

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DE CIÊNCIA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO - SECTI
PROGRAMA DE FORTALECIMENTO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO APL DE DERIVADOS DE
CANA DE AÇUCAR**

FORMULÁRIO DE PLANO DE DESENVOLVIMENTO

Arranjo Produtivo de Derivados de Cana de Açúcar

1. Contextualização e Caracterização do Arranjo

Localizada no Nordeste do Brasil, a Bahia possui área de 567.295 km², totalizando 417 municípios, dos quais 120 são produtores de cana-de-açúcar com área plantada de 92.947 ha e produtividade estimada em 5.592.921 t de cana (IBGE, 2005), produzidas em mais de 7.000 estabelecimentos espalhados em treze pólos produtivos conforme figura a seguir.

Por possuir grande dimensão geográfica, e pela dispersão nos treze pólos de produção, a atividade depende da infra-estrutura existente, elementar para a produção e o escoamento dos seus produtos.

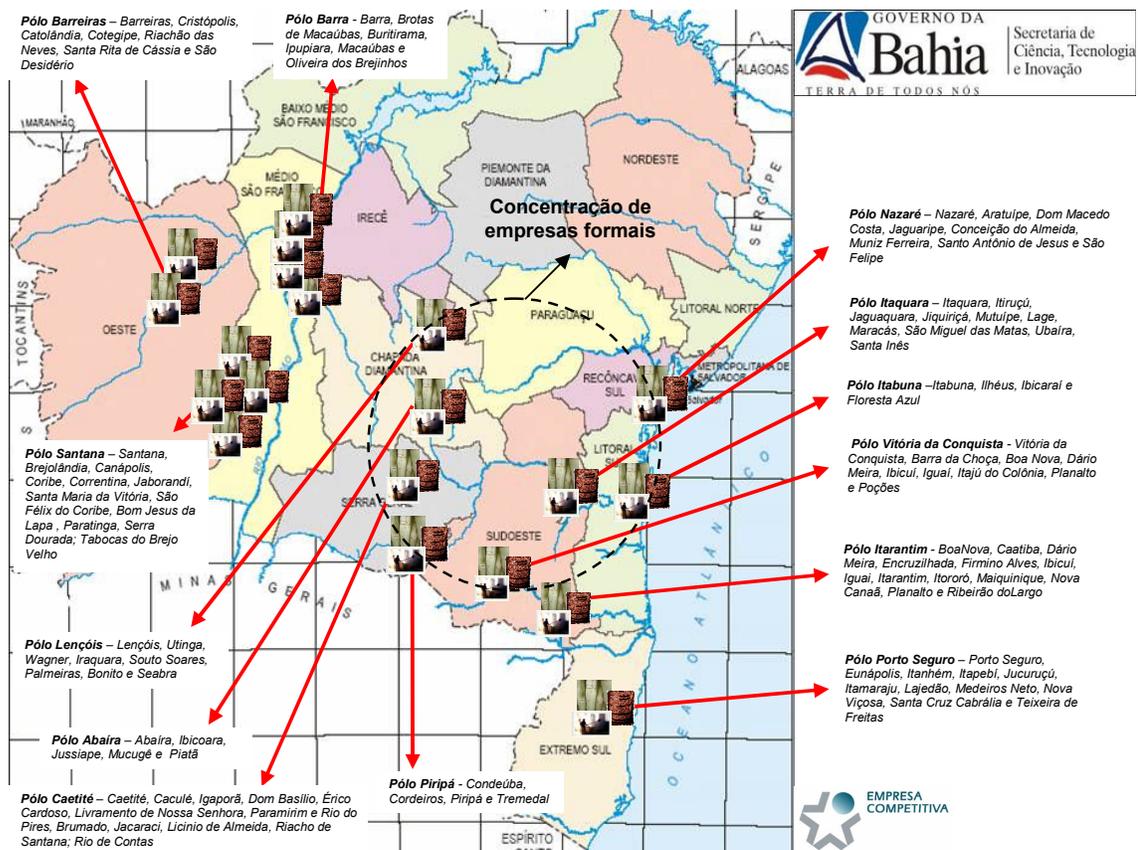


Figura 1 – Pólos de produção
Fonte: Secti/2007

A produção dos derivados da cana-de-açúcar no Estado da Bahia conta com 7.000 estabelecimentos, que geram cerca de 35.000 empregos diretos. Apenas 1% destes estabelecimentos encontra-se formalizados juridicamente em micro empresas, associações e cooperativas, concentradas, na sua maioria, no recôncavo, litoral sul, chapada e sudoeste.

Entre todos os derivados da cana, porém, o de maior expressão produtiva e que apresenta as condições mais favoráveis para desenvolver e competir nos mercados nacional e internacional, é a cachaça.

A cachaça nasceu no recôncavo baiano e, atualmente, o Estado produz aproximadamente 60 milhões de litros por ano, se posicionando como o segundo maior produtor de cachaça artesanal de alambique no Brasil, tendo como marcas:

Quadro 1: Marcas Registradas/Empregos/Associados

MARCAS	MUNICÍPIO	REGIÃO	EMPREGOS/ASSOCIADOS***
Ribeirão*	Amargosa	Recôncavo	12
Morro de São Paulo*	Jaguaripe	Recôncavo	13
Meladinha*	São Felipe	Recôncavo	13
Engenho Bahia*	Ibirataia	Litoral Sul	12
Portal da Chapada*	Livramento de Nossa Senhora	Chapada Diamantina	10
Tombad'oro*	Rio de Contas	Chapada Diamantina	10
Serra das Almas*	Rio de Contas	Chapada Diamantina	13
Itobira*	Rio de Contas	Chapada Diamantina	10
Cabeceira do Rio*	Utinga	Chapada Diamantina	12
Poço da Pedra*	Caclulé	Sudoeste	13
Abaíra**	Abaíra	Chapada Diamantina	133
Itarantim**	Itarantim	Sudoeste	27
Matinha**	Piripá	Sudoeste	60
Champrão*	Condeúba	Sudoeste	12
Campineira**	Caetité	Sudoeste	37
Coração do Brasil**	São Desidério	Oeste	20
Santo Onofre**	Paratinga	Oeste	30
Senhora**	Santana	Oeste	20
APROCANA**	Barra	Oeste	67
Água Fria**	Itanhém	Extremo Sul	28
Rio do Engenho*	Ilhéus	Litoral Sul	10
TOTAL DE MARCAS: 24	TOTAL DE EMPREGOS		562

Fonte: ABCQ/2007

* Cachaça produzida por uma Empresa Individual ou Sociedade por Quotas Limitadas;

** Cachaça produzida por uma associação ou cooperativa;

*** EMPREGOS/ASSOCIADOS: Quantidade de produtores filiados no caso de associações/cooperativas e de empregos gerados no caso de empresa.

