



**APL DE TECNOLOGIA DA  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**  
Plano de Desenvolvimento Preliminar

**SEBRAE**

Distrito Federal

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO PRELIMINAR (PDP) DO  
ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DE TECNOLOGIA DA  
INFORMAÇÃO E TELECOMUNICAÇÕES DO DISTRITO  
FEDERAL**

**MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO  
EXTERIOR - MDIC**

**SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E  
TURISMO DO DISTRITO FEDERAL - SEDETUR**

**SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO  
DISTRITO FEDERAL – SINFOR/DF**

**BRASÍLIA  
2007**

Paulo dos Santos Filho

## INDICE

REDE DA APOIO AO APL DE TIC NO DF	3
INTRODUÇÃO	4
APRESENTAÇÃO	5
1 – PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	9
2 – CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	10
2.1 – Introdução	10
2.2 – Como o APL de TIC começou e se desenvolveu	11
2.3 – Setores presentes à atividade principal	15
2.4 – Empreendimentos existentes e pessoal ocupado	15
2.5 – Relação entre o segmento de TIC e a economia local	16
2.6 – Delimitação territorial do APL	17
2.7 – Interação e cooperação entre empresas	17
2.8 - Instâncias decisórias em prol do APL	18
3 – SITUAÇÃO ATUAL, DESAFIOS E OPORTUNIDADES DE DESENVOLVIMENTO	19
Características do APL de TIC do DF	20
Destino das Vendas do APL	20
Governança	21
Principais concorrentes	21
Investimento e financiamento	21
Qualidade e produtividade	21
Tecnologia e inovação	21
Demandas	22
3.1 – Principais obstáculos	22
3.2 – Principais ameaças	22
3.3 – Principais oportunidades	22
3.4 – Desafios	23
4 – RESULTADOS ESPERADOS	23
4.1 – Foco estratégico do APL	23
4.2 – Resultados	23
5 – INDICADORES DE RESULTADOS	24
6 – AÇÕES PREVISTAS	28
6.1 – Ações para fomentar e desenvolver a interação	28
6.2 – Ações para criação de imagem de alta tecnologia para o DF	31
6.3 – Ações para desenvolvimento de negócios	34
6.4 – Ações para desenvolvimento do mercado externo	38
6.5 – Ações para certificação	42
6.6 – Ações para formação e capacitação de mão de obra especializada	43
6.7 – Projeto de Show Room permanente	46
6.8 – Ações para extensão industrial	47
6.9 – Ações de responsabilidade social	48
7 – GESTÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	50
8 – ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	51
9 – PRIORIZAÇÃO DAS AÇÕES DO APL DE TIC	52
10 – RESUMO DOS CUSTOS PREVISTOS	55
11 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE CURTO PRAZO	55
12 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE MÉDIO PRAZO	56
13 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE LONGO PRAZO	57
14 – DISPONIBILIZAÇÃO DE RECURSOS EM BASE ANUAL	58
15 – PARTICIPAÇÃO POR PARCEIRO	58
ANEXO 1 – Memória de cálculo	59
ANEXO 2 – Bibliografia consultada	71

## **REDE DE APOIO AO APL DE TIC NO DISTRITO FEDERAL**

- **Sindicato da Indústria da Informação do DF – SINFOR/DF**
- **Federação das Indústrias do Distrito Federal – FIBRA**
- **Secretaria de Estado da Ciência e Tecnologia – SECTI**
- **Federação do Comércio do Distrito Federal – FECOMERCIO**
- **Governo do Distrito Federal – GDF**
- **Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SDE**
- **Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do DF – SENAI/DF**
- **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas DF – SEBRAE/DF**
- **Sindicato das Empresas de Serviços de Informática do DF – SINDSEI/DF**
- **Sindicato dos Usuários de Informática e Telecomunicações do DF – SUCESU**
- **Centro de Tecnologia de Software de Brasília – TECSOFT**
- **Universidade Católica de Brasília – UCB ( Centro de Ciências e Tecnologia)**
- **Universidade de Brasília – UnB ( Centro de Desenvolvimento Tecnológico)**
- **Associação das Empresas Brasileiras de Softwares e Serviços de Informática**
- **ASSESPRO – Regional / DF**

## **INTRODUÇÃO**

O contexto mundial atual, com profundas repercussões no cenário tecnológico e financeiro, tem levado à pressuposição de um novo paradigma quanto à função, importância e impacto da informação como fator de competitividade para as empresas e instituições.

Durante as últimas décadas, o mundo tem assistido ao desenvolvimento da revolução da informação. A conquista de riquezas, atualmente, é sinônimo de domínio da informação e de sua aplicação na gestão de negócios e nas atividades coletivas da sociedade como um todo.

O mundo produz 2 bilhões de gigabites de informações por ano, o que representa aproximadamente 250 megabites por pessoa em todo o planeta, segundo o *Financial Times*. Isso significa que, em um período de apenas três anos, são geradas mais informações do todo tempo anterior desde o início da humanidade. Os cálculos feitos por especialistas indicam que cerca de 95% desses dados são digitais, representando uma enorme quantidade de informação a ser processada e gerida. A indústria da informação precisa estar cada vez mais preparada para armazenar, proteger, movimentar, distribuir, gerir e acessar todo esse conteúdo.

A indústria de software dos Estados Unidos emprega mais de 1.2 milhão de pessoas e cresce a uma taxa de 13% ao ano, muito acima da economia que cresce cerca de 2,5% ao ano. Atualmente, quase metade da força de trabalho dos Estados Unidos se concentra em empresas da cadeia produtiva ou naquelas que fazem uso intenso da Tecnologia de Informação.

Quais as perspectivas para a modernização do país no horizonte de uma década? Mesmo sem sonhar com governos extremamente competentes é possível afirmar que o Brasil, daqui a dez anos será um País muito diferente do atual, principalmente em decorrência do impacto das tecnologias da informação e de comunicações.

A cadeia produtiva da indústria de informação e comunicação continua em estágio de franco desenvolvimento, considerada de fundamental importância, devido às profundas ramificações em todos os setores da economia, tendo impacto efetivo na atuação de empresas de diversos segmentos e na vida dos cidadãos de forma direta ou indireta. É impossível “pensar o mundo” sem a indústria da informação. Seu entrelaçamento com praticamente todos os segmentos, funcionando como cadeia auxiliar na maioria dos casos, tornando-a especial em relação às demais.

## APRESENTAÇÃO

Os significativos avanços ocorridos na indústria da informação, em todo mundo, não tem passado despercebido no Distrito Federal. O APL de TIC encontra-se em um acentuado processo de desenvolvimento com muitas empresas de diversos portes que atuam, operam e buscam diversos mercados no Brasil e no exterior.

As empresas locais prestam serviços aos setores público e privado, além de realizarem trabalho de pesquisa e desenvolvimento, em igualdade à suas congêneres de outras regiões do País.

A cadeia produtiva da indústria da informação e comunicação, considerada como um novo setor da economia - o quaternário -, representa grande vocação local no DF, com mercados consumidores muito expressivos. O Governo Federal, por exemplo, representa fonte principal dos negócios realizados, garantindo a base de desenvolvimento das empresas e grande potencial de crescimento.

Alguns produtos de base tecnológica de empresas de Brasília têm aceitação internacional e atendem determinados nichos de mercado. Podem não ter uma grande abrangência para o conjunto das empresas do DF, porém é altamente interessante para um número restrito de empresas do DF.

O conceito de APL contempla os aspectos de cooperação local e induz a iniciativa privada no sentido de estruturar ações de seu interesse, desenvolvendo a interação entre as empresas, parceria entre as instituições e empresários, resultando em aumento da competitividade.

Os aspectos técnicos que naturalmente caracterizam o APL de TIC precisam ser considerados de forma mais abrangente que os de outros segmentos, pois, é a matéria-prima agregada à inteligência de onde se extrai o progresso e se busca o futuro. Assim é importante fazermos algumas considerações e situarmos o Brasil, Brasília e os outros “players” mundiais neste cenário de busca por mercados.

A **válvula** abriu o caminho para o mundo da eletrônica, no início do século 20. Quase 50 anos depois veio o transistor, tornando viáveis o processo de miniaturização e a microeletrônica. Estes componentes eletrônicos se tornam cada vez mais rápidos e baratos. Em 1971, foi criado o primeiro “chip”. O salto tecnológico a partir daí, permitiu o nascimento do micro computador.

Há pouco mais de 30 anos, não existia computadores pessoais, fax, tomografia computadorizada, vídeo cassete, CD's, DVD's, MP3, nem satélites domésticos, telefone celular, internet, TV digital etc. Deve-se tudo ao micro processador. As tecnologias da informação e telecomunicações permitiram o barateamento e viabilizaram ao grande público o acesso à essas, “novidades”. Toda esta

parafernália eletrônica não teria valor se não fosse a inteligência agregada, que faz tudo funcionar conforme se espera.

Podemos afirmar, em sentido figurado, que o “software” é a inteligência humana transferida para a máquina. Seu papel tem sido e continuará sendo decisivo no desenvolvimento das tecnologias de comunicação e da informação.

O software é um dos segmentos mais importantes da tecnologia da informação (TI). Seu impacto na economia e na produtividade é de forma tal que não se pode pensar em relegar este aspecto. Ele assumiu papel prioritário nas empresas.

A indústria de software no Brasil tem um aspecto estratégico tanto no plano interno quanto no externo, pois pode ser considerada como indústria de “inteligência” e isso é estratégico. É uma área em que o Brasil deverá ter um expressivo crescimento nos próximos cinco anos. O software brasileiro está em pé de igualdade com os produtos da Índia e da China e tem condições de competir com grandes concorrentes internacionais.

O mercado norte americano deve chegar aos 100 bilhões de dólares por volta de 2012, O Brasil tem algumas vantagens competitivas como: proximidade de fuso horário, semelhanças culturais, consolidação da relação dos Estados Unidos com as Américas, etc.

O Brasil tem, ainda, como vantagem, competência profissional e um maior número de empresas multinacionais de softwares em seu território que seus pares na Ásia.

A Índia tem entre 10 a 15 cidades que desenvolvem softwares com instalações e recursos avançados e adequados para este fim contando com uma grande quantidade de vendedores internacionais. O maior trunfo da Índia é que ela tem um expressivo contingente de técnicos, sejam estes, engenheiros, tecnólogos, especialistas dentre outros, habilitados e disponíveis.

Eles têm o segundo contingente de engenheiros técnicos e cientistas que falam inglês no mundo e só perdem para os Estados Unidos. Possuem 4 milhões de técnicos e engenheiros e mais de 1800 instituições de ensino politécnicas que formam 70.000 profissionais por ano.

Essa base de recursos humanos é a principal fonte de atração de clientes globais, aliada ao baixo custo da mão de obra, que é de 10 a 20% menor que nos Estados Unidos.

Atualmente existe um grande gargalo no que se refere à formação profissional no DF, e mesmo no Brasil. Faltam profissionais no mercado, tanto em quantidade quanto em qualidade.

O mercado brasileiro se ressentir de profissionais especialistas na área de tecnologia, principalmente tecnologia da informação (TI). O País já é o maior empregador da área na América Latina, com quase 900 mil trabalhadores', destaca Sérgio Amad, coordenador do núcleo de Recursos Humanos da FGV

projetos, braço de consultoria da Fundação Getúlio Vargas. 'Com o crescimento econômico que se consolida no Brasil, ficaremos vulneráveis e sentiremos muita falta de programadores, arquitetos de software, gerentes de TI', alerta.

Pesquisa do Comitê Gestor da Internet (CGI) divulgada em maio (2007), mostrou na prática a dificuldade para contratar profissionais de TI. A dificuldade para encontrar especialistas da área atingiu cerca de 30% das empresas brasileiras com mais de dez funcionários.

Estudo feito pela consultoria International Data Corporation (IDC) aponta que, de 2006 até 2009, pelo menos 630 mil profissionais em tecnologia da informação serão contratados na América Latina - a maior parte no Brasil (35%), que já emprega 892 mil pessoas na área. Com tanta demanda, a falta é premente. "E muitas empresas acabam se associando a escolas para abrir cursos e contratar os melhores alunos", diz Augusto Costa, diretor da Manpower Brasil, prestadora de serviços em Recursos Humanos.

Se o setor continuar a crescer em torno de 4.5% ao ano, em 2012 serão mais de 220.000 vagas não preenchidas.

As razões para esta carência de mão de obra especializada são diversas, principalmente, a falta de conhecimentos em inglês. Grande parte dos cursos disponíveis atualmente,, não formam profissionais empregáveis, o nível de conhecimento exigido tem sido mais alto do que é entregue ao mercado, além das exigências curriculares, dá-se muita ênfase no atualmente, no conhecimento acumulado e no autodidatismo, ou seja iniciativa transformada em resultados e busca do inédito em termos de conhecimentos.

Esta é uma questão que afeta a competitividade e deve ser tratada como prioridade. Há também uma escassez de centros tecnológicos que possam desenvolver pesquisas, produtos, avaliar processos, certificar produtos e que tenham condições de atender a pequena empresa.

Estas empresas estão órfãs no aspecto de assessoria tecnológica, não tem como se utilizar das competências da academia, não tem representatividade, não podem contratar grandes consultorias e ainda não dispõem capital para isso, desta forma, estas empresas se vêem só e incapazes de competir com outras empresas maiores, apesar de muitas vezes, serem mais competentes.

É necessário que se desenvolvam ações direcionadas ao atendimento e aos anseios desta empresas de forma que elas possam permanecer no mercado, se tornarem competitivas e não desaparecerem dentro de um processo de seleção inversa, onde o poder econômico sufoca a competência.

A Índia criou um diferencial competitivo invejável, pois percebeu há muito tempo que só através da competitividade ela teria um lugar no mercado. Então, identificou suas fraquezas, seus pontos fortes e investiu correta e silenciosamente . Quando o mundo acordou, ela estava na dianteira.

O segmento de **Telecom** se distingue dos demais por duas características especiais: a grande evolução tecnológica, com ciclo de vida de seus produtos abaixo de cinco anos; e a sua participação no processo produtivo das demais atividades econômicas, sendo fundamental o fator da globalização.

Os impressionantes números do crescimento da telefonia no mundo são ainda mais estarrecedores quando se analisa dados de países como Camboja e Laos, por exemplo, com menos de 0,2 telefone para grupo de 100 habitantes, caracterizando miséria eletrônica.

O Brasil tem uma densidade de 125 milhões de acessos telefônicos, há dez anos eram apenas 15 milhões entre fixos e móveis. Isto representa 70 acessos telefônicos para cada 100 habitantes. Em 1995, a densidade era de 8.5 telefones para cada grupo de 100 habitantes, na América Latina era de 11 e a média mundial era de 15 linhas para 100. Os prazos de recebimento de linhas fixas eram de quatro anos ou mais.

Este é, sem dúvida um bom exemplo de inclusão digital que o Brasil obteve em dez anos. Em Brasília em 2005, havia 161 telefones para 100 habitantes. Só em celulares a densidade era de 111 para 100 habitantes e 80% dos usuários optam pela modalidade pré-pago gastando cerca de R\$10,00 por mês.

Há treze anos, o preço de uma linha de telefone fixo chegou à ordem de US\$ 10.000,00 em São Paulo, e esta situação se repetia pelo Brasil afora com preços exorbitantes. Hoje, é possível adquirir uma nova linha telefônica por cerca de, no máximo, R\$100,00 em menos de uma semana, em qualquer lugar do País. O Brasil faz hoje cerca de 1 bilhão de ligações telefônicas por dia, contra 80 milhões em 1994.

O fortalecimento do APL de TIC do DF, determinará uma dinâmica interativa entre as instituições de apoio, entidades e empresas no sentido de melhorias tecnológicas, capacitação, gestão, aumento da competitividade, condições de crescimento e sustentabilidade, geração de emprego e renda.

Este **Plano de Desenvolvimento Preliminar**, deverá espelhar os anseios dos pioneiros, bem como daqueles que herdaram sua saga e prosseguiram na luta e, principalmente, dos novos entrantes que têm a responsabilidade de encarar os novos e próximos desafios para criar um centro de referência mundial em TIC.

## 1 – PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

O PDP do segmento de Tecnologia da informação e Comunicações do DF, foi concebido como uma síntese das muitas ações desenvolvidas pelo segmento como pesquisas, material técnico produzido, avaliação de cenários, propostas, projetos de criação de pólos, dentre outros.

Ao longo de mais de dez anos, muito material foi-se acumulando, muito conhecimento foi adquirido e construído, inúmeras experiências foram consolidadas.

O PDP foi desenvolvido a partir deste mix de informações de alto valor agregado, tanto do ponto de vista estatístico como estratégico, aliado ainda à leitura dos cenários atuais, considerando experiências de outros estados e Países, somado ao conhecimento e bagagem de técnicos, consultores empresários e parceiros institucionais.

