

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO PRELIMINAR (PDP) DO APL DE GEMAS
E JÓIAS DO DISTRITO FEDERAL**

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PEQUENOS E MÉDIOS PRODUTORES
DE GEMAS, JÓIAS E SIMILARES, MINERADORES E GARIMPEIROS -
Abragem**

**ASSOCIAÇÃO DO COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE JÓIAS, GEMAS,
RELÓGIOS E AFINS DO DISTRITO FEDERAL - Ajodf**

**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR -
Mdic**

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO DF - SDE

**Rogério Viana Leite
2007**

ÍNDICE

1 – APRESENTAÇÃO	3
2 – INTRODUÇÃO	4
3 – PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	5
4 – CADEIA PRODUTIVA DE GEMAS E JÓIAS	5
5 – CARACTERÍSTICAS DA CADEIA PRODUTIVA NO BRASIL	6
5.1 – Principais Gargalos da Cadeia Produtiva	8
5.1.1 – Segmentos de gemas e artefatos de pedras	8
5.1.2 – Segmento do varejo	9
6 – NÚMERO DE EMPRESAS NO BRASIL	10
7 – CADEIA PRODUTIVA NO DISTRITO FEDERAL	11
8 – CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO	12
8.1 – Histórico da Formação do Arranjo Produtivo Local	12
8.2 – Delimitação Territorial do Arranjo	13
8.3 – Empreendimentos e empregos	13
8.4 – Mercado de trabalho	14
8.5 – Produção	14
9 – SITUAÇÃO ATUAL DO ARRANJO PRODUTIVO	15
9.1 – Faturamento	15
9.2 – Segmentos de mercado das empresas do APL	16
9.3 – Perfil de distribuição dos produtos	16
10 – FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO	17
11 – GOVERNANÇA E COOPERAÇÃO	17
12 – INVESTIMENTO E FINANCIAMENTO	19
13 – QUALIDADE E PRODUTIVIDADE	20
14 – TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	21
15 – DESAFIOS E OPORTUNIDADES	22
15.1 – Pontos Fortes	23
15.2 – Oportunidades	23
15.3 – Pontos Fracos	23
15.4 – Ameaças	24
15.5 – Desafios	24
16 – RESULTADOS	24
16.1 – Foco estratégico do APL	24
16.2 – Resultados Esperados	24
16.3 – Indicadores de resultados	25
17 – AÇÕES PREVISTAS	27
18 – GESTÃO	44
19 – ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	45
20 – DISTRIBUIÇÃO DAS AÇÕES PREVISTAS	46
21 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES	48
22 – DISPONIBILIDADE DOS RECURSOS EM BASE ANUAL	50
23 – RESUMO DOS CUSTOS DAS AÇÕES	50
24 – PARTICIPAÇÃO POR PARCERIA	50
ANEXO 1 – MEMÓRIA DE CÁLCULO	51
ANEXO 2 – METAS E EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES	58

ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DE GEMAS E JÓIAS DO DISTRITO FEDERAL

1 - APRESENTAÇÃO

O Plano de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo de Gemas e Jóias do Distrito Federal é de fundamental importância no sentido de orientar a integração e a convergência de ações dos agentes que atuam neste cenário, colaborando para a formalização de novas parcerias; visando a otimização de recursos; a potencialização dos esforços; o compartilhamento de objetivos comuns e a consolidação do processo de cooperação e interação dos atores.

As ações incluídas neste Plano de Desenvolvimento foram elaboradas e validadas pelos atores da Governança do APL. O objetivo principal é aumentar a competitividade e a cooperação das empresas fabricantes e comercializadoras de Gemas e Jóias, focado na melhoria do processo produtivo, no aumento da participação do setor no mercado interno e na conquista do mercado externo.

A elaboração do Plano de Desenvolvimento Preliminar tomou por base o Manual Operacional (Modelo de Plano de Desenvolvimento) disponibilizado pelo Mdic e informações de diversas instituições, como por exemplo: o diagnóstico realizado pelo Sebrae/DF; Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (Mdic); Secretaria de Desenvolvimento Econômico/ GDF; Sebrae/DF; Abragem; Geor; (relatório de atividades do setor e outros).

O Arranjo Produtivo de Gemas e Jóias é formado por micros e pequenas empresas do Distrito Federal e entorno.

A caracterização dos modelos de Arranjos Produtivos Locais prevê a existência de uma concentração geográfica de empresas, fornecedores, prestadores de serviços, entidades associadas, competitivas e cooperadas entre si. Um arranjo caracteriza-se por ser um elo da cadeia de produção compartilhada e especializada, em que o grau de colaboração, de cooperação e de complementaridade entre os empreendimentos e outros agentes, como instituições de ensino, pesquisa e fomento. É isso que diferencia um APL das aglomerações empresariais.

Embora os APLs e os Pólos adotem concepções e sigam trajetórias distintas, representam importantes eixos de desenvolvimento regional. Ambos necessitam de apoio institucional para assegurar a promoção da sua competitividade e sustentabilidade.

As relações de governança do APL exercem importante papel no processo de sensibilização, coordenação e cooperação entre unidades participantes do mesmo processo produtivo ou de uma cadeia produtiva.

2 - INTRODUÇÃO

A diversidade das pedras brasileiras é reconhecida não só no país, como também no exterior. No solo brasileiro, encontramos turmalinas, águas-marinhas, topázios e diversas gemas do grupo do quartzo, como ágata, ametista, citrino e cristal-de-rocha. O Brasil é o maior produtor de topázio imperial e um dos raros produtores de turmalinas Paraíba (rósea, verde e azul).

Ocupa, ainda, a 14^a posição no *ranking* mundial na produção de ouro, destacando-se, também, pela produção de variada gama de pedras coradas. Os designers brasileiros, alguns de Brasília, atuam no mercado internacional com produtos de crescente valor agregado, incorporando nas jóias desenvolvidas, não só pedras preciosas brasileiras, como também diversos materiais valorizados pelo mercado consumidor.

O Brasil apresenta-se como um país de cultura e etnia diversificadas, oferecendo pedras e metais de excelente qualidade e significativas quantidades.

As exportações brasileiras de jóias cresceram 25% no período de janeiro a março de 2004. Segundo estatísticas do Ibgm (Tabela Anexo II) houve um crescimento de cerca de 60% de 2004 até 2006, em todos os segmentos da cadeia produtiva, o que representará a comercialização de US\$ 475 milhões.

Segundo dados do MME, confirmado pelo Presidente da Fenag (Federação Nacional dos Garimpeiros) há cerca de um milhão de garimpeiros e mineradores no Brasil, cada um gerando aproximadamente 14 empregos diretos e indiretos.

Estudos apontam que somente as indústrias do setor de gemas e jóias geram em média 350 mil empregos diretos. O mercado interno consome de 5% a 10% da produção de gemas, 8% da produção de jóias e quase a totalidade da produção de bijuterias. O Brasil produz mais de 1/3 de todas as gemas comercializadas no mundo, com exceção do diamante, do rubi e da safira.

Estima-se que 93% das empresas do setor sejam de micros e pequenos empresários. Por ter essa composição, o segmento é mais sensível a ciclos econômicos, embora tenha flexibilidade e potencial para expansão. Existe um elevado grau de informalidade, com índices superiores a 5%, tanto para a produção quanto para a comercialização.

Essa crescente informalidade deve-se, em grande parte, à alta tributação, à necessidade de praticar preços competitivos e obter maior lucratividade.

Outra forte tendência do setor é a terceirização. Cerca de 6% das indústrias de jóias de ouro e 7% das de prata e folheados praticam a terceirização. O mesmo ocorre na lapidação das pedras, o que impede o controle da qualidade do serviço, devido à falta de conhecimento gemológico e gerencial pela maioria dos profissionais terceirizados.

Nesse contexto, surgiu a necessidade de se desenvolver um estudo aprofundado sobre o Setor de Gemas e Jóias no Distrito Federal. Os dados apresentados, até o momento, por órgãos governamentais como o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e entidades de classe, relatam de forma pouco expressiva a situação do setor no Distrito Federal.

3 - PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

O Plano de Desenvolvimento do APL de Gemas e Jóias foi elaborado em consonância com a metodologia do GTP/APL/Mdic, sob a coordenação da Abragem e Ajodf. O grupo de trabalho foi composto por empresários do setor de gemas e de jóias, que com sua experiência e conhecimento contribuíram decisivamente para a elaboração do documento.

O apoio do Sebrae/DF e da SDE, foi de extrema importância para viabilizar a união das duas entidades do setor (Abragem e Ajodf), contando também com o apoio do Senai e do Ibgm.

Foram realizadas diversas reuniões e entrevistas com os empresários para a elaboração do plano de desenvolvimento, que foi apresentado para discussão e validação em reunião do dia 18/11/2007 na sede da Abragem. Após a apresentação dos objetivos da reunião, os empresários do segmento de gemas e jóias dividiram-se em grupos de trabalho para discutir, propor e validar os resultados esperados e as ações do Plano de Desenvolvimento.

Destaca-se que a elaboração deste Plano de desenvolvimento tomou por base o Manual Operacional (Modelo de Plano de Desenvolvimento) disponibilizado pelo Mdic e informações de diversas Instituições como, por exemplo: Ministério do Trabalho e Emprego, através da Relação Anual de Informações Sociais, Rais, Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, Mdic, Ibgm, trabalhos de especialistas do DF e do Brasil, de empresários, dados estatísticos e outros dados secundários.

O projeto Geor representa um compromisso formal estabelecido com o Sebrae/DF. Criado em 2005, o Geor/DF é uma ação muito importante e significativa para o setor de Gemas e Jóias e tem sido, até o momento, o mais representativo compromisso com os núcleos de fomento.

4 - CADEIA PRODUTIVA

Cadeia Produtiva pode ser entendida como o conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos e matérias-primas até o produto final, incluindo a extração e o processamento da matéria-prima, sua transformação, distribuição e comercialização dos produtos para o mercado nacional e internacional.

Os elos da Cadeia Produtiva de Gemas, Jóias e afins compreendem desde a extração mineral, indústria de lapidação, artefatos de pedras, indústria joalheira

e de folheados, bijuterias, insumos, matérias-primas, máquinas e equipamentos usados no processo de produção, além das estratégias de marketing e a incorporação do design aos produtos.

O primeiro elo da cadeia de Gemas e Jóias é representado pelo segmento de extração / mineração, englobando também todo e qualquer material e serviços utilizados na extração da matéria-prima.

O segundo elo é representado pela indústria de lapidação e de artefatos de pedras. O terceiro, deve ser visto como o da Indústria de joalheria e bijuteria, responsável pela fabricação de jóias com metais nobres (ouro, prata, platina e paládio), folheados e bijuterias de metais comuns.

Deve ser também considerado, na cadeia produtiva, os aspectos relativos à comercialização desses produtos, tanto no mercado interno quanto no externo.

5 - CARACTERÍSTICAS DA CADEIA PRODUTIVA NO BRASIL

O Brasil é internacionalmente conhecido pela diversidade e pela grande existência de pedras preciosas em seu solo. É o segundo maior produtor de esmeraldas e turmalina Paraíba e o único de topázio imperial.

Também produz, em larga escala, citrino, ágata, ametista, turmalina, água-marinha, topázio e cristal-de-rocha (quartzo hialino). Atualmente, estima-se que o país seja responsável pela produção de cerca de 1/3 do volume das gemas do mundo, com exceção do rubi, da safira e do diamante, este com destaque nas últimas reportagens feitas pelos veículos de comunicação, principalmente, a Revista Globo Rural e Fantástico de outubro/novembro de 2007. Considerado, ainda, um importante produtor de ouro. Em 2004 alcançou 42 toneladas de ouro, o que lhe assegurou o 13º lugar no ranking mundial, segundo o Gfms (Gold Survey, 2005).

A produção de ouro, feita por diversos garimpos, se apresenta, atualmente, como uma atividade declinante. Por esse motivo, é responsável por apenas um terço (14t) da produção total de 42 toneladas. Reduzido número de empresas de mineração concentrou 67% do ouro produzido em 2004, quase todo exportado em forma de barras. A sua extração está espalhada por praticamente todo o território nacional, embora concentrada em Minas Gerais, Pará, Mato Grosso, Bahia e Tocantins.

A produção de pedras preciosas é realizada, em sua grande maioria, por garimpeiros e pequenas empresas de mineração em quase todo o Brasil. A forte produção se localiza nos Estados de Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás, Pará e Tocantins.