Na sua maior parte, os produtores são informais, com baixo nível de renda e de escolaridade, caracterizados por uma organização familiar, perpetuada por sua tradição. A produção da cachaça informal é vendida na sede do município onde é produzida, para municípios vizinhos e eventualmente para fora do Estado. A produção é vendida pelos produtores, no próprio alambique, para os intermediários. Ainda não há comercialização da cachaça por intermédio das associações.

A tradição é característica marcante entre os produtores de derivados da cana-de-açúcar, passada de geração a geração. Tal conhecimento possibilitou a valorização da mesma entre as bebidas destiladas, gerando renda e empregos.

Em 1993, o Governo da Bahia através da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo, incentivou a criação de associações de produtores em várias regiões do Estado. Como frutos deste trabalho foram criadas a APAMA – Associação dos Produtores de Aguardente da Microrregião de Abaíra, APROCADS - Associação Santanense dos Produtores de Derivados de Cana-de-açúcar, APAQUI – Associação dos Produtores de Aguardente Artesanal de Qualidade de Itarantim.

Em 1997, foi criado pelo Governo do Estado o PROCANA – Programa de Aproveitamento Integral da Cana-de-açúcar. No ano de 2002 foi criada a ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade. Em razão da organização dos produtores, o Governo da Bahia incentivou a assinatura do Protocolo da Cachaça no ano de 2003, envolvendo Secretarias Estaduais, SEBRAE, ABCQ, Instituições financeiras e outras entidades. Ainda neste ano, realizou-se o Diagnóstico dos Derivados da Cana-de-Açúcar, ação promovida pelo SEBRAE, onde se procurou identificar a situação da cadeia produtiva do setor no Estado.

A Cadeia Produtiva da Cachaça de alambique é caracterizada por micro e pequenas unidades industriais de produção, na sua maioria produtores da matéria-prima, atendidos por fornecedores de insumos, comerciantes e prestadores de serviços, regidos por agentes institucionais apoiados por organizações visando atingir o mercado consumidor.

Os produtores que estão na informalidade apresentam baixa escolaridade, primária incompleta na sua maior parte, sua estrutura de produção é de baixo nível tecnológico, utilizam à tração animal para a movimentação das moendas, as máquinas e equipamentos estão sucateadas e em péssima condição de conservação pela depreciação e manutenção inadequada e a produção a céu aberto. Os estabelecimentos não possuem registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Por estas razões estes produtores obtêm preços aviltados para sua produção e não conseguem interagir com seus fornecedores e até mesmo em relação ao mercado consumidor.

Os produtores profissionais, cooperados e associados, avançaram bastante na questão de infra-estrutura e no emprego de tecnologias. Possuem uma maior integração com outras atividades agrícolas, mantêm uma relação mais aproximada com as organizações, recebem consultoria especializada em produção, gestão e posicionamento no mercado.

Os produtores empresariais possuem as seguintes características: capacidade de investimento; espírito empreendedor; controles financeiros e produtivos, ainda que deficientes; bom relacionamento entre os fornecedores de insumos e os prestadores de serviços contábeis, comerciais e de marketing. Os produtores destacam-se por: obter os registros necessários para a comercialização formal do produto: possuir marcas registradas e dispor de infra-estrutura mais avançada; utilizar tecnologias e práticas mais modernas, aproveitando ao máximo todo resíduo gerado na produção.

Verifica-se que muitos produtores de Cachaça possuem seu próprio canavial sendo descartada a aquisição de matéria-prima junto a outras fontes. Porém, em alguns casos, identifica-se o fornecimento de cana oriunda de outra

propriedade, ou até mesmo, a produção de cachaça em parceria denominada “produção em meia”, dividida entre o dono do alambique e o fornecedor da cana, cabendo a este último a maior parte do produto final.

O fornecimento de máquinas e equipamentos utilizados para a moagem, destilação e envase, produzidos nos municípios baianos de Vitória da Conquista, Irecê, Salvador, Barreiras e Santana, são incipientes, sendo a atividade predominantemente atendida por fornecedores instalados nos Estados de Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo. A relação entre o fabricante e o produtor é restrita a compra e venda. As ferramentas de menor complexidade e de uso nas propriedades diariamente são adquiridas facilmente na sede de cada município, em lojas de ferragens e de materiais agropecuários.

A comercialização da Cachaça, em sua maior parte, é realizada pela figura do atravessador, que compra e recolhe nos alambiques a produção, dando o destino que melhor convém. A relação com o produtor resume-se na compra e venda, por terem condições de efetuar o pagamento de imediato e da comodidade em recolher o produto no local produzido. A rede varejista formada por supermercados, restaurantes, bares, feiras livres e outros, atendem àqueles produtores que podem comercializar sua produção diretamente. Neste seguimento é rara a presença de distribuidores e atacadistas.

A prestação de serviço é quase inexistente, destacando-se a assistência técnica oficial e o suporte administrativo fornecido por escritórios contábeis as empresas formalizadas.

A crescente mobilização entre os atores do arranjo e as ações de sensibilização realizadas, favoreceu a relação de confiança e de articulação. Destacam-se ações articuladas entre ABCQ, parceiros e o Governo do Estado da Bahia, apoiando a cooperação empresarial e a rede empresarial das cachaças baianas para realizarem conjuntamente vendas, compras, pesquisas e intercâmbio de conhecimento.

Outras ações também foram desenvolvidas para promover o espírito associativista, tais como: capacitação e treinamento para a produção; criação de unidades coletivas para a produção artesanal de derivados da cana-de-açúcar; controle de qualidade, análise química e padronização; criação de cooperativa; criação e comercialização utilizando marca coletiva; utilização dos resíduos para alimentação animal e combustível para os fornos.

Destaca-se ainda, a relação entre os diversos pólos de produção na Bahia através da ABCQ, englobando produtores que representam as principais marcas de cachaça do Estado localizadas nas regiões do Sudoeste, Recôncavo Sul e Chapada Diamantina. Esta cooperação desenvolveu ações para fortalecer o setor, como: processo de certificação INMETRO da Cachaça na Bahia; ações promocionais para difundir a marca âncora “CACHAÇA DA BAHIA”; participações dos produtores através da ABCQ nos principais eventos do Estado e fora dele; parceria com distribuidor para as marcas associadas à ABCQ; processo de criação de uma central de negócios.

