

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL
MARCA BRASÍLIA**

Relatório final

Brasília, 24 de novembro de 2014

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	3
1. CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO APL MARCA BRASÍLIA	5
1.1. Introdução	5
1.2. Histórico do APL	9
1.3. Setores econômicos do APL	10
1.4. Empresas presentes, interação e cooperação dos atores	12
1.5. Governança do APL	14
2. PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	18
3. SITUAÇÃO ATUAL, DESAFIOS E OPORTUNIDADES	20
3.1. Pontos fortes observados	22
3.2. Obstáculos a serem superados e ameaças	22
3.3. Oportunidades a serem conquistadas	22
3.4. Desafios a serem alcançados	23
4. RESULTADOS ESPERADOS	25
5. INDICADORES DE RESULTADO	25
6. AÇÕES PREVISTAS	28
6.1 - Infraestrutura e Investimentos	29
6.2 - Financiamento	31
6.3 - Governança e Cooperação	31
6.4 - Competitividade e Inovação	33
6.5 - Formação e Capacitação	36
6.6 - Divulgação e Comunicação	38
6.7 - Acesso a Mercados	40
7. GESTÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO	42
8. INSTRUMENTOS PARA ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO	43

APRESENTAÇÃO

Através de projeto com abrangência nacional, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e o Ministério da Cultura (MinC) unem-se em uma parceria para a valorização de setores da economia criativa por meio de diversas ações integradas nas esferas federal, estadual e regionais. Tendo em vista a importância dos arranjos produtivos locais para o desenvolvimento de setores e regiões, foram selecionados 27 APLs de economia criativa distribuídos em quase todos os estados brasileiros. A ação pretende fomentar o desenvolvimento regional, trazendo emprego e renda, de modo que os arranjos sejam permanentes e economicamente sustentáveis, ao mesmo tempo em que os aspectos criativos e culturais de nosso povo sejam preservados.

O Governo Federal define o conceito de economia criativa em seu Plano de Políticas, Diretrizes e Ações 2011-2014 editado pelo Ministério da Cultura. Entende-se como economia criativa aquela composta por setores cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social. Sua importância para o país se alicerça em princípios como a manutenção de ativos da diversidade cultural brasileira, inclusão social, inovação e sustentabilidade, além das questões econômicas e de desenvolvimento regional, que se refletem em geração de emprego e renda.

Os arranjos produtivos locais (APLs) caracterizam-se por aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais com foco em um conjunto específico de atividades econômicas. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas - que podem ser desde produtores de bens e serviços finais até fornecedores de insumos e equipamentos, prestadoras de consultorias e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros - e suas várias formas de representação e associação. Incluem também diversas outras instituições públicas e privadas voltadas para formação e capacitação de recursos humanos, como escolas técnicas e universidades; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento. Os atores do APL, embora localizados em um território, não necessariamente estão restritos a uma divisão político-administrativa, pois pode envolver inúmeros municípios e mais de um estado. Além disso, os vínculos podem ter natureza mais relacional, de cooperação e interação. Estes fatores podem permitir e ampliar a troca de conhecimentos, as formas de acesso ao mercado e a geração de inovações.

Por meio de edital de concorrência pública, a Fundação Carlos Alberto Vanzolini foi selecionada como entidade consultiva e catalisadora da

elaboração de Planos de Desenvolvimento (PD), com o papel de consolidar o conhecimento, desafios, oportunidades e os anseios das instituições, organizações e diversos atores que representam cada um dos APLs.

A Fundação Vanzolini habilita-se para o projeto sendo uma instituição privada, sem fins lucrativos, criada, mantida e gerida pelos professores do Departamento de Engenharia de Produção da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Tem como objetivo desenvolver e disseminar conhecimentos científicos e tecnológicos inerentes à Engenharia de Produção, à Administração Industrial, à Gestão de Operações e às demais atividades correlatas que realiza, com total caráter inovador.

Embora a consultoria tenha exercido papel de mediação das discussões em grupo e transcrição do documento no período de junho a agosto de 2014, o Plano de Desenvolvimento do APL é resultado de um esforço coletivo de construção efetuado pelos agentes locais e demais atores do APL. O PD materializa o planejamento estratégico deste grupo, que só adquire sentido quando há a representatividade e envolvimento coletivo.