Este é, portanto, um produto da interação entre os atores da governança, que, identificando pontos de interesse comuns às empresas do setor e considerando aspectos de mercados internos e externos como: inovação tecnológica, competitividade e principalmente por ser um segmento portador do futuro destacando ainda sua transversalidade, decidiu pela formalização do APL de TIC do DF.

O processo de elaboração passou por uma fase detalhada e minuciosa de identificação de fontes de dados secundários, primários e adequação e interpretação das informações.

Após essa fase de coleta dados e o próximo passo foi a validação das informações com os componentes membros da governança.

Uma avaliação inicial foi realizada pelo coordenador do grupo gestor, para que os membros dos grupos temáticos pudessem fazer suas análises e avaliação crítica).

Como **compromisso formal preexistente** ao plano, existe o programa GEOR, estabelecido com o SEBRAE, visto como processo fundamental na estruturação do APL, que foi iniciado em 2005, com repactuação realizada em setembro de 2007.

## 2 – CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO PRODUTIVO

### 2.1– INTRODUÇÃO

#### O DISTRITO FEDERAL NO CONTEXTO ECONÔMICO REGIONAL E NACIONAL

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 e 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 de investimentos temos nos últimos três anos, empresas instaladas no DF como: União Química, Quimiplast, Moema fertilizantes, Bunge Alimentos, Sadia, e outras, como a Rexam já estão há mais tempo aqui instaladas.

Esses aspectos, finalmente, estão prevalecendo para atrair grandes investimentos do 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.

O nível de desenvolvimento social também 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 empregos, o DF apresenta uma taxa bastante alta, de cerca de 17%, quando a média nacional é de 10%.

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 restante do 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, SP US\$ 8.896,00. Brasília possui mais de 900.000 linhas de telefone fixas e 2.800.000,00 (abril 2006) de celulares.

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% e o setor primário contribui com apenas 1%. A população economicamente ativa, (PEA), do Distrito Federal gira em torno de 46% da população total.

Brasília, seguiu a vocação para o novo, o moderno, o diferenciado. Isto se reflete na quantidade e na qualidade das empresas na área de TIC, no perfil dos empresários e empresas que compõem o APL de TIC do DF, nas parcerias estabelecidas nos projetos inovadores propostos e soluções de alto valor agregado.

Assim, considerando os aspectos geográficos e dos recursos naturais limitados do DF, mais do que vocação, Brasília tem que desenvolver “inteligência” como saída e opção natural para se destacar e se diferenciar nos cenários nacional e internacional de software e telecom.

## **2.2– Como o arranjo começou e se desenvolveu**

A partir de 1990, o crescimento da capital esteve associada a uma maior importância da TI na gestão governamental, às políticas públicas para o setor, ao término da reserva de mercado na informática, à estabilidade da moeda pelo Plano Real, à explosão da internet e de atividades de natureza comercial entre 1991 e 1998. Houve também políticas de incentivo fiscal, com Programas de Promoção do Desenvolvimento Econômico Integrado e Sustentável (Lei 2.427-DF), denominado Pró-DF e o Simples Candango.

Em 2001 foram investidos no segmento de tecnologia da informação 15 bilhões de dólares, sendo que 7,5 bilhões demandados a partir do Distrito Federal. Esta cifra foi especialmente significativa se considerado o faturamento global das atividades de informática e telecomunicações no Brasil (Info Exame, agosto de 2002)

Ao final de 2001, em pesquisa realizada pelo Sindicato da Indústria da Informação-SINFOR, foram documentados 1.188 pontos de vista sobre diversos temas; a importância de ações oriundas do setor público surgiu com grande ênfase nas visões registradas, resultando em 2002, na estruturação do “Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Pólo de Tecnologia de Informação do Distrito Federal”<sup>1</sup>. Apesar da qualidade e quantidade de entidades públicas participantes, houve pouco envolvimento do setor privado.

Em 2003, o Centro de Tecnologia de Software de Brasília-TECSOFT, o SINFOR/DF, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial-SENAI-DF e o Sebrae no DF, iniciavam as primeiras ações de estruturação do importante

---

<sup>1</sup> Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Pólo de Tecnologia da Informação no Distrito Federal, uma iniciativa da Secretaria Extraordinária do Desenvolvimento do Centro Oeste, Ministério da Integração Nacional, 2002, 34 páginas.

projeto do parque tecnológico, área física de aproximadamente 123 hectares, contendo diversos serviços de infra-estrutura para os serviços de TI e onde se procurou criar o ambiente de fermentação de produtos e processos de parceria e de competitividade das empresas. Esta iniciativa não foi simplesmente uma destinação para se constituir uma área física para o setor de T.I., e sim o início de uma mudança cultural sobre a utilização de tecnologias por parte dos diversos setores da economia e sociedade do DF.

Em 10 de março de 2004, foi assinado o Protocolo de Adesão para Implementação do Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação do Distrito Federal – APL de TIC, integrante do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Pólo de Tecnologia da Informação e Comunicação do Distrito Federal: BRASÍLIA CAPITAL DIGITAL. Teve como objetivo o estabelecimento em regime de mútua cooperação técnica e científica a implementação do Pólo de Tecnologia da Informação. O referido Protocolo, tinha validade de cinco anos e sua estrutura funcional era composta de: dezenove Instituições governamentais, públicas e privadas, de fomento a inovação e a tecnologia da informação, de apoio a ensino e pesquisa, de desenvolvimento econômico e comércio exterior, que tinham como obrigação articular, cooperar, estruturar a rede de governança, realizar planejamento estratégico, organizar a demanda, identificar e elaborar as soluções, definir os aspectos organizacionais e de gestão, integrar os atores locais com os atores externos entre outras.

O Protocolo designou ainda, um grupo gestor, composto por representantes das Instituições, que teve como coordenador o SINFOR. O Protocolo designou também uma secretaria executiva, constituída por um coordenador, que assumiu o papel de “avalista do projeto”. A sua função principal era a de estabelecer uma interlocução política com o Governo ou com outras Instituições públicas de financiamento e apoio.

Em 2005, estruturou-se o Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação e Comunicação – APL de TIC do DF, que tinha como foco de atuação a Expansão do Mercado de TIC, a Melhoria da Mão-de-Obra e a consolidação da marca “Brasília Capital Digital”. O APL de TIC do DF, mantinha parceria com seis entidades do setor de softwares e ainda, como Plano de Ação, 47 ações estruturantes das quais quatorze delas foram, em 2006, pactuadas na Gestão Estratégica Orientada para Resultados-GEOR, uma parceria do Sebrae no DF, APL de TIC no DF e demais entidades ligadas ao setor.

O arranjo produtivo do APL de TIC do Distrito Federal, começou de forma quase que espontânea, pois sempre houve, no Distrito Federal, uma predisposição para indústrias não poluentes, não intensivas em utilização de recursos naturais, e mão de obra. Brasília “nasceu” com uma estrutura que privilegiava aspectos de inovação, um exemplo é a UnB, que serviu de modelo para outras universidades que vieram a se implantar posteriormente.

Os profissionais que se capacitaram nas Universidades do DF no final da década de 70, encontraram um ambiente propício para o estabelecimento de

empresas de serviços e de desenvolvimento de produtos, pois tinham o governo federal como principal cliente. Os programas de licença e de demissão voluntárias do Governo Federal e de suas autarquias disponibilizaram mão-de-obra qualificada e com algum capital para o setor privado. Alguns ex-funcionários públicos montaram empresas e lançaram produtos. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD, Brasília abrigava o maior índice de população com pós graduação, mestrado e doutorado, o que agregava ainda mais o grande potencial que o setor do conhecimento e da informação já demonstrava.

Aliado a isso, a autonomia política do DF, fez com que se desenvolvesse uma estrutura de governo local que passou a demandar também produtos e serviços de TIC. Com a implantação da FIBRA, nos anos 80, e a conseqüente estruturação dos sindicatos patronais, a área de TI que existia, ainda não de forma organizada, passou a ter uma identidade institucional e se constituía de pessoas com experiência e ânsia por organização e muita visão de futuro.

Desta forma, o SINFOR, que congrega as empresas industriais da área de TI foi organizado e outros sindicatos, como o SINDESEI, na área de serviços, também. De certa forma, o arcabouço para a estruturação de uma organização que viria a ser a cadeia produtiva e posteriormente o APL de TI já se encontrava, de certa forma, pronto.

Os sindicatos foram e são extremamente importantes para a organização e estruturação de ações e programas de melhorias, relacionadas ao desenvolvimento setorial, e principalmente, na criação, interação e cooperação entre as empresas.

Em 2004, foi elaborado um estudo das cadeias produtivas do DF e pela primeira vez a cadeia produtiva de TIC foi estudada e avaliada. Os sindicatos, SINFOR, SINDESEI, SOFTEX, SUCESU, dentre outras, são atualmente os parceiros que contribuem para o desenvolvimento do APL de TIC..

Em 2005, o Sebrae/DF, teve a iniciativa de selecionar, entre outros setores, o de Tecnologia da Informação para ser objeto de estudos visando a estruturação de um APL e resultando em um documento denominado “Plano de Ação”. Este documento, subsidiaria no futuro, a inserção do APL de TIC na metodologia GEOR do Sebrae e parceiros com horizonte de planejamento 2006-2008 e resultados a serem alcançados.

O APL de TIC do DF passaria então, a ser contemplado pelo projeto APL Software Brasília Capital Digital do Sebrae/DF e parceiros, com público alvo formado por 60 empresas associadas ao Sinfor/DF, Sindsei, SUCESU/DF, ASSESPRO/DF e TECSOFT.

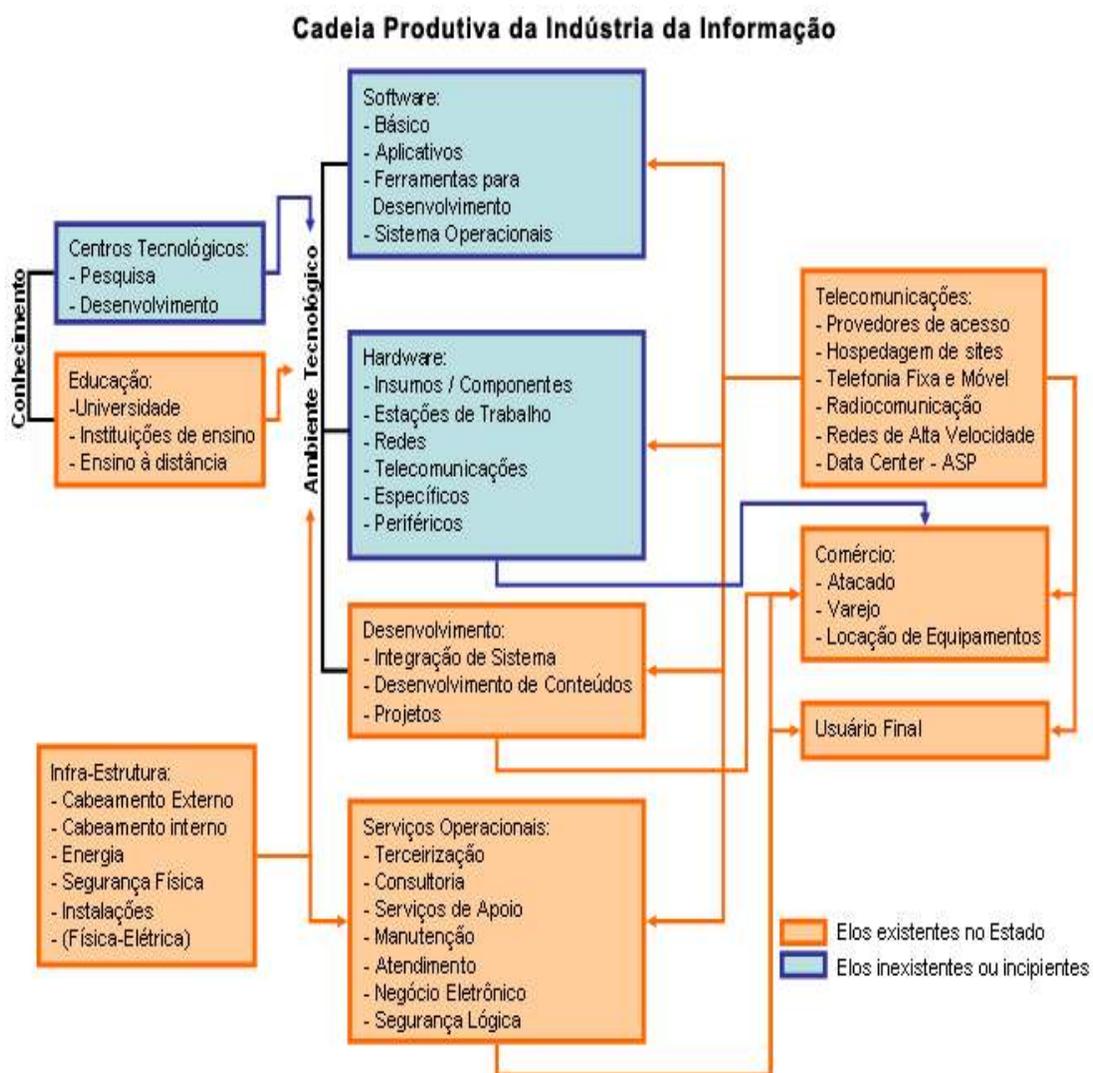
Deste ponto em diante, a dinâmica interativa entre os empresários e os participantes do grupo de gestão foi extremamente prolífica e criativa, chegando ao ponto de se propor o desenvolvimento de atividades com níveis de sofisticação e alcance até então nunca proposto.

O programa de desenvolvimento dos APL's - proposto pelo MDIC, sua metodologia e os resultados já obtidos do APL TI, pareceu de certa forma, desenhado especificamente para os aglomerados de TIC do DF.

Sr. Ricardo Masstalerz, diretor do SINFOR e empresário, coordena o comitê gestor.

Os comitês do APL de TIC do DF são formados por empresários reconhecidos e estabelecidos no setor de TI do DF.

Há uma deliberada intenção de que o APL de TIC do DF não tenha uma característica e aparência de governo. Devido aos desafios de mercado e aspectos empresariais, os empresários acreditam que é preciso ser proativo e pensar em soluções e não deixar tudo a cargo do governo, pois o governo é um parceiro, muito importante que apoia, e fomenta, etc.



### 2.3– Setores presentes à atividade principal

Os setores presentes às atividades principais do APL são diversos e multi-setoriais, indo desde instituições financeiras, órgão de fomento, fornecedores, serviços de terceiros, instituições de formação e aperfeiçoamento profissional, instituições de pesquisa, dentre outros.

Exemplos:

- Bancos
- Agências de fomento
- Universidades
- SEBRAE
- SENAI
- Representações diplomáticas
- Fornecedores de insumos
- Fornecedores de matérias prima
- Consultores/especialistas
- Comércio

Muitas vezes estes setores interagem de forma estruturada no sentido de buscar soluções, outras vezes atuam de forma isolada e com baixa eficiência sem considerar muito o critério do custo benefício, porém são situações já identificadas onde já se trabalha para minimizar estas ações individuais, agregando parceiros com atividades complementares e buscando sinergia.

### 2.4– Empreendimentos existentes e pessoal ocupado

A maior concentração de empreendimentos está nas regiões do Plano Piloto, Guará, Taguatinga e Cruzeiro.

O segmento emprega hoje cerca de 33.000 pessoas diretamente em 1.875 empresas, o que d uma média de 17,6 empregados por empresa. Há uma grande concentrao de mercado, pois 8 empresas são responsáveis por 70% do total de empregos.

Cerca de 97% das empresas são micro e pequenas e 88% têm até 20 empregados. As atividades econmicas mais preponderantes são as de consultoria em sistemas de informática, desenvolvimento de programas e atividades de manuteno. O ponto forte da cadeia produtiva  o grande número de empresas locais de TI.

Os dados macro econômicos estão sendo reavaliados por um assessor do SINFOR. (Paulo)

**Os elos da cadeia existentes no DF são:** (Segmentos de mercado das empresas do APL)

- **Fabricao de máquinas e equipamentos:** Aparelhos telefnicos, sistemas de intercomunicao, equipamentos periféricos para

máquinas eletrônicas para transmissão, máquinas aparelhos e equipamentos de sistemas eletrônicos, aparelhos e utensílios para sinalização e alarme, computadores e material eletrônico básico.

- **Serviços Operacionais:** Construção de estações e redes de telefonia e comunicação, manutenção e reparação de máquinas e equipamentos de informática, consultoria em sistemas de informática, desenvolvimento de programas de informática, atividade de bancos de dados, processamento de dados, pesquisa de mercado e de opinião pública,
- **Edição e reprodução magnética:** Discos e fitas, filmes, programas de informática em disquete, CD, DVD, edição de discos fitas, e outros materiais gravados.
- **Comércio e distribuição:** Comércio atacadista e varejista de equipamento, materiais e insumos para escritório e informática.
- **Locação de mão de obra:** Seleção de agenciamento e locação de mão de obra para serviços temporários.
- **Telecomunicação:** Serviços de telecomunicações em geral.
- **Desenvolvimento de Software**

## 2.5– Relação entre o segmento de TIC e a economia local

Do total de **empregos** gerados pela indústria , o segmento de TIC é responsável por 36%, e vem logo a seguir da construção civil com 42%.