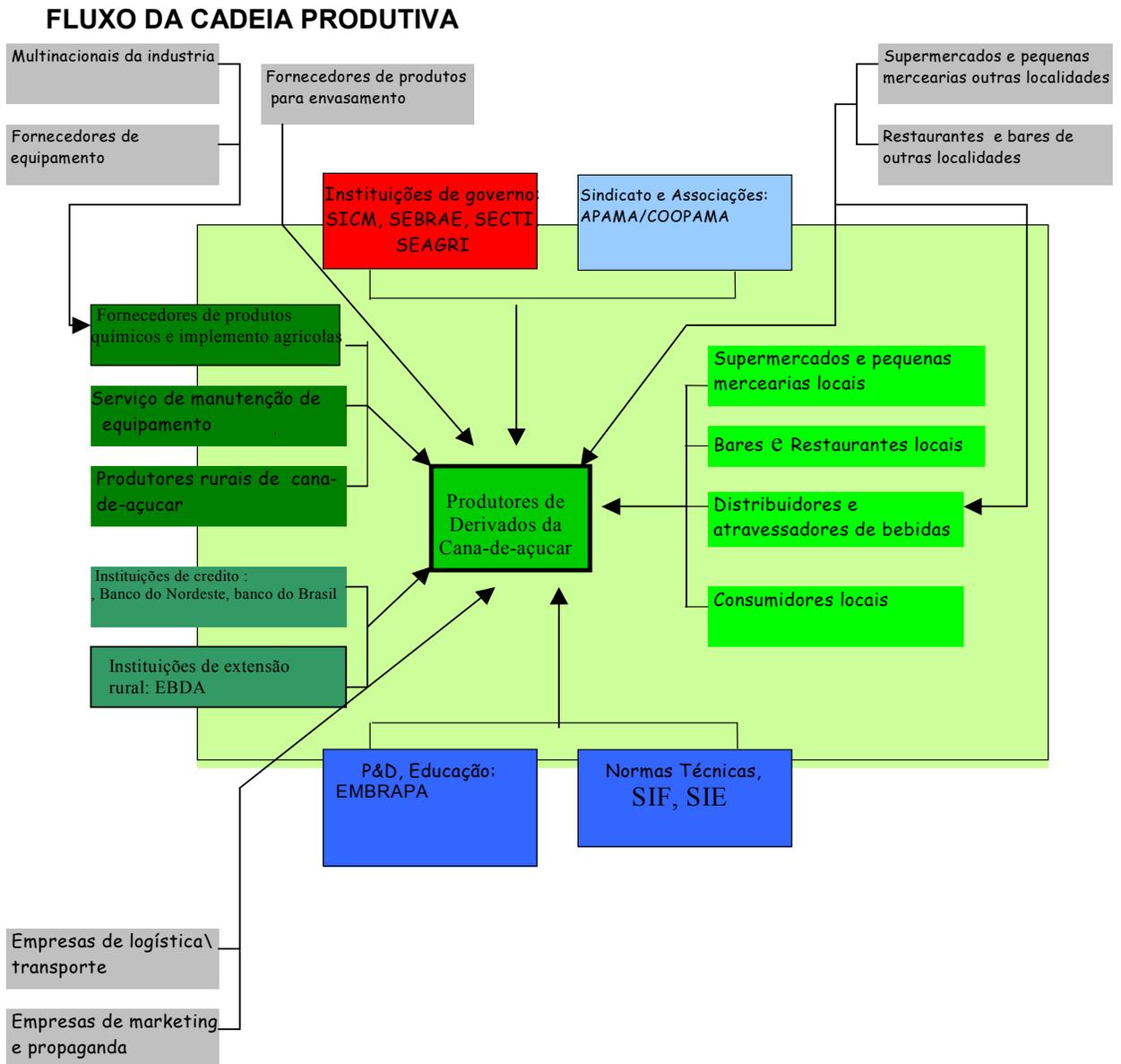
A presença das Secretarias do Estado (SECTI, SEAGRI, SICM), do SEBRAE e parceiros como IBAMETRO, SENAI e outros são imprescindíveis no processo de reestruturação do capital social. Atualmente, algumas ações são planejadas levando em consideração a experiência anterior. Instituições governamentais, parceiros e empresários, estão estabelecendo contato entre si buscando interação e formação de uma governança para o setor. Desta vez a participação empresarial é tida como prioritária para o sucesso dos programas de derivados de cana de açúcar.

Este movimento ganhou força em 2006 após os três primeiros encontros baianos de produtores de Cachaça Artesanal de Qualidade, realizados em Vitória da Conquista, Rio de Contas e Itarantim. Foram relacionadas as principais dificuldades do setor nas áreas de produção, comercializações, estratégias de articulação e de comunicação.

A Governança do APL de Derivados da Cana de Açúcar é formada pelas seguintes instituições e empresas: Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI), Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração (SICM), Secretaria da Agricultura, Irrigação e Reforma Agrária (SEAGRI), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Centro Internacional de Negócios (PROMO), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), Instituto Baiano de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (IBAMETRO), Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade (ABCQ), Associação Comercial da Bahia (ACB), Ribeirão Agroindustrial Ltda, Agroindustrial BFLM Ltda, Engenho Bahia Ltda, Coop. Dos P.A. de Cana e Seus D. da M.R. Abaíra, APAMA - Associação dos P.A. de Cana e Seus D. da M.R. Abaíra, Associação Comunitária São José, Associação Comunitária Brejo, Associação Comunitária do Suruca, Andrequice e Caraíbas, Associação Local dos Pequenos Produtores de Rio de Contas, Fazenda Vaccaro Ltda, Cachaça Tombad'oro Ltda, José Maria Silva Pereira ME, Cleuza das Graças Vieira ME, Agropecuária Cabeceira do Rio Ltda, Rio do Engenho Ind. e Comercio de Bebidas Ltda, COODECANA - Cooperativa de Produtores de Derivados de Cana-De-Açúcar da Região do Rio Gavião, Associação dos Pequenos Produtores Rurais da Fazenda Matinha e Região, Associação de Pequenos Agricultores de Taquaril, Associação dos Pequenos Produtores de Rapadura e Derivados da Cana-de-Açúcar do Vale do Jacaré, Associação dos Moradores e Produtores Rurais da comunidade Jacaré, Associação de Pequenos Produtores Agrícolas da Comunidade de Cana Brava.

Toda esta mobilização gerou um plano de ação, lançado para conhecimento público em 2007, com o objetivo de atender às demandas relacionadas e promover uma integração e sincronia das ações realizadas entre instituições governamentais, parceiros e produtores.

Existe neste organismo a liderança representativa dos produtores pela ABCQ, que promove conjuntamente com as instituições os encontros. Há como destaque existência de Grupos de Trabalho (GT), estes divididos por: GT – Comercialização, GT – Organização Produtiva, GT – Centro de Excelência, GT – Portal da Cachaça. Estes atuam com foco temático facilitando a divisão do trabalho e a elaboração de ações objetivas e de alto impacto.



2. Processo de Elaboração do Plano de Desenvolvimento

A elaboração deste PDP é fruto dos trabalhos da SICM – Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração na década de 1990; do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas a partir de 2003; e da SECTI – Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação e do IEL – Instituto Euvaldo Lodi, inseridos no contexto e ensejo do PROCANA.

Com o apoio do SEBRAE e a participação da SECTI, foi realizado em Vitória da Conquista, nos dias 02 e 03 de junho de 2006, o 1º. Encontro Baiano dos Produtores de Derivados de Cana-de-açúcar, reunindo os principais produtores

e dirigentes de associações de produtores de cachaça, rapadura, melado e açúcar mascavo no Estado da Bahia.