Apesar de não existirem estatísticas de produção confiáveis, o Brasil é reconhecido como um dos principais produtores, tanto pela variedade quanto pela quantidade de gemas encontradas em seu subsolo. Estima-se que, aproximadamente, 80% das pedras brasileiras, em volume, tenham como

destino final as exportações, tanto em bruto – incluindo espécimes de coleção –, quanto lapidadas. As pedras brasileiras, em sua grande maioria, são exportadas em bruto, tirando a possibilidade de serem trabalhadas no País para agregar maior valor ao produto. Isso reduz a geração de emprego e renda para inúmeros cidadãos brasileiros.

O Brasil tem potencial para se tornar um dos grandes exportadores do mundo. O mercado internacional de gemas compra dos países exportadores, tanto suas próprias pedras, quanto as produzidas em outros países. É necessário, então, dispor de facilidades para a importação de pedras em bruto para atender às exigências da indústria joalheira internacional, a indústria de lapidação nacional e as exportações.

O Parque Industrial é bastante diversificado. Embora os dados sejam conflitantes, estima-se que existam, atualmente, cerca de 2.000 empresas de lapidação, de joalheria, de artefatos de pedras, folheados e metais preciosos. Elas estão localizadas, principalmente, em São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Bahia. Porém, novos pólos industriais, como Paraná, Pará, Amazonas e Goiás estão se desenvolvendo.

Além dessas indústrias legalizadas, o Setor é formado por várias empresas informais e artesãos, que vivem à margem do mercado, no que refere à produção e comercialização de seus produtos. A lapidação, assim como a fabricação de obras e artefatos de pedras, é feita por pequenas indústrias, muitas de “fundo de quintal”.

É importante lembrar, também, que a prática da terceirização tem se acentuado nos últimos anos. No entanto, ainda existem poucas indústrias integradas, principalmente, para garantir qualidade, prazos e tipos diferenciados de lapidação. O Brasil possui capacidade e competitividade para lapidação de pedras de média a excelente qualidade, embora não esteja preparado, ainda, para uma produção em escala e com preços competitivos, salvo raras exceções, como a lapidação de pedras de baixo valor, normalmente as calibradas (série de pedras com as mesmas dimensões, cor e pureza).

O segmento de empresas fabricantes de jóias é integrado, basicamente, por empresas de pequeno e médio porte. Estima-se que a informalidade seja superior a 50% do mercado, tanto na produção quanto na comercialização. No que se refere à comercialização informal, os vendedores autônomos (principalmente as “sacoleiras”) têm forte participação.

A informalidade e o descaminho (mercadorias que são levadas para o mercado externo sem registro) são grandes devido à alta carga tributária incidente sobre o Setor. Entre as mercadorias, podemos destacar: gemas e jóias de pequenas dimensões e de alto de valor; e matérias-primas de grande atratividade. A distribuição feita por pequenos estabelecimentos e pessoas físicas nas mais diversas regiões do país, com fiscalização difícil e onerosa.

Ao longo dos anos, os diversos segmentos do APL de Gemas e Jóias não têm contado com o suporte de crédito, salvo raras exceções. Dadas as

características do Setor, que necessita substancialmente de mais capital de giro do que de capital fixo, uma solução seria facilitar o acesso às linhas de crédito existentes, pois, geralmente, são atividades que se auto-financiam. No atual estágio, para alcançar patamares desejados, e assim, atender ao mercado externo, será necessário dispor de mecanismos inovadores de financiamento bancário.

A elevada carga tributária tem contribuído para o aumento da informalidade. O segmento joalheiro tem promovido expressivas melhorias em seus padrões de qualidade e competitividade, inclusive com importação de máquinas, equipamentos, ferramentaria e insumos. No entanto, muitas empresas não otimizam o uso de suas máquinas e equipamentos. Serviços de assistência técnica e manutenção, principalmente para os equipamentos importados, deixam muito a desejar.

O fortalecimento da indústria joalheira, nos dez últimos anos, se deu, inicialmente, com o objetivo de concorrer com o produto importado ou contrabandeado. O crescimento da demanda, proporcionado pelo Plano Real, contribuiu para essa consolidação. Posteriormente, outro passo para o fortalecimento foi a melhor exploração de potencial exportador, considerando produtos de maior valor agregado, que têm sido, nos últimos anos, o seu vetor de crescimento. Nesse período, o segmento joalheiro soube desenvolver estilo e design próprios, explorando símbolos da cultura, fauna e flora nacionais, além da variedade das pedras preciosas e matérias-primas existentes no país. O design brasileiro é, hoje, reconhecido internacionalmente por sua imagem alegre e colorida.

5.1 - PRINCIPAIS GARGALOS DA CADEIA PRODUTIVA

5.1.1 - Segmento de gemas e artefatos de pedras

Problemas no Processo Produtivo

Relacionados ao talhe (corte), à lapidação diferenciada, ao tratamento das gemas e a lapidação calibrada. Diversos tipos de tratamento das gemas precisam ser aprimorados e disponibilizados no Brasil com redução de custos.

Falta de Escala para Lapidação

Embora existam tecnologias avançadas para lapidação em grande volume, o custo da mão-de-obra, principalmente pelos encargos sociais, não tem permitido concorrer com países do Oriente. No Brasil, ainda predominam as lapidações artesanais para pedras de mais alto valor. A padronização da produção é essencial para o atendimento da demanda da indústria joalheira por pedras calibradas tem forte impacto nas exportações.

Insuficiente Capacidade de Gestão

O método de gestão praticado em empresas de menor porte, geralmente, configura-se com funções administrativas centralizadas na pessoa do proprietário e membros de sua família. A utilização mais racional e eficiente dos recursos propicia o alcance de níveis mais elevados de produtividade. A gestão eficaz da produção garantirá não só a qualidade como também os prazos de

entrega, os *lead-times* de produção e, em última análise, a redução dos custos com estoques, com reflexo direto no fluxo de caixa da empresa.

Pouca Capacitação de Mão de Obra

A baixa qualificação da mão-de-obra constitui-se um grave problema nas áreas de modelagem, desenho de jóias por computador, cravação e técnicas de vendas, tanto no varejo quanto no exterior.

Apesar da contribuição do Senai e Escolas Técnicas, ainda assim, tais iniciativas apresentam-se muito aquém para suprir as necessidades da indústria joalheira e de folheados.

Utilização Inadequada da Tecnologia

Embora as jóias brasileiras apresentem design moderno e qualidade crescente, os diversos processos de produção têm sido utilizados com distintos graus de eficiência, devido ao despreparo da maioria dos profissionais da área em relação à utilização e manutenção dos equipamentos.

Processo Produtivo Deficiente

Os principais gargalos enfrentados pela indústria joalheira em seu processo produtivo dizem respeito à concepção/design, fundição, modelagem, cravação e acabamento.

O segmento da indústria de folheados registrou os aspectos referentes à estamparia, eletroformação (compor peças por processos eletroquímicos) e galvanoplastia (processos de banhos e folheamentos de metais) como os mais relevantes, conforme indicado das pesquisas realizadas.

Baixa Escolaridade

Tem-se que a média de escolaridade da indústria joalheira brasileira, em 2000, era de 8,44 anos. Por se tratar de um setor que requer qualidade, com constante inovação e design, os atributos conhecimento e habilidade, constituem-se em peças-chave na busca da melhoria dos processos produtivos e da competitividade.

Dificuldade de Acesso aos Financiamentos

Entre os gargalos mencionados existe, ainda, a falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos e para giro, indispensáveis à ampliação de sua capacidade produtiva, objetivando um rápido atendimento às exportações. A indústria joalheira apresenta maior necessidade de capital de giro, uma vez que a maior parte do custo de produção é constituída de ouro e gemas, de alto valor agregado. As linhas de crédito disponíveis no Brasil, com custos mais reduzidos, são as do Bndes, que têm normas rígidas em relação à equação capital de giro/investimentos, exceto para exportações.

5.1.2 - Segmento do varejo

Concorrência Desleal

Os autônomos (principalmente sacoleiras) já se apresentam como o segundo canal de distribuição - superando em vendas as lojas de rua e se aproximando das lojas de shopping, sinalizando claramente que os mecanismos governamentais nas áreas fiscal, tributária, trabalhista e previdenciária não têm sido eficazes e estimulantes à formalização e à legalização de seus negócios.

Reduzida Capacidade Gerencial

De modo geral, as experiências são transferidas de pai para filho com as funções administrativas centralizadas na pessoa do proprietário, requerendo a incorporação de novos métodos e técnicas de gestão.

Técnicas de Vendas

A principal dificuldade que ocorre no momento da venda é o atendimento prestado aos clientes. Verificam-se deficiências na etapa de negociação e no atendimento ao consumidor, cada vez mais exigente e informado. Os funcionários geralmente não possuem formação adequada, desconhecendo as características dos produtos comercializados e as técnicas mais atualizadas de venda e pós-venda;

Falta de Segurança

O crescente número de roubos de joalherias, inclusive em shopping centers, em praticamente todo o Brasil, é um forte desestímulo à atividade, além de aumentar seus custos operacionais com o pagamento de prêmios elevados de seguros e esquemas de segurança.

6 - NÚMERO DE EMPRESAS NO BRASIL

Industria	
Lapidação/Obras de pedras	730
Joalheria Ouro e Prata	650
Folheados de Metais Preciosos	590
Total Industria	1.970
Varejo	
Total Varejo	16.000
Total de empresas	
	17.970

FORNTE: IBGM

Empregos Diretos (em milhares)	
Varejo	190.000
Indústria	120.000
Garimpo e Mineração	40.000
Total	350.000

FORNTE: IBGM

Mercado Estimado (US\$ 1.000,00)	
Mineração	570.000,00
Varejo	540.000,00
Joalheria	390.000,00
Folheados	190.000,00
Lapidação/ outras pedras	170.000,00
Outros	110.000,00
Total	1.970.000,00

FORNTE: IBGM

7 - CADEIA PRODUTIVA NO DISTRITO FEDERAL

O Distrito Federal ocupa uma posição de relevância que não advém apenas da sua condição de capital federal do País. Alguns aspectos diferenciam a sua economia das demais regiões de forma bastante distinta.

Fatores como incentivos fiscais, posição geográfica privilegiada na Região Centro Oeste do País e uma infra-estrutura adequada, contribuem para que o DF seja uma das áreas de maior ritmo de expansão econômica e com um dos mais promissores potenciais de crescimento. Como exemplo destes investimentos, temos nos últimos três anos, empresas como: União Química, Quimiplast, Moema fertilizantes, Bunge Alimentos, Sadia, Rexam e outras.

Esses aspectos atraem investimentos para o setor privado, com a perspectiva de diminuir a dependência, até agora predominante, das atividades que derivam do setor terciário.

O Distrito Federal apresenta indicadores básicos sociais e macroeconômicos de destaque no cenário nacional. Conta com características demográficas únicas, em comparação com outras regiões, devido à grande concentração populacional na zona urbana; um índice de alfabetização expressivo, além da mais elevada taxa de alfabetização funcional do País; e uma renda *per capita*, superior à das demais regiões metropolitanas – considerada alta inclusive para os padrões latino-americanos.

Devido a todas as características expostas, o DF tem condições de aumentar sua capacidade como centro empresarial de expressão regional e nacional. A economia do Distrito Federal é tipicamente caracterizada pela intensa participação do setor terciário na composição do seu PIB, principalmente pela grande atividade governamental existente.

O setor terciário tem uma participação que gira em torno de 92% no total da economia local. Por outro lado, o setor secundário contribui com apenas 7% da estimativa de contribuição, sendo que o setor primário contribui com apenas 1% . A população economicamente ativa, (PEA), do Distrito Federal gira em torno de 46% da população total.

Fonte: Estatística da FIBRA

O Arranjo Produtivo de gemas e jóias do Distrito Federal é formado por micros, pequenas e médias empresas com grande potencial para geração de emprego e renda. São cerca de 155 estabelecimentos legalmente constituídos que são responsáveis por 344* empregos formais diretamente relacionados ao arranjo, isto sem levar em consideração os elos da cadeia produtiva. Conta ainda cerca de 600 empregos informais, formados por sacoleiras, vendedores autônomos, fabricantes de bijuterias, michelin, etc.

Ressalta-se, contudo, que o alcance das ações do APL de gemas e jóias não se restringe às empresas formais associadas. Pelo contrário, ações para mobilizar toda a cadeia produtiva deverão ser implementadas. A governança pretende realizar eventos de sensibilização, com o objetivo de trazer mais integrantes para o APL, fomentando o processo de cooperação e participação

Por meio do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Gemas e Jóias (Mdic e Ibgm) o Governo Brasileiro juntamente com o setor produtivo têm empenhado grandes esforços para o desenvolvimento sustentável desta Cadeia Produtiva. Várias ações como: soluções para financiamento da produção, redução da carga tributária, expansão da exportação, inserção tecnológica e desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais, estão sendo implementadas desde a sua instalação em julho de 2004.