Portanto, os outros segmentos todos juntos perfazem o total de 100%. Isto significa respectivamente, 33.000 empregos em TI (36%), 38.000 na construção civil, (42%) e 20.000 (22%), em números redondos, para todos os outros segmentos.

O **faturamento** do segmento de TI no DF é cerca de R\$ 4.0 bilhões ao ano sendo o segundo segmento que mais fatura seguido da construção civil, Este número não engloba as empresas de comunicações.

O **faturamento** total da indústria no DF é de R\$ 11.0 bilhões de reais/ano, o segmento de TI representa 36% e a construção civil 40%. Todos os outros segmentos representam 24%. (RAIS 2006)

Em termos regionais a comparação fica um pouco distorcida, pois nos estados de Goiás, bem como Mato Grosso e Matogrosso do Sul as atividades de agricultura e pecuária são muito fortes enquanto no Distrito Federal são irrisórias. Porém, comparando apenas com as atividades específicas, Brasília tem um volume de atividades em TIC muito superior a qualquer dos estados da região.

O principal fator são as compras efetuadas pelo governo federal e o porte de empresas instaladas no DF. As atividades de telecomunicações são um diferencial imenso quando se compara com outros estados da região. Aqui estão as sedes das Teles Regionais.

Em outros segmentos industriais, que não TI, como móveis e confecção, a situação é exatamente o inverso, O Distrito Federal sofre forte concorrência, pois as indústrias destes segmentos, em Goiás, por exemplo, produzem em alta escala e são mais competitivas que as empresas de Brasília.

## **2.6 – Delimitação territorial do arranjo produtivo**

O APL de TIC do Distrito Federal se limita à área geográfica do DF que compreende Brasília e as cidades satélites. As atividades nesta área estão mais concentradas nas cidades de Taguatinga, Guará, e Cruzeiro, além, evidentemente, de Brasília.

Pelo fato de mais de 50% das atividades de TIC serem dirigidas para o governo, e ainda considerando que as cidades do entorno do DF têm uma economia basicamente de subsistência, com exceções de Luziânia e Formosa, que ainda assim, não têm um volume expressivo de serviços, é muito rara e improvável a atuação do APL fora dos limites do Distrito Federal, a não ser em casos esporádicos e eventuais, não caracterizam uma prática usual.

## **2.7 – Interação e cooperação existentes entre as empresas do arranjo e as instituições públicas, semi-públicas e privadas.**

Há uma grande heterogeneidade entre as empresas do APL de TIC do DF, como há em quase todos os outros APL's de todos os setores, pelo Brasil. Isto decorre da própria gênese da formação das empresas e dos setores atendidos. Esta estruturação, ocorre em diferentes formas, seja quanto ao porte, capacitação tecnológica, perfil de clientes ou nichos de mercados atendidos .

Apesar de existir uma relação de cordialidade entre as empresas, ainda há pouca interação entre elas. Pouco mais da metade, efetua sub-contratações localmente, o que indica espaço para evolução neste sentido.

Existem parcerias estabelecidas entre empresas para desenvolvimentos de produtos e pesquisas, mas o índice é baixo, apenas 30% das empresas estão neste processo. A integração na área de marketing só ocorre com 25% das empresas. A situação mais dramática ocorre com a interação para identificação de fornecedores locais, com apenas 8% das empresas e 5% para formação de central de compras.

A avaliação neste ponto é que há um baixo nível de interação , tendo muito espaço para desenvolvimento.

A interação entre as empresas, as instituições e estruturas de apoio, apresenta um maior nível de relacionamento.

O SINFOR, tem um papel relevante no aspecto da interação, bem como o SEBRAE, o TECSOFT, e outros.

O relacionamento técnico profissional se dá com 53% das empresas, O SENAI o SEBRAE, e as UNIVERSIDADES estão mais ou menos no mesmo nível com desvantagem para o SENAI, assim como para os centros tecnológicos.

As consultorias têm um nível de interação com as empresas em torno de 20%.

A avaliação neste aspecto da interação entre as empresas e as instituições públicas e privadas é boa, ou seja, há um bom nível que pode ainda ser melhorado.

Existe, entretanto, no meio do empresariado local, um sentimento claro que só com um bom nível de interação se conseguirá multiplicar conhecimentos, esforços, reduzir custos, enfim, buscar a competitividade. Percebe-se que há uma predisposição para a cooperação.

É necessário um esforço, estrategicamente planejado, no sentido de promover ações que contemplem atividades de interação e valorização do clima cooperativo.

Será importante um trabalho de extensão industrial que busque juntar as empresas e instituições e que desenvolva ambiente de credibilidade e confiança.

## **2.8– Instâncias decisórias em prol do arranjo produtivo**

Como instâncias decisórias, existe um conjunto de instituições, atuando cada uma em sua respectiva área de ação e domínio, com o objetivo de contribuir para o andamento e ordenamento do APL.

A **FIBRA**, como instituição maior da indústria, define as prioridades e as estratégias para o bom desenvolvimento da indústria que são decodificadas pelo **SINFOR**. A **FECOMERCIO** tem suas diretrizes decodificadas pelo **SINDESEI**, que transfere e implementa ações no sentido do bom desenvolvimento comercial.

O Governo do Distrito Federal, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (**SDE**), e do Núcleo Estadual dos APL's faz a interface com o MDIC, no sentido de bem encaminhar pleitos, projetos etc.

O **SEBRAE**, exerce uma função ordenadora, dando um caráter organizacional padrão dentro das regras nacionais em fomentar atividades que coadunam com suas políticas que visam a melhoria dos aspectos de empreendedorismo, competitividade e gestão.

O **SENAI**, através de suas competências e capacidades instaladas, representado por suas unidades operacionais, presta o apoio no que se refere à capacitação e formação profissional requeridas para o segmento de TIC.

O APL não desenvolveu uma marca própria para os seus produtos. Cada empresa comercializa o que produz sob sua própria marca.

### 3 – SITUAÇÃO ATUAL – DESAFIOS E OPORTUNIDADES DE DESENVOLVIMENTO

A situação atual do segmento de TIC no DF necessita ser avaliada levando em consideração os aspectos locais, regionais e internacionais.

É fundamental que se tenha uma perfeita compreensão dos **cenários globais** e das tendências porque através delas podemos antecipar estratégias(,) definir direcionamentos e ações.

Há um consenso entre os líderes políticos e empresariais mais representativos do mundo que a **globalização** não apenas é um fenômeno irreversível que mal começou, mas está crescendo e se auto-alimentando. Uma de suas conseqüências é o acirramento da **competição comercial** entre empresas e nações.

Crescer lucrativamente de forma sustentada por um período prolongado é a grande desafio de todos empresários. Nesta batalha pelo mercado, nem sempre o vencedor é o maior ou o melhor, muitas vezes é o aparentemente mais fraco .

Criar e sustentar crescimento não é fácil. O Brasil, apesar de estar vivendo uma crise de confiança no sistema político, melhorou consideravelmente seu ambiente macro econômico nos últimos cinco anos. No âmbito micro econômico, apesar do custo Brasil, soubemos explorar nossas vantagens comparativas em alguns setores, como o agronegócio e o minerador e construímos vantagens competitivas em segmentos de alta complexidade tecnológica, como o setor aeronáutico, siderúrgico, automobilístico e de software.

Agora, o desafio é criar situações e ambientes que estimulem a geração de “ondas” sucessivas de inovações capazes de provocar a inclusão de um número crescente de novos entrantes no mercado externo. Em suma, desenvolver novas empresas que sejam excelentes e que tenham capacidade de competir no mercado globalizado com vantagens competitivas, diferenciais e inovação será preciso se antecipar as novas tendências e aproveitar todas as oportunidades de negócio. Assim, estaremos buscando a **sustentabilidade da competitividade** nacional, renovando e ampliando o leque de empresas de excelência no cenário internacional.

Neste contexto, o segmento de TIC do Distrito Federal tem progredido bastante, existem muitas empresas no DF que se firmaram em determinados mercados internacionais, desenvolvendo produtos com alto nível de valor agregado e inovação.

Paralelo a isso existe um universo totalmente dissociado desta realidade e que volta “seus olhos” para o mercado interno, principalmente para o que é forte em Brasília, que é o mercado da prestação de serviços para o governo federal e distrital. Esta atividade, apresenta tanto vantagens quanto problemas. Uma das vantagens é a proximidade de um enorme mercado contratador. E um dos problemas é que, pelo tipo de contratação, via licitações, não permite a fidelidade de mercado

O que caracteriza o DF no segmento de TIC, é uma significativa capacidade de prestação de serviços e de desenvolvimento de soluções específicas para os grandes clientes governamentais. Esta capacidade de organização para desenvolver, implantar e mesmo operar grandes sistemas, torna Brasília quase única no cenário nacional nesse ramo de atividade.

As pequenas empresas que produzem produtos da área de tecnologia se defrontam com muitas dificuldades, pois seus produtos, por vezes concorrentes com **produtos multinacionais**, tem rejeição por parte dos compradores potenciais, devido à comodidade de comprar de fontes mais seguras ou tradicionais.

O fortalecimento deste grupo de empresas, será um dos pontos abordados nas ações para o aprimoramento da competitividade do segmento, pois estas empresas podem ser parceiras ideais para outras que prestam serviços e não dispõem de toda a tecnologia necessária para boas soluções integradas.

Muitas vezes, falta a estas empresas, capital, outras vezes, uma visão mais ampliada do mercado e estratégias vencedoras, e ainda, divulgação, certificações de qualidade específicas, etc

Dos investimentos feitos nos últimos dez anos, a maior parte foi em informatização e sistemas de informação, seguido de tecnologia para a produção e melhoria na área comercial. A taxa média de lucratividade da cadeia produtiva é de 19%, e a mão de obra onera em 37% os negócios da empresa. Fonte: Perfil competitivo do DF

#### **Caracterização do APL de TIC do DF:**

- Baixo nível de interação entre as empresas do APL
- Nível médio de competitividade do APL
- Nível médio de interação entre empresas e mercado
- Bom nível de interação entre as empresas e as estruturas de apoio\*
- Baixo nível de interação entre empresas e fornecedores

\* SEBRAE, sindicatos, SENAI

#### **Destino das Vendas do APL**

A destinação das vendas do APL de TIC/DF, é basicamente o mercado local que é fundamentalmente os governos federal e distrital. A exportação ainda não é um item muito representativo.

## **Governança**

A lógica do apoio aos APL, parte do pressuposto de que diferentes atores locais podem mobilizar-se e, de forma coordenada, identificar suas demandas coletivas, por iniciativa própria ou por indução de entidades envolvidas com o segmento.

Nesse sentido, a metodologia de atuação conjunta em APL busca um acordo entre os atores locais para organizarem suas demandas em um Plano de Desenvolvimento único, e, ao mesmo tempo, comprometê-los com as formas possíveis de solução, em prol do desenvolvimento do APL.

Os atores responsáveis pelas ações de inovação e de inserção do DF nos cenários, nacional e internacional, atuam e contribuem de forma concreta para o desenvolvimento de TIC no Distrito Federal.

## **Qualidade e produtividade**

Poucas empresas têm certificações internacionais. A maior parte das certificações, são nacionais e existe uma demanda reprimida para a certificação, pois há muita competência no aspecto de cérebros e capacidade instalada. Portanto temos uma situação de grande potencial intelectual e prota para ser transformada em oportunidade de mercado.

## **Onde estão e quais são os Principais Concorrentes**

Os principais concorrentes são grandes empresas geralmente multinacionais que concorrem, em muitos casos com enorme vantagens sobre as empresas locais.

## **Investimento e Financiamento**

As empresas de TI têm investido na certificação de pessoas e produtos. É uma forma de ganhar competitividade, ser reconhecido e se sustentar no mercado.

Porém esta é uma questão que precisa receber muito apoio porque as pequenas empresas não têm tido muitas chances, uma vez que as certificações custam caro. Regra geral, não tem havido muito investimento no segmento de TI, algumas empresas maiores, individualmente se projetam no mercado, porém com maior ênfase no comércio de produtos do que no desenvolvimento .

## **Tecnologia e Inovação**

O parque de máquinas e equipamentos do APL de TIC do DF, pode ser considerado moderno e com um bom nível de atualização, a tendência é que isto se modernize cada vez mais, não há paralisação nesta área, mesmo com um alto nível de sacrifício para muitos pequenos empresários. É um fator de produção e competitividade.

Brasília tem profissionais de altíssimo nível técnico e estes têm trazido soluções inovadoras, e inovações em nível de tecnologia.

## **Demandas**

Há um grande número de demandas reprimidas no APL de TIC do DF, por exemplo na validação e certificação de produtos, laboratórios para testes e ensaios, certificação, pesquisadores, profissionais de alta qualificação e gabarito, etc.

A área de pesquisa só conta com profissionais da academia, que têm uma visão diferente da visão empresarial e de mercado, assim fica um pouco comprometida as parcerias uma vez que as partes têm óticas diferentes para um mesmo fim.

Existem inúmeros projetos sendo desenvolvidos e já desenvolvidos em parceria com a UnB, com Universidade Católica, CEUB, etc.

### **3.1– Principais obstáculos**

- 3.1.1 - Pouca interação entre as empresas do APL,
- 3.1.2 - Pouca interação entre as empresas e as universidades,
- 3.1.3 - Baixo nível da qualidade do treinamento e capacitação de mão de obra,
- 3.1.4 - Baixa credibilidade nos produtos e serviços de TI desenvolvidos no DF.
- 3.1.5 - Orientação das compras do governo para produtos multinacionais,
- 3.1.6 - Falta integração e parceria nas ações do setor privado e fornecedores,
- 3.1.7 - Baixo nível de capacitação dos profissionais de mercado, em línguas estrangeiras, principalmente, inglês.
- 3.1.8 - Pouca interação do governo local com empresários do DF

### **3.2 - Principais ameaças ao segmento de TIC do DF**

- 3.2.1 - Perda do mercado regional para empresas e cadeias de fora do DF, devido à pouca integração interna,
- 3.2.2 - Desenvolvimento inadequado do APL devido à falta de qualificação da mão de obra.
- 3.2.3 - Problemas de abastecimento devido a pouca interação entre empresas e fornecedores.
- 3.2.4 - Perda de mercado por obsolescência dos produtos devido a pouca interação com universidades, centros de tecnologia e intercâmbio internacional.

### **3.3 – Principais oportunidades para alavancagem do segmento de TIC do Distrito Federal.**

- 3.3.1 - Formação de parcerias entre empresas para:
  - Integração produtiva do APL
  - Estabelecimento de central de compras
  - Qualificação de pessoal técnico
  - Qualificação gerencial
  - Fortalecimento e desenvolvimento de fornecedores locaisPara o adensamento da cadeia produtiva.
- 3.3.2 - Implantação do Parque Capital Digital

- 3.3.3 - Identificar, valorizar e utilizar a capacidade intelectual existente no DF
- 3.3.4 - Certificação de produtos e pessoas.

#### **3.4 - Desafios a serem alcançados**

- 3.4.1 - Desenvolver uma cultura cooperativa e integradora entre as empresas, e entre estas e as instituições participantes do APL,
- 3.4.2 - Aumentar os investimentos para formação profissional,
- 3.4.3 - Implementar um programa de certificações internacionais,
- 3.4.4 - Ampliação de mercados, nacional e internacional,
- 3.4.5 - Criação de programas para o desenvolvimento de competitividade,
- 3.4.6 - Fazer os produtos produzidos no DF serem reconhecidos como de qualidade internacional,
- 3.4.7 - Consolidar o mercado regional, ampliar a participação no mercado nacional,
- 3.4.8 - Ampliar a participação de PME's no mercado externo,
- 3.4.9 - Desenvolver um plano de marketing institucional.
- 3.4.10 - Criar e manter um sistema de informações de mercado e de inovação
- 3.4.11 - Desenvolver um planejamento estratégico

## **4 – RESULTADOS ESPERADOS NO APL DE TIC DO DF**

### **4.1 - Foco estratégico do APL**

- Aumento da participação de mercado com os produtos atuais.
- Conquista e manutenção de novos mercados com a criação de novos produtos
- Fortalecimento da sustentabilidade das empresas

### **4.2 – Resultados esperados**

4.2.1 – Aumentar, em 20%, o volume de vendas de produtos e/ ou serviços das empresas do APL de TIC do DF, até dezembro de 2012.

4.2.2 – Aumentar o volume de vendas de produtos e/ ou serviços para o mercado externo das empresas do APL de TIC do DF, em até 40%, sendo: 10% até 2008; 25% até 2010 e 40% até dezembro 2012.