Naquele evento aconteceu: a análise das situações dos setores produtivos; apresentação dos principais trabalhos executados; eleição da diretoria provisória da ABCQ; delineados os principais enfoques de trabalhos a serem desenvolvidos; e agendado o segundo encontro baiano de produtores, já com mais parceiros.

No segundo encontro, realizado em Rio de Contas nos dias 04 e 05 de agosto de 2006, participaram mais parceiros, como SICM, FFTC (Fundação de Fomento à Tecnologia e à Ciência), IBAMETRO (Instituto Baiano de Metrologia), ACB (Associação Comercial da Bahia) e BNB (Banco do Nordeste do Brasil). Em Rio de Contas foi eleita a diretoria da ABCQ, para o período 2006/2008, apresentadas as possíveis parcerias e selecionadas as principais linhas de ação, conforme descritas a seguir:

- Organização do Setor Produtivo
 - Organização da Produção;
 - Estruturação de associações regionais e locais;
 - Capacitação tecnológica;
 - Mercado.
 - Pesquisa
 - Máquinas e Equipamentos;
 - Tecnologia da produção;
 - Laboratórios de Ensaio;
 - Políticas Públicas
 - Questões burocráticas;
 - Carga tributária;
 - Informalidade.
- Organização para a Comercialização
 - Linha Publicitária
 - Carta das Cachaças da Bahia;
 - Peças publicitárias;
 - Publicação e divulgação dos aspectos que comprovem a qualidade dos produtos derivados de cana-de-açúcar;
 - Diferenciação e conceituação de produto;
 - Ações Promocionais
 - Representante das Cachaças da Bahia;
 - Organização de eventos dentro da Bahia;
 - Participação em eventos de interesse;
 - A Cachaça baiana nos principais eventos internacionais nos estandes dos órgãos oficiais;
 - Selo Cachaça da Bahia Qualidade Superior – elaboração de regimento.
 - Ações de venda
 - Definição por atuação por intermédio de distribuidores em cada Estado;
 - Necessidade de promotores de Cachaça da Bahia (02 pessoas).
- Articulação

- Apresentação do Plano de Ação aos parceiros
- Reunião com as instituições e entidades proponentes ao PROCANA – Programa de Aproveitamento Integral dos Derivados de Cana-de-açúcar.
- Comunicação ABCQ
 - Portal das Cachaças da Bahia – www.cachacadabahia.com.br
 - Definição de sede para a ABCQ.

Tais ações foram analisadas e agrupadas por assuntos na reunião realizada em agosto de 2006, em Salvador, envolvendo os principais parceiros. Na oportunidade foram formadas equipes de trabalho, por assunto, entre os presentes, com a finalidade de finalizar um plano de ação para o setor produtivo de derivados de cana de açúcar do Estado.

Todos os integrantes dessas equipes eram técnicos experientes, alguns deles com vasto conhecimento dos setores produtivos de derivados da cana-de-açúcar na Bahia e cada equipe contou com a participação de um produtor. As equipes assumiram o compromisso de analisar, com maior profundidade, o grupo de ações e estabelecer detalhes sobre o que fazer, como, quando, quem, quanto e para quem.

Simultaneamente a esses trabalhos, outras ações foram realizadas, sempre com a intenção de agregar mais informações, atrair mais parcerias e executar os trabalhos em andamento como, por exemplo, participação no *workshop* da RIPA – Rede de Inovação e Prospecção no Agronegócio, com inclusão dos derivados de cana-de-açúcar nas grandes plataformas da rede. Houve também a participação do PROMO – Centro Internacional de Negócios, para a criação de material promocional, a realização de trabalhos promocionais pelo SEBRAE e outros.

Os trabalhos de cada equipe foram apresentados às demais equipes em setembro de 2006, na ACB. Naquele dia ficou decidido que cada equipe reunir-se-ia para acrescentar as sugestões da plenária e encaminhar o documento à coordenação dos trabalhos para elaboração de um documento único.

O documento elaborado foi levado a plenário no III Encontro Baiano dos Produtores de Derivados de Cana-de-açúcar e de Parceiros, realizado em Itarantim nos dias 16 e 17 de novembro de 2006. Todo o documento foi analisado pelas pessoas presentes, incorporadas mais algumas sugestões, de modo a formar um Plano de Ações, devidamente aprovado em plenário pelos produtores de derivados de cana-de-açúcar do Estado da Bahia, associados à ABCQ, e pelos parceiros.

O Plano de ações foi lançado em evento que ocorreu durante o IV Encontro dos Produtores Baianos de Cachaça e Outros Derivados da cana-de-açúcar e parceiros ocorrido na cidade de Salvador nos dias 22 e 23 de março de 2007 na Associação Comercial do Estado da Bahia .

3. Situação Atual – Desafios e Oportunidades de Desenvolvimento

3.1. Variáveis:

- a) Tradição: forte tradição e cultura da produção de derivados da cana-de-açúcar na Bahia;
- b) Questão ambiental: condições edafo-climáticas favoráveis à cultura da cana-de-açúcar sendo cultivada por mais de 120 municípios baianos;
- c) Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante;
- d) Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional;
- e) P&D: presença de instituições de ensino e de pesquisa atuantes como Senai, UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana, UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto;
- f) Produtividade: a Bahia tem a segunda maior produção de cachaça de alambique do Brasil;
- g) Questão energética: utilização de bagaço de cana-de-açúcar como fonte de energia renovável para aquecimento dos fornos e caldeiras.

3.2. Obstáculos:

- a) Informalidade: morosidade no processo de legalização dos empreendimentos;
- b) Obsolescência tecnológica: máquinas e equipamentos em péssima conservação e ultrapassada;
- c) Educação: baixo nível escolar dos produtores;
- d) Assistência técnica: escassez de profissionais especializados na produção de cachaça e outros derivados da cana-de-açúcar;
- e) Fornecedores: máquinas, equipamentos e garrafas fornecidas por empresas de outros estados;
- f) Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes;
- g) Infra-estrutura: estruturas físicas de produção informal inadequadas.

3.3. Desafios:

- a) Educação: capacitação de corpo técnico para assistência a produção;
- b) P&D: dinamização de pesquisas aplicadas para produto, processo produtivo, máquinas e equipamentos e comercialização;
- c) Educação: capacitação de produtores de cachaça e de outros derivados da cana-de-açúcar na aplicação de técnicas de produção;
- d) Infra-estrutura: promoção e implantação de unidades de produção coletiva de cachaça e outros derivados da cana-de-açúcar;
- e) Inovação de Processo: certificação de todas as marcas de cachaças baianas com selo do INMETRO;
- f) Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente;
- g) Regulamentação: formalização do segmento junto ao MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

- h) Ambiental: promoção para tratamento adequado do vinhoto para uso na fertirrigação;
- i) Mercado: promoção e participação em missões, feiras e eventos de negócios;
- j) Gestão de marca: criação de plano de comunicação do APL;
- k) Inovação de negócio: criação do *blend* de cachaça branca para exportação.

