setor de confecção a estas instituições.

A elaboração deste Plano de Desenvolvimento tomou como base os seguintes etapas:

a) Realização do *Mapeamento das Aglomerações Produtivas Especializadas de Goiás*, publicado em 2004 pelo Sebrae em parceria com a Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento do Estado de Goiás, por meio do qual se evidenciou a existência do APL, bem como o levantamento de vários dados que contribuíram para a análise e compreensão do setor.

b) Elaboração do Projeto de Confeção de Moda Feminina de Goiânia, coordenado pelo Sebrae, em parceria com as instituições de apoio ao APL e empresários do setor de confecção. Realizado em 2005, o Projeto foi estruturado na Metodologia de Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR), colaborando para um processo de conscientização sobre o potencial local para a configuração de um Arranjo Produtivo Local.

O processo de implantação do modelo de Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR) no APL de Confeções de Goiânia, ocorreu a partir de fevereiro de 2005, consistindo das seguintes etapas:

a) mobilização e sensibilização dos empresários e atores locais sobre a importância de sua participação no processo de elaboração e estruturação do “Projeto GEOR–APL de Confeções de Goiânia”, feito de forma participativa e pensando o APL de confecções como um todo, isto é, os diversos elos que o compõem (essa fase foi realizada nos meses de fevereiro e março de 2005), e sendo estruturado como um projeto de desenvolvimento para o APL.

b) realização de reuniões com os empresários e parceiros que atuam no APL de Goiânia, com o objetivo de identificar problemas e oportunidades do APL. Nessas reuniões foram utilizadas metodologias participativas (metaplan, *braintorming*, etc.), que permitiram a participação efetiva das pessoas que puderam contribuir com suas informações e sugestões (fase realizada em fevereiro e março de 2005);

c) estruturação do “Projeto GEOR- Confeções de Moda Feminina de Goiânia”: para a realização dessa fase utilizou-se dos dados e informações registrados durante as reuniões participativas, o que permitiu a estruturação do projeto, contemplando a seguinte estrutura:

- diagnóstico e antecedentes;
- público-alvo;
- objetivo geral;
- resultados finalísticos;
- resultados intermediários;

- foco estratégico;

- premissas;

- definição das ações a serem executadas, dos responsáveis por sua execução, financiamento e coordenação, bem como produtos finais (fase realizada em março de 2005). Durante essa fase do processo foram identificadas uma série de necessidades, que por sua vez foram transformadas em ações, sugeridas pelos empresários e orientadas pelos condutores do processo, definindo, por método de priorização, aquelas que seriam mais relevantes para atingir os resultados propostos. Foram selecionadas, nesse processo, um rol de 29 ações, para serem executadas no horizonte de 2005 a 2007, sendo que o critério utilizado para se selecionar tais ações foi sua afinidade e seu grau de promoção dos resultados finalísticos esperados com a implantação do “Projeto GEOR-Confeção de Moda Feminina de Goiânia” (descritos no item “4. Resultados Esperados”, desse documento).

É importante ressaltar que, nessa fase, participaram na primeira etapa, apenas os empresários do setor de confecção de moda feminina e na segunda etapa, denominada “Rodada de Negociações”, os parceiros identificados pelos empresários, que pudessem oferecer suas competências para promover o desenvolvimento do setor. Quais sejam:

- Agência de Fomento do Estado de Goiás;
- Associação Goiana das Indústrias de Confeção;
- Associação dos Confeccionistas da Av. Bernardo Sayão;
- Associação dos Confeccionistas da Avenida 85;
- Banco do Brasil S/A;
- Caixa Econômica Federal;
- Instituto Europeo de Design – SP;
- Sebrae/GO;
- Sebrae/NA;
- Secretaria Municipal de Desenvolvimento;
- Secretaria de Estado de Comércio Exterior;
- Secretaria de Estado de Indústria e Comércio;
- Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia;
- Senac;
- Senai;
- Sindicato dos Vestuários do Estado de Goiás;
- Universidade Federal de Goiás.

d) cerimônia de contratualização do “Projeto GEOR-APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia” realizada no dia 18 de maio de 2005 na sede do Sebrae em Goiás. O

evento contou com a participação de todos os atores que participam do projeto, resultando da assinatura conjunta do documento denominado “Acordo de Resultados”, no qual a estrutura de governança, e empresários do APL, assumem responsabilidade pela execução das ações nas quais se comprometeram a participar (seja como financiador, como coordenador ou apoiador na execução das ações). Embora não tenha validade jurídica, esse documento simboliza um compromisso moral, que a entidade participante assume junto aos empresários e comunidade local. Na oportunidade foi realizada uma mostra dos produtos desenvolvidos pelas empresas.



e) Gestão e monitoramento do Projeto: após a contratualização do Projeto GEOR–APL de Confeções de Goiânia ficou claro e acordado entre os atores que assinaram o documento denominado “Acordo de Resultados” que os mesmos seriam naturalmente responsáveis pela coordenação, gestão e monitoramento do projeto, cuidando das articulações e realização das ações previstas no projeto.

A convite da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Goiás para reunião, em novembro de 2006, dando continuidade às atividades Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP–APL), instituído pela Portaria Interministerial nº 200, de 3/8/2004, fomos orientados a elaborar o Plano de Desenvolvimento Provisório para o APL de Confeções de Goiânia.

Foi realizada uma reunião com o Comitê Gestor do Projeto, composto por empresários, oportunidade em que foram discutidas as ações prioritárias e a importância da inserção desse

APL no contexto das prioridades de desenvolvimento para o setor por parte do Governo Federal.

Esse grupo de empresários que já vêm trabalhando ao longo de um ano e meio como líderes de ações no projeto, teve como objetivo participar na elaboração da versão preliminar do *Plano de Desenvolvimento Provisório*, conforme modelo apresentado pelo MDIC (Anexo IV do Manual Operacional – Modelo de Plano de Desenvolvimento). Para a elaboração do documento se utilizou o plano de ações desenvolvido para o Projeto GEOR-APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia, adaptando-o ao modelo fornecido pelo MDIC, após o que foram adicionadas ao novo modelo as ações que, na fase de estruturação do projeto inicial, não tinham sido priorizadas, bem como as ações que, no novo contexto (disponibilidade de apoio por parte do Governo Federal), foram consideradas válidas, pelos empresários e governança do APL.

Novamente, o critério utilizado para se selecionar tais ações foram sua afinidade e seu grau de promoção dos resultados finalísticos esperados com a implantação do “Projeto GEOR-APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia” (descritos no item “4. Resultados Esperados”, desse documento).

Na seqüência realizaram-se novos encontros, contando com a participação das instituições que atuam no APL com a finalidade de validar e legitimar o *Plano de Desenvolvimento*, dando-lhe assim, o caráter democrático – participativo essencial para o fortalecimento e consolidação do APL de Confeções de Moda Feminina de Goiânia.

2.1 Visão de Futuro

Os empresários, que fazem parte do Arranjo Produtivo Local de Confeções de Moda Feminina de Goiânia, engajados na proposta de elevar o nível de credibilidade junto à comunidade e liderança local, por ocasião de desenvolvimento do Planejamento Estratégico do Projeto, em outubro de 2006, imbuídos do propósito de promover o desenvolvimento sustentável do Arranjo Produtivo de Confeções de Goiânia, definiram a visão e missão do Projeto.

Visão de Futuro: Consolidar a integração da rede que compõe o setor de moda feminina de Goiânia envolvendo os parceiros, acesso a capacitação, crédito e mercados, agregando as atividades correlatas e atuando com comprometimento e responsabilidade social.

Missão: Trabalhar em parceria com as instituições e entidades que representam o setor, com o compromisso de transformar as empresas de micro e pequeno porte do setor de moda feminina de Goiânia, criando ações coletivas de acesso à crédito e a mercados e capacitação

buscando atingir os resultados propostos pelo projeto, quais seja: visibilidade, lucratividade, produtividade e atuando com responsabilidade social.