4.2.3 – Aumentar, em 40%, o número de empresas do APL de TIC do DF que possuem pessoas e/ ou processos de gestão certificados, até dezembro 2012.

4.2.4 – Aumentar, em 40%, o número de atestados de excelência e/ ou de qualidade recebidos por serviços e/ ou produtos das empresas do APL de TIC do DF, até dezembro 2012.

4.2.5 – Ampliar, em 30%, a participação de mercado (“*market share*”) de TIC do DF das empresas do APL, até dezembro 2012.

4.2.6 – Aumentar, em 100%, o volume de compras via sistema cooperativo das empresas do APL de TIC do DF, até dezembro de 2008.

4.2.7 – Ampliar a disponibilidade de mão de obra em nível de gestão, técnico e tecnólogo em 100%, até dezembro de 2012.

## 5 – INDICADORES DE RESULTADOS

### 5.1. Resultado 4.2.1

- Indicador: Volume de vendas de produtos e/ ou serviços
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012).
- Fórmula:  $N$  de vendas realizadas no ano base (2006) –  $n^{\circ}$  de vendas realizadas no ano de análise/  $n^{\circ}$  de vendas realizadas no ano base (2006) x 100

### 5.2. Resultado 4.2.2

- Indicador: Volume de vendas de produtos e/ ou serviços para o mercado externo
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido a cada dois anos (Dezembro de 2008, 2010 e 2012)
- Fórmula:  $N^{\circ}$  de vendas realizadas para o mercado externo do ano base (2006) –  $N^{\circ}$  de vendas realizadas para o mercado externo no ano de análise/  $N^{\circ}$  de vendas realizadas para o mercado externo do ano base (2006) x 100

### 5.3 - Resultado 4.2.3

- Indicador: Número de empresas do APL de TIC do DF que possuem pessoas e/ ou processos de gestão certificados.
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido a cada dois anos (Dezembro de 2008, 2010 e 2012)

- Formula:  $\frac{\text{N}^\circ \text{ de empresas certificadas (pessoas e/ou processos) do ano base (2006)} - \text{N}^\circ \text{ de empresas certificadas (pessoas e/ou processos) no ano de análise}}{\text{N}^\circ \text{ empresas certificadas (pessoas e/ou processos) do ano base (2006)}} \times 100$

#### **5.4 - Resultado 4.2.4**

- Indicador: Número de atestados de excelência e/ ou de qualidade recebidos por serviços e/ ou produtos.
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido a cada dois anos (Dezembro de 2008, 2010 e 2012)
- Fórmula:  $\frac{\text{N}^\circ \text{ de atestados recebidos no ano base (2006)} - \text{N}^\circ \text{ de atestados recebidos no ano de análise}}{\text{N}^\circ \text{ atestados recebidos do ano base (2006)}} \times 100$

#### **5.5- Resultado 4.2.5**

- Indicador: Participação de mercado de TIC do DF.
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)
- Formula:  $\frac{\text{N}^\circ \text{ de produtos vendidos a novos clientes no ano base (2006)} - \text{N}^\circ \text{ de produtos vendidos a novos clientes no ano de análise}}{\text{N}^\circ \text{ de produtos vendidos a novos clientes no ano base (2006)}} \times 100$

#### **5.6 - Resultado 4.2.6**

- Indicador: Volume de compras via sistema cooperativo.
- Fonte: SINFOR, SINDESEI, ASSESPRO, SUCESU, TECSOFT
- Período: O indicador será medido anualmente (Dezembro de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012)
- Formula: Destino informado: FIBRA/FECOMÉRCIO

#### **5.7 – Resultado 4.2.7**

- Indicador: profissionais em Tecnologia da Informação capacitados
- Fonte: SENAI, SENAC, outras instituições de F. P. representativas
- Período: O indicador será medido anualmente.
- Método: Relatórios de conclusão de curso das instituições de formação profissional (base 2008)

## 6 – AÇÕES PREVISTAS

### 6.1 Fomentar e desenvolver a interação entre empresas do APL

<b>TÍTULO: 6.1.1 - Desenvolver um programa de marketing institucional</b>			
DESCRIZAÇÃO: Elaborar um plano de marketing, que contemple o desenvolvimento do mercado local, no aspecto da divulgação institucional dos produtos e serviços do DF, suas qualidades, competências, resultados alcançados e pontos fortes. O alcance deverá ser nacional e dirigido à empresas privadas, governo. Deverá ser desenvolvido ainda uma versão visando o mercado externo em Inglês, espanhol, chinês e árabe.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo gestor			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: consultoria especializada			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA; FECOMERCIO; SEBRAE; parceiros nacionais.			
DATA DE INÍCIO: janeiro de 2008			
DATA DE TÉRMINO: janeiro de 2009			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 2.000.000,00			
Parceiros Federais: GTP/APL		Recursos financeiros	
Parceiros Estaduais: SEBRAE, FIBRA, FECOMÉRCIO, GDF		Recursos Econômicos e financeiros	
Parceiros Locais: Empresários		Recursos Econômicos e/ou financeiros	
		Percentual	Valor R\$
Locais	Parceiros Empresários	10%	200.000,00
Estaduais	SEBRAE; SENAI/DF; FIBRA; FECOMERCIO; SDE;	20%	400.000,00
Federais: GTP/APL	SEBRAE; CNI; MDIC; BB; IEL	70%	1.400.000,00
		TOTAL	2.000.000,00
<b>Caracterização da ação:</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno		<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo	
<input type="checkbox"/> capacitação/formação		<input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local	
<input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> crédito	
<input type="checkbox"/> outra..			
<b>Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)</b>			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

**Resultados Esperados :** 4.2.2; 4.2.4; 4.2.5; 4.2.6

**Resultados Relacionados:** 3.4.1; 3.4.4; 3.4.6; 3.4.7; 3.4.8; 3.4.9

**TÍTULO: 6.1.2 Criar e implantar um periódico no segmento de TIC**

DESCRIÇÃO: Desenvolver um projeto para implantação de um informativo semanal ou mensal, que seja dinâmico, que fuja dos padrões dos diversos jornais setoriais. Que tenha conteúdo e seja atrativo, informativo e formativo. Este projeto tem que ser inovador, por isso, não pode ser planejado de forma doméstica e nem de improviso. Terá que ter um tratamento jornalístico e ser fator de integração entre as empresas e entre estas e fornecedores, universidades, etc.  
Devem ser definidos metodologias de alimentação, projeto de diagramação e de distribuição.

COORDENADOR DA AÇÃO: SINFOR / SINDESEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: consultoria especializada

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, Parceiros Nacionais

DATA DE INÍCIO: outubro/ 2008

DATA DE TÉRMINO: dezembro/ 2008

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 600.000,00  
Parceiros Federais - R\$ 300.000,00 Recursos Financeiros  
Parceiros Estaduais- R\$ 300.000,00 Recursos Econômicos e/ou Financeiros

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais			
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, Secr. Comunicação, SEBRAE;	50%	300.000,00
Federais: GTP/APL	CNI, SEBRAE, MCT(ibict)	50%	300.000,00
		TOTAL	600.000,00

**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 type="checkbox"/> valorização da identidade local
<input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)	<input type="checkbox"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**Resultados Esperados:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.5; 4.2.6  
**Resultados Relacionados:** 3.4.1; 3.4.6; 3.4.10

**TÍTULO: 6.1.3 Implantar de uma central de informações competitivas**

DESCRIÇÃO: Uma das maiores carências dos empresários e uma das maiores armas de inserção comercial e industrial é a informação. Através da informação se planeja investimentos, define-se estratégias, etc. Sem a informação perde-se competitividade, mercados, oportunidades, etc.

A central de informações competitivas, terá o objetivo de prestar um serviço, hoje indisponível às PME's, de informação de mercado que é de fácil obtenção para as grandes empresas mas caro e raro para as pequenas. Assim, deverá ser um fator de integração pois muitas atividades poderão se viabilizar de forma cooperativa. Será ainda, fator de ganho de competitividade. O projeto deverá ser desenvolvido por especialista em informação, banco de dados, respostas técnicas, etc. as informações poderão ser disponibilizadas via internet na forma de boletins, relatórios, dossiês, ou tudo isso impresso, etc.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático de Informação e comunicação

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: consultoria especializada

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE-DF, UnB, Empresários, Parceiros nacionais.

DATA DE INÍCIO: março de 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro 2009

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 600.000,00

Parceiros Federais: GTP/APL Recursos Financeiros  
 Parceiros Estaduais: SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, GDF Recursos Econômicos e/ou Financeiros  
 Parceiros Locais: Empresários Recursos Econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	60.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, UnB, GDF	40%	240.000,00
Federais: GTP/APL	FINEP; INMETRO; MCT(IBICT); CNPq; IPT, MBC,	50%	300.000,00
		Total	600.000,00

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3; 4.2.4; 4.2.6

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1; 3.4.4; 3.4.6; 3.4.7; 3.4.8

## 6.2 – CRIAÇÃO DE IMAGEM DE ALTA TECNOLOGIA PARA BRASÍLIA

<b>TÍTULO: 6.2.1 - Implantar um centro de tecnologia em TIC no DF</b>	
---	--

**DESCRIÇÃO:** Temos que desenvolver estruturas de apoio e desenvolvimento de forma a dar às PME's o suporte necessário e suficiente para que elas não desapareçam e que possam subsistir e serem competitivas. A implantação do Centro de Desenvolvimento Tecnológico em Tecnologia da Informação e Telecomunicações, deverá ser uma unidade de alta competência com capacidade para desenvolver, pesquisar, testar, certificar, e capacitar; produtos, sistemas, pessoas, etc. voltado, não só, mas principalmente, às pequenas e médias empresas, que não têm atualmente apoio formal, estruturado e eficaz. O Centro de Desenvolvimento Tecnológico em TIC deverá contar com equipe própria, compostas de engenheiros, mestres e doutores, especialistas, bem como equipamentos, instalações, enfim, tudo o que é necessário para que se caracterize um Centro de Tecnologia. Estas ações poderão ser desenvolvidas em parceria com universidades, SENAI, empresas multinacionais fornecedoras, etc.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** Comitê Temático de Tecnologia

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** Contratar empresa especializada

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** FIBRA, FECOMERCIO, BANCO DO BRASIL, GDF, Universidades.

**DATA DE INÍCIO:** Agosto de 2008

**DATA DE TÉRMINO:** Setembro de 2012

**TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:** R\$ 8.000.000,00

**Parceiros Federais:** GTP/APL Recurso Financeiros

**Parceiros Estaduais:** FIBRA, FECOMERCIO, BANCO DO BRASIL - DF, GDF, Universidades. Rec. Econ. e/ou Financ.

**Parceiros Locais:** Empresários Recursos Econômicos

**Recursos Financeiros e Econômicos Período:**

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	800.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, BRB, Universidades.	40%	3.200.000,00
Federais: GTP/APL	CNI; BB; FINEP; BNDES; MCT; INMETRO; MEC; CNPq; SENAI; MBC, BB, CEF	50%	4.000.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>8.000.000,00</b>

**Caracterização da ação:**

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

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.2; 4.2.3; 4.2.4; 4.2.5

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.2; 3.4.3; 3.4.5; 3.4.6

**TÍTULO: 6.2.2 - Promover seminários nacionais e internacionais**

DESCRIÇÃO: A promoção de eventos e seminários técnicos e de mercado, nacionais e internacionais, é uma forma de demonstrar ao segmento de TIC do DF a preocupação com a atualização com vistas à competitividade local e internacional e a possibilidade de comparação com outros centros. Deverão ser promovidos eventos como: seminários técnicos, palestras de especialistas, workshops, encontros, etc. Pelo menos 10 eventos até 2012.

Necessariamente, deverá estar presente em cada um destes eventos, pelo menos uma expressão internacional ou nacional de sabida expertise no campo de TIC.

COORDENADOR DA AÇÃO: SINFOR / SINDESEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR / SINDESEI / EMPRESA DE EVENTOS

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, SEBRAE, FECOMERCIO, BB/DF, Parceiros federais.

DATA DE INÍCIO: março / 2008

DATA DE TÉRMINO: dezembro 2012

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 2.000.000,00

Parceiros Federais : GTP/APL - Recursos Financeiros  
 Parceiros Estaduais: FIBRA,SEBRAE, FECOMERCIO, BB/DF, BRB, GDF - Recursos Econômicos e Financeiros  
 Parceiros Locais: Empresários – Recursos Econômico e/ou Financeiros

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	200.000,00
Estaduais	FIBRA,SEBRAE, FECOMERCIO, BRB, SDE, UnB, UC, CEUB,	40%	800.000,00
Federais: GTP/APL	CNI; APEX; BB; MDIC; CEF;BNDES; MCT; CNPq, SEBRAE, FINEP	50%	1.000.000,00
		TOTAL	2.000.000,00

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.4; 4.2.5  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.4; 3.4.5; 3.4.8

**TÍTULO: 6.2.3 – Promover feira internacional**

**DESCRIÇÃO:** Realizar em Brasília, duas feiras internacionais de mostra de produtos e serviços, contemplando eventos paralelos como, rodadas de negócios e cursos / treinamentos, demonstrações de produtos.  
 A feira deverá acontecer no centro de convenções, ter padrão de conforto internacional, serviço de tradução.  
 O evento deverá ser divulgado nacional e internacionalmente para os países do Mercosul e toda a América Latina e Caribe. Envolver profundamente as embaixadas e seus adidos culturais e comerciais.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** SINFOR / SEBRAE

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** EMPRESA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** FIBRA, SEBRAE, FECOMERCIO, BRB, BB, GDF, UNIVERSIDADES, Parceiros Federais

**DATA DE INÍCIO:** maio /2009

**DATA DE TÉRMINO:** maio / 2011

**TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:** R\$ 1.800.000,00  
 Parceiros Federais: GTP/APL - Recursos Financeiros  
 Parceiros Estaduais: FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE, BRB, BB, GDF, SENAI-DF, SENAC - Recursos Econômicos e Financeiros  
 Parceiros Locais: Empresários - Recursos Econômicos e Financeiros

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	180.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE, BRB, SDE, Secr. Turismo; SENAI-DF, SENAC, GDF	50%	900.000,00
Federais: GTP/APL	APEX; BB; CNI; BRADESCO; CEF; SEBRAE; INMETRO; MDIC; CEF; Mtur; MCT, MBC, CNPq	40%	720.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1.800.000,00</b>

**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"/> crédito
<input checked="" type="checkbox"/> outra Aprimoramento da competitividade	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.4; 4.2.5  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.4; 3.4.5; 3.4.6; 3.4.7; 3.4.8

### 6.3 – DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS

<b>TÍTULO: 6.3.1 – Avaliar a atualidade e / ou obsolescência dos produtos e serviços de TIC oferecidos pelas empresas do DF</b>			
<p>DESCRIÇÃO: Realização de um diagnóstico segmentado nas áreas de serviços e produtos, de forma a avaliar qual é o nível atual de competitividade da indústria de TIC do DF, frente à concorrência atual, aos novos entrantes e a possibilidade de abrir novos mercados. Definição das estratégias para atualização.</p> <p>Esta pesquisa deverá ser focada principalmente nas pequenas empresas, que são as que mais necessitam de orientação para sobreviver. O relatório da pesquisa, deverá orientar estratégias e ações no sentido de implementar um programa de atualização tecnológica e inovação.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO: SINFOR/SINDESEI			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: EMPRESA ESPECIALIZADA EM PESQUISA			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SISTEMA FIBRA, SISTEMA FECOMÉRCIO, GDF, BB, BRB, SEBRAE, PARCEIROS FEDERAIS			
DATA DE INÍCIO: março / 2008			
DATA DE TÉRMINO: junho/ 2008			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 200.000,00			
Parceiros Federais : Recursos financeiros 70%			
Parceiros Estaduais: Recursos financeiros e econômicos 20%			
Parceiros Locais: Recursos econômicos 10%			
Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	20.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BRB,	20%	40.000,00
Federais: GTP/APL	MDIC; IEL; INMETRO; CNI; APEX; IPEA, FINEP	70%	140.000,00
		TOTAL	200.000,00
<b>Caracterização da ação:</b>			
<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"/> crédito	
<input type="checkbox"/> outra..			
<b>Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)</b>			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3; 4.2.4; 4.2.5

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.8

**TÍTULO: 6.3.2 – Desenvolver programa de benchmarking, nacional e internacional**

**DESCRIÇÃO:** Atividade que deve ser mantida como permanente. Deverá ser definido um grupo, que poderá ser composto por alguns dos integrantes dos grupos temáticos de tecnologia e de mercado.

Este grupo deverá atuar com uma visão prospectiva do que acontece no segmento de TIC, no Brasil e no mundo.

Deverão ser programadas visitas à empresas, feiras, congressos, avaliar novas tecnologias, tendências, outros arranjos produtivos em TIC (técnica e gestão), etc.