3.4. Oportunidades

- a) Custos de produção: menor variação de preços de insumos;
- b) Crédito: taxa de juros de financiamento menores e linhas de crédito específicas;
- c) Identificação Geográfica: desenvolvimento de marca promocional coletiva “Cachaça da Bahia”;
- d) Regulamentação: certificação do INMETRO para produção de Cachaça;
- e) Produção mais limpa: utilização do bagaço da cana-de-açúcar como energia renovável para o processo produtivo da cachaça;
- f) Fomento: editais de incentivo a desenvolvimento de pesquisa para a inovação em APL;
- g) Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.

4. Resultados Esperados

Os resultados finais que se espera alcançar através do Plano de Desenvolvimento Preliminar até 2010 são:

- a) Consolidar associações e cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar;
- b) Inserir as marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro de alambiques devidamente registrados;
- c) Legalizar marcas de rapadura (e outros derivados) devidamente registradas nos órgãos;
- d) Exportar marcas de cachaça para o mercado externo;
- e) Obter selo de Certificação de Conformidade do INMETRO para as marcas de cachaça;
- f) Implantar selo promocional “CACHAÇA DA BAHIA”;
- g) Reduzir a capacidade ociosa das microempresas formais;
- h) Capacitar técnicos em tecnologia da produção de derivados de cana-de-açúcar, voltada para micro e pequenos produtores;
- i) Capacitar produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas;
- j) Consolidar o Portal www.cachacadabahia.com.br como ferramenta de comunicação do APL;
- k) Elevar a renda do pequeno produtor associado;
- l) Elevar o faturamento das microempresas.

5. Indicadores de Resultado

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
1. Cooperação	Estímulo ao associativismo e cooperativismo local	Consolidar em 25% o número de associações e cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar até dezembro 2010 em relação a dezembro de 2008.	(1) N° de associações e cooperativas consolidadas em dezembro de 2010 (2) N° de associações e cooperativas consolidadas em dezembro de 2008	$\% = [(1) / (2)] * 100$	MAPA	Dezembro de 2008, 2009 e 2010
2. Mercado nacional	Formação de parcerias com distribuidores e representantes de outros Estados	Vender 30% da produção para clientes instalados em outros Estados do Brasil, até dezembro de 2010.	(1) Faturamento total para clientes fora do Estado (marco zero); (2) Faturamento total para clientes fora do Estado ao final de cada ano.	$\% = [(2) / (1)] - 1 * 100$	Pesquisa Direta nas Empresas do APL	Dezembro 2008, 2009 e 2010
3. Legalização de Marca	Fomento da adoção de BPF – Boas Práticas de Fabricação e Registro no MAPA	Legalizar 2 marcas de rapadura (e outros derivados) devidamente registradas nos órgãos até dezembro de 2010.	(1) N° de marcas legalizadas	Não há	MAPA	Dezembro de 2010

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
4. Acesso ao mercado externo	Aumento da participação das empresas do APL no mercado externo	Exportar 30% da produção de cachaça para o mercado internacional.	1) volume de cachaça comercializada no mercado externo em dezembro de 2008 2) volume de cachaça comercializada no mercado externo em dezembro de 2010	$\% = \frac{[(2)-(1)]}{(1)} \cdot 100$	Pesquisa Direta nas Empresas do APL	Dezembro de 2008, 2009, 2010
5. Certificação	Fomento de práticas competitivas	Obter selo de Certificação de Conformidade do INMETRO para 12 marcas de cachaça até dezembro de 2010	1) número de cachaças baianas certificadas	Não há fórmula	INMETRO IBAMETRO	Dezembro de 2008, 2009 e 2010
6. Marca local	Utilização do selo como identidade para promoção conjunta do APL	Implantar selo promocional em 100% das marcas de cachaça da Bahia	1) número de marcas de cachaça da Bahia com selo "CACHAÇA DA BAHIA" 2) número de marcas de cachaças baianas	$\% = \frac{[(1)]}{(2)} \cdot 100$	ABCQ	Dezembro de 2008 e 2009

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
7. Capacidade de Produção	Formação de parcerias com distribuidores e representantes	Reduzir para no máximo 20% a capacidade ociosa das microempresas formais até 2010 em relação ao ano de 2008	1) produção anual da empresa 2) capacidade industrial de produção da empresa	$\% = [(1) / (2)] \cdot 100$	Pesquisa Direta nas Empresas do APL	Dezembro de 2008, 2009 e 2010
8. Capacitação Técnica	Formação de multiplicadores	Capacitar 30 técnicos em tecnologia da produção de derivados de cana-de-açúcar, voltada para micro e pequenos produtores	1) número de técnicos capacitados	Não há fórmula	Governança do APL	Dezembro de 2008 e 2009
9. Capacitação de Produtores	Formação de multiplicadores nas associações, cooperativas e microempresas.	Capacitar 200 produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas	1) número de produtores capacitados	Não há fórmula	Governança do APL	Dezembro de 2008, 2009 e 2010
10. Portal interativo	Estímulo ao acesso digital nas associações, cooperativas e microempresas.	20% (1º ano), 35% (2º ano) e 50% (3º ano) das empresas participantes, acessem os Portais de Internet apoiados pelo Programa	1) N°. de empresas que acessaram pelo menos uma vez os portais de Internet apoiados pelo Programa 2) N°. Total de Empresas que aderiram ao Programa.	$\% = [(1) / (2)] \cdot 100$	SECTI / IEL	Dezembro de 2008, 2009 e 2010

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
11. Renda	Estímulo ao associativismo e cooperativismo entre produtores.	Elevar a renda do pequeno produtor associado em 50% até o ano de 2010 em relação ao ano de 2008	1) renda do pequeno produtor associado em dezembro de 2009 e 2010. 2) renda atual do pequeno produtor associado em dezembro 2008	$\% = [(1) / (2)] * 100$	Pesquisa direta nas associações, cooperativas e empresas do APL	Dezembro de 2008, 2009 e 2010
12. Faturamento	Estímulo ao cooperativismo e práticas de ações conjuntas de promoção.	Elevar o faturamento das microempresas em 30% até o ano de 2010 em relação ao ano de 2007.	1) faturamento das microempresas do APL em dezembro de 2009 e 2010 2) faturamento das microempresas do APL em dezembro de 2008	$\% = [(1) / (2)] * 100$	Pesquisa Direta nas Empresas do APL	Dezembro de 2008, 2009 e 2010

6. Ações Previstas

1. Oficina de capacitação das associações dos produtores regionais e locais

- a) Descrição: realização de 13 cursos sobre Capacitação em Gestão das Organizações, sete palestras sobre Cooperativismo e Associativismo.
 b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SEAGRI e SECTI
 c) Execução: SEAGRI, SEBRAE e SENAR.
 d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MCT)	15.000	37,5
SEBRAE	10.000	25
SEAGRI	10.000	25
SENAR	5.000	12,5
TOTAL	40.000	100