* Estes dados foram coletados recentemente, tomando-se por referência listas telefônicas e contatos diretos dos empreendedores e de informais com a Abragem. Não houve confirmação representativa por meio de pesquisa, nem por consulta a órgãos como Junta Comercial que não liberam os dados por estarem sob sigilo legal.

8 - CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO

8.1 - Histórico da Formação do Arranjo Produtivo Local.

Em 2005, como parte da consolidação de uma parceria iniciada nas Reuniões de Trabalho do Geor, promovidas pelo Sebrae-DF, foi desenvolvida a idéia da caracterização do APL de Gemas e Jóias contemplando estratégias para a implantação, inicialmente, de um pólo de gemas, jóias e correlatos no DF, para, posteriormente, em conformidade com as tendências da formalização de um elo da Cadeia Produtiva do Setor, cristalizar a idéia do Arranjo Produtivo Local.

A convergência dos diversos segmentos como, lapidação de gemas, design e confecção de jóias, artesanato mineral, gemologia e comércio de produtos trabalhados ou naturais, tem como propósito incentivar o crescimento econômico-produtivo, aumentar a concorrência e facilitar a participação de todas as empresas. Ainda, despertou a formação de uma governança fundamental para apoiar as ações que darão a configuração efetiva do APL.

A governança do APL está composta por órgãos e instituições de caráter público, privado e misto, representando as esferas federal e distrital, com a possibilidade de suporte e intervenção no âmbito local, federal e até internacional nas ações do APL.

Durante o ano de 2006 e principalmente 2007, discutiu-se e promoveram-se ações direcionadas para o desenvolvimento do Setor, e paralelo ao seu desenvolvimento, foi implantada uma política e práticas de mercado mais saudáveis.

Com o respaldo de uma política voltada para o desenvolvimento e orientada para resultados, como é a própria filosofia do Geor (Sebrae/DF), buscou-se a interação e sinergia entre todos os atores de forma sustentada.

As duas principais entidades do setor, Abragem (sem fins lucrativos) e Ajodf, formalizaram e firmaram um acordo, com o objeto de definir um processo de atuação firme, transparente, estando imbuídas de grande espírito cooperativo,

com base nos princípios de estabilidade, concorrência, coordenação “da base para o topo” e expressiva representatividade.

8.2 – Delimitação Territorial do Arranjo

O APL de gemas e Jóias do DF, está delimitado no território do Distrito Federal, considerando as suas cidades satélites, porém, sofre influências e influi em uma área bem maior, conhecida como entorno do DF. Esta é uma região de forte influência da economia do DF e que já criou certa interdependência dos setores produtivos e seus atores com a região.

O mercado no setor de Gemas e Jóias se consolida no Distrito Federal. O DF tem uma taxa de analfabetismo de 4,7% ,contra 11,1% da média do Brasil e 8,9% da média do Centro Oeste. No DF, a média de tempo de estudo é de 9,1 anos contra 7 anos no Brasil e no Centro Oeste. O IDH do DF é de 0.844 enquanto o do Centro Oeste é de 0.81 e do Brasil, 0,79, a renda per capita do DF é US\$ 10.209,00, de SP é US\$ 8.896,00.

Devido a todas as características expostas, o DF tem condições de aumentar sua capacidade como centro empresarial de expressão regional e nacional. A economia do Distrito Federal é tipicamente caracterizada pela intensa participação do setor terciário na composição do seu PIB, principalmente pela grande atividade governamental existente.

O setor terciário tem uma participação de cerca de 92% no total da economia local. Por outro lado, o setor secundário contribui com apenas 7% da estimativa de contribuição, o setor primário contribui com apenas 1%. A população economicamente ativa, (PEA), do Distrito Federal gira em torno de 46% da população total que é de 2.400.000 de habitantes.

O nível de desenvolvimento social como vimos,é elevado, o seu IDH calculado pela ONU, é o mais alto da região e divide a posição com o do estado de São Paulo. No entanto, no aspecto de empregos, o DF apresenta uma taxa bastante alta, de cerca de 17% quando a média nacional é de 10% .

8.3 – Empreendimentos e empregos

Entre as empresas do segmento de Gemas e Jóias no DF, 31,1% são informais, 51,4% constituem sociedade limitada e 15,5% firma individual. Desse total, 81,76% são micro e 14,19% pequenas empresas.

Os dados indicam a forte capacidade do setor em gerar empregos e renda. Ainda que não apresente todo o seu potencial, em virtude da alta taxa de informalidade, somando-se as firmas de sociedade anônima ao montante de firmas individuais, entendidas como empresas que funcionam com um único elemento, pode-se inferir uma possível prospecção de empregos em cerca de 5% das empresas. A ourivesaria e o design de jóias têm grande participação no Distrito Federal (35,8%), seguidos pela bijuteria (19,7%) e o artesanato (13,5%).

A maior parte das empresas, 96,6%, atua no comércio, o que significa que vende produtos e/ou serviços de conserto ou de fabricação de jóias. Apenas 3,4% atuam no setor da indústria, 3,38% atuam com sistema de franquias.

Percebe-se, no entanto, que a atividade industrial refere-se à comercialização de produtos industriais revendidos ou montados sob franquia. Em geral, o que ocorre no DF são algumas linhas de montagem de bijuterias e folheados e não de transformação de porte utilizando metais como ouro e prata.

Além disso, considerando-se que a participação média do emprego formal no total de empregos em nível nacional é de aproximadamente 2% da força de trabalho da indústria, pode-se inferir que o total de empregos diretamente relacionados ao APL em 2007, formais e informais, atingiu o patamar de 5.000 trabalhadores. Tudo isto sem levar em consideração os empregos indiretos ao longo da cadeia produtiva.

Ao analisar a evolução do número de empregados por porte da empresa nota-se que são as micros e pequenas empresas as responsáveis pela maior absorção de mão-de-obra no APL de gemas e jóias, o que evidencia a importância das MPEs na geração de emprego e renda no DF. O comércio varejista foi o que mais empregou, vindo em segundo lugar a fabricação.

8.4 - Mercado de Trabalho

Os principais problemas enfrentados pelos empresários no segmento de gemas e jóias em relação à questão dos empregos, é a carência de mão de obra qualificada, ou seja, trabalhadores que possam produzir com qualidade e produtividade.

Não podemos dizer que há alta rotatividade de mão de obra nas empresas, pois a questão é justamente a falta de pessoal qualificado, portanto procura-se preservar profissionais que possuem alguma habilidade e conhecimento.

8.5 - Produção

Distribuição das empresas, segundo o principal produto comercializado ou produzido.

ATIVIDADE	EMPRESAS	%
Jóias	68	45,9
Folhados e bijuterias	44	29,7
Artesanato em geral	8	5,4
Gemas naturais	7	4,7
Artesanato mineral	2	1,4
Outras gemas simulantes	1	0,7
Obras de arte	1	0,7
Outros	17	10,9
TOTAL	148	100,0%

Das empresas do segmento, 45,9%, possuem as jóias como principal produto comercializado e/ou produzido e 29,7% produzem ou comercializam folheados

e bijuterias. Essas informações confirmam o perfil empresarial do Distrito Federal para este setor, em que a ourivesaria e o design se destacam, atendendo ao gosto sofisticado do consumidor local e tornando as peças desenvolvidas aqui competitivas nos mercados interno e externo. A produção, em sua maioria, ocorre de forma artesanal (79,6%). No entanto, uma parcela significativa de empresas (20,4%) produz de forma industrial.

Distribuição das empresas, segundo o tipo de produção.

ATIVIDADE	EMPRESAS	%
Artesanal	133	79,6
Industrial	34	20,4
TOTAL	148	100,0%

O ouro (18,1%) e a prata (16,6%) são os metais mais utilizados, seguidos do paládio (6,8%) e do cobre (5,4%). Dos orgânicos, a pérola e o coral (13,2%), juntamente com as gemas minerais em bruto ou lapidadas (12,5%) possuem mais utilidade. Alguns empresários também empregam outros materiais como sementes (4,6%), resina (3,7%) e plástico (2,7%).

Outro dado que ratifica a forma de produção é que 38,5% das empresas, produzem até 100 peças, enquanto apenas 12,2% produzem até 1000 peças. 46,6% não souberam avaliar. Isso indica não existir um controle sobre a produção, o que demonstra falha ou incapacidade administrativa.

A falta de controle sobre a produção se evidencia quando, 31,1% das empresas não sabem como avaliar a utilização da capacidade instalada de seus equipamentos. A tendência é a produção de jóias, pois é onde se tem itens de maior valor agregado.

9 – SITUAÇÃO ATUAL DO ARRANJO PRODUTIVO

9.1 – Faturamento

O faturamento do segmento de Gemas e Jóias no DF, gira em torno de R\$ 30.000.000,00/ano. Comparativamente aos setores mais tradicionais da indústria, é um valor baixo, mas, considerando o baixo nível de organização em passado recente, o altíssimo nível de informalidade do setor mascara tremendamente os números oficiais, podemos considerar que o DF tem atualmente um mercado significativo e com altíssimo potencial.

Considerando a indústria como um todo, que fatura cerca de R\$ 6.0 bilhões por ano (a construção civil representa 45% do total), o segmento de Gemas e Jóias contribui com 0,5% do total. Porém, o maior trunfo é o potencial existente e a união entre os empresários do setor que agora começa a se consolidar. Este é um mercado com possibilidades infinitas de geração de emprego e de agregação de valor no produto final.

Nos últimos cinco anos ocorreu um considerável crescimento das vendas, não ainda como deveria, caso o segmento estivesse mais unido e alinhado. Porém

no último ano a mudança foi maior, devido a um trabalho mais agregador e do fortalecimento da interação entre empresas.

9.2 – Segmentos de mercado das empresas do APL

Distribuição das empresas, segundo o principal ramo de atividade.

ATIVIDADE	EMPRESAS	%
Ourivesaria (Jóias Artesanais)	58	30,1%
Bijuterias	38	19,7%
Artesanato	26	13,5%
Jóias industriais	17	8,8%
Design	11	5,7%
Mineração	6	3,1%
Cursos	6	3,1%
Lapidação	4	2,1%
Fundição	4	2,1%
Maquinário/ferramental	3	1,6%
Outros	20	10,4%
TOTAL	193	100,0%

9.3 – Perfil de Distribuição dos Produtos

Cerca de 80% das vendas do APL são para o varejo. Um percentual de vendas (aproximadamente 18%) para revendedores da região no atacado e um pequeno volume para empresários do ramo no exterior.

Não existe uma marca do APL para seus produtos comercializados. Cada empresário tem a sua própria marca.

As vendas para o mercado externo são ainda incipientes. O que não é de se estranhar, pois se trata de uma região não-produtora de gemas. A Capital Federal tem, essencialmente, características de centro de transformação de pedras em bruto para gemas lapidadas, de análise e certificação de gemas, bem como de criação e montagens jóias.

O mercado atingido pelas empresas é basicamente local (88%). Apenas, 6,76% vendem seus produtos para o exterior. Os destinos mais freqüentes são Estados Unidos e União Européia.

A questão é que para atender ao mercado externo será preciso uma melhor estruturação do setor. Este é um dos maiores gargalos que o segmento tem atualmente. Isto vem mudando e a meta é atingir o mercado externo de forma séria e competente.

A maioria das empresas, 64,19%, confirma possuir certificação para seus produtos. No entanto, isso não significa que emitam certificado de garantia de qualidade dos produtos. Essa garantia só pode ser atestada mediante análises laboratoriais por especialistas em gemologia.

Geralmente, os ourives são capazes de testar os níveis de quilatagem do ouro empregado ou de dizer se o metal é prata ou platina, por exemplo. Mas, não

têm condições de emitir laudos de gemas, já que para isso são necessários testes específicos e uso de equipamentos de alta precisão.

O que ocorre, na maioria dos casos, é a emissão de um certificado da loja, reforçando a função da nota fiscal, que é a de dar ao cliente o direito de devolver o produto, caso se comprove irregularidades apontadas em laboratório específico, como o do Museu de Gemas.

Outro obstáculo é a burocracia alfandegária e, principalmente, a questão tributária.

10 – FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO

A capacitação dos profissionais se mostra como potencial vantagem competitiva em virtude da existência de várias instituições capazes de formar profissionais de renome no mercado. A ourivesaria e o *design* de jóias se apresentam como atividades de destaque no Distrito Federal.