A consolidação desse propósito deverá se dar em um ambiente propício ao empreendedorismo e ao desenvolvimento local, buscando o desenvolvimento sustentável do APL por meio da articulação institucional dos diversos agentes, promoção de ações conjuntas visando prover soluções que levem à abertura e ampliação de linhas de crédito específicas e procedimentos de facilitação do acesso ao crédito, a capacitações da mão-de-obra e dos empresários, o fortalecimento da governança do APL e a conquista de novos canais de comercialização.

3. Situação Atual – Desafios e Oportunidades de Desenvolvimento

O Projeto GEOR - APL Confeção de Moda Feminina de Goiânia foi constituído com o objetivo de aumentar a competitividade do setor de confecções de moda feminina de Goiânia, com ênfase no aumento da lucratividade, da visibilidade, da qualidade e produtividade e de acesso a novos mercados. Para atingir essa proposta existem problemas, obstáculos a serem superados, desafios e necessidades de mudança levantadas por meio de pesquisas, diagnósticos e reuniões participativas realizadas no decorrer do processo de estruturação e implementação do Plano de desenvolvimento do APL, que relatamos abaixo:

ANÁLISE AMBIENTAL E AÇÕES ESTRATÉGICAS

QUADRO DE ANÁLISE DA MATRIZ ESTRATÉGICA			
Fatores Externos	Oportunidades/ Ameaças	Fatores Externos Situação Desejada	Forças/ Fraquezas
1 – Acesso a Crédito*	O	Linhas de Crédito disponíveis **	-
2. Articulação e envolvimento da governança	A	Alto envolvimento da governança	-
3 Acesso a Mercado	O	Realizar vendas para os mercados da região sul/sudeste e mercado externo	+

*O grupo avaliou este item como uma oportunidade, pois no caso de acessá-las, pode trazer incremento às empresas.

** No entanto, pode ser uma fraqueza pois, a inexistência de linhas de crédito específica para o setor, causa dificuldades de aquisição de matéria-prima, máquinas e equipamentos, capital de giro. Dificuldade de acesso às instituições financeiras por causa das altas taxas de juros, das restrições cadastrais e das altas exigências de garantias.

Plano de Desenvolvimento Provisório do Arranjo Produtivo Local (APL) de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia

Ações Estratégicas			
Fatores Internos	Situação Atual	Situação Desejada	Ações Propostas
1-Envolvimento dos empresários com o projeto	Empresários dispersos e pouco comprometidos	Alto grau de envolvimento dos empresários	- Mobilizar, com empresários -Articular com empresários
2-Articulação e busca dos empresários pela participação da governança	Busca de ações pontuais de cada parceiro em benefício próprio	Alto grau de envolvimento da governança com o projeto	-Apresentar o Projeto aos parceiros -Articular para a realização de ações conjuntas - Buscar integração das entidades de classe ao projeto.
3-Custo de participação em ações de mercado(Feiras,rodadas de negócio)	Baixa atuação nos mercados pretendidos devido ao alto custo da ação.	Realizar vendas para os mercados da região sul/sudeste e mercado externo	-Buscar parceiros para apoiar ações de mercado. -Buscar capacitação para a participação em feiras. -conscientizar empresas participantes do projeto da importância da participação em ações de mercado

Plano de Desenvolvimento Provisório do Arranjo Produtivo Local (APL) de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia

Tipologia de Ação	Obstáculos	Desafios	Oportunidades
Apoio a produção e comercialização	• Carência de profissionais do ramo de vendas e representações	• Estabelecer contatos com novos representantes e formar profissionais de vendas	• Ampliação do faturamento das empresas do APL
	• Precariedade das estratégias de negociações e vendas	• desenvolver novas estratégias de negociações e vendas	• Conquistar novos canais de comercialização, como caravanas de compras, etc.
	• Métodos de exportação “não profissionais” ⁴	• Fortalecer a cultura exportadora • Capacitar empreendedores locais e instituições de apoio aos empresários para as questões operacionais da exportação	• Conquistar novos mercados, tanto no âmbito nacional quanto para outros países e continentes • Promoção de ações de apoio à exportação (Cursos, Consultorias, visitas a feiras internacionais)
	• Dificuldade no acesso a insumos e matérias-primas a preços mais acessíveis, em função de compra fragmentada e individual, por parte dos empresários ⁵	• Constituir a Central de Negócios	• Ampliação do lucro ou redução dos custos de produção, por meio do acesso a insumos e matérias-primas a preços mais acessíveis
Ações de desburocratização e redução da carga tributária	• Carga tributária elevada para o setor de confecção	• Articular entre empresários e governança do APL a promoção de ações para educação da carga tributária	• Fortalecer a governança do APL, por meio da reivindicação por diminuição da carga tributária • Diminuição dos custos de produções, por meio da redução da carga tributária
Ações de relacionamento com clientes	• Infra-estrutura local inadequada, em termos de acomodação para veículos que transportam compradores em turismo de negócios.	• Melhorar a infra-estrutura para recepção de clientes provenientes do turismo de negócios.	• Geração de emprego e renda, por meio da criação de negócios relacionados ao turismo de negócios para atração de compradores de produtos de confecção.
	• Elevada inadimplência nas vendas realizadas pelos representantes comerciais	• Criar um cadastro único de clientes do APL	• Aumento do lucro, por meio da diminuição da inadimplência

4. Das empresas participantes do Projeto Confeção de Moda Feminina de Goiânia, poucas são que, atualmente, possuem condições de exportar. Os próprios empresários reconhecem que, antes de iniciar atividade exportadora, é necessário investir em *design*, qualidade e padronização do produto.

5. Dentre os produtos e insumos que poderiam ser adquiridos conjuntamente pelos empresários destacam-se: tecidos e aviamentos, no caso das indústrias de confecções. Tais produtos, se comprados conjuntamente, seriam obtidos a preços mais acessíveis.. Com relação à comercialização os canais de comercialização são as lojas de atacado, intermediárias (assessores, vendedores e representantes comerciais). Também se utiliza a venda direta nas próprias instalações fabris, com lojas específicas. As empresas utilizam tanto o atacado quanto o varejo, como canais de comercialização.

Plano de Desenvolvimento Provisório do Arranjo Produtivo Local (APL) de Confeção de Moda Feminina da Região de Goiânia

Ações de capacitação, pesquisa, qualidade e tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldades na área da capacitação e qualificação profissional para atender a demanda do segmento da confecção em áreas de desenvolvimento de novos produtos, modelagem avançada, design, planejamento de coleção etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a qualificação da mão-de-obra do APL Preparar as empresas do APL quanto ao desenvolvimento de coleção do APL, capacidade para produção em consórcio de empresas, agregação de valor e da identidade local aos produtos 	<ul style="list-style-type: none"> Promoção de cursos e capacitações voltados para a mão-de-obra (gerência da produção, secretariado, atendimento, etc.) Promoção da capacitação gerencial e tecnológica, por meio de cursos de Gerenciais, Design etc.
	<ul style="list-style-type: none"> Embora exista relativo controle da qualidade, existe necessidade de melhorar os processos. 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar a Qualidade dos Produtos, processos produtivos e gestão dos negócios do APL 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento do valor dos produtos, por meio da melhoria da qualidade

Tipologia de Ação	Obstáculos	Desafios	Oportunidades
Ações de apoio ao acesso a crédito	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldades de acesso a crédito e financiamento⁶ 	<ul style="list-style-type: none"> Auxiliar na elaboração de políticas, estratégias e programas que facilitem o acesso a crédito direcionado aos pequenos empreendimentos de confecções 	<ul style="list-style-type: none"> Articulação institucional e ações visando a abertura e ampliação de linhas de crédito e procedimentos de facilitação do acesso ao crédito

Tipologia de Ação	Obstáculos	Desafios	Oportunidades
Ações de fortalecimento da governança	<ul style="list-style-type: none"> Desarticulação entre os empresários e entidades de classe e associações que os representam, bem como com a governança estadual e parceiros em geral. Falta cultura de participação política junto à governança. 	<ul style="list-style-type: none"> Melhorar o nível de articulação entre os agentes do APL de Goiânia de forma a dinamizar a relação de empresários com suas associações e governança buscando a sintonia de ações e otimização de recursos Fortalecimento da cultura associativa e cooperativa entre as empresas e instituições do APL 	<ul style="list-style-type: none"> fortalecimento da Governança do APL

6. As principais dificuldades encontradas na obtenção de financiamentos relatadas pelas empresas do APL são as seguintes: excesso de burocracia; garantias altas; juros altos; restrição cadastral ; valores insuficientes; poucas linhas de crédito; falta de recurso para capital de giro; pouco tempo de carência). Em alguns casos existem mesmo situações nas quais o acesso a crédito se mostra inacessível, como no caso de empresas com restrições cadastrais ou excesso de exigências ou burocracias para obtenção do crédito/financiamento.