O Plano de Desenvolvimento deverá balizar as ações do APL e munir as instituições do Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP APL) e dos Núcleos Estaduais (NEs) de informações para a elaboração de políticas públicas. Articular diferentes agentes em torno desses empreendimentos colabora para uma organização do próprio APL e para uma aproximação das empresas locais com as instituições que as apoiam, sejam em âmbito regional, estadual ou federal. A proposta é que, com o Plano de Desenvolvimento em mãos, o APL esteja fortalecido e capaz de elaborar seus projetos coletivos, concorrer a editais e seleções públicas e ser capaz de buscar apoio institucional e acessar linhas específicas de crédito pra APLs.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO APL MARCA BRASÍLIA

1.1. Introdução

*"...A moda é uma arte que se usa, que se leva para rua;
é uma arte de consumo a que todos têm acesso".*

Manuel Fontán de Junco

Homens e mulheres têm uma relação com o vestuário que não se limita à proteção, ele permite também que os homens diferenciem-se socialmente. Observa-se isso desde o início da história do vestuário, quando a alta burguesia imitava o vestuário dos governantes, até o século XXI, onde o *prêt-à-porter* (pronto a vestir) impera nas confecções em geral, sendo que a produção em massa permite baixos custos e vendas elevadas, levando a moda ao alcance de todos.

Nesta ótica a moda é um fenômeno sociocultural que expressa valores sociais - costumes, usos e hábitos - de um momento determinado. Vemos a moda através das roupas e acessórios e ela é usada como parte do bom senso e da ética humana, orientada pelos valores sociais.

O enorme mercado da moda, que compreende os setores têxtil e de confecção forma a quarta atividade econômica de maior importância no mundo (6% do comércio mundial), movimentando no Brasil, R\$ 136 bilhões em 2011, segundo o Ibope inteligência (Pyxis).

A indústria da moda destaca-se por ser um setor competitivo e dinâmico da economia. É altamente globalizada, com velocidade de informação, sazonalidade bem demarcada e concorrência intensa nos diversos setores.

No Distrito Federal, o segmento de confecções se desenvolveu com o crescimento econômico da capital federal. A cidade com pouco tempo de existência - 54 anos - é reflexo da reduzida idade das empresas de confecção, as quais possuem em média 17 anos, com forte gestão familiar e origem no próprio Distrito Federal.

O Distrito Federal tem a oitava renda per capita do Brasil e um grande potencial de consumo na região, à grande distância dos principais centros produtores e econômicos do país, deu um grande impulso à indústria de confecção da região, que abrange a capital federal e suas Regiões Administrativas.



Exemplo de produto do APL: Vestidos mãe&filha - Bia Balu

Os dados sobre a atividade do segmento, no Distrito Federal, são imprecisos devido a um grande número de micro e pequenas empresas que trabalham na informalidade e as empresas existentes não divulgarem as informações. Segundo o Sindiveste (Sindicato das Indústrias do Vestuário do Distrito Federal), existem 40 (quarenta) empresas atuantes associadas, com a estimativa de um número de 350 (trezentos e cinquenta) empresas formalmente estabelecidas, mas esse número pode estar situado entre 800 (oitocentas) a 1100 (mil) unidades produtivas, englobando uma vasta gama de atividades, como modelistas, costureiras autônomas, alfaiates, artesanatos, e outras modalidades. Aproximadamente 95% das empresas do Arranjo são consideradas micro e pequenas empresas, com média de 18 empregados por

empresa. É um mercado bastante concentrado, com menos de 10% das empresas dominando mais de 80% dos negócios da região.

Os principais tipos de negócios de vestuário da região do DF incluem:

- * moda (feminina e masculina)/praia/*fitness* - segmento mais aberto, voltado para os últimos acontecimentos e tendências da moda, orientado para buscar informações, com pessoal que possui maior escolaridade;
- * malharia e uniformes profissionais - são oriundos de alfaiataria com maior competitividade, porém mais resistentes a trabalhar em conjunto;
- * roupas de festas/vestidos de noiva - este segmento encontra-se em evolução na região.

Além desses, há também uma grande presença no mercado de empresas informais, com baixo nível de escolaridade do seu pessoal, que é resistente a cursos e consultoria, o que prejudica o desenvolvimento do segmento.

Uma característica da Moda e Moda Praia no APL é a utilização de artesanato e produtos locais. Aspectos culturais de várias regiões presentes na história de Brasília servem de base ao desenvolvimento das coleções. Essa produção local é produzida por cerca de 300 mulheres integrantes de baixa renda. Existe uma preocupação em monitorar os impactos sociais gerados pela utilização desta mão de obra, avaliando os resultados obtidos na vida das artesãs, de suas famílias e em suas comunidades de origem, de modo a garantir o desenvolvimento econômico sustentável das comunidades.

O forte do mercado local, em termos de produção, está na moda feminina, seguida por alguma malharia, ramo que ainda é incipiente, e *fitness/praia*, enquanto o percentual de uniformes profissionais é mínimo, ocupando uma fatia de 1 a 2% do mercado¹, apesar deste percentual mínimo a participação dos empreendimentos do APL neste mercado, em quantidade de empreendimentos, é de 37%.