Instituições como Senai e Senac deveriam prover capacitação e treinamento em parceria com instituições como a Abragem ou outras capazes a dar instrução de técnicas e de aperfeiçoamento nos segmentos de gemologia, lapidação, design e ourivesaria. A atuação dessas instituições não tem sido muito expressiva para o setor. Devido a isso, os empresários, por iniciativa própria, montaram alguns centros de treinamentos e capacitação profissional.

Não há participação de universidades no processo de capacitação, assim como laboratórios de instituições. O que existe atualmente são cursos particulares e os oferecidos pela Abragem. Os cursos desenvolvidos pela Abragem são: Gemologia com 100 vagas por ano; ourivesaria e lapidação de gemas com 86 vagas por ano e 20 vagas para design de jóias por ano. O ideal seria cursos com cerca de 500 vagas por ano, pois existe uma grande demanda não atendida. Faltam profissionais de nível superior nas áreas de design de jóias e gemas. Há uma demanda estimada de 450 vagas no mercado de Gemas e jóias do DF por ano.

11 – GOVERNANÇA E COOPERAÇÃO

O nível de interação entre as empresas do APL pode ser considerado baixo, devido a relação de desconfiança que prevaleceu por muitos anos. As empresas praticavam um tipo de concorrência agressiva onde todos perdiam. Ações de cooperação, interação, integração e intercâmbio eram desprezadas. Atualmente, a Abragem e a Ajodf estão totalmente integradas e esta ação começa a se replicar no ambiente empresarial. É ainda fraco, mas se percebe um ambiente mais integrado.

Existe um conjunto de instituições consideradas instâncias decisórias. Cada uma atua em sua respectiva área de ação e domínio, contribuindo para o andamento das ações do APL de Gemas e Jóias. As atividades que a Abragem

e a Ajodf (instituições mais representativas do segmento) definem como prioritárias e estratégicas para o bom desenvolvimento da indústria, de forma geral, são delimitadas pelos colaboradores e empresários como canal legítimo que organiza o setor. Destas duas instituições, emanam as ações e diretrizes que afetam diretamente o segmento. Assim, as mais de 80 empresas afiliadas prestam respaldo legítimo às mesmas e vêem nelas um balizador e ordenador das ações estratégicas.

O Governo do Distrito Federal, com o apoio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e da Subsecretaria de Micros e Pequenas Empresas, envolvidos na implantação do APL, têm planos definidos relacionados ao projeto e estão engajados no processo no sentido de apoiar, fomentar e regular as ações para as atividades propostas, evitando áreas de estreitamento no fluxo do processo de desenvolvimento.

O Sebrae/DF exerce uma função ordenadora no sentido de dar um caráter organizacional padrão dentro das regras nacionais e das normas por ele estabelecidas, além de fomentar atividades que visam à melhoria, principalmente, dos aspectos de gestão. Há de considerar seu caráter pioneiro na questão da divulgação e fomento APLs

O Senai presta apoio no sentido da formação profissional requerida para o bom desempenho das atividades operacionais específicas dos processos industriais característicos do segmento. Cada um dos parceiros tem suas áreas de competência definidas e entendem que a medida da eficácia de suas iniciativas depende do bom andamento e entendimento do conjunto.

No ano de 2005, o Sebrae/DF iniciou em Brasília um processo de articulação junto aos empresários e entidades locais procurando sensibilizar e disseminar os conceitos de APL. As atividades tomaram por base o Termo de Referência aos Arranjos Produtivos Locais do Sebrae Nacional.

Nesta fase, o Sebrae/DF atuou como facilitador do processo de desenvolvimento do setor de Gemas e Jóias do Distrito Federal. Intensificou as reuniões objetivando a inclusão do projeto APL de Gemas e Jóias no Sistema de Gestão Estratégica Orientado para Resultados (Sigeor), coordenado pelo próprio Sebrae/DF. Em consequência deste projeto foi estruturado uma governança com os representantes das seguintes instituições:

Mdic
GDF
SDE
Sebrae/DF
Ibqm
Senai /DF
BB
Peiex
Abragem
Ajodf
Instituto Cooperforte

CDT/UnB
Fubra
ETB
Acdf
Fibra
Brasiliatur
MCT
Federação do Comércio

No que diz respeito à informalidade, as empresas não só encontram dificuldades burocráticas para mudar essa situação, como também não vêem vantagem nessa realização em virtude da alta tributação que, atualmente, chega a 53%. Não existem ações nem projetos voltados para a comunidade.

Existe uma necessidade urgente de se desenvolver uma campanha de conscientização junto às empresas relativa à proteção ambiental e à prevenção de doenças devido à utilização de determinados equipamentos e matérias-primas.

Falta, ainda, um maior envolvimento do empresariado com técnicas de Recursos Humanos, em especial, que forneçam condições para que os empregados se capacitem e, com isso, obtenham a *expertise* e a qualidade necessárias para atuação competitiva no exterior.

O Setor de Gemas, Jóias, Bijuterias e correlatos apresenta-se como próspero no país como um todo e não poderia ser diferente no Distrito Federal. No entanto, para que se torne de fato importante nessa região, serão necessárias diversas ações, principalmente, por parte do Governo Federal, além de uma maior integração entre as entidades interessadas pelo tema.

Em geral, o que ocorre são ações isoladas na tentativa de alavancar o setor. Somando-se o trabalho do governo, dos empresários e de instituições como o Sebrae, esses esforços poderão gerar bons frutos para o Distrito Federal.

12 – INVESTIMENTO E FINANCIAMENTO

As empresas do APL competem de forma desigual em função do número de empresas informais existentes no DF atualmente. A informalidade “corrói” as margens de lucro e a capacidade de investimento dos empresários.

As margens de lucro, por esta razão, têm sido sacrificadas em nome da sobrevivência. Isso é quase “um suicídio” a médio e longo prazo. Sem o reinvestimento necessário a qualidade não é a mesma e, conseqüentemente, diminui a competitividade e sustentabilidade das empresas.

Uma das grandes necessidades do segmento é capital de giro, apesar de as instituições, como o Banco do Brasil, por exemplo, estarem sempre presentes e se oferecerem como financiadores. A capacidade de pagamento dos

empresários vem se reduzindo, ano após ano, em grande parte devido ao trabalho informal.

As empresas vêm investindo na área de formação profissional, desenvolvimento do design, desenvolvimento tecnológico e show rooms. Não existe muito investimento em marketing, embora esta seja uma das mais importantes ações. É necessário desenvolver um grande programa de marketing institucional, privilegiando o design e a utilidade do produto do DF, informando as competências dos profissionais existentes, fomentando novos mercado e consumidores.

É muito importante que o segmento invista na melhoria dos processos produtivos, aprimoramento e formação profissional, criando novos conceitos de produtos e novas parcerias.

A capacidade de produção deverá ser ampliada para atender a demanda esperada, principalmente, o mercado externo. Brasília como Capital Federal, contando com a presença de embaixadas do mundo inteiro, pode e deve interagir com essas embaixadas para que elas atuem como “vitrine” dos produtos das empresas brasileiros em seus países. Para isso será preciso desenvolver estratégias adequadas e um plano de marketing eficiente para a exploração deste potencial.

13 - QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

A capacidade de produção atual das empresas de gemas e jóias do DF é de 11,2 Kg de metais nobres, o que equivale a aproximadamente 3.800 peças por ano. No entanto, as empresas não conseguem produzir tudo o que são capazes. Existe um potencial de produção latente, que gira em torno de 50% a mais do que é produzido atualmente.

Os pólos que mais suprem o mercado do Distrito Federal de produtos industriais se localizam em algumas cidades de São Paulo (como Limeira e São José do Rio Preto), Rio Grande do Sul e Goiás (Goiânia).

Distribuição das empresas, segundo as matérias-primas utilizadas para a confecção dos produtos.

ATIVIDADE	EMPRESAS	%
Ouro	74	18,1
Prata	68	16,6
Pérola e corais (orgânicos)	54	13,2
Gemas em bruto ou lapidadas	51	12,2
Paládio	28	6,8
Cobre	22	5,4
Sementes	19	4,6
Resinas	15	3,7
Níquel	14	3,4
Plástico	11	2,7
Ferro e suas ligas	11	2,7

Vidro	10	2,4
Pedra sabão e outras rochas	7	1,7
Argila	1	0,2
Outros	24	5,9
TOTAL	409	100,0%

Grande parte das empresas, 42,6%, compra seu material somente quando precisa produzir (*just in time*) e 20,3% mantêm um estoque de até 30 dias. Isso se deve ao fato do preço da matéria-prima ser elevado, principalmente, no caso do ouro e de pedras preciosas.

A maioria das empresas não realiza nenhum programa de qualidade para controle da produção e muitos não conhecem detalhadamente como funciona e quais são seus benefícios. Essa informação reafirma a necessidade de um maior conhecimento, também, sobre técnicas gerenciais por parte dos empresários.

Outro dado preocupante é o fato de que a maior parte das empresas, 77 %, não mantêm um programa de proteção ambiental e nem de prevenção de doenças pela utilização de determinados equipamentos ou de matérias-primas.

Esses dados são alarmantes em virtude das terríveis conseqüências oriundas da falta de controle em algumas atividades do setor, principalmente, o de transformação (purificação de metais, ourivesaria e fundição), pela difusão no ambiente de gases tóxicos e resíduos danosos, afetando a vida homem direta e indiretamente.

14 – TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Cerca de 35% das empresas não realizam nenhum tipo de manutenção em máquinas e equipamentos utilizados. Somente 12% preocupam-se com a manutenção permanente.

Por se tratar, na maior parte, de equipamentos de precisão, o desgaste e a falta de manutenção podem tornar o trabalho precário, influenciando diretamente na qualidade dos itens produzidos.

O parque industrial do DF pode ser considerado novo, porém necessita de atualização. Agregar equipamentos mais modernos influenciará diretamente na qualidade, produtividade e lucratividade. Os produtos somente terão um padrão de qualidade internacional quando forem trabalhados com tecnologias, insumos e mão-de-obra adequados.

É muito importante que se desenvolva um programa de *benchmarking* nacional e internacional, com visitas programadas às empresas líderes e a fornecedores. O nível de tecnologia empregado em outras regiões pode ser comparado com a do DF e se estabelecer o *gap* (diferença) existente. As visitas podem contemplar diversas áreas (tecnologia, marketing, gestão, qualidade e design). Esta atividade inclui a participação em feiras nacionais e internacionais como visitante e/ ou expositor.

Este programa de *benchmarking* deve ser parte de um grande movimento, no sentido de revolucionar o produto do DF, contando com o apoio de consultorias internacionais. Atualmente, não existe interação e iniciativa nem por parte do setor e, muito menos, por parte do meio acadêmico para desenvolver estudos e pesquisas na área.

15 – DESAFIOS E OPORTUNIDADES

O setor de Gemas e Jóias do Distrito Federal é formado por várias unidades produtivas de jóias e comerciantes de gemas e de jóias, com características operacionais semelhantes, concentradas em um mesmo território e com pouca diversificação de processos, produtos e equipamentos.

Micro unidades produtivas de baixo a médio padrão tecnológico, reduzido número de funcionários, com formação educacional mediana, baixa qualificação operacional e profissional, tem exigido a permanência constante do empresário à frente de todos os processos, a fim manter em operação sua unidade. É necessária maior interação entre fornecedores e clientes e, também, entre os empresários e entidades apoiadoras.

Não existe, ainda, um clima de cooperação técnica ou operacional pleno. Sabemos que a interação não acontece espontaneamente e que precisa ser provocada. Os atores envolvidos no processo não se mobilizam. Uma solução é buscar estratégias de sensibilização e fazer com que todos percebam os ganhos e benefícios da interação e cooperação.

O desenvolvimento do segmento de Gemas e Jóias é avaliado medindo-se seu padrão tecnológico, uso de novos materiais, *design*, padrão de qualidade, produção em escala economicamente sustentável e desenvolvimento de produtos de alto valor agregado.

Esses padrões não são encontrados no arranjo produtivo local de forma generalizada. Porém, predomina uma tradição de qualidade e de capacidade produtiva e certo grau de qualidade que garante a sua subsistência.

Ressalta-se que algumas empresas de médio porte promoveram melhorias tecnológicas nos últimos anos, e, atualmente, sua produtividade e qualidade já se aproximam dos níveis nacionais e, futuramente, internacionais.

Desde a abertura da economia, alguns segmentos do setor sofreram transformações positivas, investindo em máquinas modernas e capacitação profissional. Isso influenciou diretamente na competitividade, mas, fatores como qualidade, produtividade e lucratividade não alcançaram o patamar esperado. Algumas empresas, isoladamente, buscam se firmar no mercado externo exportando seus produtos para a Europa e Estados Unidos.