4. Resultados Esperados

4.1 Resultados Finalísticos

1. Aumentar a Lucratividade das empresas de confecção de moda feminina de Goiânia: em 2,5% até dez de 2005; 7% até dez/2006 e 7% até dez/2007.

4.1 Resultados Intermediários

2. Aumentar em 10% a.a. o Volume de Vendas das confecções de micro e pequeno porte de moda feminina de Goiânia, até dez/2007.

3. Reduzir o Custo Médio da Produção das indústrias de confecção de moda feminina de Goiânia: em 3% até dez/2005; 3% até dez/2006 e 4% até dez/2007

5. Indicadores de Resultados*

- Lucratividade das empresas de confecção de moda feminina de Goiânia
- Volume de Vendas das confecções
- Custo Médio de Produção das indústrias de confecções de moda feminina de Goiânia

** Os indicadores correspondem respectivamente aos resultados a serem alcançados por meio das ações a serem implementadas no APL de Confecção de Moda Feminina de Goiânia (conforme relato nesse projeto).*

6. Ações Previstas

AÇÕES DE CAPACITAÇÃO

6.1 CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO EMPRESARIAL

a) Descrição: Realizar 3 treinamentos de administração para pequenas empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia, buscando desenvolver habilidades administrativas.

As capacitações se darão por meio da participação nos Cursos "Como Administrar sua pequena empresa" ou outros cursos que atendam à necessidade de informações de boas práticas de gerenciamento e administração de seu negócio e serão acompanhadas por 3/h consultoria *in loco*, por empresa (opcional) para o maior aproveitamento dos empresários sobre o conteúdo abordado.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:

- Sebrae em Goiás: R\$ 4.500 (35%)
- Empresários: R\$ 4.500,00(35%)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 6.000 (30%)

TOTAL: 15.000

e) Data de início: 31/03/2006*

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1 , 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009.

6.2 CURSO DE EMPREENDEDORISMO

a) Descrição: Realizar 3 treinamentos de empreendedorismo, para os empresários de confecção de moda feminina de Goiânia, objetivando desenvolver e fortalecer o comportamento empreendedor dos mesmos. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "EMPRETEC" ou outros cursos que atendam ao requisito proposto para esta ação.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) % :

- Sebrae em Goiás: R\$ 12.500,00 (25%)
- Empresários: R\$ 12.500,00 (25%)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 25.000(50%)

TOTAL: 50.000

e) Data de início: 31/01/2007

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.3 CURSO DE VENDAS PARA EMPRESÁRIOS

a) Descrição: Realizar 3 treinamentos de desenvolvimento de habilidades para vendas e negociação para os empresários do setor de confecções de moda feminina de Goiânia, buscando desenvolver habilidades para negociações. A capacitação se dará por meio da participação nos Módulos I, II e III do Curso "Como Vender mais e melhor" ou outros cursos que atendam à necessidade de capacitação dos empresários no tema.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$ %)

- SEBRAE em Goiás: R\$ 3.225,00 (25%)
- Empresários: R\$ 3.225,00 (25%)
- Instituição pertencente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 6.450,00 (50%)
- **TOTAL: 12.900,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/2007

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.4 CURSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA MPE'S

- a) Descrição: Realizar 3 cursos de Capacitação Básica em Gestão em Design, objetivando aprimorar a percepção dos empresários com relação à utilização da ferramenta "design" em suas empresas com acompanhamento de consultoria "in loco" e aulas práticas. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "Gestão de Design para Pequenas Empresas" ou outros cursos que atendam à necessidade de capacitação dos empresários no tema.
- b) Coordenação: Comitê Gestor – Capacitação
- c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora
- d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%:
- Sebrae em Goiás: R\$ 4.500 (35%)
 - Empresários: R\$ 4.500,00(35%)
 - Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 6.000 (30%)
- **TOTAL: R\$ 15.000,00**
- e) Data de início: 30/05/2007
- f) Data de término: 30/12/2009
- g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3
- h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o <i>design</i>) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.5 CURSO DE GESTÃO DA PRODUÇÃO

- a) Descrição: Realizar 3 treinamentos de orientação para gerenciamento da produção para os empresários e gerentes de produção - do setor de moda feminina de Goiânia, objetivando desenvolver e fortalecer o conhecimentos na área de gerenciamento de produção. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "Gestão da Produção" ou outros cursos que atendam ao requisito proposto para esta ação.
- b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação
- c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora
- d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:
- Sebrae em Goiás: R\$ 3.937,50 (30%)
 - Empresário: R\$ 3.937,50 (30%)
 - Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 7.875,00(40%)
 - **TOTAL: R\$ 15.750**
- e) Data de início: 31/07/2007
- f) Data de término: 31/12/2009
- g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2, 3
- h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.6 CURSO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO

a) Descrição: Realizar 03 treinamentos para o desenvolvimento de habilidades para vendas e negociação para vendedores do setor de confecções de moda feminina de Goiânia. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "Técnicas de Vendas e Negociação" ou outros cursos que atendam à necessidade de capacitação dos vendedores sobre tema.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%

- SEBRAE em Goiás: R\$ 2.062,50 (25%)
- Empresários: R\$ 2.062,500 (25 %)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 4.125,00(50%)
- **TOTAL: 8.250,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/2007

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o <i>design</i>) | <input type="checkbox"/> crédito |

*Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009

6.7 CURSO DE TELEMARKETING

a) Descrição: Realizar 3 treinamentos de telemarketing para desenvolvimento de habilidades em atendimento telefônico para os empregados das empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "Telemarketing" ou outros cursos que atendam à necessidade de capacitação dos atendentes sobre tema

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- SEBRAE em Goiás: R\$ 2.287,50(%)

- Empresários: R\$ 2.187,50(25%)

- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 4.375,00(50%)

- **TOTAL: R\$ 8.750,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/07

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

promoção do mercado interno

promoção do mercado externo

capacitação/formação

valorização da identidade local

inovação e tecnologia (incluindo o design) crédito

outra. Por favor, informe:

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009.