O objetivo é manter a competitividade e a atualidade dos produtos e serviços do DF.

Este grupo deverá adquirir alguns produtos, se for o caso. Deverá ainda, ser capacitar em novas tecnologias e inovações, de forma a multiplicar no DF o que se observou em outros centros.

Deverá ser desenvolvida uma metodologia de divulgação e internalização de novas tecnologias e/ ou processos, etc.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** SINFOR / SINDESEI

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** GRUPOS TEMÁTICOS DE TECNOLOGIA E MERCADOS

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** SISTEMA FIBRA, SISTEMA FECOMÉRCIO, BB, BRB, PARCEIROS FEDERAIS

**DATA DE INÍCIO:** OUTUBRO /2008

**DATA DE TÉRMINO:** DEZEMBRO 2010

**TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:** R\$ 800.000,00

Parceiros Federais : Recursos Financeiros 50%  
 Parceiros Estaduais: Recursos Econômicos e financeiros 40%  
 Parceiros Locais: Recursos econômicos 10%

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	80.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, BRB	40%	320.000,00
Federais: GTP/APL	APEX, BB, MDIC, IEL, CNI, MCT	50%	400.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>800.000,00</b>

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3; 4.2.6; 4.2.7  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.4, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.8

**TÍTULO: 6.3.3 – Criar uma central de negócios**

DESCRIÇÃO: A Central de negócios tem como objetivo, viabilizar negócios para as empresas que, de forma isolada, não tem condições de se habilitar devido ao seu tamanho, escala de produção, capital, etc.

Na central de negócios seriam viabilizadas compras cooperativas e desenvolvimento de projetos em parceria. A produção passaria à uma escala maior e os custos se reduziram. O produto final teria uma marca comum, que deverá ser registrada em nome de um consórcio ou uma sociedade.

Esta central de negócios deverá ter uma personalidade jurídica e estar habilitada às licitações do governo.

A coordenação deverá ser uma função dos sindicatos, SINFOR e SINDESEI, a manutenção deverá ser de responsabilidade dos empresários com auxílio dos parceiros.

COORDENAÇÃO DA AÇÃO: SINFOR/ SINDESEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: GESTÃO PROFISSIONAL A SER CONTRATADA

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE, FIBRA, FECOMÉRCIO, BRB, BB, GDF, PARCEIROS FEDERAIS

DATA DE INÍCIO: novembro 2008

DATA DE TÉRMINO: dezembro/2010

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 1.100.000,00

Parceiros Federais : Recursos Financeiros

Parceiros Estaduais: Recursos financeiros e econômicos

Parceiros Locais: Recursos econômicos e financeiros

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	110.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BRB, Secr. Fazenda	30%	330.000,00
Federais: GTP/APL	SEBRAE, CNI, MDIC, BB, CEF, BRADESCO, IEL	60%	660.000,00
		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 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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1, 4.2.2; 4.2.5; 4.2.6

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1, 3.4.4, 3.4.5, 3.4.7, 3.4.8, 3.4.10

**TÍTULO: 6.3.4 – Participar de feiras nacionais e internacionais como expositor.**

**DESCRIÇÃO:** Marcar presença e realizar contatos e contratos comerciais em feiras nacionais e internacionais, utilizando-se como base de apoio e estrutura, "stands" para apresentação de produtos, local para reuniões, possibilidades de apresentações multi-mídias. As feiras nacionais têm um caráter de ganhar *market share* no mercado interno, as internacionais, de divulgar o nome e os produtos do DF com foco institucional e de mercado. A participação em feiras deve ser precedida de um trabalho muito cuidadoso de marketing antes do acontecimento do evento. Quando o evento iniciar, já devem ter encontros e reuniões agendadas, propostas enviadas, etc., de forma a criar uma massa crítica de negócios e dinamismo no "stand".

**COORDENADOR DA AÇÃO:** Grupo temático de tecnologia e mercado

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** EMPRESA ESPECIALIZADA EM EVENTOS, SINFOR, SINDESEI

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE, BB, BRB, PARCEIROS FEDERAIS.

**DATA DE INÍCIO:** janeiro 2008

**DATA DE TÉRMINO:** Dezembro/ 2012

**TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:** R\$ 2.100.000,00

Parceiros Federais : Recurso Financeiros  
 Parceiros Estaduais: Recursos financeiros e econômicos  
 Parceiros Locais: Recursos econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	210.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BRB, BB, SDE, Secr. Turismo	30%	630.000,00
Federais: GTP/APL	MDIC, APEX, CNI, BB, SEBRAE, SENAI, BRADESCO, CEF, MF, MCT, MTur	60%	1.260.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>2.100.000,00</b>

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.2, 4.2.4; 4.2.5  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.1, 3.4.4, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.8

## 6.4 – DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO PARA O MERCADO EXTERNO

<b>TÍTULO: 6.4.1 – Programa de sensibilização e informação sobre o mercado externo e procedimentos de exportação.</b>			
DESCRIZAÇÃO: Este programa visa criar exportadores. O objetivo é desenvolver o interesse quanto às exportações, informar sobre a realidade e características dos mercados internacionais, procedimentos de vendas, abordagens de clientes, detalhes de competências pessoais, características de produtos e serviços. O programa deverá ser desenvolvido pelos grupos temáticos de marketing e econômico financeiro em conjunto com consultoria especializada.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Grupos temáticos : Marketing e Econômico financeiro			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: EMPRESA DE CONSULTORIA A SER CONTRATADA E GRUPOS TEMÁTICOS.			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BB, BRB, GDF, PARCEIROS FEDERAIS			
DATA DE INÍCIO: outubro/2008			
DATA DE TÉRMINO: dezembro/2010			
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 Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	80.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BRB, UnB	30%	120.000,00
Federais: GTP/APL	MDIC, APEX, BB, CNI, SEBRAE,	50%	200.000,00
		TOTAL	400.000,00
<b>Caracterização da ação:</b>			
<input type="checkbox"/> promoção do mercado interno		<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado externo	
<input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação		<input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local	
<input checked="" type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> crédito	
<input type="checkbox"/> outra..			
<b>Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)</b>			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	
<b>RESULTADOS ESPERADOS:</b> 4.2.1, 4.2.2; 4.2.4; 4.2.7			
<b>RESULTADOS RELACIONADOS:</b> 3.4.4, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.8			

**TÍTULO: 6.4.2 – Prospecção de mercado**

DESCRIÇÃO: Tem o objetivo de levantamento de mercados potenciais ou que têm espaço para a introdução dos produtos e serviços do DF. Este trabalho deve ser realizado observando, por um lado as características dos nossos produtos e serviços e por outro, a deficiência dos produtos concorrentes ou os espaços não cobertos devidamente.

A prospecção deve informar o tamanho do mercado, os concorrentes existentes, seus pontos fracos, nossas vantagens comparativas, qual o espaço deste mercado que podemos perseguir, com que canais de vendas que poderemos contar, e um esboço preliminar de estratégias a serem adotadas. Normalmente a prospecção é feita para mercados internacionais.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático de marketing e de tecnologia

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR/SINDESEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, FECOMÉRCIO, BRB, BB, PARCEIROS FEDERAIS.

DATA DE INÍCIO: Outubro/2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro/2010

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 Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	30.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMERCIO, BRB,	30%	90.000,00
Federais: GTP/APL	IEL, CNI, MDIC, BB, IPEA, APEX	60%	180.000,00
		TOTAL	300.000,00

**Caracterização da ação:**

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

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1, 4.2.2, 4.2.5; 4.2.7  
 RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.4, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.8

## 6.5 - CERTIFICAÇÕES

<b>TÍTULO: 6.5.1 - Implantar e certificar sistemas de qualidade</b>	
---	--

DESCRIÇÃO: A ação de certificação é essencial para assegurar o processo de inovação e melhoria dos produtos, processos, sistemas, serviços e profissionais de TIC. É uma ferramenta para aumento da competitividade.

A certificação tem, ainda, a vantagem de habilitar empresas, profissionais e produtos ao mercado global de forma a abrir novos mercados.

Desenvolver programas de treinamento, capacitação, consultoria e certificação nas normas, MPS-Br, PMP, ITIL, COBIT, etc, até o final de 2012. 20 empresas serão atendidas.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático de tecnologia e capacitação

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR, SINDESEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, FECOMERCIO, BB, SEBRAE, BRB

DATA DE INÍCIO: Janeiro/ 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro / 2010

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 6.000.000,00

Parceiros Federais : Financeiros

Parceiros Estaduais: Financeiros e Econômicos

Parceiros Locais: Financeiros e Econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	600.000,00
Estaduais	FIBRA, BRB, UNIVERSIDADES	20%	1.200.000,00
Federais: GTP/APL	BB, CNI, IEL, INMETRO, FINEP, SEBRAE, MBC, CEF, CNPq, MCT, BRADESCO	70%	4.200.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>6.000.000,00</b>

### 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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4; 4.2.5

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.3, 3.4.4, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.8

## 6.6 – FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO DE MÃO DE OBRA ESPECIALIZADA

<b>TÍTULO: 6.6.1 – Estabelecer programas específicos, com instituições competentes para formação e capacitação técnica em TIC conforme perfis técnicos demandados pelo mercado.</b>			
DESCRIZAÇÃO: Identificar instituições de formação profissional, levantar as necessidades demandadas pelo mercado quanto à perfis e quantidade. Determinar programas de cursos com cargas horárias, pré-requisitos, tipo de certificação etc. Definir contratos de prestação de serviços, com metas definidas. Estabelecer as metodologias a serem utilizadas durante o programa. Divulgar o programa às empresas.			
COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático de capacitação e tecnologia			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR, SINDSEI, SENAI, SENAC			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, FECOMERCIO, BB, BRB, PARCEIROS FEDERAIS, GDF.			
DATA DE INÍCIO: Janeiro/2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro/2010			
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 1.300.000,00			
Parceiros Federais : Recursos financeiros Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros Parceiros Locais: Recursos econômicos e financeiros			
Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	130.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BB, BRB, GDF, UnB, U. Católica	30%	390.000,00
Federais: GTP/APL	CNI, SENAI, MEC, SEBRAE, BB, IEL, MCT, MTE, CNPq	60%	780.000,00
		TOTAL	1.300.000,00
<b>Caracterização da ação:</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno		<input type="checkbox"/> promoção do mercado externo	
<input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação		<input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local	
<input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> crédito	
<input type="checkbox"/> outra..			
<b>Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)</b>			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.2; 4.2.4; 4.2.5; 4.2.7  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.2, 3.4.4, 3.4.5, 3.4.7

**TÍTULO: 6.6.2 - Desenvolver programa para formação de mestres e doutores em TIC no DF**

**DESCRIÇÃO:** O Brasil leva uma tremenda desvantagem com relação à Índia no aspecto do nº de mestres e doutores no mercado de TIC. A Índia forma 70.000 profissionais em engenharia por ano e têm a maior concentração de mestres e doutores do mundo. Enquanto que o Brasil 15.000 profissionais em TI por ano, nas mais diversas configurações.

A questão de se ter uma base bem sólida respaldada por uma concentração de cérebros e competências tecnológicas, transmite credibilidade, e transforma posições de marketing em realidades palpáveis. Em outras palavras, a capacitação de alto nível aumenta a competitividade.

Estabelecer um programa com as principais entidades de ensino superior que têm competências para cursos de mestrado e doutorado em TIC de forma a acelerar um programa de formação de pessoal ao nível de mestres e doutores, com base nas necessidades atuais e futuras.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** Grupos temáticos de tecnologia e capacitação

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** SINFOR, SINDESEI

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** FIBRA, FECOMERCIO, SEBRAE, BB, BRB, GDF, UNIVERSIDADES

**DATA DE INÍCIO:** março / 2008

**DATA DE TÉRMINO:** dezembro / 2012

**TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:** R\$ 1.000.000,00

Parceiros Federais : Recursos Financeiro  
 Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros  
 Parceiros Locais: Recursos econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	100.000,00
Estaduais	FIBRA, BRB, UnB, U. CATÓLICA, CEUB,	20%	200.000,00
Federais: GTP/APL	CNI, SENAI, MEC, SEBRAE, BB, IEL, MCT, CNPq	70%	700.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1.000.000,00</b>

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.2, 4.2.4; 4.2.5  
**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.2, 3.4.4, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7, 3.4.9

**TÍTULO: 6.6.3 – Capacitação gerencial**

DESCRIÇÃO: As habilidades, conhecimentos e técnicas adquiridas em um programa de capacitação gerencial dirigido à empresários do setor de TIC, fará uma grande diferença na condução dos projetos propostos no PDP, assim como na gestão de suas empresas, contribuindo para a melhoria da competitividade e da sustentabilidade do negócio. As inovações tecnológicas determinam novas formas de abordagem de mercados e de pessoas bem como a própria gestão do conhecimento tem novas abordagens e conceitos de aplicação muito específicos. Desta forma, será desenvolvido um programa de capacitação em gestão, seja em negócios, em tecnologia, em mercados, etc. de forma à dar coerência ao programa proposto e aos níveis de desenvolvimento que se pretende para o APL de TIC.

Pretende –se capacitar 80 gestores no período de três anos.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo Gestor

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa especializada em treinamentos e Capacitação.

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: PARCEIROS ESTADUAIS, LOCAIS E FEDERAIS

DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 1.000.000,00

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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	100.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMÉRCIO, SEBRAE, BB, BRB, U. CATÓLICA, UnB, CEUB	30%	300.000,00
Federais: GTP/APL	CNI, SENAI, IEL, SEBRAE, MDIC	50%	500.000,00
		TOTAL	1.000.000,00

**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 type="checkbox"/> valorização da identidade local
<input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)	<input type="checkbox"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1; 4.2.2; 4.2.7

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1; 3.4.2; 3.4.11

**TÍTULO: 6.6.4 – Desenvolver programa de intercâmbio com Instituições estrangeiras, empresas, centros de tecnologias, promovendo a ida de técnicos do DF ao exterior e a vinda de estagiários ao DF.**

DESCRIÇÃO: Selecionar instituições de reconhecida competência e empresas de classe mundial que se disponham a firmar um programa de intercâmbio tecnológico, para que em cinco anos se possa enviar 50 técnicos ao exterior e receber 50 estagiários no DF. Permanência máxima de 1 ano.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático de tecnologia e capacitação

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR / SINDESEI/ AIESEC

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: FIBRA, FECOMERCIO, BB, BRB, GDF, PARCEIROS FEDERAIS.

DATA DE INÍCIO: agosto /2008

DATA DE TÉRMINO: dezembro 2012

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 500.000,00

Parceiros Federais : Recursos financeiros

Parceiros Estaduais: Recursos econômicos e financeiros

Parceiros Locais: Recursos econômicos

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	15%	75.000,00
Estaduais	FIBRA, BRB, AIESEC, UnB	25%	125.000,00
Federais: GTP/APL	MDIC, APEX, CNI, BB, IEL, MEC, MTE, BB, CNPq, SENAI		300.000,00
		TOTAL	500.000,00

**Caracterização da ação:**

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

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.2, 4.2.4; 4.2.5; 4.2.7

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.2, 3.4.4, 3.4.5, 3.4.8

## 6.7 – SHOW ROOM PERMANENTE DE TIC

<b>TÍTULO: 6.7.1 – Implantar um Show Room permanente.</b>			
<p>DESCRIÇÃO: Implantar em uma área de alta circulação de pessoas, de fácil acesso, um show room permanente dos produtos do APL de TIC do DF, como forma de divulgação, atração de negócios, divulgação da indústria de TIC do DF e sua diversidade, mostrar a capacidade de realização e de abastecimento do mercado do DF, informar eventos, atividades, formar parcerias com escolas e empresas, promover inclusão digital, etc.</p>			
COORDENADOR DA AÇÃO: SINFOR / SIDSEI			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: GRUPOS TEMÁTICOS EM TECNOLOGIA E MERCADO E IMAGEM			
ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: PARCEIROS ESTADUAIS E PARCEIROS FEDERAIS			
DATA DE INÍCIO: Dezembro / 2008			
DATA DE TÉRMINO: Dezembro / 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			
Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	20.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, BRB, Secr. Turismo	30%	60.000,00
Federais: GTP/APL	BB, MDIC, IEL, CNI, SEBRAE, CEF, Mtur. APEX	60%	120.000,00
		TOTAL	200.000,00
<b>Caracterização da ação:</b>			
<input checked="" type="checkbox"/> promoção do mercado interno		<input type="checkbox"/> promoção do mercado externo	
<input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação		<input checked="" type="checkbox"/> valorização da identidade local	
<input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)		<input type="checkbox"/> crédito	
<input type="checkbox"/> outra..			
<b>Posicionamento da Instituição com relação à ação: Justifique (GTT)</b>			
Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail	

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1, 4.2.5, 4.2.5; 4.2.7

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.1, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.7

## 6.8 – COACHING

**TÍTULO: 6.8.1 – Coaching Empresarial**

**DESCRIÇÃO:** Avaliação e acompanhamento de comportamento, ações de planejamento, implantação e execução do planejamento, etc. Trata-se de um programa de apoio aos pequenos empresários e tem a finalidade de orientar na implantação de programas de melhoria propostos pelo grupo gestor do APL. O objetivo é assegurar a forma correta da implementação e do entendimento dos resultados obtidos, seu alcance e desdobramentos.