Embora a abertura comercial e a conscientização da globalização das atividades econômicas tenham motivado a inserção de novas formas de cooperação, ainda existem obstáculos que, provavelmente, impactarão

negativamente no desempenho do APL, a médio e longo prazo, caso não sejam revertidos.

15.1 - Pontos Fortes

- 15.1.1 - Mercado local favorável e com bom poder aquisitivo.
- 15.1.2 - Proximidade com outros centros fornecedores de matéria-prima.
- 15.1.3 - Perspectivas positivas para o segmento, em função do crescimento do setor em nível nacional.
- 15.1.4 - Qualidade dos produtos e serviços, em especial, o design.
- 15.1.5 - Presença forte do Sebrae/DF, Senai, Ibgm e do Museu de Gemas (Brasília-DF).
- 15.1.6 – Pequenos mineradores de gemas residindo no DF.

15.2 – Oportunidades

- 15.2.1 - Formação de parcerias entre empresas;
- 15.2.2 - Integração produtiva do setor;
- 15.2.3 - Estabelecimento de cooperativa de compras de matéria-prima;
- 15.2.4 - Qualificação do pessoal;
- 15.2.5 - Qualificação gerencial.
- 15.2.6 - Aumento das exportações de gemas lapidadas e jóias.
- 15.2.7 - Estabelecimento de empresas beneficiadoras de gemas.
- 15.2.8 - Estabelecimento de empresas de embalagem.
- 15.2.9 - Integração com o turismo de eventos para realização de feiras nacionais e internacionais do setor.
- 15.2.10 – Constituição de Cooperativas de produção e de negócios.

15.3 - Pontos Fracos

- 15.3.1 - Alto índice de informalidade.
- 15.3.2 - Dificuldade de acesso a financiamentos.
- 15.3.3 - Insegurança dos empresários do APL.
- 15.3.4 - Baixa integração entre as empresas do setor.
- 15.3.5 - Escassez de políticas públicas de incentivo e apoio ao setor.
- 15.3.6 - Deficiências de gestão empresarial.
- 15.3.7- Mão-de-obra empregada pouco qualificada ou sem o perfil desejado.

15.4 – Ameaças

- 15.4.1 - Alta tributação.
- 15.4.2 - Informalidade.

15.4.3 - Perda do mercado do DF para estados mais bem estruturados como São Paulo e Minas Gerais.

15.4.4 - Concorrência dos países orientais.

15.4.5 - Falta de tradição do setor.

15.5 - Desafios a serem conquistados

15.5.1 - Melhorar a capacitação profissional.

15.5.2 - Ampliar a participação de vendas ao mercado externo.

15.5.3 - Melhorar a capacidade de gestão.

15.5.4 - Reduzir a informalidade.

15.5.5 - Desenvolver conceito do produto *Made in Brasília*.

15.5.6 - Desenvolver uma cultura cooperativa e integradora entre as empresas e entre estas e as instituições participantes do APL.

15.5.7 - Implementar um programa de certificações internacionais.

15.5.8 - Desenvolver um planejamento estratégico.

15.5.9 - Desenvolver ações para competitividade.

15.5.10 - Melhoria nos níveis de segurança das empresas do segmento.

15.5.11 - Ampliação da parceria com agentes financeiros.

16 – RESULTADOS ESPERADOS

16.1 – Foco estratégico do APL

16.1.1 – Ampliação da capacitação profissional.

16.1.2 – Ampliação da participação de mercado.

16.1.3 – Redução da informalidade.

16.1.4 – Desenvolvimento de novos mercados.

16.1.5 – Melhoria do padrão de qualidade.

16.1.6 – Desenvolvimento de novos produtos para novos mercados.

16.1.7 – Desenvolvimento de programas para sustentabilidade das empresas.

16.2 – Resultados Esperados

16.2.1 – Aumentar em 20% o volume da produção de gemas e jóias das empresas do APL até dezembro de 2012.

16.2.2 – Aumentar em até 40% o volume de vendas de gemas e jóias, sendo: 10% até dezembro de 2010; 25% até dezembro de 2011; 40% até dezembro de 2012.

16.2.3 – Aumentar em 100% a quantidade de certificações nacionais e internacionais das gemas e jóias das empresas do APL até dezembro de 2012.

16.2.4 – Aumentar em 40% a oferta de mão-de-obra qualificada e capacitada até dezembro de 2012.

16.2.5 – Reduzir para 0% a quantidade de acidentes nas áreas de meio ambiente e higiene industrial até dezembro de 2012.

16.3 – Indicadores de Resultados

INDICADOR DO RESULTADO 16.2.1

Volume da produção de gemas e jóias

MÉTODO DE MENSURAÇÃO

Fonte: Sebrae/ Abragem

Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)

Fórmula:
$$\frac{\text{Quantidade de peças produzidas no ano base 2007} - \text{Quantidade de peças produzidas no ano em análise}}{\text{Quantidade peças produzidas no ano base 2007}} \times 100$$

INDICADOR DO RESULTADO 16.2.2

Volume de vendas de gemas e jóias

MÉTODO DE MENSURAÇÃO

Fonte: Abragem/ Ajodf

Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)

Fórmula:
$$\frac{\text{Quantidade de peças vendidas no ano base 2007} - \text{Quantidade de peças vendidas no ano em análise}}{\text{Quantidade de peças vendidas no ano base 2007}} \times 100$$

INDICADOR DO RESULTADO 16.2.3

Quantidade de certificações nacionais e internacionais das gemas e jóias

MÉTODO DE MENSURAÇÃO

Fonte: Abragem/ lbgm

Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)

Fórmula:
$$\frac{\text{Quantidade de certificados das peças emitidos no ano base 2007} - \text{Quantidade de certificados das peças emitidos no ano em análise}}{\text{Quantidade de certificados das peças emitidos no ano base 2007}} \times 100$$

INDICADOR DO RESULTADO 16.2.4**Oferta de mão-de-obra qualificada e capacitada.****MÉTODO DE MENSURAÇÃO**

Fonte: Abragem/ Ajodf/ Ibgm/ Senai/ Senac

Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)

Fórmula:
$$\frac{\text{Quantidade de Certificados emitidos no ano em análise}}{\text{Quantidade de Certificados emitidos no ano base 2007}} \times 100$$
INDICADOR DO RESULTADO 16.2.5**Quantidade de acidentes nas áreas de meio ambiente e higiene industrial.****MÉTODO DE MENSURAÇÃO**

Fonte: Abragem/ Ajodf

Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)

Fórmula:
$$\frac{\text{Quantidade de acidentes do ano em análise}}{\text{Quantidade de acidentes do ano base 2007}} \times 100$$

17 – AÇÕES PREVISTAS

17.1 – Ações para desenvolvimento de Negócios

17.1.1 TÍTULO: - Desenvolver um programa de marketing institucional			
DESCRIÇÃO: Projetar e implementar um plano de marketing institucional que divulgue o produto desenvolvido no DF, destacando suas qualidades e valor agregado. O programa será de âmbito local, nacional e internacional, tendo como foco de venda as embaixadas. O programa deverá contemplar consumidores e produtores.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf - Comitê Temático: Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; GDF; Sebrae/DF; Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Janeiro de 2009			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 800.000,00			
Parceiros Federais: Recursos financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e/ou financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	80.000,00
Estaduais	Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; GDF; Sebrae-DF	30%	240.000,00
Federais	GTP/APL	60%	480.000,00
		TOTAL	800.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento	
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade.		<input checked="" type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados : 16.2.2; 16.2.4; 16.2.5

17.1.2 TÍTULO: Programa de avaliação crítica e mercadológica dos produtos desenvolvidos no DF			
DESCRIÇÃO: Análise detalhada da qualidade dos produtos locais e da competitividade. Avaliação crítica e técnica do design. Este projeto deve se iniciar com um amplo debate com os integrantes do APL e envolver técnicos e especialistas atualizados em relação ao mercado nacional e internacional. O produto final deverá ser um diagnóstico com sugestões, propostas de estratégias e ações para ampliação do “market share”.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf - Comitê temático: Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; Ibgm; Sebrae/DF; Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Abril de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Setembro de 2008			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 200.000,00			
Parceiros Federais: Recursos financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e/ou financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	20.000,00
Estaduais	Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; Ibgm; Sebrae-DF	40%	80.000,00
Federais	GTP/APL	50%	100.000,00
		TOTAL	200.000,00
Caracterização da 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 checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> Investimento e financiamento	
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.5

17.1.3 – TÍTULO: Promover ações e programas de <i>Benchmarking</i> Nacional e internacional			
DESCRICAÇÃO: Dirigida a empresários e técnicos com intuito aprofundar conhecimentos e trocar experiências sobre atuação em marketing e vendas, processos produtivos, estratégias de mercado, dentre outros temas de interesse. O objetivo é avaliar o grau de competitividade do APL de Gemas e Jóias do DF e ampliar a participação de forma competitiva e sustentável no mercado nacional e internacional.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf - Comitê Temático: Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; Ibgm; Sebrae/DF; Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Abril de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Abril de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 200.000,00 Parceiros Federais: Recursos financeiros Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e financeiros Parceiros Locais: Recursos Econômicos e/ou financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	20.000,00
Estaduais	Banco do Brasil; Fibra; Fecomércio; Ibgm; Sebrae-DF	50%	100.000,00
Federais	GTP/APL	40%	80.000,00
		TOTAL	200.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento	
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.2; 16.2.3; 16.2.5

17.1.4 TÍTULO – Participação em feiras Nacionais e Internacionais como expositor			
<p>DESCRIÇÃO: Planejar e implementar um programa estruturado de participações em feiras no Brasil e no exterior. O objetivo é ampliação dos negócios, conquista de novos clientes, produtos e mercados. A princípio, a proposta são duas participações como expositor por ano, uma no Brasil e uma no exterior. As participações serão planejadas conforme estratégia de mercado (definição de critérios de participação, logística, transporte etc). Para os eventos internacionais existirá um assessor em comércio exterior que acompanhará o grupo. Até 2012 , pelo menos 10 eventos serão realizados com apoio de tradução e marketing.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf- Comitê Temático: Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Banco do Brasil; Fecomércio; Ibgm; GDF, Sebrae/DF; Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 400.000,00			
Parceiros Federais: Recursos financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e/ou financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	80.000,00
Estaduais	Fibra, Banco do Brasil; Fecomércio; Ibgm; GDF, Sebrae	40%	160.000,00
Federais	GTP/APL	40%	160.000,00
		TOTAL	400.000,00
Caracterização da 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 checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> investimento e financiamento	
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1;16.2.2;16.2.3

17.2 – Promoção da Imagem de Qualidade do DF

17.2.1 TÍTULO: Promoção de eventos no DF			
DESCRIÇÃO: Realizar em Brasília dois eventos por ano (um técnico e um comercial), atendendo o padrão nacional, inicialmente, e, a partir de 2011, padrão internacional. Estes eventos poderão ser Feiras de mostra de produtos, serviços, equipamentos. Poderá unir-se a eventos paralelos como, rodadas de negócios, cursos/treinamentos, dentre outros. A sugestão é que as feiras aconteçam no centro de convenções e que atendam o padrão internacional, com serviço de recepção e tradução.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem / Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Especializada – Comitê Temático: Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais			
DATA DE INÍCIO: Maio de 2009			
DATA DE TÉRMINO: Maio de 2011			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS R\$ 900.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	90.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE, BRB, BB, GDF	40%	360.000,00
Federais	GTP/APL	50%	450.000,00
		TOTAL	900.000,00
Caracterização da 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 checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input checked="" type="checkbox"/> Investimento e financiamento	
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.3; 16.2.4; 16.2.5

17.2.2 – TÍTULO: Implantação do Show Room permanente de Gemas e Jóias e do Shopping de Gemas e Jóias			
<p>DESCRIÇÃO: A característica de Brasília como Capital Federal é o fato de estar localizada em uma região rica em gemas e com tradição na produção de jóias, contribuindo para o turismo nacional ou internacional. A implantação de um Show Room permanente, influenciará diretamente no turismo, proporcionando às empresas do DF um centro de comercialização com qualidade, segurança e certificação. Abriga um laboratório de gemologia com grande capacidade para realizar análises e emitir certificações. Possibilidade de celebrar convênios com universidades para cursos de geologia, gemologia, dentre outros, além possuir um dos maiores museus de gemas do Brasil. O Show Room, deverá promover cursos, treinamentos e palestras.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO Abragem/ Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Especializada – Comitê Temático: Mercado/ Divulgação e Tecnologia			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais			
DATA DE INÍCIO: Março de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Setembro de 2010			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 1.100.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	5%	55.000,00
Estaduais	Fibra, Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae-DF, Ibgm	60%	660.000,00
Federais	GTP/APL	35%	385.000,00
		TOTAL	1.100.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento		
<input checked="" type="checkbox"/> qualidade e produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> governança e cooperação		
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.2; 16.2.3; 16.2.4; 16.2.5