6.8 CURSO DE COSTURA RETA

Descrição: Realizar 05 cursos capacitação de mão-de-obra oferecendo curso de costura reta, incluindo técnicas de pregar zíper, e acabamento em geral empresa para os colaboradores das empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SENAI/GO

d) Viabilização financeira (Nome da Instituição Valor, em R\$)%: ACIJ, SEBRAE em Goiás, GTP-APL

- SEBRAE/GO: R\$ 5.000,00 (25.9%)
- Empresários: R\$ 5.000,00 (25,9%)
- SENAI- R\$ 5.000,00 (25.9%)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 4.300,00(22.3%)

TOTAL: R\$ 19.300,00

e) Data de início: 30/01/2007

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1,2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 100 pessoas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- () promoção do mercado interno () promoção do mercado externo
- (x) capacitação/formação () valorização da identidade local
- (x) inovação e tecnologia (incluindo o *design*) () crédito
- () outra. Por favor, informe:

6.9 CURSO DE MODELAGEM

Descrição: Realizar 03 Cursos de Noções Básica de Modelagem para as costureiras(os) e prestadores de serviços das empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos DE "MODELAGEM" ou outros cursos que atendam ao requisito proposto para esta ação.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SENAC-GO

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%:

- SENAC - GO: R\$ 6.300,00 (29.8%)
- Empresas : R\$ 7.410,00 (35,1%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 7.410,00 (35,1%)
- **TOTAL: 21.120,00**

e) Data de início: 15/02/2007

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.10 CURSO DE RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

Descrição: Realizar 3 Curso de Relações Interpessoais com o grupo de colaboradores das empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia, objetivando desenvolver e fortalecer o espírito de equipe e de relacionamento entre pessoas. A capacitação se dará por meio da participação nos Cursos "Relações Interpessoais" ou outros cursos que atendam ao requisito proposto para esta ação.

b) Coordenação: Comitê Gestor - Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Educação e Cultura Empreendedora

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%:

- SEBRAE/GO: R\$ 2.187,50 (25%)
- Empresas: R\$ 2.187,50 (25%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 7.375,00 (50%)
- **TOTAL: 8.750,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3.

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas).

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009.

6.11 OFICINA DE DESIGN

Descrição: Realizar 2 Oficinas de Design via convênio firmado entre Sebrae/GO Sebrae/NA e Senai/CETIQT. E outras oficinas e consultorias de design para melhoria de produto, visando a apresentação e comercialização destes produtos em feiras e exposições tais como FASHION BUSINESS, FENINVER e outros eventos de moda nacionais e internacionais.

b) Coordenação: Comitê Gestor- Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Inovação e Acesso à Tecnologia

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%:

- SEBRAE/GO: R\$ 80.000 (25%)
- SSEBRAE/NA : R\$ 80.000 (25%)
- Empresas : R\$ 32.000 (10%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 128.000 (40%)
- **TOTAL: 320.000,00**

e) Data de início: 15/06/2005*

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 40 empresas (cada oficina beneficiará no mínimo 20 empresas).

h) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009.

AÇÕES DE ACESSO A MERCADO

6.12 APOIO À EXPORTAÇÃO (Palestras, cursos e consultorias)

- a) Descrição: Realizar palestras de orientação sobre o processo de exportação, exportação via correio (Exporta Facil). Cursos para preparação à exportação e consultorias com o objetivo de preparar empresas para a exportação.
- b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados
- c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Acesso a Mercados
- d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.
- Sebrae em Goiás: R\$ 7.500,00 (50%)
 - Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 7.500,00 (50%)
 - **TOTAL: 15.000,00**
- e) Data de início: 01/09/2006
- f) Data de término: 31/12/2009
- g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3
- h) Nº de empresas atendidas: 120 empresas .
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.13 CADASTRO DE ASSESSORES, GUIAS E CLIENTES

Descrição: Uniformizar e centralizar nas associações (CMB, Goiás Center Modas, e outras) o cadastro dos assessores de moda, guias e compradores das empresas de confecção de moda feminina de Goiânia.

- b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados
- b) Execução: SEBRAE/GO
- c) d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.
- Sebrae em Goiás: R\$ 2.500,00 (25%)
 - Empresas: R\$ 2.500,00 (25%)
 - Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 5.000,00 (50%)
 - **TOTAL: 10.000,00**
- e) Data de início: 31/01/2007
- f) Data de término: 31/12/2007
- g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3
- h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.14 CAMPANHA DE INCENTIVO ÀS COMPRAS EM GOIÂNIA

Descrição: Criar e articular junto às entidades parceiras campanhas/promoções de que visem incentivar a vinda de clientes à Goiânia em ocasiões especiais, para comprar em Goiânia.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: Empresários

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 55.000,00 (9,3%)
- Empresas: R\$ 22.000,00 (3,7%)
- Associações (ACIBS, AGICON, Ass.Av.85) : R\$ 210.000,00(35,7%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 300.000,00 (51,3%)
- **TOTAL: 587.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 100 empresas.

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.15 CALENDÁRIO DE LANÇAMENTO DE COLEÇÕES

Descrição: Criar calendário de comum de lançamento das coleções - Primavera/Verão, outono-inverno, com o objetivo de trabalhar as coleções e lançamentos nas épocas certas, acompanhando os grandes lançamentos nacionais.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: Adriana Prudente - Empresária

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %.

- Sebrae em Goiás: R\$ 10.000,00 (22%)
- Empresas: R\$ 5.000,00 (11%)
- Associações (ACIBS, AGICON, Ass.Av.85) : R\$ 10.000(22%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 20.000,00 (45%)
- **TOTAL: 45.000,00**

e) Data de início: 31/01/2007

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 100 empresas

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.16 CENTRAL DE APOIO AOS COMPRADORES

Descrição: Criar a Central de Apoio aos Compradores de moda Goiana (constitui-se em espaço físico com banheiros, sala de convivência, estacionamento para ônibus, etc.. A Central terá por objetivo receber ônibus de excursão de compradores de todo o Brasil.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: Prefeitura Municipal de Goiânia

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Prefeitura Municipal de Goiânia: R\$ 900.000,00 (90%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 100.000,00 (10%)
- **TOTAL: 1.000.000,00**

e) Data de início: 31/03/2007

f) Data de término: 31/12/2008

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.17 CENTRAL DE NEGÓCIOS

Descrição: Implantar a Central de Negócios no APL, inicialmente, voltada para a realização de compra conjunta de matérias-primas como forma de diminuição dos custos de produção, por meio da aquisição de insumos mais baratos e, posteriormente, evoluindo para central de comercialização conjunta de produtos confeccionados no APL.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Desenvolvimento Setorial e Regional

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 5.000,00 (5%)
- Empresas: R\$ 5.000,00 (5%)
- Associações (ACIBS, AGICON, Ass.Av.85) : R\$ 40.000,00(40%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 50.000,00 (50%)
- **TOTAL: 100.000,00**

e) Data de início: 31/03/2007

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.18 PESQUISA DE NECESSIDADE DE MERCADOS PRETENDIDOS

Descrição: Desenvolver programas de identificação de necessidades dos mercados pretendidos por meio de pesquisa sobre produtos, calendários, características peculiares de cada região etc. acompanhado de consultorias e visitas técnicas.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade Acesso a Mercados

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 10.000,00 (28.5%)
- Empresas : R\$ 5.000,00 (14,5%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 20.000,00 (57%)
- **TOTAL: 35.000,00**

e) Data de início: 31/03/2007

f) Data de término: 31/12/2007

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3.

h) Nº de empresas atendidas: 100 empresas.

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |

outra. Por favor, informe: Conhecimento e avaliação das necessidades de produto dos mercados pretendidos pelas empresas do APL, quais sejam – Região SUL/SUDESTE.

6.19 PARTICIPAÇÃO em FEIRAS e EXPOSIÇÕES

Descrição: Viabilizar a participação dos empresários do setor de moda feminina de Goiânia em feiras, exposições e eventos de negócios como: na FENIT, FASHION BUSINESS e outras, como expositores.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade Acesso à Mercados

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 100.000,00 (20%)
- Empresas: R\$ 50.000,00 (10%)
- Associações (AGICON): R\$ 200.000,00 (40%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 150.000,00 (30%)
- **TOTAL: 500.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3.

h) Nº de empresas atendidas: 300 empresas (cada feira beneficiará no mínimo 50 empresas)

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.20 REALIZAÇÃO DE EVENTOS

Descrição: Apoiar a realização de eventos de lançamento da Moda em Goiânia, com a promoção de desfiles semestrais para divulgação das novas coleções, em eventos do Goiás Center Modas e CMB Fashion.