Um grupo deverá percorrer todas as empresas do APL onde haja algum programa sendo implantado para avaliar se os resultados estão sendo atingidos, quais os problemas encontrados, e implementar correções para o atingimento dos objetivos propostos.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** Grupos temáticos de tecnologia, capacitação e mercado

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** SINFOR/ SINDESEI

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** PARCEIROS ESTADUAIS E FEDERAIS

**DATA DE INÍCIO:** outubro / 2008

**DATA DE TÉRMINO:** dezembro / 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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	40.000,00
Estaduais	SEBRAE, FIBRA, FECOMERCIO, U. Católica, UnB	30%	120.000,00
Federais: GTP/APL	SEBRAE, SENAI, MDIC, IEL, CNI	60%	240.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>400.000,00</b>

**Caracterização da ação:**

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

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3; 4.3.4; 4.2.6; 4.2.7

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.1, 3.4.5, 3.4.6, 3.4.8

## 6.9 – PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

<b>TÍTULO: 6.9.1 – Desenvolver Programa permanente de associativismo e cooperação</b>	
---	--

DESCRIÇÃO: Desenvolver uma metodologia de trabalho de forma a manter a questão do associativismo constantemente viva, disseminar a cultura do associativismo, ampliar o processo de cooperação. Esta ação deverá se tornar uma bandeira do APL. As atividades deverão ser desenvolvidas em todas as oportunidades e veículos do APL. A mensagem deve ser sempre lembrada e destacada nos pronunciamentos e nos documentos. Espera-se que esta ação venha mudar, a longo prazo, o conceito e a atitude de muitos empresários que hoje não participam ou são omissos às atividades do segmento e principalmente do APL. É uma forma de integração e fortalecimento do arranjo.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo temático em Mercado e Imagem

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SINFOR/SINDSEI

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: PARCEIROS ESTADUAIS, LOCAIS E FEDERAIS

DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2009

DATA DE TÉRMINO: Dezembro 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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	20%	40.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMÉRCIO, SEBRAE, BRB, SESI	30%	60.000,00
Federais: GTP/APL	SEBRAE, CNI, BB, CEF	50%	100.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>200.000,00</b>

### 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 type="checkbox"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra..	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1; 4.2.5; 4.2.6

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1; 3.4.5; 3.4.9

## 6.10 – PROCESSO DE GESTÃO/AVALIAÇÃO/MONITORAMENTO DO PDP

<b>TÍTULO: 6.10.1 – Implantação de Gerência Executiva para o PDP</b>	
--	--

DESCRIÇÃO: O Plano de Desenvolvimento Preliminar, PDP, dada a sua importância e grau de interferência nos processos de interação do APL, complexidade dos projetos propostos, volume de recursos que se destinará e os resultados esperados, terá, necessariamente, que contar com uma gestão muito competente e atuante. Os resultados esperados, apontam para a configuração de um APL de TIC, mais profissional do que é atualmente, com maior interação e cooperação entre si, com resultados operacionais mais significativos, presença internacional, e, ganho tecnológico expressivo, fazendo com que Brasília saia do papel de fornecedora de produtos e serviços, para desenvolvedora e promotora de tecnologias inovadoras. A gestão do PDP durante os cinco anos de sua vigência terá que ser feita em tempo integral, de forma profissional, não deixando para os empresários esta tarefa, mesmo porque, gestão deste PDP, irá requerer uma demanda e dedicação de tempo, certamente não disponível para os empresários.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo Gestor

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: ESCRITÓRIO DE PROJETOS E GESTÃO

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: PARCEIROS ESTADUAIS, LOCAIS E FEDERAIS

DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2012

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 700.000,00

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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	70%	280.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMÉRCIO, SEBRAE, BRB	30%	120.000,00
		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"/> crédito
<input checked="" type="checkbox"/> outra.. <b>Controle/Avaliação/ Acompanhamento</b>	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1 até 4.2.7

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1; até 3.4.11

## 6.11 – Parque Capital Digital

**TÍTULO: 6.11.1 – Estudo de viabilidade técnica e econômica para micro e pequenas empresas se instalarem no PCD.**

**DESCRIÇÃO:** Ninguém nega a importância para o Distrito Federal e para o setor de TI do Parque Capital Digital. Os avanços e as oportunidades que a sua implantação deverão gerar são inegáveis e se espera que todos sejam beneficiados. Para que possamos decodificar o que seria a implantação de uma empresa do APL de TIC no PCD, temos que desenvolver um estudo que avalie as condições em que esta ação possa se dar. Assim, um estudo de viabilidade técnica e econômica para que pequenas e médias empresas se instalem no PCD é fundamental para se definir os parâmetros para implantação viável. Desta forma, quando o PCD estiver aceitando propostas para instalação de empresas, o APL já terá uma posição definida e as orientações para as empresas que se interessarem.

**COORDENADOR DA AÇÃO:** Grupo Gestor

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO:** EMPRESA DE CONSULTORIA ESPECIALIZADA

**ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA:** PARCEIROS ESTADUAIS, LOCAIS E FEDERAIS

**DATA DE INÍCIO:** Janeiro 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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:

Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	40.000,00
Estaduais	FIBRA, SEBRAE, BRB, UnB, UC, CEUB	30%	120.000,00
Federais: GTP/APL	IEL, IPEA, CNI, SEBRAE, MCT, FINEP	50%	200.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>400.000,00</b>

**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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

**RESULTADOS ESPERADOS:** 4.2.1; 4.2.2; 4.2.6

**RESULTADOS RELACIONADOS:** 3.4.1; 3.4.7; 3.4.8

## 6.12 – NÚCLEO DE LOCALIZAÇÃO DE SOFTWARE

<b>TÍTULO: 6.12.1 – Implantar e operacionalizar um núcleo de localização de software</b>	
--	--

DESCRIÇÃO: As pequenas empresas têm dificuldades que muitas vezes são de fácil solução. Outras, de solução complexa e que demanda recursos, na maioria das vezes, não disponíveis. Um núcleo de localização de software,(NLSW), seria uma saída para as pequenas empresas que desejam atingir mercados externos como opção de diversificação e como saída para, a, cada dia mais complexa, legislação para se atender o governo. Desta forma, empresas que têm competências no desenvolvimento de SW, poderiam se habilitar à outros mercados utilizando o NLSW à custos razoáveis, aumentando a sua competitividade e a sustentabilidade de sua empresa e dos empregos e renda que gera.

COORDENADOR DA AÇÃO: Grupo tempatico de Tecnologia e Inovação

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: EMPRESA DE CONSULTORIA ESPECIALIZADA

ENTIDADE RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: PARCEIROS ESTADUAIS, LOCAIS E FEDERAIS

DATA DE INÍCIO: Janeiro de 2008

DATA DE TÉRMINO: Dezembro de 2008

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 970.000,00

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

Recursos Financeiros e Econômicos Período:			
Parceiros		Percentual	Valor R\$
Locais	Empresários	10%	97.000,00
Estaduais	FIBRA, FECOMÉRCIO, SEBRAE, BRB	30%	290.000,00
Federais: GTP/APL	CNI, SEBRAE, MDIC, APEX, BB, FINEP, CEF	50%	485.000,00
		TOTAL	970.000,00

### 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"/> crédito
<input type="checkbox"/> outra	

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

Instituição/ Nome do Técnico	Telefone	E-mail

RESULTADOS ESPERADOS: 4.2.1; 4.2.2; 4.2.4

RESULTADOS RELACIONADOS: 3.4.1; 3.4.4; 3.4.5; 3.4.6; 3.4.8

## 7 - GESTÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

### GESTÃO

Foi definido um fórum de desenvolvimento para o segmento de TIC que contará com cinco grupos da seguinte forma:

- Grupo Gestor do Plano de desenvolvimento do APL
- Grupo Temático em Tecnologia / Inovação
- Grupo Temático Econômico / Financeiro
- Grupo Temático em Capacitação / Formação
- Grupo Temático em Mercado / Divulgação
- Grupo Temático em Desenvolvimento Social/Inclusão Digital

As ações a serem desenvolvidas, relativas ao Plano de Desenvolvimento, 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 e que se disponibilizaram à trabalhar em forma de rodízio com mandato de um ano, de forma que o monitoramento e avaliação das ações estarão em boas mãos.

Apenas o Grupo gestor não deverá ser mudado, este acompanhará o projeto até o seu final.

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, como deve ser, será composto por pessoas que, de forma notória, vêm liderando o processo de estruturação do APL já há muito tempo e detém um volume de conhecimentos do segmento e dos atores no processo de desenvolvimento

O plano de desenvolvimento do APL de Tecnologia da Informação e Telecomunicações do Distrito Federal, terá um gestor que é o Sr. Ricardo Masstalerz, empresário e diretor do SINFOR, Sindicato da Indústria de Informática do Distrito Federal.

Ele será assessorado pelos componentes dos grupos temáticos, descrito no item GESTÃO deste documento.

As decisões deverão ser tomadas sempre informando a governança do APL, em reuniões periódicas que acontecerão à cada mês.

Deverá ser desenvolvido um caderno de atribuições com os projetos específicos para cada grupo temático, que por sua vez deverá criar os seus mecanismos de acompanhamento e avaliação.

Os relatórios serão mensais, e deverão ser comentados e avaliados pelo grupo gestor e por toda a governança.

As correções de rotas deverão ser decididas pelo grupo gestor sempre que se observar algum problema e informadas à tempo aos responsáveis para as providências cabíveis.

À cada mês, deverá ser realizada uma reunião geral de avaliação do andamento dos projetos, os objetivos atingidos, os problemas encontrados, os possíveis gargalos que ainda poderão ocorrer, deverá ser elaborado um plano de ações com datas e responsáveis pela implementação.

## **8 - ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO**

Plano de Desenvolvimento será inserido em um sistema de informações gerenciais, de forma que se possa acompanhar o desenvolvimento das ações seus resultados a devida mensuração dos benefícios gerados para as empresas participantes.

Para um acompanhamento eficiente, deverão ser elaborados relatórios mensais pelos grupos temáticos relatando a situação relativa à seus respectivos projetos.

Estes relatórios serão enviados primeiramente ao grupo gestor que fará uma síntese dos problemas encontrados, resultados obtidos além de outras observações pertinentes ao bom andamento do PDP.

Estas observações, sugestões, e outras intervenções serão apresentadas à governança, em reuniões mensais com avaliação crítica de cada ponto levantado, análise de sugestões e soluções propostas, designação de responsabilidades e prazo para implementação das ações propostas.

O PDP, poderá ter um coordenador técnico profissional que se dedicará em tempo adequado ao acompanhamento e orientação aos projetos e à dinâmica operacional e estratégica do Plano.

Este profissional deverá estar atento à toda e qualquer movimentação dentro do APL, de forma a entender e interpretar os resultados e desdobramentos que poderão vir a ocorrer.

**9 – PRIORIZAÇÃO DAS AÇÕES DO APL DE TECNOLOGIA DA  
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL**

**9.1 – Ações de curto prazo – Início de 2008 até final de 2009**

	<b>AÇÃO</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>VALOR</b>
<b>1</b>	<b>6.1.1 - Desenvolver um programa de marketing institucional</b>	<b>Janeiro/2008 Janeiro/2009</b>	<b>Grupo temático em mercado e grupo temático econômico e financeiro</b>	<b>2.000.000,00</b>
<b>2</b>	<b>6.3.1 - Avaliação da atualidade ou obsolescência dos produtos de TIC, oferecidos pelas empresas do DF</b>	<b>Março/2008 Junho 2008</b>	<b>Grupo temático em tecnologia e inovação e grupo temático em mercado</b>	<b>200.000,00</b>
<b>3</b>	<b>6.1.3 - Implantação de Informações Competitivas</b>	<b>Março/2008 Março/2009</b>	<b>Grupo temático em mercado e divulgação</b>	<b>600.000,00</b>
<b>4</b>	<b>6.1.2 - Criar e implantar um periódico de TIC no DF</b>	<b>Janeiro/2008 Março/2009</b>	<b>Grupo temático em mercado e divulgação</b>	<b>600.000,00</b>
<b>5</b>	<b>6.7.1 - Implantação de um Show Room permanente</b>	<b>Janeiro/2008 Dezembro/2008</b>	<b>Grupo temático em mercado e divulgação e grupo temático em tecnologia e inovação</b>	<b>200.000,00</b>
<b>6</b>	<b>6.11.1 - Estudo de viabilidade Técnica e econômica</b>	<b>Janeiro/2008 Julho/2008</b>	<b>Grupo temático em divulgação e mercado</b>	<b>400.000,00</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>4.000.000,00</b>

## 9.2 – Ações de médio prazo – Início de 2008 até final de 2010

	<b>AÇÃO</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>VALOR</b>
1	6.4.1 - Programa de sensibilização e informação sobre mercado externo e procedimentos de exportação.	Outubro/2008 Dezembro/2010	Grupos temáticos de mercado/divulgação, e econômico/financeiro	400.000,00
2	6.6.1 - Formação e Capacitação de mão de obra especializada.	Janeiro/2008 Dezembro/2010	Grupo temático de capacitação e formação	1.300.000,00
3	6.5.1 - Implantação e certificação sistemas de qualidade	Janeiro/2008 Dezembro/2010	Grupo temático em tecnologia e inovação	6.000.000,00
4	6.4.2 - Prospecção de mercado	Janeiro/2008 Fevereiro/2010	Grupo temático em mercado/divulgação e Grupo temático econômico/financeiro	300.000,00
5	6.3.2 - Desenvolver um programa benchmarking nacional e internacional	Março/2008 Dezembro/2010	Grupo temático em mercado/divulgação e Grupo temático econômico/financeiro	800.000,00
6	6.3.3 - Criação de uma central de negócios	Novembro/2008 Dezembro/2010	Grupo temático de mercado e Grupo temático econômico/financeiro	1.100.000,00
7	6.2.3 - Promover uma feira Internacional	Maio/2009 Maio/2011	Grupos temáticos em mercado/tecnologia e inovação e econômico/financeiro	1.800.000,00
	<b>TOTAL</b>			<b>11.700.000,00</b>

### 9.3 – Ações de longo prazo – Início de 2008 a final de 2012

	<b>AÇÃO</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>	<b>VALOR</b>
1	6.2.1 - Implantação de um centro tecnologia de TIC no DF	Agosto/2008 Agosto/2012	Grupo temático de tecnologia/ inovação; Grupo temático de capacitação/ formação; Grupo temático econômico/financeiro	8.000.000,00
2	6.6.2 - Desenvolver programa de formação de mestres e doutores em TIC no DF	Março/2008 Dezembro/2012	Grupo temático de capacitação e formação ; Grupo temático de tecnologia/ inovação	1.000.000,00
3	6.6.4 - Desenvolver programa de intercâmbio tecnológico internacional	Janeiro/2008 Dezembro/2010	Grupo temático de mercado/divulgação e Grupo temático de tecnologia/ inovação	500.000,00
4	6.3.4 - Participação em feiras e eventos nacionais e internacionais como expositores e apresentadores de trabalhos	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Grupo temático de Tecnologia/ inovação e Grupo temático de mercado/divulgação	2.100.000,00
5	6.2.2 - Promover seminários nacionais e internacionais	Março/2008 Dezembro/2012	Grupo temático de Tecnologia/ inovação e Grupo temático de mercado/divulgação	2.000.000,00
6	6.6.3 Capacitação Gerencial	Março/2008 Dezembro/2012	Grupo temático de Capacitação/ formação	1.000.000,00
7	6.8.1 - Coaching	Dezembro/2008 Dezembro/2012	Grupo temático de mercado/divulgação e Grupo temático de tecnologia/ inovação	400.000,00
8	6.10.1 - Gestão executiva do PDP	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Grupo Gestor	700.000,00
9	6.9.1 - Programa permanente de associativismo e cooperação	Janeiro/2009 Dezembro/2012	Grupo temático econômico/financeiro	200.000,00
10	6.12.1 – Núcleo de localização de software	Janeiro/2008 Dezembro/2012	Grupo temático Tecnologia/ Inovação	970.000,00
	<b>TOTAL</b>			<b>16.870.000,00</b>