17.2.3 – TÍTULO: Implantação de um laboratório de gemologia			
DESCRIÇÃO: Implantar um laboratório de gemologia no DF para atuar nas áreas de certificação. O objetivo é garantir a qualidade e formação profissional . Isso propicia ao APL credibilidade, sustentabilidade e um posicionamento competitivo no mercado nacional e internacional. Influencia na manutenção e geração de emprego e renda para o APL.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Especializada – Comitê Temático: Tecnologia			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Fecomercio, Ibgm, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Março de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2008			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 400.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	40.000,00
Estaduais	Fibra, Fecomércio, Ibgm, BRB, BB, GDF, Sebrae-DF	30%	120.000,00
Federais	GTP/APL	60%	240.000,00
		TOTAL	400.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento		
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> Governança e cooperação		
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.3; 16.2.5

17.3 – Busca do Mercado Externo

TÍTULO: 17.3.1 - Capacitação para atuar no mercado externo.			
DESCRIÇÃO: Capacitar os empresários do APL para buscar e atuar no mercado externo. Atividades como: procedimentos para vendas ao mercado externo, adequação de produtos, informações referentes a processos de competição, comportamentos/ atitudes do exportador, dentre outras. Visita de pequenos grupos às empresas exportadoras, palestras e cursos com especialistas. Visita de empresários a clientes potenciais no exterior. O objetivo é criar cultura de exportação e multiplicar estes conhecimentos com outros empresários do APL.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem/ Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria Especializada – Comitê Temático Mercado e Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Março de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2009			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 300.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	5%	15.000,00
Estaduais	Fibra, Fecomercio, BRB, BB, GDF, Sebrae-DF, Ibgm	30%	90.000,00
Federais	GTP/APL	65%	195.000,00
		TOTAL	300.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento	
<input checked="" type="checkbox"/> (qualidade e Produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.4

17.3.2 TÍTULO: Prospecção de mercado			
DESCRIPÇÃO: Identificar mercados e segmentos compatíveis com os preços e qualidade dos produtos do DF. Identificar mercados potenciais para os próximos anos e que exijam maior qualidade e design. Definir estratégias para clientes e produtos. É fundamental a identificação e a avaliação da concorrência, seus preços, práticas, pontos fracos, pontos fortes e vantagens. A prospecção deve ser de âmbito nacional e internacional.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Grupo Gestor – Comitê Temático: Mercado e Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Abril de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 300.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros			
Parceiros Locais: Recursos econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	30.000,00
Estaduais	Fecomércio, BRB, BB, Sebrae, Ibgm	30%	90.000,00
Federais	GTP/APL	60%	180.000,00
		TOTAL	300.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento	
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.3

17.3.3 TÍTULO: Certificação e Normatização																					
<p>DESCRIÇÃO: Padrão internacional de qualidade é o requisito mínimo. As empresas do DF que pretendem oferecer produtos ao mercado externo e comprar do mesmo precisarão obter determinadas certificações.</p> <p>A certificação tem a vantagem de habilitar empresas, laboratórios, profissionais e produtos para ingressarem no mercado global em busca de novas oportunidades. O APL de Gemas e Jóias deverá ter pelo menos 1 (um) laboratório especializado e certificado até 2012. As certificações deverão contemplar as áreas específicas de gemas e jóias e, também, as áreas de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança no trabalho.</p>																					
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf																					
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria Especializada – Comitê Temático Tecnologia																					
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF, Parceiros Federais e Locais.																					
DATA DE INÍCIO: Abril de 2008																					
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2010																					
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 350.000,00																					
Parceiros Federais: Recursos Financeiros																					
Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros																					
Parceiros Locais: Recursos econômicos																					
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Parceiros</th> <th>Percentual</th> <th>Valor R\$</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Locais</td> <td>Empresários</td> <td>10%</td> <td>35.000,00</td> </tr> <tr> <td>Estaduais</td> <td>Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF</td> <td>20%</td> <td>70.000,00</td> </tr> <tr> <td>Federais</td> <td>GTP/APL</td> <td>70%</td> <td>245.000,00</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>TOTAL</td> <td>350.000,00</td> </tr> </tbody> </table>		Parceiros		Percentual	Valor R\$	Locais	Empresários	10%	35.000,00	Estaduais	Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF	20%	70.000,00	Federais	GTP/APL	70%	245.000,00			TOTAL	350.000,00
Parceiros		Percentual	Valor R\$																		
Locais	Empresários	10%	35.000,00																		
Estaduais	Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF	20%	70.000,00																		
Federais	GTP/APL	70%	245.000,00																		
		TOTAL	350.000,00																		
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento																				
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade	<input type="checkbox"/> Governança e cooperação																				
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)																					
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail																			

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.3

17.3.4 TÍTULO: Desenvolvimento de Clientes			
<p>DESCRIÇÃO: A competição no mercado internacional acontece de forma muito agressiva, por isso é necessário desenvolver estratégias diferenciadas para captar, preservar e manter os clientes. O cliente precisa “sentir” que houve um trabalho dirigido à sua empresa e que não houve uma “standardização” do atendimento. A continuidade deste processo fortalecerá o relacionamento com o cliente. Investir no desenvolvimento de clientes significa atenção em eventos, apoio técnico, promover um tratamento diferenciado e especial para determinados clientes.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Consultoria Especializada – Comitê Temático: Econômico/Financeiro			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fibra, Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais.			
DATA DE INÍCIO: Setembro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2010			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 200.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros			
Parceiros Locais: Recursos econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos de Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	20.000,00
Estaduais	Fibra, Fecomércio, BRB, BB, Sebrae/DF, Ibgm	40%	80.000,00
Federais	GTP/APL	50%	100.000,00
		TOTAL	200.000,00
Caracterização da 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 checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> Investimento e financiamento	
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade		<input type="checkbox"/> Governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.4

17.4 Capacitação e Formação Profissional

TÍTULO: 17.4.1 – Promover a formação profissional de técnicos em Gemologia, Ourivesaria, Lapidação, Design de Gemas e Jóias, Artesanato Mineral e Gestão Empresarial.			
DESCRIZAÇÃO: Identificar as instituições para as formações profissionais pretendidas. Levantar as necessidades e demandas do mercado. Desenvolver os programas dos cursos, carga-horária, metodologia, pré-requisitos, tipo de certificação etc. Definir contratos de prestação de serviços e priorização de metas.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Instituição de Formação Profissional – Comitê Temático: Capacitação/Formação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais			
DATA DE INÍCIO: Abril de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Maio de 2011			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 750.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos e Financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos de Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	150.000,00
Estaduais	Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm	40%	300.000,00
Federais	GTP/APL	40%	300.000,00
		TOTAL	750.000,00
Caracterização da 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 type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)	<input type="checkbox"/> Investimento e financiamento		
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e Produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> Governança e cooperação		
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2; 16.2.4

17.5 – Responsabilidade Social/Ambiental

TÍTULO: 17.5.1 – Programa de formalização de empresas informais			
DESCRIÇÃO: Desenvolver um conjunto de atividades para formalizar as empresas informais. Capacitações e palestras com instituições financeiras e fiscais; formalização de parcerias com órgãos do governo, dentre outras ações.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Comitê Temático: Econômico Financeiro			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA : Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Locais			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 100.000,00			
Parceiros Federais : Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Financeiros e Econômicos			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	20.000,00
Estaduais	Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm	80%	80.000,00
Federais			
		TOTAL	100.000,00
Caracterização da ação:			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno	<input 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 checked="" type="checkbox"/> investimento e Financiamento		
<input checked="" type="checkbox"/> Qualidade e produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> governança e cooperação		
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.2; 16.2.2; 16.2.3

TÍTULO: 17.5.2 – Programa de avaliação e prevenção do impacto ambiental e riscos no ambiente de trabalho.

DESCRIÇÃO: Implantar um programa de diagnóstico e prevenção relativo ao impacto ambiental causado pela atividade de produção de gemas e jóias no DF. Identificar e adequar sua conformidade com a legislação ambiental. Implementação de medidas de prevenção e orientação relacionadas aos problemas de higiene industrial e meio ambiente baseados na legislação trabalhista e ambiental.

COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Comite Temático: Tecnologia

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm, Parceiros Federais e Locais

DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2008

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 150.000,00

Parceiros Federais : Recursos Financeiros
 Parceiros Estaduais: Recursos Financeiros e Econômicos
 Parceiros Locais: Recursos Econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	30.000,00
Estaduais	Fecomércio, Fibra, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Ibgm	40%	60.000,00
Federais	GTP/APL	40%	60.000,00
		TOTAL	150.000,00

Caracterização da ação:

<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno	<input 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 checked="" type="checkbox"/> investimento e financiamento
<input checked="" type="checkbox"/> qualidade e produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> governança e cooperação

Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.5

17.6 – Desenvolver Interação entre as empresas do APL

TÍTULO: 17.6.1 – Implantar um programa cooperativo de aquisição de insumos e matérias-primas.			
DESCRIÇÃO: Criar um programa fundamentado em uma proposta de volume de produção em escala industrial e ganho de competitividade. Compra de insumos e matérias-prima via sistema cooperativo como forma de reduzir custos e aumentar margem de lucro.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Comitê Temático: Econômico Financeiro			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA : Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF , Parceiros Locais			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2008			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 100.000,00			
Parceiros Federais : Recursos Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Financeiros e Econômicos			
Parceiros Locais: Recursos Econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos de Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	40%	40.000,00
Estaduais	Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF	30%	30.000,00
Federais	GTP/APL	30%	30.000,00
		TOTAL	100.000,00
Caracterização da ação:			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno		<input 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 checked="" type="checkbox"/> investimento e financiamento	
<input checked="" type="checkbox"/> qualidade e produtividade		<input checked="" type="checkbox"/> governança e cooperação	
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1; 16.2.2

TÍTULO: 17.6.2 Criar um informativo para as empresas do APL			
<p>DESCRIÇÃO: Criar um informativo mensal que informe as ações do APL de Gemas e Jóias, colaborando para promoção da identidade do mesmo. Identificar pontos comuns, informar novidades de interesse geral, motivar os empresários a utilizar o informativo como um veículo de informação oficial para APL. Contendo informações e conteúdo técnico atrativo, dados do mercado, pesquisas estatísticas, etc. Colabora também para a interação entre as empresas do arranjo, assumindo um viés social e de lazer. Deve ser definidas em conjunto metodologias de alimentação, projeto de diagramação e de distribuição.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO: Abragem e Ajodf			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Comitê Temático De Mercado/Divulgação			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF, Parceiros Federais.			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 300.000,00			
Parceiros Federais: Financeiros			
Parceiros Estaduais: Recursos Financeiros e Econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos do Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários		
Estaduais	Fecomércio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF	50%	150.000,00
Federais	GTP/APL	50%	150.000,00
		TOTAL	300.000,00
Caracterização da ação:			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno	<input 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 checked="" type="checkbox"/> Investimento e Financiamento		
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade	<input checked="" type="checkbox"/> Governança e cooperação		
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.2; 16.2.4; 16.2.5

TÍTULO: 17.6.3 – Coordenação Executiva.			
DESCRIÇÃO: Devido à importância da organização das empresas em APLs e do volume de recursos solicitados para os projetos propostos é fundamental a formalização de uma coordenação executiva para as ações do PDP, para assegurar o alcance dos resultados esperados.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo Gestor			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Comitê Temático: Consultoria Especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Fecomercio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF Parceiros Federais e Locais			
DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 400.000,00			
Parceiros Federais: Recursos Financeiros Parceiros Estaduais: Recursos Financeiros e Econômicos Parceiros Locais: Recursos Econômicos			
Recursos Financeiros e Econômicos de Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	40.000,00
Estaduais	Fecomercio, BRB, BB, GDF, Sebrae/DF	30%	120.000,00
Federais	GTP/APL	60%	240.000,00
		TOTAL	400.000,00
Caracterização da 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"/> Investimento e financiamento		
<input type="checkbox"/> Qualidade e produtividade	<input type="checkbox"/> Governança e cooperação		
<input checked="" type="checkbox"/> Outra: Controle/avaliação/acompanhamento			
Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

Resultados Esperados: 16.2.1 até 16.2.5

18 – GESTÃO

A forma de atuação visa integrar o Setor Produtivo, buscando consenso em torno de oportunidades, desafios e da solução dos gargalos do APL, além da definição de metas e ações voltadas para a implementação de uma nova política industrial de desenvolvimento da produção.