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade Acesso à Mercados – Sebastião Umbelino de Souza

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 200.000 (16%)
- Empresas: R\$ 200.000,00 (16%)
- Associações (ACIBS, AGICON, Ass.Av.85) : R\$ 400.000,00(32%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 450.000,00 (36%)
- **TOTAL: 1.250.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada evento beneficiará no mínimo 20 empresas)

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.21 DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

Descrição: Realização consultorias, por meio de entidades e instituições nacionais e internacionais com ações coordenadas para, adequação dos produtos já existentes para e desenvolvimento de novos produtos e design. Serão realizadas consultoria de desenvolvimento de novos produtos com foco em design com as instituições abaixo: -Instituto Europeo de Design junto ao Grupo Marca Goiás - SENAI/CETIQT/SEBRAE junto a todas as empresas do Projeto; - Consultorias, oficinas de design, visando o desenvolvimento de novos produtos, com a finalidade de apresentação e comercialização destes produtos em feiras e exposições tais como FASHION BUSINESS, FENINVER e outros eventos de moda nacionais e internacionais

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade Inovação e Acesso à Tecnologia

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 200.000 (37,7%)
- Empresas : R\$ 50.000,00 (9,3%)
- Instituto Europeo de Design: R\$ 30.000,00 (5,6%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP- APL : R\$ 150.000,00 (47,6%)
- **TOTAL: 530.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas (cada consultoria beneficiará no mínimo 20 empresas)

h) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |

outra. Por favor, informe:

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.22 VISITAS E MISSÕES TÉCNICAS

Descrição: Viabilizar a participação dos empresários em visitas e missões técnicas a eventos nacionais (Feiras diversas, direcionadas ao setor da indústria de confecções tais como: FENIT, FENATEC, FASHION BUSINESS dentre outras) e internacionais, visando a pesquisa de tendências de moda e de novos produtos

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Acesso à Mercado

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 60.000 (42,8%)
- Empresas : R\$ 30.000,00 (21,4%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP- APL : R\$ 50.000,00 (35,8%)
- **TOTAL: 140.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas/pessoas atendidas: 240 pessoas.

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009.

6.23 ACESSO A INFORMAÇÕES, SERVIÇOS E TENDÊNCIAS DE MODA

Descrição: Articular parcerias com Faculdades e Escolas de Moda Nacionais e Internacionais no sentido de ter acesso às informações de tendências e serviços que possibilitem a melhoria do produto por meio do design. (UFG, UCG, Universo, Cried, Senac, Núcleos de Design etc.)

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Mercados

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Orientação Empresarial

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 20.000,00 (36,6%)
- Empresas : R\$ 5.000,00 (9,0%)
- Instituição participante ou indicada pelo GTP- APL : R\$ 30.000,00 (54,4%)
- **TOTAL: 55.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas/pessoas atendidas: 300 empresas

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: Acesso a informações de tendências de moda. | |

* Ação iniciada em 2006 com previsão de continuidade até 2009

6.24 CADASTRO DAS EMPRESAS DO PROJETO

Descrição: Organizar de forma sistemática o Cadastro das empresas participantes do Projeto de Confeção de Moda Feminina de Goiânia e disponibiliza-lo no SIGEOR Sistema de Gestão Estratégica Orientada para Resultados, aos Sebrae e demais parceiros.

b) Coordenação: SEBRAE/GO – Gestor do Projeto

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Estratégias e Diretrizes

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.

- Sebrae em Goiás: R\$ 30.000,00 (50%)

- Instituição participante ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 30.000,00 (50%)

- **TOTAL: 50.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2008

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas cadastradas: 100 empresas

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

(x) promoção do mercado interno

(x) promoção do mercado externo

(x) capacitação/formação

() valorização da identidade local

(x) inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito

() outra. Por favor, informe: Acesso a informações de tendências de moda.

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

6.25 CRIAÇÃO DA MARCA GOIÁS

Descrição: Apoiar a criação e consolidação do Consórcio Marca Goiás..

- b) Coordenação: SEBRAE/GO – Gestora do Projeto
- c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Inovação e Acesso à Tecnologia
- d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$)%.
 - Sebrae em Goiás: R\$ 15.000,00 (50%)
 - Instituição participante ou indicada pelo GTP- APL : R\$ 15.000,00 (50%)
 - **TOTAL: 30.000,00**

e) Data de início: 15/04/2007

f) Data de término: 31/12/2008

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- (x) promoção do mercado interno (x) promoção do mercado externo
- () capacitação/formação (x) valorização da identidade local
- (x) inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
- () outra. Por favor, informe: Acesso a informações de tendências de moda

6.26 INCUBADORA DE DESIGN

a) Descrição: Apoio à constituição da incubadora de design no sentido de instituir parceria com as empresas incubadas de design no desenvolvimento de processos e produtos. • constituição do projeto para criação da incubadora de empresas

- programa de capacitação para os gerentes e colaboradores da incubadora;
- programa de capacitação para os empresários e empregados das empresas incubadas.
- assinatura de revistas e periódicos sobre o segmento de confecção

b) Coordenação: Universidade Federal de Goiás - UFG

c) Execução: SEBRAE/GO – UFG – Gerente da Incubadora

Nome da Instituição Valor (em R\$)%:

- SEBRAE/GO R\$ 20.000 (14,9%).
- SEBRAE/NA: R\$ 50.000,00 (37,3%).
- UFG: R\$ 45.000,00 (33,5%)
- FUNAPE: R\$ 19.000,00 (14,3%)

TOTAL: 134.000,00

e) Data de início: 15/04/2005**

f) Data de término: 30/12/2006

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1,2 e 3

h) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |

outra. Por favor, informe: Responsabilidade Social e Ambiental.

** Ação Realizada.

AÇÕES DE ACESSO CRÉDITO

6.27 APOIO NO ACESSO A CRÉDITO

a) Descrição: Planejar e executar ações de apoio ao acesso ao crédito para as Confeções de Moda Feminina de Goiânia: a) Realizar consultorias coletivas de orientação ao crédito; b) oferecer consultoria para elaboração e acompanhamento de projetos junto às instituições financeiras; c) articular linhas de crédito diferenciadas junto a Instituições bancárias e financeiras para atender às empresas do setor de confecções de moda feminina de Goiânia. Planejar e executar ações de apoio ao acesso ao crédito no APL

b) Coordenação: Comitê Gestor – Acesso a Crédito

c) Execução: SEBRAE/GO e Agência de Fomento

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$):

- SEBRAE em Goiás: R\$ 12.000,00 (1,2%)
- Agência de Fomento de Goiás: R\$ 1.000.000,00* (98,8%)
- **TOTAL: 5.040.000,00**

*Este é o valor do recurso pleiteado pelos empresários para que a Agência de Fomento viabilize linhas de crédito para o setor.

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1,2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 100 empresas.

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input checked="" type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

* Ação iniciada em 2005 com previsão de continuidade até 2009.

AÇÕES DE GESTÃO DO PROJETO

6.28 PESQUISA e AVALIAÇÃO SISTEMÁTICA do PROJETO

a) Descrição: Realização de Pesquisas e avaliações sistemáticas do Projeto, visando avaliar os resultados definidos bem como as ações realizadas.

b) Coordenação: Gestora do Projeto

c) c) Execução: Unidade de Estratégias e Diretrizes

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:

- SEBRAE em Goiás: R\$ 53.000,00 (100%)

• **TOTAL: 53.000,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1,2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

promoção do mercado interno promoção do mercado externo

capacitação/formação valorização da identidade local

inovação e tecnologia (incluindo o design) crédito

outra. Por favor, informe:

* As ações de pesquisa e monitoramento do Projeto são contínuas.

6.29 GESTÃO do PROJETO

Descrição: Despesas com Execução, Administração, Coordenação, divulgação das ações realizada no âmbito do Projeto (aluguel de equipamentos, aluguel de veículos, diárias, serviços de divulgação, passagens, serviços gráficos e reprográficos, serviços técnicos especializados, telefonia, combustível e outros).

b) Coordenação: SEBRAE/GO – Gestora do Projeto

c) Execução: SEBRAE/GO – Gestora do Projeto

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %.