- e) Data de início: Fevereiro de 2009
 f) Data de término: Março de 2010
 g) Resultados esperados: Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; capacitar 200 produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas
 h) Relação com o item 3: 3.1a - Tradição: forte tradição e cultura da produção de derivados da cana-de-açúcar na Bahia; 3.3c - Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante.
 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: Avaliação do Projeto

2. Oficina de capacitação tecnológica

- a) Descrição: realização de 12 cursos sobre a produção de cachaça e rastreabilidade; sete cursos sobre produção de rapadura, melado e açúcar mascavo; quatro cursos práticos e teóricos de destilação, voltados para alambiqueiros.
 b) Coordenação: SEBRAE, SECTI, SICM
 c) Execução: SENAI, SECTI, SICM, SEAGRI, SENAR, MDA

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MCT)	45.000	27,8
SEBRAE	20.000	12,2
SECTI	20.000	12,2
SICM	20.000	12,2
SEAGRI	20.000	12,2
SENAR	20.000	12,2
MDA	20.000	12,2
TOTAL	165.000	100

e) Data de início: Fevereiro de 2009

f) Data de término: Março de 2010

g) Resultados esperados: Capacitar 30 técnicos em tecnologia da produção de derivados de cana-de-açúcar, voltada para micro e pequenos produtores; Capacitar 200 produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas.

h) Relação com o item 3: 3.1f - Produtividade: a Bahia tem a segunda maior produção de cachaça de alambique do Brasil; 3.2d - Assistência técnica: escassez de profissionais especializados na produção de cachaça e outros derivados da cana-de-açúcar; 3.3a - Educação: capacitação de corpo técnico para assistência a produção.

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

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

() outra. Por favor, informe:

3. Oficina de capacitação para mercado.

a) Descrição: realização de Seminários informativos sobre o mercado e 13 cursos sobre o tema para associações de produtores e empresas.

b) Coordenação: SEBRAE, SICM e SECTI

c) Execução: SEBRAE

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MAPA, MDIC)	8.500	22,06
SEBRAE	15.000	38,97
SICM	15.000	38,97
TOTAL	38.500	100

e) Data de início: Fevereiro de 2009

f) Data de término: Março de 2010

- g) Resultados esperados: Capacitar 200 produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas; Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%.
- h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional, 3.2f - Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.4g - Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.
- 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
 () inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
 () outra. Por favor, informe:

4. Encontros regionais de produtores.

- a) Descrição: realização de 11 encontros regionais de produtores baianos de derivados da cana-de-açúcar com seminários temáticos.
- b) Coordenação: ABCQ, SECTI, SEBRAE
- c) Execução: SEBRAE, SECTI, SICM, SEAGRI
- d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MCT, SEBRAE-Nacional, MDIC)	10.000	25
SEBRAE	5.000	12,5
SECTI	5.000	12,5
SICM	10.000	25
SEAGRI	10.000	25
TOTAL	40.000	100

- e) Data de início: Agosto de 2008
- f) Data de término: Agosto de 2010
- g) Resultados esperados: Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Capacitar 200 produtores de derivados de cana-de-açúcar em práticas competitivas.
- h) Relação com o item 3: 3.1c - Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante; 3.3c - Educação: capacitação de produtores de cachaça e de outros derivados da cana-de-açúcar na aplicação de técnicas de produção.
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- () promoção do mercado interno () promoção do mercado externo
 () capacitação/formação (X) valorização da identidade local

() inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito (X) outra. Por favor, informe: Fortalecimento da Governança.

5. Oficina de capacitação para regularização do estabelecimento produtivo

- a) Descrição: Realização de 6 trabalhos de convencimento através de oficinas para regularização do estabelecimento de acordo com as normas do MAPA.
 b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, MAPA
 c) Execução: SEBRAE, SICM, SEAGRI, MAPA
 d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MAPA, MDA, Sebrae-nacional)	4.000	16,68
SEBRAE	5.000	20,83
SICM	5.000	20,83
SEAGRI	5.000	20,83
MAPA	5.000	20,83
TOTAL	24.000	100

- e) Data de início: Fevereiro de 2009
 f) Data de término: Março de 2010
 g) Resultados esperados: Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Legalizar 2 marcas de rapadura (e outros derivados), devidamente registradas nos órgãos.
 h) Relação com o item 3: 3.1c - Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante; 3.2a - Informalidade: morosidade no processo de legalização dos empreendimentos; 3.2g - Infra-estrutura: estruturas físicas de produção informal inadequadas; 3.3c - Educação: capacitação de produtores de cachaça e de outros derivados da cana-de-açúcar na aplicação de técnicas de produção.
 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
 () inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
 () outra. Por favor, informe:

6. Pesquisa e Desenvolvimento de Produto e Processo

- a) Descrição: realização de 4 projetos de pesquisa e desenvolvimento para dimensionamentos, melhoria da qualidade (rendimento, resistência, vida útil etc.) e diminuição de custos de máquinas e equipamentos (moendas, alambiques, caldeiras..) utilizados no processo de destilação da cachaça e produção de outros derivados, 4 projetos de pesquisa para licores e infusões,

7 projetos de pesquisa do comportamento de variedades de cana-de-açúcar, 5 projetos de pesquisa para aproveitamento dos resíduos da cana-de-açúcar.

b) Coordenação: SECTI, SEBRAE, SICM, SENAI

c) Execução: SECTI, SENAI, SEAGRI

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MCT, SEBRAE-Nacional, MDA)	300.000	35,29
SECTI	100.000	11,76
SENAI	100.000	11,76
SEAGRI	200.000	23,52
FAPESB	150.000	17,67
TOTAL	850.000	100

e) Data de início: Maio de 2008

f) Data de término: Maio de 2010

g) Resultados esperados: Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Exportar 5 marcas de cachaça para o mercado externo; Obter selo de Certificação de Conformidade do INMETRO para 12 marcas de cachaça; Reduzir em 30% a capacidade ociosa das microempresas formais; Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%.

h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.1e - P&D: presença de instituições de ensino e de pesquisa atuantes como Senai, UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana, UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto; 3.1f - Produtividade: a Bahia tem a segunda maior produção de cachaça de alambique do Brasil; 3.1g - Questão energética: utilização de bagaço de cana-de-açúcar como fonte de energia renovável para aquecimento dos fornos e caldeiras; 3.2b - Obsolescência tecnológica: máquinas e equipamentos em péssima conservação e ultrapassada; 3.2e - Fornecedores: máquinas, equipamentos e garrafas fornecidas por empresas de outros estados; 3.3b - P&D: dinamização de pesquisas aplicadas para produto, processo produtivo, máquinas e equipamentos e comercialização; 3.3d - Infra-estrutura: promoção e implantação de unidades de produção coletiva de cachaça e outros derivados da cana-de-açúcar; 3.3e - Inovação de Processo: certificação de todas as marcas de cachaças baianas com selo do INMETRO; 3.3h - Ambiental: promoção para tratamento adequado do vinhoto para uso na fertirrigação; 3.3k - Inovação de negócio: criação do *blend* de cachaça branca para exportação; 3.4e - Produção mais limpa: utilização do bagaço da cana-de-açúcar como energia renovável para o processo produtivo da cachaça.