**10 – RESUMO DOS CUSTOS PREVISTOS PARA O PDD/TIC DO DISTRITO FEDERAL**

**Ações de curto prazo : R\$ 4.000.000,00**

**Ações de médio prazo: R\$ 11.700.000,00**

**Ações de longo prazo: R\$ 16.870.000,00**

**TOTAL: R\$ 32.570.000,00**

**11 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE CURTO PRAZO**

<b>AÇÕES</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>TOTAL</b>
<b>6.1.1 - Programa de marketing Institucional</b>	<b>1.000.000,00</b>	<b>1.000.000,00</b>				<b>2.000.000,00</b>
<b>6.3.1 - Avaliação da atualidade ou obsolescência</b>	<b>200.000,00</b>					<b>200.000,00</b>
<b>6.1.3 - Implantação de Central de Informações competitivas</b>	<b>300.000,00</b>	<b>300.000,00</b>				<b>600.000,00</b>
<b>6.1.2 - Criar e Implantar um periódico</b>	<b>300.000,00</b>	<b>300.000,00</b>				<b>600.000,00</b>
<b>6.7.1 - Implantação de um Show Room Permanente</b>	<b>100.000,00</b>	<b>100.000,00</b>				<b>200.000,00</b>
<b>6.11.1 – Estudo de viabilidade técnica e econômica</b>	<b>400.000,00</b>					<b>400.000,00</b>
<b>SUBTOTAL 1</b>	<b>2.300.000,00</b>	<b>1.700.000,00</b>				<b>4.000.000,00</b>

## 12 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE MÉDIO PRAZO

AÇÕES	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
6.4.1- Sensibilização e informação sobre mercado externo	100.000,00	100.000,00	200.000,00			400.000,00
6.6.1 - Formação e capacitação de mão de obra	300.000,00	500.000,00	500.000,00			1.300.000,00
6.5.1 - Implantação e certificação de sistemas de qualidade	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00			6.000.000,00
6.4.2 - Prospecção de mercado	100.000,00	100.000,00	100.000,00			300.000,00
6.3.2 - Benchmarking nacional e internacional	200.000,00	400.000,00	200.000,00			800.000,00
6.3.3 - Criação de central de negócios	300.000,00	400.000,00	400.000,00			1.100.000,00
6.3.4 - Promover feira internacional		500.000,00	500.000,00	800.000,00		1.800.000,00
<b>SUBTOTAL 2</b>	<b>3.000.000,00</b>	<b>4.000.000,00</b>	<b>3.900.000,00</b>	<b>800.000,00</b>		<b>11.700.000,00</b>

### 13 – CRONOGRAMA DAS AÇÕES DE LONGO PRAZO

AÇÕES	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
6.2.1 - Implantar um centro de tecnologia de TIC no DF	500.000,00	1.500.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	8.000.000,00
6.2.2 - Desenvolver programa de formação de mestres e doutores no DF	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	1.000.000,00
6.6.4 -Programa de intercâmbio tecnológico internacional	100.000,00	150.000,00	250.000,00			500.000,00
6.3.4 - Participação em feiras e eventos internacionais como expositores	400.000,00	500.000,00	600.000,00	400.000,00	200.000,00	2.100.000,00
6.2.2 - Promover seminários nacionais e internacionais	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	400.000,00	2.000.000,00
6.6.3 – Capacitação gerencial	150.000,00	200.000,00	300.000,00	250.000,00	100.000,00	1.000.000,00
6.8.1 – Coaching	50.000,00	50.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	400.000,00
6.10.1 – Gestão Executiva do PDP	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	700.000,00
6.9.1 - Programa de associativismo e cooperação		25.000,00	75.000,00	50.000,00	50.000,00	200.000,00
6.12.1 – Núcleo de localização de software	300.000,00	220.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	970.000,00
<b>SUB TOTAL 3</b>	<b>2.240.000,00</b>	<b>3.435.000,00</b>	<b>4.215.000,00</b>	<b>3.640.000,00</b>	<b>3.340.000,00</b>	<b>16.870.000,00</b>

#### 14 – DISPONIBILIDADE DE RECURSOS EM BASE ANUAL

RECURSOS	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
CURTO PRAZO	2.300.000,00	1.700.000,00				4.000.000,00
MÉDIO PRAZO	3.000.000,00	4.000.000,00	3.900.000,00	800.000,00		11.700.000,00
LONGO PRAZO	2.470.000,00	3.435.000,00	4.215.000,00	3.640.000,00	3.340.000,00	16.870.000,00
TOTAL	7.240.000,00	8.915.000,00	7.965.000,00	4.290.000,00	3.190.000,00	32.570.000,00

#### 15 - PARTICIPAÇÃO POR PARCEIRO

**Empresários:** CR\$ 2.917.000,00 - 8,96%

**Parceiros Locais:** CR\$ 10.850.000,00 - 33,31%

**Parceiros Federais:** CR\$ 18.802.000,00 - 57,72%

**TOTAL:** CR\$ 32.570.000,00

## MEMÓRIA DE CÁLCULO DAS AÇÕES DO PDP DO APL DE TIC DO DF

### **Ação 6.1.1 Desenvolver um programa de marketing institucional**

**Descrição:** Elaborar um plano de marketing, que contemple o desenvolvimento do mercado local, nos aspectos da divulgação institucional e comercial dos produtos e serviços do DF, suas qualidades, competências, resultados alcançados e pontos fortes. O alcance deverá ser nacional e dirigido à empresas privadas e governo. Deverá ser desenvolvido ainda uma versão visando o mercado externo em Inglês, espanhol, chinês e árabe.

Descrição	Quant.	Unid.	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
2008 – Estudo; elaboração; desenvolvimento de estratégias, lançamento.	1	projeto		300.000,00
2009 – Sustentação, Programa de marketing interno no DF e Região	1	projeto		400.000,00
2010 – Programa de lançamento internacional dos produtos do APL de TIC	1	projeto		500.000,00
2011 – Atualização, sustentação local, regional, lançamento nacional e sustentação internacional.	1	projeto		500.000,00
2012 – Sustentação local, regional, nacional e internacional	1	projeto		300.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.000.000,00</b>

### **Ação 6.1.2 Criar e implantar um periódico no segmento de TIC**

**Descrição:** Desenvolver um projeto para implantação de um informativo semanal ou mensal, que seja dinâmico, que fuja dos padrões dos diversos jornais setoriais. Que tenha conteúdo e seja atrativo, informativo e formativo. Este projeto tem que ser inovador, por isso, não pode ser planejado de forma doméstica e nem de improviso. Terá que ter um tratamento jornalístico e ser fator de integração entre as empresas e entre estas e fornecedores, universidades, etc.

Devem ser definidos metodologias de alimentação, projeto de diagramação e de distribuição.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Salários e encargos por 65 salários	2	funcionários	5.100,00	330.000,00
Aluguel de espaço	1	contrato	500,00	30.000,00
Serviços de Impressão Gráfica	1	contrato	4.000,00	240.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>600.000,00</b>

### **Ação 6.1.3 Implantação de uma central de informações competitivas**

**Descrição:** Uma das maiores carências dos empresários e uma das maiores armas de inserção comercial e industrial é a informação. Através da informação se planeja investimentos, define-se estratégias, etc. Sem a informação perde-se competitividade, mercados, oportunidades, etc.

A central de informação em Marketing, terá o objetivo de prestar um serviço, hoje indisponível às PME's, de informação de mercado que é de fácil obtenção para as grandes empresas mas caro e raro para as pequenas. Assim, deverá ser um fator de integração pois muitas atividades poderão se viabilizar de forma cooperativa. Será ainda, fator de ganho de competitividade. O projeto deverá ser desenvolvido por especialista em informação, banco de dados, respostas técnicas, etc. as informações poderão ser disponibilizadas via internet na forma de, boletins, relatórios, dossiês, ou tudo isso impresso, etc.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Estrutura de informática e telecomunicações, 2 micros, periféricos, softwares, 2 impressoras, assinaturas de jornais, revistas, bases de dados.		Equipamentos, revistas, jornais, boletins e diagnósticos		200.000,00
Custos de duas pessoas por dois anos (3500,00 x 1,70x 2 x 26)		Salários e encargos	11.900,00	309.000,00
Material de consumo				30.000,00
Espaço físico da central (1.000,00 x 60 meses)		aluguel	1.000,00	60.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>599.000,00</b>

### **Ação 6.2.1 Implantação de um centro de tecnologia em TIC no DF**

**Descrição:** Temos que desenvolver estruturas de apoio e desenvolvimento de forma a dar às PME's o suporte necessário e suficiente para que elas não desapareçam e que possam subsistir e serem competitivas. A implantação do Centro de Desenvolvimento Tecnológico em Tecnologia da Informação e Telecomunicações, CDT-TIC/DF, deverá ser uma unidade de alta competência com capacidade para desenvolver, pesquisar, testar, certificar, e capacitar; produtos, sistemas, pessoas, etc. voltado, não só, mas principalmente, às pequenas e médias empresas, que não têm atualmente apoio formal, estruturado e eficaz. O CDT-TIC, deverá contar com equipe própria, compostas de engenheiros, mestres e doutores, especialistas, bem como equipamentos, instalações, enfim, tudo o que é necessário para que se caracterize um Centro de Tecnologia. Estas ações poderão ser desenvolvidas em parceria com universidades, SENAI, empresas multinacionais fornecedoras, etc.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Equipamentos, Máquinas, testes, Laboratórios, softwares,				2.500.000,00
Elaboração de Projeto de construção, instalações elétrica, hidráulica, lógica, etc.		Projeto		200.000,00
Espaço para funcionamento		Aluguel	10.000,00	600.000,00
Manutenção; reparos, limpeza, segurança		contratos	50.000,00	250.000,00
Custo de técnicos de nível superior	5	salários	12.000,00	3.900.000,00
Custo de técnicos de nível médio	3	salários	2.000,00	390.000,00
Custo de funcionários, aux. e secretarias	3	salários	850,00	165.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>8.000.000,00</b>

### **Ação 6.2.2 Promover seminários nacionais e internacionais**

**Descrição:** A promoção de eventos e seminários técnicos e de marketing nacionais e internacionais é uma forma de demonstrar ao segmento de TIC do DF a preocupação com a atualização com vistas à competitividade local e internacional e a possibilidade de comparação com outros centros. Deverão ser promovidos eventos como: seminários técnicos, palestras de especialistas, workshops, encontros, etc. **Pelo menos 10 eventos até 2012.** Necessariamente, deverá estar presente em cada um destes eventos, pelo menos uma expressão internacional ou nacional de sabida expertise no campo de TIC.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
8 Especialistas Internacionais	4	Diárias	800,00	25.600,00
	8	Passagens Intl.	5.000,00	40.000,00
	8	Consultoria	50.000,00	400.000,00
10 Especialistas Brasileiros	2	Diárias	400,00	8.000,00
	10	Passagens Nac.	1.500,00	15.000,00
	10	Consultorias	20.000,00	200.000,00
Aluguel de Espaço	10	Aluguel	30.000,00	300.000,00
Empresa organizadora de eventos	10	Contrato	50.000,00	500.000,00
Material de divulgação	10	Contrato	40.000,00	400.000,00
Pessoal para organização/segurança	10	Contrato	10.000,00	100.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.988.600,00</b>

### **Ação 6.2.3 Promover feira internacional**

**Descrição:** Realizar em Brasília, duas feiras internacionais de mostra de produtos e serviços, contemplando eventos paralelos como, rodadas de negócios e cursos / treinamentos, demonstrações de produtos. A feira deverá acontecer no centro de convenções, ter padrão de conforto internacional, serviço de tradução. O evento deverá ser divulgado nacional e internacionalmente para os países do Mercosul e toda a América Latina e Caribe. Envolver profundamente as embaixadas, seus adidos culturais e comerciais.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Aluguel de espaço	2	Contrato	30.000,00	60.000,00
Empresa organizadora de eventos	2	Contrato	50.000,00	100.000,00
Pessoal p/organização e segurança	2	Contrato	10.000,00	20.000,00
Material de divulgação/campanha public./veiculação	2	Contrato	300.000,00	600.000,00
Personalidades	5	palestras	10.000,00	50.000,00
	20	diárias	500,00	10.000,00
Instalação/stands/decoração/pessoal de recepção, banners, folders, e tc.	2		450.000,00	900.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.780.000,00</b>

**Ação 6.3.1 Avaliação da atualidade e / ou obsolescência dos produtos e serviços de TIC oferecidos pelas empresas do DF**

**Descrição:** Realização de um diagnóstico segmentado nas áreas de serviços e produtos, de forma a avaliar qual é o nível atual de competitividade da indústria de TIC do DF, frente à concorrência atual, aos novos entrantes, e a possibilidade de abrir novos mercados. Definição das estratégias para atualização. Esta pesquisa deverá ser focada principalmente nas pequenas empresas, que são as que mais necessitam de orientação para sobreviver. O relatório da pesquisa, deverá orientar estratégias e ações no sentido de implementar um programa de atualização tecnológica e inovação.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Diagnóstico setorial tecnológico	1	Pesquisa	50.000,00	50.000,00
Consultoria para: preparação de questionário, avaliação dos resultados, apresentação e elaboração de estratégias.	1	Projeto	150.000,00	150.000,00
<b>TOTAL</b>				200.000,00

**Ação 6.3.2 Desenvolver programa de benchmarking, nacional e internacional**

**Descrição:** Atividade que deve ser mantida como permanente. Deverá ser definido um grupo, que poderá ser composto por alguns dos integrantes dos grupos temáticos de tecnologia e de mercado. Este grupo deverá atuar com uma visão prospectiva do que acontece no segmento de TIC, no Brasil e no mundo. Deverão se programadas visitas à empresas, feiras, congressos, avaliar novas tecnologias, tendências, etc. O objetivo é manter a competitividade e a atualidade dos produtos e serviços do DF. Este grupo deverá adquirir alguns produtos, se for o caso. Deverá ainda, se capacitar em novas tecnologias e inovações, de forma a multiplicar no DF o que se observou em outros centros. Deverá se desenvolvida uma metodologia de divulgação e internalização de novas tecnologias e/ ou processos, etc.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Benchmarking Nacional, 4 vezes por ano para duas pessoas durante quatro dias.	40	Passagens Nac.	1.500,00	60.000,00
	160	Diárias	400,00	64.000,00
Compra de material técnico nacional				20.000,00
Benchmarking Internacional, 4 vezes por ano, para duas pessoas durante seis dias.	40	Passagens Intl.	3.500,00	140.000,00
	240	Diárias	800,00	192.000,00
Material de divulgação, Apresentação de resultados	20	viagens	9.000,00	180.000,00
Aquisição de material técnico Internacional				100.000,00
Tradução				40.000,00
<b>TOTAL</b>				796.000,00

**Ação 6.3.3 Criação de uma central de negócios**

**Descrição:** A Central de negócios tem como objetivo, viabilizar negócios para as empresas que, de forma isolada, não tem condições de se habilitar devido ao seu tamanho, escala de produção, capital, etc.

Na central de negócios, seriam viabilizadas compras cooperativas e desenvolvimento de projetos em parceria. A produção passaria à uma escala maior e os custos se reduziriam. O produto final teria uma marca comum, que deverá ser registrada em nome de um consórcio, ou uma sociedade.

Esta central de negócios deverá ter uma personalidade jurídica e estar habilitada às licitações do governo. A coordenação deverá ser uma função dos sindicatos, SINFOR e SINDESEI, a manutenção deverá ser de responsabilidade dos empresários com auxílio dos parceiros.

Esta central deverá orientar e informar quanto às licitações, concorrências, mapas de resultados, análise e comentários dos resultados. A central deverá ainda, divulgar lançamentos de produtos no mercado de TIC e comentar. As análises e comentários bem como orientações, deverão ser responsabilidade dos comitês temáticos de tecnologia e mercado

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Espaço por cinco anos. 12x 5 = 60	60	Aluguel	1.000,00	60.000,00
Compra de Equipamento/ mobiliário				60.000,00
Material de consumo p/cinco anos				50.000,00
Manutenção				50.000,00
Mão de obra especializada	130	Salário	3.400,00	442.000,00
Consultoria em metodologia de gestão, compras, projetos cooperativos, tributação, custos, etc.	10	contrato	30.000,00	300.000,00
Eventos de divulgação/ sensibilização/ treinamentos/capacitação e recepção de missões comerciais	10		14.000,00	140.000,00
<b>TOTAL</b>				1.102.000,00

#### **Ação 6.3.4 Participação em feiras nacionais e internacionais como expositor.**

**Descrição:** Marcar presença e realizar contatos e contratos comerciais em feiras nacionais e internacionais, utilizando-se como base de apoio e estrutura, "stands" para apresentação de produtos, local para reuniões, possibilidades de apresentações multi- mídias.

As feiras nacionais têm um caráter de ganhar market share no mercado interno, as internacionais, de divulgar o nome e os produtos do DF com foco institucional e de mercado.

A participação em feiras deve ser precedida de um trabalho muito cuidadoso de marketing antes do acontecimento do evento. Quando o evento iniciar, já devem haver encontros e reuniões agendadas, propostas enviadas, etc., de forma a criar uma massa crítica de negócios e dinamismo no "stand".