- Sebrae em Goiás: R\$ 179.500 (100%)

- **TOTAL: 179.500,00**

e) Data de início: 15/04/2005*

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

(x) promoção do mercado interno

(x) promoção do mercado externo

(x) capacitação/formação

(x) valorização da identidade local

(x) inovação e tecnologia (incluindo o design) (x) crédito

(x) outra. Por favor, informe: Acesso a informações de tendências de moda

* As ações de Festão do projeto são contínuas.

AÇÕES DE DIVULGAÇÃO DO APL, RESPONSABILIDADE SOCIAL e VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS⁷

6.30 GOIÂNIA FASHION WEEK

a) Descrição: Executar periodicamente Semana da Moda Goiás – Goiânia Fashion Week Feira e rodada de negócios do APL da Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia (1ª EDIÇÃO EM 2007) duas vezes ao ano, acompanhando os grandes lançamentos de moda nacional. É fundamental a viabilização dessa ação para fortalecer a presença da Moda Goiana no cenário nacional e internacional. Promover a visibilidade do setor por meio da utilização de veículos especializados, revistas especializadas, sites etc., bem como promover inovações e divulgação dos lançamentos das coleções, acompanhando o calendário de lançamentos de Moda do Brasil e do mundo.

b) Coordenação: Comitê de Acesso a Mercados

c) Execução: Associações de Classe e Governo do Estado

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %

- SEBRAE em Goiás: R\$ 180.000,00 (6,1%)
- Secretaria de Indústria e Comercio do Estado de Goiás: R\$ 1.650.000,00 (56,2%)
- Associações: R\$ 750.000,00 (25,5%)
- Instituição pertencente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 360.000,00 (12,2%)
- **TOTAL: 2.940.000,00 (valor previsto para a realização das Edições 2007 a 2009)**

e) Data de início: 01/03/2007

f) Data de término: 31/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local |

⁷ Vale ressaltar que, no APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia, as ações de responsabilidade social em princípio permeiam as ações estruturantes do Projeto, à medida que se busca a valorização dos recursos humanos nas empresas por meio de incentivo à participação dos empregados e parceiros em capacitações, promovendo a geração de emprego e renda na comunidade onde está inserido.

inovação e tecnologia (incluindo o design) crédito

outra. Por favor, informe: Acesso a informações de tendências de moda.

6.31 PLANO DE MARKETING DO APL

a) Descrição: Elaborar e implementar nas empresas do APL de Confeções de Moda Feminina da Região de Goiânia, envolvendo: criação da “marca” do Arranjo Produtivo Local; criação de Catálogo de produtos das empresas do APL; criação e Impressão do Catálogo da Rodada de negócios; criação do *site* de confecção do APL, dentre outras atividades.

b) Coordenação: Comitê Gestor de Acesso a Mercados

c) Execução: Associações e SEBRAE/GO

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:

- SEBRAE em Goiás: R\$ 75.000,00 (47,4%)
- Empresários: R\$ 3.000,00 (1,9%)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: 80.000,00 (50,7%)
- **TOTAL: R\$ 158.000,00**

e) Data de início: 01/04/2007

f) Data de término: 30/12/2007

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

promoção do mercado interno promoção do mercado externo

capacitação/formação valorização da identidade local

inovação e tecnologia (incluindo o *design*) crédito

outra. Por favor, informe:

6.32 PROGRAMA DE MELHORIA DA QUALIDADE

a) Descrição: Implantar Programa de Melhoria da Qualidade nas indústrias de confecção e lavanderias do APL, envolvendo as seguintes ações: 1) Implantar Programa 5S nas indústrias de confecção; 2) Realizar palestras sobre Qualidade para as empresas do APL; 3) Preparar as indústrias de confecção interessadas para participarem de processo de certificação de Qualidade na área têxtil: Selo de Qualidade Abravest/ABIT.

b) Coordenação: Comitê Gestor de Capacitação

c) Execução: Sebrae em Goiás – Unidade de Inovação e Acesso à Tecnologia

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:

- Sebrae em Goiás: R\$ 53.490,00 (59,4 %)
- Empresários: R\$ 6.726,00 (7,4%)
- Instituição componente ou indicada pelo GTP-APL: R\$ 30.000,00 (33,2%)
- **TOTAL: 90.216,00**

e) **nº de empresas atendidas: 40**

e) Data de início: 01/03/2007

f) Data de término: 30/12/2009

g) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3

h) Nº de empresas atendidas: 60empresas (cada treinamento beneficiará no mínimo 20 empresas)

i) Seleccione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: | |

6.33 POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

a) Descrição: Oferecer palestras e consultorias sobre implementar de política de recursos humanos em no mínimo 30% das empresas do APL. Essa ação visa diminuir a rotatividade da mão-de-obra do APL.

b) Coordenação: Comitê Gestor de Capacitação

c) Execução: SEBRAE/GO – Unidade de Orientação Empresarial

d) Viabilização financeira (nome da Instituição, valor, em R\$) %:

• Sebrae em Goiás: R\$ 12.000,00 (80%)

• Empresários: R\$ 3.000,00 (20%)

• **TOTAL: 15.000,00**

e) nº de empresas atendidas: 20

f) Data de início: 01/03/2007

g) Data de término: 30/12/2009

h) Ação relacionada ao resultado nº: 1, 2 e 3.

h) Nº de empresas atendidas: 60 empresas

i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:

promoção do mercado interno

promoção do mercado externo

capacitação/formação

valorização da identidade local

inovação e tecnologia (incluindo o design) crédito

outra. Por favor, informe:

7. Gestão do Plano de Desenvolvimento

A gestão do plano de desenvolvimento do APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia será feita pelas entidades e instituições signatárias do Plano, bem como pelos empresários, por intermédio de seus representantes.

Em virtude do Sebrae em Goiás ter se constituído, ao longo do processo de consolidação desse APL, como instituição que vêm coordenando a implantação de metodologias de Gestão inovadoras até então ausentes no contexto de trabalhos desenvolvidos para APL's, como é o caso da Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR), implantada junto às Confecções de Moda Feminina de Goiânia e Região em março de 2005, caberá a essa instituição em parceria com o Comitê Gestor do Projeto, o papel de coordenar as ações relacionadas à Gestão do Plano de Desenvolvimento, funcionando como articulador entre as diversas instituições e atores envolvidos, e criando mecanismos que possibilitem o gerenciamento e a gestão sistemática do Plano de Desenvolvimento do APL, tais como reuniões de monitoramento e avaliação, o gerenciamento eletrônico das ações, por meio de *software* especializado (Sistema de Gestão Estratégica Orientado para Resultados- SIGEOR), dentre outros.

8. Acompanhamento e Avaliação

As atividades de acompanhamento da implementação do Plano de Desenvolvimento englobam as reuniões sistemáticas que as instituições de Governança promovem no APL (comumente na sede do SEBRAE em Goiás), nas quais os coordenadores definidos para cada ação são convidados a se manifestar quanto ao andamento da ação, possibilitando a reflexão sobre os eventuais gargalos e problemas que dificultam o andamento das mesmas, o que permite a definição de ações preventivas e corretivas, ou mesmo o compartilhamento do êxito decorrentes do bom encaminhamento das ações.

As avaliações do Plano de Desenvolvimento serão realizadas pelas instituições coordenadoras das ações, com significativo apoio do Sebrae em função dessa instituição já ter implementado, desde março de 2005, a Gestão Estratégica Orientada para Resultados,

metodologia que prevê a realização de pesquisas de avaliação sistemática sobre o desenvolvimento das ações no APL, bem como medição para verificar se por meio das ações realizadas se atingiu os resultados propostos pelo projeto.