- 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
 (X) inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
 () outra. Por favor, informe:

7. Estudo e valorização da identidade local

- a) Descrição: realização de três estudos e projetos para levantamento de engenhos e definição de rotas para visitação turística na Chapada Diamantina, Recôncavo e Extremo Sul da Bahia.
- b) Coordenação: ABCQ, Bahiatursa.
- c) Execução: Bahiatursa
- d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MINC, Ministério do Turismo)	30.000	50
BAHIATURSA	30.000	50
TOTAL	60.000	100

- e) Data de início: Setembro de 2008
- f) Data de término: Setembro de 2009
- g) Resultados esperados: Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%.
- h) Relação com o item 3: 3.1^a - Tradição: forte tradição e cultura da produção de derivados da cana-de-açúcar na Bahia; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente.
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- () promoção do mercado interno () promoção do mercado externo
 () capacitação/formação (X) valorização da identidade local
 () inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
 () outra. Por favor, informe:

8. Infra-estrutura produtiva

- a) Descrição: construção de oito unidades de produção comunitárias e modernização de 14 unidades produtivas de derivados da cana-de-açúcar.
- b) Coordenação: SICM, SEAGRI, SEBRAE.

c) Execução: SICM, SEAGRI, SEBRAE, PREFEITURAS MUNICIPAIS.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MDA, Integração)	1.400.000	43,27
SEBRAE	100.000	3,1
SICM	1.000.000	30,91
SEAGRI	500.000	15,45
PREFEITURAS	235.000	7,27
TOTAL	3.235.000	100

e) Data de início: Agosto de 2008

f) Data de término: Agosto de 2010

g) Resultados esperados: Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Legalizar 2 marcas de rapadura (e outros derivados), devidamente registradas nos órgãos, Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%, Elevar o faturamento das microempresas em 30%

h) Relação com o item 3: 3.1c - Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante; 3.2b - Obsolescência tecnológica: máquinas e equipamentos em péssima conservação e ultrapassada; 3.2g - Infra-estrutura: estruturas físicas de produção informal inadequadas; 3.3d - Infra-estrutura: promoção e implantação de unidades de produção coletiva de cachaça e outros derivados da cana-de-açúcar; 3.3g - Regulamentação: formalização do segmento junto ao MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

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

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

9. Peças Promocionais

a) Descrição: Criação e impressão de 10.000 folders, 20.000 adesivos, 2.000 cartas da cachaça, 10.000 catálogos, 2.000 cartilhas, 12 banners, 14 expositores.

b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SECTI, SICM, ASSO. COMER. DA BAHIA

c) Execução: SEBRAE, PROMO, SICM.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
ABCQ	10.000	5
SEBRAE	60.000	30
SECTI	20.000	10
SICM	100.000	50
ACB	10.000	5
TOTAL	200.000	100

e) Data de início: Março de 2009

f) Data de término: Abril de 2009

g) Resultados esperados: Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Consolidar o Portal www.cachacadabahia.com.br como ferramenta de comunicação do APL; Implantar selo promocional “CACHAÇA DA BAHIA”

h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.2f - Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.3i - Mercado: promoção e participação em missões, feiras e eventos de negócios; 3.3j - tão de marca: criação de plano de comunicação do APL; 3.4g - Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.

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

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

10. Eventos Promocionais Brasil

a) Descrição: Participação em 7 feiras nacionais e realização de 9 eventos promocionais no interior da Bahia

b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SICM, SEAGRI e SECTI.

c) Execução: SEBRAE, SICM, SEAGRI, PROMO.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
ABCQ	10.000	2,5
SEBRAE	90.000	22,5
SICM	125.000	31,25
SEAGRI	125.000	31,25
PROMO	50.000	12,5
TOTAL	400.000	100

e) Data de início: Agosto de 2008

f) Data de término: Agosto de 2009

g) Resultados esperados: Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%; Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados.

h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.2f - Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.3i - Mercado: promoção e participação em missões, feiras e eventos de negócios.

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

- (X) 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:

11. Eventos Promocionais no Exterior

a) Descrição: Participação em 2 feiras internacionais (IFE AMERICAS – Feira de Alimentos e Bebidas das Américas, FISPAL – Feira Internacional para o Desenvolvimento das Indústrias de Alimentos e Bebidas)

b) Coordenação: SEBRAE, PROMO, ABCQ, SECTI.

c) Execução: SEBRAE, SECTI, PROMO.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MDA, SEBRAE-nacional, MCT)	40.000	50
ABCQ	4.000	5
SEBRAE	10.000	12,5
SECTI	10.000	12,5
PROMO	16.000	20
TOTAL	80.000	100

e) Data de início: Março de 2009

f) Data de término: Fevereiro de 2010

g) Resultados esperados: Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%; Consolidar 10 associações e 5 cooperativas de produtores de derivados de cana-de-açúcar; Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Exportar 5 marcas de cachaça para o mercado externo.

h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.2f - Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.3i - Mercado: promoção e participação em missões, feiras e eventos de negócios; 3.3k - Inovação de negócio: criação do *blend* de cachaça branca para exportação; 3.4g - Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.

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

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

12. Oficina de capacitação de profissionais vinculados ao segmento cachaçeiro

- a) Descrição: realização de 32 aulas sobre a cachaça de alambique para barmen, garçons, chefes de cozinha e outros profissionais da área e 20 palestras para pontos de consumo conceituados.
- b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SENAC
- c) Execução: ABCQ, SENAC.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
ABCQ	10.000	16,66
SEBRAE	25.000	41,67
SENAC	25.000	41,67
TOTAL	60.000	100

e) Data de início: agosto de 2008

f) Data de término: agosto de 2009

g) Resultados esperados: Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Elevar a renda do pequeno produtor informal em 50%; Consolidar o Portal www.cachacadabahia.com.br como ferramenta de comunicação do APL.

h) Relação com o item 3: 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.2f - Comercialização: ausência de articulação entre os produtores, distribuidores e representantes; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.4f - Fomento: editais de incentivo a desenvolvimento de pesquisa para a inovação em APLs.