**Obs. Participar de duas feiras por ano. Uma nacional e uma internacional.**

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Aluguel de espaço. 9m <sup>2</sup> /stand/feira x 5 feiras x 4 empresas. FEIRA NACIONAL	180	m <sup>2</sup>	400,00	72.000,00
Participação de empresários/ 4 empresas x 5 vezes, durante 4 dias	20	Passagens nac.	1.500,00	30.000,00
	80	Diárias	400,00	32.000,00
Material promocional	20	Impressos/ demos	20.000,00	400.000,00
Aluguel de espaço. 9m <sup>2</sup> x 5 feirasx 4 empresas.	180	m <sup>2</sup>	800,00	144.000,00

FEIRA INTERNACIONAL				
Participação de empresários/4 empresas/5 vezes, durante 8 dias.	20	Passagens intl.	3.500,00	70.000,00
	160	Diárias	800,00	128.000,00
Material promocional	20	Impressos/Demos	50.000,00	1.000.000,00
Tradução/ taxas/outros custos.	20		10.000,00	200.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.076.000,00</b>

**Ação 6.4.1 Programa de sensibilização/ informação sobre o mercado externo/ procedim. de exportação.**

Descrição: Este programa visa criar exportadores. O objetivo é desenvolver o interesse quanto às exportações, informar sobre a realidade e características dos mercados internacionais, procedimentos de vendas, abordagens de clientes, detalhes de competências pessoais, características de produtos e serviços. O programa deverá ser desenvolvido pelos grupos temáticos de marketing e econômico financeiro em conjunto com consultoria especializada. Os empresários que estiverem interessados, que tiverem produtos em condições de competir internacionalmente, ou com potencial para isso, deverão fazer parte de alguma atividade no exterior, como feiras ou viagens de prospecção.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Cursos para cap. em mercado externo. Duas turmas/ano, com 10 participantes/dois anos.	4.800	h/t	75,00	360.000,00
Material de consumo e de apoio				40.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>400.000,00</b>

**Ação 6.4.2 Prospecção de mercado**

Descrição: Tem o objetivo de levantamento de mercados potenciais ou que têm espaço para a introdução dos produtos e serviços do DF. Este trabalho deve ser realizado observando, por um lado as características dos nossos produtos e serviços e por outro, a deficiência dos produtos concorrentes ou os espaços não cobertos devidamente. A prospecção deve informar o tamanho do mercado, os concorrentes existentes, seus pontos fracos, nossas vantagens comparativas, qual o espaço deste mercado que podemos perseguir, com que canais de vendas que poderemos contar, e um esboço preliminar de estratégias a serem adotadas.

**Normalmente a prospecção é feita para mercados internacionais.**

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Avaliação de mercado e tecnologias	1	Estudo	50.000,00	50.000,00
Viagem de prospecção. 1 por ano durante 5 anos por duas pessoas, durante 15 dias.	10	Passagens intl.	3.500,00	35.000,00
	150	Diárias	600,00	90.000,00
Material técnico/promocional/marketing	5		20.000,00	100.000,00
Contratação de mão de obra especializada no exterior	5	contrato	6.000,00	30.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>305.000,00</b>

### **Ação 6.5.1 Implantação e certificação de sistemas de qualidade**

**Descrição:** A ação de certificação é essencial para assegurar o processo de inovação e melhoria dos produtos, processos, sistemas, serviços e profissionais de TIC. É uma ferramenta para aumento da competitividade. A certificação, tem, ainda, a vantagem de habilitar empresas, profissionais e produtos ao mercado global de forma a abrir novos mercados. Desenvolver programas de treinamento, capacitação e certificação nas normas, MPS-Br, MPM, ITIL e COBIT, até o final de 2012. 60 empresas serão atendidas.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
MPS-BR – 5 empresas por 3 anos	5	Certificação	300.000,00	1.500.000,00
MPM - 5 empresas em 3 anos	5	Certificação	300.000,00	1.500.000,00
ITIL – 5 empresas em 3 anos	5	Certificação	300.000,00	1.500.000,00
COBIT – 5 empresas em 3 anos	5	Certificação	300.000,00	1.500.000,00
Programa de divulgação e marketing institucional da qualidade das empresas do DF. Elaboração do projeto	1	Projeto	10.000,00	10.000,00
Divulgação do Projeto/Veiculação na mídia	1	Programa de mídia		20.000,00
<b>.TOTAL</b>				6.030.000,00

### **Ação 6.6.1 Estabelecer programas específicos, com instituições competentes para formação e capacitação técnica em TIC conforme perfis técnicos demandados pelo mercado.**

**Descrição:** Identificar instituições de formação profissional, levantar as necessidades demandadas pelo mercado quanto à perfis e quantidade. Determinar programas de cursos com cargas horárias, pré-requisitos, tipo de certificação etc. Definir contratos de prestação de serviços, com metas definidas. Estabelecer as metodologias a serem utilizadas durante o programa. Divulgar o programa às empresas.

**Curso SENAI : 60 empresas, 2 alunos por empresa/ano/5 anos = 600**

**Curso SENAC: 60 empresas, 1 aluno por empresa = 60**

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Curso SENAI – Formação básica, 3 meses, R\$ 250,00/mês= 750,00/aluno	600	alunos	750,00	450.000,00
Curso SENAC – Tecnólogo – 24 meses, R\$ 14.400,00/aluno.	60	alunos	14.400,00	864.000,00
<b>TOTAL</b>	660			1.314.000,00

### **Ação 6.6.2 Desenvolver programa para formação de mestres e doutores em TIC no DF**

**Descrição:** : O Brasil leva uma tremenda desvantagem com relação à Índia no aspecto do nº de mestres e doutores no mercado de TIC. A Índia forma 70.000 profissionais em engenharia por ano e têm a maior concentração de mestres e doutores do mundo. Enquanto que o Brasil, 15.000 profissionais em TI por ano, nas mais diversas configurações. A questão de se ter uma base bem sólida respaldada por uma concentração de cérebros e competências tecnológicas, transmite credibilidade, e transforma posições de marketing em realidades palpáveis. Em outras palavras, a capacitação de alto nível aumenta a competitividade. O objetivo é estabelecer um programa com as principais entidades de ensino superior que têm competências para cursos de mestrado e doutorado em TIC, como forma de acelerar um programa de formação de pessoal ao nível de mestres e doutores, com base nas necessidades atuais e futuras.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Formar mestres em TIC, no DF	15	Mestres	25.000,00	375.000,00
Formar doutores em TIC, no DF	15	Doutores	40.000,00	600.000,00
<b>TOTAL</b>				975.000,00

### **Ação 6.6.3 – Programa de Capacitação Gerencial**

DESCRIÇÃO: As habilidades, conhecimentos e técnicas adquiridas em um programa de capacitação gerencial dirigido a empresários do setor de TIC, fará uma grande diferença na condução dos projetos propostos no PDP, assim como na gestão de suas empresas, contribuindo para a melhoria da competitividade e da sustentabilidade do negócio. As inovações tecnológicas determinam novas formas de abordagem de mercados e de pessoas bem como a própria gestão do conhecimento tem novas abordagens e conceitos de aplicação muito específicos. Desta forma, será desenvolvido um programa de capacitação em gestão, seja em negócios, em tecnologia, em mercados, etc. de forma a dar coerência ao programa proposto e aos níveis de desenvolvimento que se pretende para o APL de TIC. Capacitar 80 gestores no período de três anos

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Formar Gestores em TIC -Mercados	60		12.500,00	750.000,00
Formar Gestores em TIC - Tecnologia	20		12.500,00	250.000,00
<b>TOTAL</b>				1.000.000,00

### **Ação 6.6.4 Desenvolver programa de intercâmbio com Instituições estrangeiras, empresas, centros de tecnologias, promovendo a ida de técnicos do DF ao exterior e a vinda de estagiários ao DF.**

Descrição: Selecionar instituições de reconhecida competência e empresas de classe mundial que se disponham a firmar um programa de intercâmbio tecnológico, para que em cinco anos se possa enviar 10 técnicos ao exterior e receber 10 estagiários no DF.

**10 técnicos no exterior:**

**Permanência – 6 meses**

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Estágio no exterior	10	Passagem Intl.	3.500,00	35.000,00
	60	Ajuda de custo	6.000,00	360.000,00
Aquisição de material técnico	10		3.000,00	30.000,00
Estagiários em Brasília	60	Ajuda de custo	1.200,00	72.000,00
<b>TOTAL</b>				497.000,00

### **Ação 6.7.1 Implantar um Show Room permanente.**

Descrição Implantar em uma área de alta circulação de pessoas, de fácil acesso, um show room permanente dos produtos do APL de TIC do DF, como forma de divulgação, atração de negócios, divulgação da indústria de TIC do DF sua diversidade, mostrar a capacidade de realização e de abastecimento do

mercado do DF, informar eventos, atividades, formar parcerias com escolas e empresas, promover inclusão digital, etc.

**Obs. As empresas serão responsáveis por manter pessoal capacitado e desenvolver programas e eventos**

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Manutenção de instalações físicas	60	mensal	1.000,00	60.000,00
Uma pessoa fixa para manutenção segurança	60	mensal	1500,00	90.000,00
Equipamentos: Dois computadores/ um projetor multimídia/ etc				20.000,00
Móveis, etc.				15.000,00
Material de divulgação				15.000,00
<b>TOTAL</b>				200.000,00

### **Ação 6.8.1 Implantar um programa Coaching empresarial**

**Descrição:** Trata-se de um programa de apoio aos pequenos empresários e tem a finalidade de orientar na implantação de programas de melhorias propostos pelo grupo gestor do APL. O objetivo é assegurar a forma correta da implementação e do entendimento dos resultados obtidos, seu alcance e desdobramentos. Um grupo deverá percorrer todas as empresas do APL onde haja algum programa sendo implantado para avaliar se os resultados estão sendo atingidos, quais os problemas encontrados, e implementar correções para o atingimento dos objetivos propostos.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Especialista em avaliação de mercado e de empresas. Salário= 2.500,00+70% de encargos = 4.250,00/mês	65	salários	4.250,00	276.250,00
Deslocamento	1	Carro	27.000,00	27.000,00
Combustível: 2000km/mês=180L gasolina= 450,00/mêsx12=5.400,00+manut.=6.000,00/ano X5 anos= 30.000,00				30.000,00
Material promocional/ equip. multimídia, etc				50.000,00
Outras despesas				16.000,00
<b>TOTAL</b>				399.250,00

### **Ação 6.9.1 Programa permanente de associativismo e cooperação**

**Descrição:** Desenvolver uma metodologia de trabalho de forma a manter a questão do associativismo constantemente viva, disseminar a cultura do associativismo, ampliar o processo de cooperação. Esta ação deverá se tornar uma bandeira do APL. As atividades deverão ser desenvolvidas em todas as oportunidades e veículos do APL. A mensagem deve ser sempre lembrada e destacada nos pronunciamentos e nos documentos. Espera-se que esta ação venha mudar, a longo prazo, o conceito e a atitude de muitos empresários que hoje não participam ou são omissos às atividades do segmento e principalmente do APL. É uma forma de integração e fortalecimento do arranjo.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00
-----------	--------	---------	-----------------

			Unitário	TOTAL
Sensibilização e difusão do conceito de associativismo/cooperação/ferramentas/vantagens,	25	Reuniões/palestras	3.000,00	75.000,00
Gasto com Material de divulgação	5		5.000,00	25.000,00
Gasto com veiculação e projetos de sustentabilidade e competitividade.				100.000,00
<b>TOTAL</b>				200.000,00

### **Ação 6.10.1 – Gestão executiva do PDP**

DESCRIÇÃO: O Plano de Desenvolvimento Preliminar, PDP, dada a sua importância e grau de interferência nos processos de interação do APL, complexidade dos projetos propostos, volume de recursos que se destinará e os resultados esperados, terá, necessariamente, que contar com uma gestão muito competente e atuante. Os resultados esperados, apontam para a configuração de um APL de TIC, mais profissional do que é atualmente, com maior interação e cooperação entre si, com resultados operacionais mais significativos, presença internacional, e, ganho tecnológico expressivo, fazendo com que Brasília saia do papel de fornecedora de produtos e serviços, para desenvolvedora e promotora de tecnologias inovadoras. A gestão do PDP durante os cinco anos de sua vigência terá que ser feita em tempo integral, de forma profissional, não deixando para os empresários esta tarefa, mesmo porque, gestão deste PDP, irá requerer uma demanda e dedicação de tempo, certamente não disponível para os empresários

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Contratação de Empresa especializada	60	mensalidade	10.000,00	600.000,00
Gasto com Material de divulgação/apresentações	15	apresentações	5.000,00	75.000,00
Gasto com veiculação/outras eventos	5	Relatório		25.000,00
<b>TOTAL</b>				700.000,00

### **Ação 6.11.1 – Estudo de viabilidade técnica e econômica**

DESCRIÇÃO: Ninguém nega a importância para o Distrito Federal e para o setor de TI do Parque Capital Digital. Os avanços e as oportunidades que a sua implantação deverão gerar são inegáveis e se espera que todos sejam beneficiados. Para que possamos decodificar o que seria a implantação de uma empresa do APL de TIC no PCD, temos que desenvolver um estudo que avalie as condições em que esta ação possa se dar. Assim, um estudo de viabilidade técnica e econômica para que pequenas e médias empresas se instalem no PCD é fundamental para se definir os parâmetros para implantação viável. Desta forma, quando o PCD estiver aceitando propostas para instalação de empresas, o APL já terá uma posição definida e as orientações para as empresas que se interessarem.

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
<b>TOTAL</b>				400.000,00

### **6.12.1 – Implantar e operacionalizar um núcleo de localização de software**

DESCRIÇÃO: As pequenas empresas têm dificuldades que muitas vezes são de fácil solução. Outras, de solução complexa e que demanda recursos, na maioria das vezes, não disponíveis. Um núcleo de localização

de software,(NLSW), seria uma saída para as pequenas empresas que desejam atingir mercados externos como opção de diversificação e como saída para, a, cada dia mais complexa, legislação para se atender o governo. Desta forma, empresas que têm competências no desenvolvimento de SW, poderiam se habilitar à outros mercados utilizando o NLSW à custos razoáveis, aumentando a sua competitividade e a sustentabilidade de sua empresa e dos empregos e renda que gera.

Descrição	Quant.	Unidade	Custo – R\$1,00	
			Unitário	TOTAL
Contratação de Empresa especializada para treinamento/ transferência de tecnologia	1	Projeto		100.000,00
Contratação de 2 profissionais para implantar e operar o núcleo. Salário: 3.000,00 x 1.7 x 2 x13 x 5 anos=	2	técnicos	66.300,00	663.600,00
Aluguel de espaço para implantação do Núcleo 1.000,00 x 12= 12.000,00	60	meses	1.000,00	60.000,00
Manutenção, equipamentos, ferramentas eletrônicas/ material de consumo, etc.				100.000,00
<b>TOTAL</b>				923.000,00

## MATERIAL CONSULTADO PARA O PROJETO DO APL DE TIC

1. GOVERNANÇA EM TI  
Autores: Peter Weil e Jeanne W. Ross  
Editora: M. Books do Brasil – São Paulo  
Editor: Milton Mira de Assumpção  
Data: 2006  
Título Original: How Top Performers Manage IT Decisions Rights for Superior Results
2. ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA/ CONCEITOS, ROTEIROS PRÁTICOS, CASES  
Editores: Reichmann & Affonso Editores – 2003  
Direitos exclusivos para a língua portuguesa - 2002  
Autores: Fernando Serra, Maria Cândida S. Torres, Alexandre Pavan Gomes – Rio de Janeiro  
ISBN: 85-87148-67 . 9  
1ª Edição
3. GESTÃO DE MARKETING  
Vários autores, Professores do Departamento de Mercadologia da FGV-EAESP  
ISBN: 85-02-037870  
1 Marketing – Administração I. Dias, Sergio Roberto  
Editora Saraiva
4. TECNOLOGIAS QUE MUDAM NOSSAS VIDAS  
Ethevaldo Siqueira, Organizador ; Edo Rocha..... [et al.] – São Paulo  
Editora Saraiva – 2007 il.  
ISBN: 978-85-02-06190-3  
1 Sociedade da Informação no Brasil, 2 Tecnologia da Informação Aspectos econômicos, 3 Tecnologia da Informação no Brasil Aspectos Sociais, 4 Inovações Tecnológicas- Brasil, 5 Computadores e civilização, 6 Previsão Tecnológica, iJ. Siqueira Ethevaldo – 1932
5. PERFIL COMPETITIVO DO DISTRITO FEDERAL  
SENAI/DN – SEBRAE/DF. 2002/2003  
Distrito Federal – Brasília  
ISBN: 85-7519-083-0  
Projeto: Alavancagem do Mercoeste  
Programa – DF Empreendedor SEBRAE/DF
6. APL de TI  
Autor: Phorum Consultoria  
Data: Novembro /2005