O modelo do Fórum de desenvolvimento se dará através de grupos.

Foram definidos os seguintes Grupos Temáticos:

- Grupo Gestor do Plano de desenvolvimento do APL
- Grupo Temático em Tecnologia
- Grupo Temático Econômico / Financeiro
- Grupo Temático em Capacitação / Formação
- Grupo Temático em Mercado / Divulgação

As ações do Plano de Desenvolvimento a serem desenvolvidas estarão sob a supervisão dos grupos temáticos, que por sua vez, reportarão o andamento e a evolução das ações ao grupo gestor.

Em todos os grupos temáticos foi formado um grupo de pessoas com perfis adequados aos temas de trabalho, atuando em forma de rodízio com mandato de um ano.

A estrutura final dos grupos temáticos, bem como a indicação de seus membros efetivos, deverá ser proposta em uma reunião do grupo gestor.

O grupo gestor é composto por pessoas que têm conhecimento sobre o processo de estruturação do segmento e dos atores que compõem o arranjo.

O coordenador do Plano de Desenvolvimento é o Sr. Harilton Carlos de Vasconcelos Sobrinho, presidente da Abragem, que vem liderando o processo de definição dos grupos temáticos, conduzindo as reuniões de estruturação do PDP e liderando o APL.

O grupo deverá se reunir mensalmente para avaliar o andamento dos projetos, sendo que cada comitê temático apresentará um relatório referente aos projetos sob sua coordenação, informando ao coordenador e grupo gestor os avanços, as questões pendentes, as soluções obtidas, os gargalos, balanço financeiro e as propostas de ações para o mês seguinte.

O grupo gestor deverá consolidar todas as informações dos comitês temáticos, tomar as providências cabíveis que lhe compete como coordenador das ações do

PDP e enviar um relatório para o Núcleo Regional do APL da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal.

A cada trimestre, o grupo gestor deverá se reunir com a SDE e o Núcleo Regional para informar o andamento das ações do PDP e os resultados atingidos.

O grupo gestor deverá ser assessorado por uma consultoria profissional em gestão de projetos para o acompanhamento executivo e avaliação do PDP.

19 – ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

Os instrumentos de avaliação serão: relatórios mensais de andamento dos projetos elaborados pelos comitês temáticos para o Coordenador e para o grupo gestor; relatório trimestral de acompanhamento, avaliação do progresso dos projetos e das ações implementadas para as adequações, correções etc., preparado pelo Coordenador e grupo gestor para o Núcleo Regional de APL da SDE do Governo do Distrito Federal.

Ao final de cada ano, será realizado um relatório com o balanço dos resultados daquele período (demonstrativo financeiro, comparação do planejado versus realizado, o progresso, as conquistas obtidas e ações para o ano seguinte).

20 – DISTRIBUIÇÃO DAS AÇÕES PREVISTAS

20.1 - Ações de curto prazo – Início de 2008 até final de 2009

AÇÃO		PERÍODO	RESPONSÁVEL	VALOR
1	17.1.1 - Desenvolver um programa de marketing institucional	Janeiro/2008 Janeiro/2009	Comitê Temático em mercado	800.000,00
2	17.1.2 – Programa de avaliação crítica e mercadológica dos produtos desenvolvidos no DF	Março/2008 Junho 2008	Comitê temático em Mercado / divulgação	200.000,00
3	17.2.3 - Implantação de um laboratório de gemologia	Março/2008 Dezembro/2008	Comitê temático de tecnologia	400.000,00
4	17.3.7 - Capacitação para mercado Externo	Março/2008 Dezembro/2009	Comitê temático em Mercado / divulgação	300.000,00
5	17.5.2 - Avaliação de Impactos ambientais riscos de acidentes no ambiente de Trabalho	Janeiro/2008 Dezembro/2008	Comitê temático em tecnologia	150.000,00
6	17.6.1 – Programa cooperativo de aquisição de insumos e matéria-prima	Janeiro/2008 Dezembro/2008	Comitê temático Econômico financeiro	100.000,00
7	17.6.3–Coordenação Executiva	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Grupo Gestor	400.000,00
TOTAL				2.350.000,00

20.2 – Ações de médio prazo – De 2008 até final 2010 ou duração de até dois anos

AÇÃO		PERÍODO	RESPONSÁVEL	VALOR
1	17.2.1 – Promoção de eventos em Brasília	Maió/2009 Maió/2011	Comitê temático de mercado/divulgação	900.000,00
2	17.2.2 – Implantação de Show Room permanente.	Março/2008 Setembro/2010	Comitê temático de Mercado e divulgação e tecnologia	1.100.000,00

3	17.3.3 - Certificação e Normatização	Abril/2008 Dezembro/2010	Comitê temático em tecnologia	350.000,00
4	17.3.4 – Desenvolvimento de clientes	Setembro/2008 Dezembro/2010	Comitê temático econômico/financeiro	300.000,00
5	17.5.1 - Formação profissional/ técnicos em Gemas e Jóias, capacitação para designers de jóias e gestores empresariais	Agosto/2008 Dezembro/2011	Comitê temático em Formação e Capacitação	750.000,00
TOTAL				3.400.000,00

20.3 – Ações de Longo prazo – Início de 2008 até final de 2012

	AÇÃO	PERÍODO	RESPONSÁVEL	VALOR
1	17.1.3 – Promoção de Ações de benchmarking	Abril/2008 Abril/2012	Comitê temático de mercado/divulgação	200.000,00
2	17.1.4 – Participação em feiras Nacionais e internacionais	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Comitê temático de Mercado/divulgação	400.000,00
3	17.3.3 – Prospecção de Mercado	Abril/2008 Dezembro/2012	Comitê temático de Mercado e divulgação	350.000,00
4	17.5.1 – Formalização de empresas informais	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Comitê temático econômico/financeiro	100.000,00
5	17.6.2 – Informativo para empresas do APL	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Comitê temático em Mercado e divulgação	300.000,00
TOTAL				1.350.000,00

21 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES

21.2 Cronograma das Ações de Curto Prazo

AÇÕES	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
17.1.1 - Programa de marketing institucional	400.000,00	400.000,00				800.000,00
17.1.2 – Avaliação crítica e Mercadológica dos produtos desenvolvidos no DF	200.000,00					200.000,00
17.2.3 - Implantação de um laboratório de gemologia	200.000,00	200.000,00				400.000,00
17.3.7 - Capacitação para mercado Externo	150.000,00	150.000,00				300.000,00
17.5.2 - Avaliação de Impactos ambientais riscos de acidentes no ambiente de trabalho	150.000,00					150.000,00
17.6.1 – Programa cooperativo de aquisição de insumos e matérias prima	100.000,00					100.000,00
SUBTOTAL 1	1.200.000,00	750.000,00				1.950.000,00

21.3 – Cronograma das Ações de Médio Prazo

AÇÕES	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
17.2.1 – Promoção de eventos em Brasília	300.000,00	300.000,00	300.000,00			900.000,00
17.2.2 – Implantação de Show Room permanente.	200.000,00	450.000,00	450.000,00			1.100.000,00
17.3.3 – Certificação e Normatização	100.000,00	150.000,00	100.000,00			350.000,00
17.3.4 – Desenvolvimento de clientes	50.000,00	100.000,00	150.000,00			300.000,00
17.5.1 – Formação profissional/ técnicos em Gemas e Jóias, capacitação para designers de jóias e gestores empresariais	150.000,00	200.000,00	300.000,00	100.000,00		750.000,00
SUBTOTAL 1	800.000,00	1.200.000,00	1.300.000,00	100.000,00		3.400.000,00

21.4 – Cronograma das Ações de Longo Prazo

AÇÕES	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
17.1.3 – Promoção de Ações de benchmarking	60.000,00	60.000,00	30.000,00	30.000,00	20.000,00	200.000,00
17.1.4 – Participação em feiras Nacionais e internacionais	60.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	40.000,00	400.000,00
17.3.3 – Prospecção de Mercado	70.000,00	90.000,00	90.000,00	60.000,00	40.000,00	350.000,00
17.5.1 – Formalização de empresas informais	20.000,00	30.000,00	20.000,00	20.000,00	10.000,00	100.000,00
17.6.2 – Informativo para empresas do APL	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	300.000,00
17.6.3- Coordenação Executiva	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	400.000,00
TOTAL	350.000,00	420.000,00	380.000,00	350.000,00	250.000,00	1.750.000,00

22 - DISPONIBILIDADE DE RECURSOS EM BASE ANUAL

RECURSOS	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
CURTO PRAZO	1.200.000,00	750.000,00				1.950.000,00
MÉDIO PRAZO	800.000,00	1.200.000,00	1.300.000,00	100.000,00		3.400.000,00
LONGO PRAZO	350.000,00	420.000,00	380.000,00	350.000,00	250.000,00	1.750.000,00
TOTAL	2.350.000,00	2.370.000,00	1.680.000,00	450.000,00	250.000,00	7.100.000,00

23 – RESUMO DOS CUSTOS DAS AÇÕES DO APL DE GEMAS E JÓIAS DO DF

Ações de curto prazo: R\$ 1.950.000,00

Ações de médio prazo: R\$ 3.400.000,00

Ações de longo prazo: R\$ 1.750.000,00

TOTAL: R\$ 7.100.000,00

24 - PARTICIPAÇÃO POR PARCERIA

Empresários R\$ 696.600,00 (9,80%)

Parceiros Locais R\$ 2.666.000,00 (37,54%)

Parceiros Federais R\$ 3.740.000,00 (52,67%)

ANEXO I

MEMÓRIA DE CÁLCULO

Ação 17.1.1 - Desenvolver um programa de marketing institucional

DESCRIÇÃO: Projetar e implementar um plano de marketing institucional que divulgue o produto desenvolvido no DF, destacando suas qualidades e valor agregado. O programa será de âmbito local, nacional e internacional, tendo como foco de venda as embaixadas. O programa deverá contemplar consumidores e produtores.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
2008 – Elaboração do projeto; estratégias de lançamento, evento, material promocional.	1	Projeto		200.000,00
2009 – Sustentação, Plano de marketing interno no DF e Região, lançamento nacional, desenvolvimento e produção de material promocional, mídia.	1	Projeto		200.000,00
2010 – Sustentação, produção de material promocional, mídia.	1	Projeto		100.000,00
2011 – Atualização, sustentação local, regional, lançamento internacional	1	Projeto		300.000,00
TOTAL				800.000,00

Ação 17.1.2- Programa de avaliação crítica e mercadológica dos produtos desenvolvidos no DF

DESCRIÇÃO: Análise detalhada da qualidade dos produtos locais e da competitividade. Avaliação crítica e técnica do design. Este projeto deve se iniciar com um amplo debate com os integrantes do APL e envolver técnicos e especialistas atualizados em relação ao mercado nacional e internacional. O produto final deverá ser um diagnóstico com sugestões, propostas de estratégias e ações para ampliação do “market share”.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
2008 - Evento de sensibilização com empresários envolvendo especialista na área de produtos de gemas e jóias.	1	Palestra/ Seminário		20.000,00
2008 - Levantamento dos produtos desenvolvidos e vendidos no DF	1	Pesquisa		40.000,00
2008 – Diagnóstico, avaliação crítica, desenvolver e implantar tabela de enquadramento/classificação	1	Projeto		60.000,00
2008 – Sugestões para melhoria e ganho de competitividade	1	Projeto		80.000,00
TOTAL				200.000,00

Ação - 17.1.3 – TÍTULO: Promover ações e programas de Benchmarking Nacional e internacional

DESCRIÇÃO: Dirigida a empresários e técnicos com intuito aprofundar conhecimentos e trocar experiências sobre atuação em marketing e vendas, processos produtivos, estratégias de mercado, dentre outros temas

de interesse. O objetivo é avaliar o grau de competitividade do APL de Gemas e Jóias do DF e ampliar a participação de forma competitiva e sustentável no mercado nacional e internacional.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Realização de viagens no Brasil. Passagem nacional= R\$ 1.500,00(3 pessoas)= 4.500,00 Cinco diárias =400,00 x 5 x 3 pessoas = 6.000,00	4	Viagem	10.500,00	40.500,00
Realização de viagens internacionais. Passagem internacional = R\$ 3.000,00 x 3 = R\$ 9.000,00 Dez diárias = 10 x 800,00 x 3 = 24.000,00	4	Viagem	33.000,00	132.000,00
Aquisição de Material técnico/Taxas/outros custos	4	Catálogos/ Amostras/ Manuais/ etc	6.000,00	24.000,00
TOTAL				196.500,00