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

(X) promoção do mercado interno () promoção do mercado externo

(X) capacitação/formação (X) valorização da identidade local

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

() outra. Por favor, informe:

13. Promoção de marca local

a) Descrição: criação do regulamento para uso do selo “Cachaça da Bahia” e de sua campanha promocional.

b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SECTI, SICM, IBAMETRO.

c) Execução: SEBRAE

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MDA, MAPA, MCT)	15.000	50
SEBRAE	5.000	16,66
SECTI	5.000	16,66
SICM	5.000	16,66
TOTAL	30.000	100

- e) Data de início: agosto de 2008
- f) Data de término: agosto de 2009
- g) Resultados esperados: Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Implantar selo promocional “CACHAÇA DA BAHIA”, Elevar a renda do pequeno produtor em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%.
- h) Relação com o item 3: 3.1c - Cooperação: existência de associações locais de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante; 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.3j - Gestão de marca: criação de plano de comunicação do APL; 3.4g - Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.
- i) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- () promoção do mercado interno () promoção do mercado externo
- () capacitação/formação (X) valorização da identidade local
- () inovação e tecnologia (incluindo o design) () crédito
- (X) outra. Por favor, informe: Promoção da Marca

14. Adequação da Produção

- a) Descrição: realização de 12 consultorias para adequação ao RAAC – Regulamento de Avaliação de Conformidade da Cachaça para certificação do INMETRO.
- b) Coordenação: ABCQ, SEBRAE, SECTI, IBAMETRO.
- c) Execução: SEBRAE, SENAI, IBAMETRO
- d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	%
GTP – APL (MAPA, MDA, MCT)	80.000	50
SEBRAE	40.000	25
SENAI	40.000	25
TOTAL	160.000	100

- e) Data de início: julho de 2008
- f) Data de término: dezembro de 2009
- g) Resultados esperados: Obter selo de Certificação de Conformidade do INMETRO para 12 marcas de cachaça; Fortalecer 12 marcas de cachaças baianas no mercado brasileiro, de alambiques devidamente registrados; Elevar a renda do pequeno produtor em 50%; Elevar o faturamento das microempresas em 30%.
- h) Relação com o item 3: 3.1c - Cooperação: existência de associações locais

de produtores e da ABCQ – Associação Baiana dos Produtores de Cachaça de Qualidade e organismo de Governança atuante; 3.1d - Mercado: classificação da cachaça como produto genuinamente brasileiro e de interesse internacional; 3.3e - Inovação de Processo: certificação de todas as marcas de cachaças baianas com selo do INMETRO; 3.3f - Mercado: promoção da identidade local “Cachaça da Bahia” nacionalmente e internacionalmente; 3.3j - Gestão de marca: criação de plano de comunicação do APL; 3.4d - Regulamentação: certificação do INMETRO para produção de Cachaça; 3.4g - Mercado: valorização comercial da cachaça no exterior.

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

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

7. Gestão do Plano de Desenvolvimento

A gestão deste Plano de Ações é uma estrutura bastante simples e flexível. Ela consta basicamente de formação de uma equipe gestora, da ABCQ e representantes dos parceiros executores.

A equipe gestora terá as funções básicas de planejar as ações em nível macro e coordenar, avaliar, deliberar, integrar e facilitar a execução das ações, inclusive ajudar na captação de recursos necessários, constituindo-se, esta instância máxima, em um CONSELHO GESTOR.

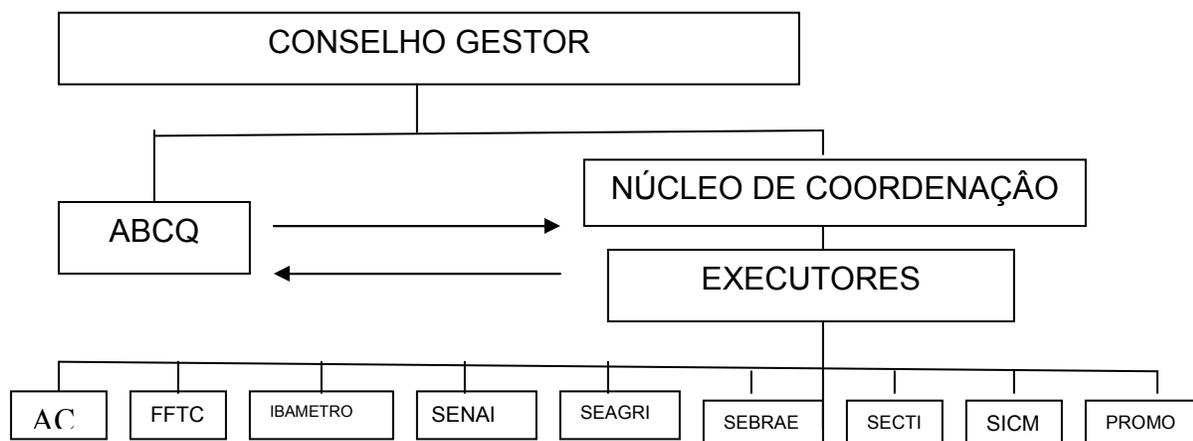
Este Conselho terá regimento interno próprio, no qual constará, obrigatoriamente, um cargo diretivo e reuniões ordinárias periódicas e será composto por 2 representantes da ABCQ e mais um representante de cada instituição/entidade parceira: SICM, SEBRAE, SECTI, SEAGRI, IBAMETRO, ACB, FFTC, PROMO, SENAI e outras que venham a participar da execução do plano.

A ABCQ terá funções de representação dos produtores no Conselho Gestor, devendo fornecer informações, acompanhar as ações e a execução das atividades, inclusive a implantação do selo **Cachaça da Bahia**.

Mais diretamente dedicado à execução do Plano Gestor, haverá o NÚCLEO DE COORDENAÇÃO, integrado com a ABCQ, cujos componentes, em número de 3 (três), serão nomeados pelo Conselho Gestor. Esse Núcleo terá a função de coordenar diretamente a realização de todas as ações previstas, propor ações, encaminhar sugestões ao Conselho Gestor e criar e dissolver grupos de trabalhos temporários, para ações específicas. Ele terá regimento interno próprio, no qual constará, obrigatoriamente, um cargo diretivo e reuniões ordinárias periódicas.

Aos parceiros compete a execução das ações que mais se aproximam de suas atividades normais e competências, conforme estabelecidas neste Plano.

O organograma sintético do modelo de gestão é o seguinte:



8. Acompanhamento e Avaliação

As atividades inerentes ao Plano de Desenvolvimento Preliminar do APL de Derivados da Cana-de-Açúcar serão acompanhadas pelo Organismo de Governança e o Núcleo Estadual da Bahia e demais parceiros atuantes nas reuniões e se utilizará de instrumentos que sirvam de respostas às futuras ações do APL. Os indicadores construídos servirão para acompanhar e mensurar os resultados diretos, sendo esses uma ferramenta de precisão no acompanhamento e avaliação do APL.

A gestão do Plano de Desenvolvimento se dará conforme tabela de indicadores, na qual estão relacionadas à fórmula e à periodicidade para mensuração dos resultados. Além disso, disponibilizamos da ferramenta do SIGEOR/SEBRAE que acompanha e mensura os resultados finalísticos e intermediários e o andamento das ações.