9. Conclusões

O APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia, comemora seu ano e meio de trabalhos conjuntos com parceiros e entidades de classe, em forma de Projeto Monitorado pela Gestão Estratégica Orientada para Resultados - GEOR e está em franca evolução contemplando diversas potencialidades. Enfatizamos, nessa seção, alguns pontos do Plano de Desenvolvimento que merecem atenção especial, em função da relevância de seus impactos na consolidação e desenvolvimento não apenas econômico, mas também social do segmento de confecções e do Município de Goiânia e entorno, participantes do APL.

O Plano de Desenvolvimento contempla uma série de ações, agrupadas sob a rubrica de “Ações de Capacitação, de Acesso a Mercados e de Acesso a Crédito e Serviços Financeiros”, cujo impacto é extremamente relevante para o desenvolvimento social e econômico do APL. Tais ações foram definidas com a participação dos empresários e de atores importantes no desenvolvimento do processo buscando a convergência das atuações dos diversos atores que compõem a Governança do APL.

Nesse aspecto, estão inseridas ações capacitação de recursos humanos e implantação de programas de melhoria de qualidade de vida e de produtos, com o intuito de contribuir com o crescimento e desenvolvimento da comunidade onde o APL está inserido. Essa perspectiva de atuação é importante porque remete à necessidade de se aliar crescimento econômico (desenvolvimento do capital empresarial) com os ganhos sociais, incrementando o capital humano, ambiental e social do APL.

É importante chamar a atenção para a perspectiva de apoio que se têm, por parte dos atores que estruturaram esse plano de ações, quanto ao apoio técnico que o GTP-APL poderá fornecer aos diversos órgãos e entidades que atuam no APL de Confecção de Moda Feminina de Goiânia, bem como ao aporte de recursos financeiros que permitirão alavancar projetos e ações que,

atualmente, se encontram em situação deficitária, em função da necessidade – ainda não contemplada – de subsídio financeiro, como é o caso, por exemplo, do desenvolvimento da marca do projeto, implantação de programas de qualidade tais como 5's e metrologia, certificação, padronização com cursos de capacitação promovidos pelo Senai, Sebrae e outros agentes, em parceria com as associações, no sentido de promover a qualidade de vida e dos produtos desenvolvidos pelas empresas do APL. Algumas ações, agrupadas sob a rubrica de “Acesso à Crédito e a Serviços Financeiros” também merecem destaque e atenção, dada a dificuldade que as empresas do setor têm com as instituições desta natureza, a busca da regulamentação da agência de Fomento como operadora e repassadora de recursos do FCO para o APL de Confecção de Moda Feminina de Goiânia e região, haja vista a importância do tema “crédito” para o desenvolvimento de qualquer localidade, seria de fundamental importância para auxiliar nas ações relativas ao acesso a crédito.

A Governança do APL de Confecção de Moda Feminina da Região de Goiânia vem prontamente atender à solicitação do MDIC, estruturando o presente Plano de Desenvolvimento, no qual depositou não apenas seus projetos, suas propostas, mas também suas expectativas e aquilo que o setor confeccionista de Goiânia tem como seu maior potencial: a qualidade das pessoas que atuam naquele arranjo produtivo, e o comprometimento dessas pessoas com o desenvolvimento econômico e social de Goiânia e dos municípios que compõem o APL, na perspectiva de criação de uma sociedade mais justa econômica e socialmente.

10. Referências

CASTRO, Sérgio Duarte. Mapeamento das aglomerações produtivas especializadas de Goiás: identificação e caracterização de APL's potenciais no estado. Goiânia: Sebrae/Go,2004.

REVISTA ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO. Conjuntura Socioeconômica de Goiás: Indicadores econômicos e estatística básica. Goiânia: SEPLAN/GO. Nº 23 abril/junho 2006.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE GOIÁS. Pesquisa T-0 : Projeto confecção de Moda Feminina de Goiânia. Goiânia: Sebrae/GO, 2005.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Termo de referência para a atuação do Sistema SEBRAE em arranjos produtivos locais. Brasília: SEBRAE/NA, 2003.

11. Anexos

11.1 Total do Plano de Desenvolvimento do APL de Confecções de Jaraguá e Região, por tipologia de ações

TIPOLOGIA DA AÇÃO	Nº DE AÇÕES	VALOR (EM R\$)
Capacitação	14	599.950,00
Acesso à Mercados	15	7.529.000,00
Acesso ao Crédito	1	5.040.000,00
Gestão do Projeto	3	282.500,00
Total geral do Plano de Desenvolvimento para o período de 2007-2009.	33	13.451.450,00

11.2 Caso de SUCESSO.

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO FAZEM MODA EM GOIÁS - GO

Mudava de endereço ao mesmo tempo em que redirecionava o foco da sua empresa.

Segunda a empresária, aquele era o fundo do poço. *“Tive que me desfazer de minhas máquinas... dispensar minhas costureiras. Foi horrível!”*, afirmou Linamara na época. Mas esse estado de desmotivação durou apenas o tempo necessário para avaliar as perdas e se reconstruir. Linamara (Lina, para os mais próximos) saiu à luta, levantou e sacudiu a poeira, disposta a dar a volta por cima.

Dotada de espírito inquieto e curioso, investigou as causas do insucesso, teve a capacidade de olhar para si, com o propósito de não cometer os mesmos erros. Uma coisa era certa: o recomeço! Era preciso começar de novo, mas dessa vez com engenho e invenção.

Dedicou-se a pesquisar possibilidades de novos mercados. Comprovou pela experiência acumulada durante quatro anos como confeccionista, de 1999 a 2003, e por meio de pesquisas em revistas e *sítes* diversos, que grande parte da população feminina brasileira usava manequim acima de 44 e viu nessa constatação uma possibilidade de mercado. Fruto dessas observações, lembrou-se de que nas suas lojas as peças de tamanhos G e GG eram as primeiras a serem vendidas. *“As peças de tamanhos menores demoravam mais para sair das prateleiras ou saíam, apenas, com as promoções”*, lembrou Lina.

Assim, percebendo essa oportunidade de mercado, a empresária decidiu especializar-se em moda feminina direcionada para pessoas que vestiam tamanho maior. Considerou suas dificuldades financeiras, decidiu mudar o foco de atuação e fazer uma moda diferente. A partir de então, o que era um fazer de roupas se transformou na criação de moda.

Pés no chão, cabeça na moda e, agora, ligada às novas tendências e novos mercados, Lina descobriu esse novo nicho de mercado, por meio de muita observação. Assim, em 2003, criou a nova marca: Thalyta Reis Moda Maior.

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO FAZEM MODA EM GOIÁS - GO

Lina utilizou seu conhecimento empírico e obteve resultados satisfatórios, mas os problemas não se resumiam à modelagem. A proposta inicial era produzir moda, em numeração maior, que atendesse a um público de classe B, uma mulher moderna e bem resolvida. Uma moda que despertasse a curiosidade, que, ao olhá-la na vitrine, a mulher sentisse vontade de experimentá-la e tivesse a certeza de que lhe cairia bem e que conjugasse beleza e conforto.

Com a mudança de foco e depois de desenvolver a modelagem adequada, surgiu, segundo Lina, a necessidade de buscar capacitação técnica para que o negócio desse certo. *“Até então, eu só trabalhava, trabalhava sem parar para pensar em me aprimorar. Então, meu negócio patinava, não ia para frente e as dívidas ainda se acumulavam. Nessa hora, senti que tinha que buscar orientação.”* A empresária então resolveu buscar o apoio do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Goiás (Sebrae/GO) e, em março de 2005, integrou-se ao grupo de empresas que faziam parte do Projeto de Confeção de Moda Feminina de Goiânia, do Sebrae/GO – um projeto inserido na Metodologia de Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR)⁴ e que iniciou com o objetivo de aumentar a competitividade do setor de confecções de moda feminina de Goiânia, com ênfase no aumento da lucratividade, da visibilidade, da qualidade, da produtividade e de acesso a novos mercados.