17.1.4 TÍTULO – Participação em feiras Nacionais e Internacionais como expositor

DESCRIÇÃO: Planejar e implementar um programa estruturado de participações em feiras no Brasil e no exterior. O objetivo é ampliação dos negócios, conquista de novos clientes, produtos e mercados. A princípio, a proposta são duas participações como expositor por ano, uma no Brasil e uma no exterior. As participações serão planejadas conforme estratégia de mercado (definição de critérios de participação, logística, transporte etc). Para os eventos internacionais existirá um assessor em comércio exterior que acompanhará o grupo. Até 2012 , pelo menos 10 eventos serão realizados com apoio de tradução e marketing.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Feiras Nacionais: Espaço: R\$ 400,00/m ² x 20m ² /stand = R\$ 8.000,00 Mat. Prom.: Folders/banners/catálogos,etc= R\$ 8.000,00 Passagens: R\$ 1.400,00x5 (pessoas)= R\$ 7.000,00 Diárias: R\$ 400,00x5= R\$ 2.000,00	5	Feiras	25.000,00	125.000,00
Feiras Internacionais: Espaço: R\$ 800,00/m ² x 10m ² /stand = R\$ 8.000,00 Mat. Prom.:Folders,banners,catálogos,etc.=R\$ 4.000,00 Passagens: R\$ 3.000,00x3(pessoas)= R\$ 9.000,00 Diárias: R\$ 800,00x10x3 = R\$ 24.000,00 Técnicos: Tradução/mercados/etc.= R\$ 10.000,00 (Consult.)	5	Feiras	55.000,00	275.000,00
TOTAL				400.000,00

17.2.1 TÍTULO: Promoção de eventos no DF

DESCRIÇÃO: Realizar em Brasília dois eventos por ano (um técnico e um comercial), atendendo o padrão nacional, inicialmente, e, a partir de 2011, padrão internacional. Estes eventos poderão ser Feiras de mostra de produtos, serviços, equipamentos. Poderá unir-se a eventos paralelos como, rodadas de negócios, cursos/treinamentos, dentre outros. A sugestão é que as feiras aconteçam no centro de convenções e que atendam o padrão internacional, com serviço de recepção e tradução.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Feiras/comerciais / eventos técnicos Aluguel de espaço (ex.Centro de convenções) R\$ 20.000,00 Empresa organizadora de eventos: R\$ 25.000,00 Segurança: R\$ 10.000,00 Material de divulgação/prom.: R\$ 90.000,00 Especialistas: R\$ 5.000,00/ participaçãox5 =R\$25.000,00 Diárias: R\$ 400,00x2 = R\$ 800,00x5= R\$ 4.000,00 Passagem R\$ 1.400,00x5 = R\$ 7.000,00	5	Eventos	181.000,00	905.000,00
TOTAL				905.000,00

17.2.2 – TÍTULO: Implantação do Show Room permanente de Gemas e Jóias e do Shopping de Gemas e Jóias.

DESCRIÇÃO: A característica de Brasília como Capital Federal é o fato de estar localizada em uma região rica em gemas e com tradição na produção de jóias, contribuindo para o turismo nacional ou internacional. A implantação de um Show Room permanente, influenciará diretamente no turismo, proporcionando às empresas do DF um centro de comercialização com qualidade, segurança e certificação. Abriga um laboratório de gemologia com grande capacidade para realizar análises e emitir certificações. Possibilidade de celebrar convênios com universidades para cursos de geologia, gemologia, dentre outros, além possuir um dos maiores museus de gemas do Brasil. O Show Room, deverá promover cursos, treinamentos e palestras.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Espaço:Aluguel R\$5.000,00x12=R\$ 60.000,00/ano Pessoal: 3 pessoas x R 1.000,00x0,7 (enc.)x13 = R\$ 66.000,00/ano Manutenção:Limpeza/luz/água/tel./internet/ outros = R\$ 4.000,00/mês= R\$ 48.000,00/ano Segurança: Sist. Alarme/vigilância =R\$ 24.000,00/ano	5		198.000,00	990.000,00
Equipamento: telefone/fax/computadores/móveis/multi mídia/ decoração/ambientação, TV/outros = R\$ 110.000,00				110.000,00
TOTAL				1.100.000,00

17.2.3 – TÍTULO: Implantação de um laboratório de gemologia

DESCRIÇÃO: Implantar um laboratório de gemologia no DF para atuar nas áreas de certificação. O objetivo é garantir a qualidade e formação profissional. Isso propicia ao APL credibilidade, sustentabilidade e um posicionamento competitivo no mercado nacional e internacional. Influencia na manutenção e geração de emprego e renda para o APL.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Aquisição de equipamentos, instrumentos, máquinas e material de consumo para operação do laboratório.				200.000,00
Contratação de pessoal de nível técnico especializado 2 técnicos de nível médio R\$ 1.500,00x 1,7(enc.)x2x13 = R\$ 39.000,00/ano	2	5		195.200,00
TOTAL				395.000,00

17.3.1 - Capacitação para atuar no mercado externo.

DESCRIÇÃO: Capacitar os empresários do APL para buscar e atuar no mercado externo. Atividades como: procedimentos para vendas ao mercado externo, adequação de produtos, informações referentes a processos de competição, comportamentos/ atitudes do exportador, dentre outras. Visita de pequenos grupos às empresas exportadoras, palestras e cursos com especialistas. Visita de empresários a clientes potenciais no exterior. O objetivo é criar cultura de exportação e multiplicar estes conhecimentos com outros empresários do APL.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Contratação de consultoria em comércio exterior/palestras/cursos/etc.				130.000,00
Consultoria em adequação de produtos				150.000,00
Contatos com empresas exportadoras				20.000,00
TOTAL				300.000,00

17.3.2 Prospecção de mercado

DESCRIÇÃO: Identificar mercados e segmentos compatíveis com os preços e qualidade dos produtos do DF. Identificar mercados potenciais para os próximos anos e que exijam maior qualidade e design. Definir estratégias para clientes e produtos. É fundamental a identificação e a avaliação da concorrência, seus preços, práticas, pontos fracos, pontos fortes e vantagens. A prospecção deve ser de âmbito nacional e internacional.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Uma prosp/ ano com duas pessoas durante 15 dias. 2passagens intl + 30 diárias + material técnico + outros custos [(3.600,00x2) + (30x 800,00) + 5.000,00 + 10.000,00] x 5			46.200,00	231.000,00
Custos com Tradução/assessoria técnica Taxas/fretes Internacionais				70.000,00

TOTAL				300.000,00
--------------	--	--	--	------------

17.3.3 - Certificação e Normatização

DESCRIÇÃO: Padrão internacional de qualidade é o requisito mínimo. As empresas do DF que pretendem oferecer produtos ao mercado externo e comprar do mesmo precisarão obter determinadas certificações. A certificação tem a vantagem de habilitar empresas, laboratórios, profissionais e produtos para ingressarem no mercado global em busca de novas oportunidades. O APL de Gemas e Jóias deverá ter pelo menos 1 (um) laboratório especializado e certificado até 2012. As certificações deverão contemplar as áreas específicas de gemas e jóias e, também, as áreas de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança no trabalho.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Adequações de equipamentos/ metodologias/procedimentos				120.000,00
Material de consumo/insumos/matérias primas/material didático, nacional e importado, outros.				100.000,00
Contratação de pessoal: Salário (1.000,00x1,70x 13) 5 anos	60	salários	2.040,00	132.600,00
TOTAL				352.600,00

17.3.4 Desenvolvimento de clientes

DESCRIÇÃO: A competição no mercado internacional acontece de forma muito agressiva, por isso é necessário desenvolver estratégias diferenciadas para captar, preservar e manter os clientes. O cliente precisa “sentir” que houve um trabalho dirigido à sua empresa e que não houve uma “standardização” do atendimento. A continuidade deste processo fortalecerá o relacionamento com o cliente. Investir no desenvolvimento de clientes significa atenção em eventos, apoio técnico, promover um tratamento diferenciado e especial para determinados clientes.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Ações de sensibilização/palestras/ apresentações /visitas técnicas.				130.000,00
Material técnico e promocional				70.000,00
TOTAL				200.000,00

17.4.1 Promover a formação profissional de técnicos em gemologia, ourivesaria, lapidação, design de gemas e jóias, artesanato mineral e gestão empresarial.

DESCRIÇÃO: Identificar as instituições para as formações profissionais pretendidas. Levantar as necessidades e demandas do mercado. Desenvolver os programas dos cursos, carga-horária, metodologia, pré-requisitos, tipo de certificação etc. Definir contratos de prestação de serviços e priorização de metas.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Formação e capacitação em Gemologia	10	Curso	15.000,00	150.000,00

Formação e capacitação em Ourivesaria (material de consumo, instrutor, material didático, matérias primas.	10	Curso	20.000,00	200.000,00
Formação em Lapidação (material de consumo, instrutor, material didático, matérias primas.	10	Curso	20.000,00	200.000,00
Formação em Design de Jóias	10	Curso	10.000,00	100.000,00
Formação em Gestão empresarial	10	Curso	10.000,00	100.000,00
TOTAL				750.000,00

17.5.1 – Programa de formalização de empresas informais

DESCRIÇÃO: Desenvolver um conjunto de atividades para formalizar as empresas informais. Capacitações e palestras com instituições financeiras e fiscais; formalização de parcerias com órgãos do governo, dentre outras ações.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Cursos/Palestras/consultorias para sensibilização e adesão				100.000,00
TOTAL				1000.000,00

17.5.2 – Programa de avaliação e prevenção do impacto ambiental e riscos no ambiente de trabalho.

DESCRIÇÃO: Implantar um programa de diagnóstico e prevenção relativo ao impacto ambiental causado pela atividade de produção de gemas e jóias no DF. Identificar e adequar sua conformidade com a legislação ambiental. Implementação de medidas de prevenção e orientação relacionadas aos problemas de higiene industrial e meio ambiente baseados na legislação trabalhista e ambiental.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Cursos/Palestras/consultorias em gestão ambiental e Higiene Industrial				100.000,00
Material técnico e promocional				50.000,00
TOTAL				150.000,00

17.6.1 – Implantar um programa cooperativo de aquisição de insumos e matérias-primas.

DESCRIÇÃO: Criar um programa fundamentado em uma proposta de volume de produção em escala industrial e ganho de competitividade. Compra de insumos e matérias-prima via sistema cooperativo como forma de reduzir custos e aumentar margem de lucro.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Consultoria para estruturação da metodologia e programas de cooperação				30.000,00
Material de divulgação/ eventos de sensibilização				70.000,00
TOTAL				100.000,00

17.6.2 Criar um informativo para as empresas do APL

DESCRIÇÃO: Criar um informativo mensal que informe as ações do APL de Gemas e Jóias, colaborando para promoção da identidade do mesmo. Identificar pontos comuns, informar novidades de interesse geral, motivar os empresários a utilizar o informativo como um veículo de informação oficial para APL. Contendo informações e conteúdo técnico atrativo, dados do mercado, pesquisas estatísticas, etc. Colabora também para a interação entre as empresas do arranjo, assumindo um viés social e de lazer. Deve ser definidas em conjunto metodologias de alimentação, projeto de diagramação e de distribuição.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Contratação de empresa especializada em projetos gráficos, de material de divulgação, diagramação, distribuição.				50.000,00
Aquisição de matéria prima, serviços gráficos				118.000,00
Contratação de responsável pela captação de notícias, etc. (1.200,00 (salário)x1,7x13)5			26.520,00	132.600,00
TOTAL				300.000,00

17.6.3 – Coordenação Executiva

DESCRIÇÃO: Devido à importância da organização das empresas em APLs e do volume de recursos solicitados para os projetos propostos é fundamental a formalização de uma coordenação executiva para as ações do PDP, para assegurar o alcance dos resultados esperados.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Contratação de Empresa especializada	1	Projeto		350.000,00
Material de divulgação/apresentações				50.000,00
TOTAL				400.000,00

ANEXO II

METAS E EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES:

As metas físicas para o crescimento das exportações dos segmentos selecionados apresentam um grande crescimento, atingindo pouco mais de US\$ 500 milhões em 2006.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DOS SEGMENTOS SELECIONADOS, E METAS PARA O ANO DE 2006 PELO PSI.

1999 – 2006

US\$ MILHÕES

Produtos Industrializados	1999	2000	2002	2004	2006 (*)
Pedras Lapidadas	57	71	75	77	130
Obras / Artefatos de Pedras	12	12.5	13	15	25
Joalheria de Ouro	59	45	60	93	180
Folheados Metais Preciosos	14	18	54	59	90
Produtos para a Indústria	55	56	41	31	35
Bijuterias	3	3	1.5	5	15
TOTAL	200	205.5	244.5	280	475

(*) Metas a serem atingidas no ano de 2006.

Fonte: IBGM