O primeiro passo, disse a empresária, foi investir no atendimento diferenciado. Capacitou-se e enviou os empregados da empresa para participar dos treinamentos Atendimento ao Cliente e Como Vender Mais e Melhor, dentre outras ações do Projeto de Confeção do Sebrae/GO.

⁴ *Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR) é uma metodologia de elaboração e gestão de projetos adotada pelo Sistema Sebrae para alavancar, a curto prazo, a capacidade da instituição e seus parceiros produzirem e medirem benefícios relevantes para a sociedade e para as micro e pequenas empresas.*

Ciente da necessidade de organizar sua empresa e com o intuito de promover mais melhorias na modelagem para tamanhos especiais, oferecer produtos de qualidade e com diferencial competitivo, em junho de 2005, Lina aderiu ao Projeto Oficinas de Design.

O projeto consistia na época em realizar consultoria tecnológica especializada, uma ação do Sebrae/GO em parceria com o Sebrae Nacional e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial/Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil (Senai/CETIQT), que tinha por objetivo diagnosticar necessidades de melhoria em vários setores da empresa, bem como demonstrar de forma prática a importância do *design* como uma possibilidade de agregar valor aos produtos. O projeto visava também à análise do nível de inovação tecnológica, à redução de desperdício, à racionalização da produção. Enfim, à organização da empresa nos aspectos de gestão do negócio, gestão da produção e gestão tecnológica, o que se desenvolvia a partir de quatro etapas: diagnóstico, capacitação teórica, desenvolvimento do projeto e avaliação.

No diagnóstico realizado na empresa, foram observados fatores fundamentais, tais como história, estrutura organizacional, situação financeira, qualidade dos produtos produzidos, qualificação de recursos humanos, matéria-prima e insumos utilizados, forma de desenvolvimento de produtos, dentre outros fatores. Depois disso, a empresa passou pela etapa de análise do processo produtivo, em que, com o auxílio do consultor, a linha de produção foi adequada. Desenvolveram-se as fichas técnicas de produção e a empresária e seus colaboradores foram orientados para adequação da gestão dos custos de produção, mediante a redução de desperdícios. Na fase de análise da gestão do negócio, foram trabalhados o produto e as formas de comercialização. Além disso, analisou-se junto com a empresária o seu público-alvo, que tipo de produto desenvolvia e sua diversidade. Desta forma, identificou-se que Thalyta Reis

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO FAZEM MODA EM GOIÁS – GO

Moda Maior desenvolvia produtos para jovens senhoras, em numeração acima de 44, optando por um estilo contemporâneo (clássico moderno), com o objetivo de vender sonhos para pessoas que tinham dificuldades de encontrar roupas adequadas e modernas, em numerações maiores. Nessa etapa, as consultoras identificaram o processo inédito e inovador de modelagem criado por Lina. Ficaram entusiasmadas e orientaram a empresária a patentear sua criação, pois, segundo elas, o fato se caracterizava como inédito e esse conhecimento deveria ser documentado e preservado na empresa.

Em entrevista à Agência Sebrae de Notícias (ASN), Lina contou que os resultados dos investimentos e trabalhos desenvolvidos puderam ser comprovados quando a empresa participou de uma Rodada de Negócios, promovida pelo Sebrae/GO, durante a segunda edição do Goiás Center Fashion – evento de moda realizado em outubro de 2005 – quando a empresa realizou uma venda significativa para o Rio de Janeiro. Desde então, passou a manter contato freqüente com esse cliente. *“Nós efetivamos duas vendas importantes, estamos fechando mais um negócio e, em janeiro de 2006, assim que ajustarmos a nossa capacidade de produção, fecharemos a venda da nossa coleção”*, disse Lina à ASN.

O SONHO CONTINUA...

Com perfil empreendedor, espírito inquieto, movido para a busca de soluções, coragem de perguntar e humildade para aprender, pesquisou soluções criativas e inéditas para os seus problemas e teve a ousadia de mexer com o íntimo de mulheres vaidosas e estimular-lhes sonhos e desejos.

Pés no chão, cabeça na moda, Lina descobriu, ao enfrentar o fracasso, novas tendências e novos mercados. Encontrou seu nicho, com paciência e observação.

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO FAZEM MODA EM GOIÁS - GO

Para criar a coleção de Primavera/Verão 2007, foi buscar inspiração na cidade de Goiás, antiga capital do Estado, por meio de pesquisas sobre a arte, cultura, culinária e os ícones desse, internacionalmente conhecido, patrimônio cultural da humanidade.

Lina também passou a imaginar o que poderia fazer para conquistar novos clientes sem ter que gastar muito. Segundo a empresária, o atendimento é tudo, mas é o pós-venda que garante a continuidade das negociações. *“As micro e pequenas empresas não têm recursos para investir em grandes ações. Mas ligar, mandar um e-mail, avisar sobre novas coleções e promoções já garante bons resultados”*, explicou a empresária, que tem planos de investir na gestão de pessoas e de relacionamentos com os clientes.

Em agosto de 2006, a empresa integrava um dos maiores pólos de confecção do Brasil. De acordo com dados da Secretaria de Planejamento de Goiás (Seplan), naquele ano, o Estado era o 4º maior pólo de confecções do País, atrás de São Paulo, Paraná e Santa Catarina, e à frente de Minas Gerais. Goiás produzia cerca de 5 milhões de peças por mês, de modinha, roupa fina feminina, moda praia, *lingerie*, linha infantil e *jeanswear*, entre outras, e reunia, aproximadamente, 3,6 mil indústrias, empregando 31 mil pessoas com carteira assinada e gerando, ainda, outros 60 mil postos de trabalho indiretos.

A empresa de Lina continuava focada em investimentos na brasilidade, produzindo moda com identidade. Uma moda diferente era a proposta de Thalyta Reis Moda Maior.

INDÚSTRIA — TÊXTIL E CONFECÇÕES, MADEIRA E MÓVEL

QUESTÕES PARA DISCUSSÃO

- Quais estratégias poderão ser utilizadas pela empresária para proteger seu conhecimento?
- Que outras inovações poderiam ser utilizadas para promover a melhoria do produto da Thalyta Reis Moda Maior?
- Identifique no caso as ferramentas utilizadas para promover a inovação e como essas ferramentas podem ser utilizadas como estratégia de inteligência competitiva.
- Como identificar os momentos em que as melhorias de processo, produto e gestão podem ser entendidas como inovações tecnológicas? Com essas melhorias quais poderiam ser os novos desafios da empresa?

REFERÊNCIAS

SILVA, Antonio Moreira da. *Dossiê de Goiás: Enciclopédia Regional: um compêndio de informações sobre Goiás, sua história e sua gente*. Ed. Máster Publicidade: Goiânia, 2001.

SIQUEIRA, Cida. *A influência da moda nas empresas*. INFO-PAPER: São Paulo, Ano I, fevereiro 2005.

AGRADECIMENTOS

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/GO: *João de Paiva Ribeiro*.

Diretoria Executiva do Sebrae/GO: *Carlos Alberto Guimarães, Gilvane Felipe e Ney Geraldo Borges*.

Coordenadora Estadual do Projeto Casos de Sucesso: *Tânia Aparecida da Silva*.

Coordenação Técnica: *Cássia Aparecida Corsatto*.

Unidade de Orientação Empresarial do Sebrae/GO, Agência Sebrae de Notícias de Goiás.

11.3 Principais Estudos e Pesquisas realizadas no APL de Confeções de Moda Feminina da Região de Goiânia e Região

11.3.1 CASTRO, Sérgio Duarte. Mapeamento das aglomerações produtivas especializadas de Goiás: identificação e caracterização de APL's potenciais no estado. Goiânia: Sebrae/Go,2004.

11.3.2 SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Histórias de Sucesso: Indústria Têxtil e Confeções, Madeira e Móveis: Criatividade e Inovação fazem moda em Goiás. Elaborado por Cássia Aparecida Corsatto. Brasília: SEBRAE/NA, 2006.