O mercado local ainda apresenta a particularidade de que as suas maiores empresas encerram as atividades, enquanto as pequenas perderam a sua competitividade, principalmente por fatores, como: ausência de matéria prima local; falta de linhas de financiamento; mudanças nas características do mercado de trabalho, em que as melhores costureiras são as de idade mais avançada, sem que haja renovação, pois as mais jovens não se interessam pela atividade; falta de estrutura de atacado e aviamento, pois as empresas se valem do que existem em Goiânia e São Paulo. Esses fatores acabam encarecendo a atividade e permitindo a perda de mercado para empresas de fora do DF.

¹ Segundo Perfil Competitivo do Distrito Federal (2002/2003) - SEBRAE

Segundo informações do Sindicato, apesar de estabelecida há tempos no DF e de estar situada em um mercado local atraente pelo seu elevado potencial de consumo, a cadeia produtiva é frágil e o índice de mortalidade das suas empresas é alto, os investimentos para o início das atividades requerem recursos elevados, e há uma grande carência de informações, inclusive pesquisa de mercado sobre o consumo local.



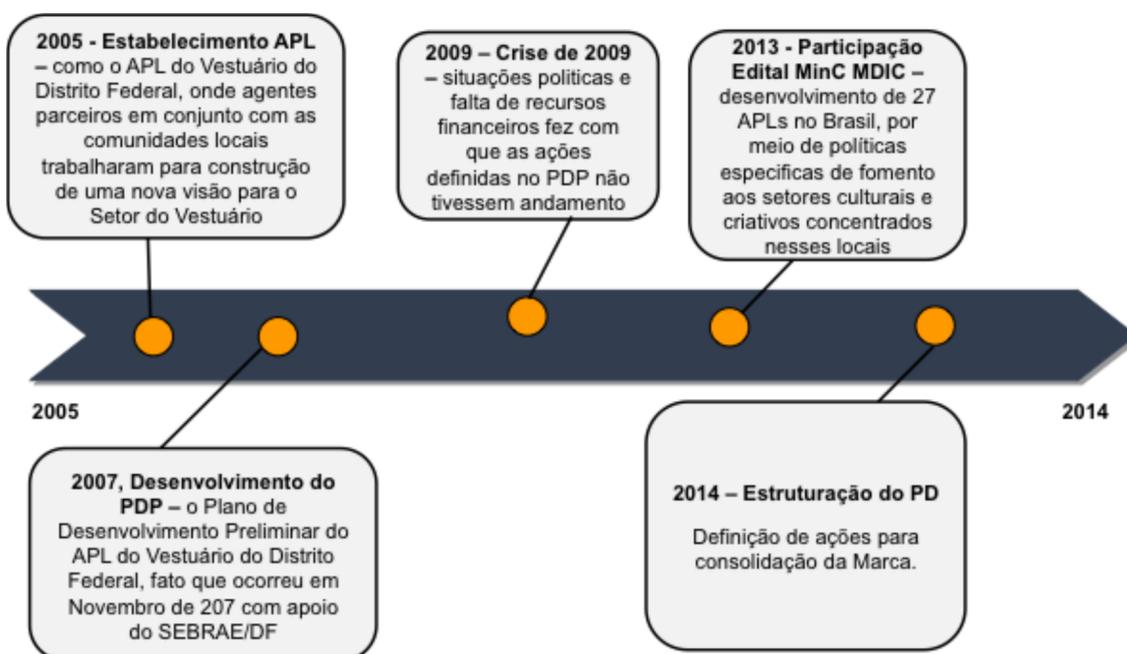
Região onde está inserido o APL Marca Brasília

APL Marca Brasília – DADOS BÁSICOS	
Núcleo estadual	Núcleo de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais do DF
Setor produtivo	Moda
Número de empreendimentos	800 a 1100
Empregos gerados	11.200 (estimativa)
Municípios integrantes	Brasília, Ceilândia, Guarã, Varjão, Sobradinho, Taguatinga, São Sebastião, Santa Maria, Núcleo Bandeirantes
Cidades Polo	Brasília, Taguatinga e Guarã
Ano de oficialização do APL	2007
População da região	2,57 milhões de habitantes

Área total (km2)	5.780
PIB da região (R\$)	R\$ 164,5 bilhões
Faturamento anual do APL (R\$)	R\$ 600 milhões (estimativa)

1.2. Histórico do APL

A figura a seguir resume os principais pontos do histórico do APL:



2005 - Estabelecimento do APL - APL Marca Brasília se apresentava como APL do Vestuário do Distrito Federal, onde o SEBRAE/DF, o SINDIVESTE/DF, o Governo do Distrito Federal, a Associação do Polo de Moda e tantos outros agentes parceiros em conjunto com as comunidades locais trabalharam visando a construção de uma nova visão para o Setor do Vestuário.

2007 - Desenvolvimento do PDP - o Plano de Desenvolvimento Preliminar do APL do Vestuário do Distrito Federal, fato que ocorreu em novembro de 2007 com o apoio do SEBRAE/DF.

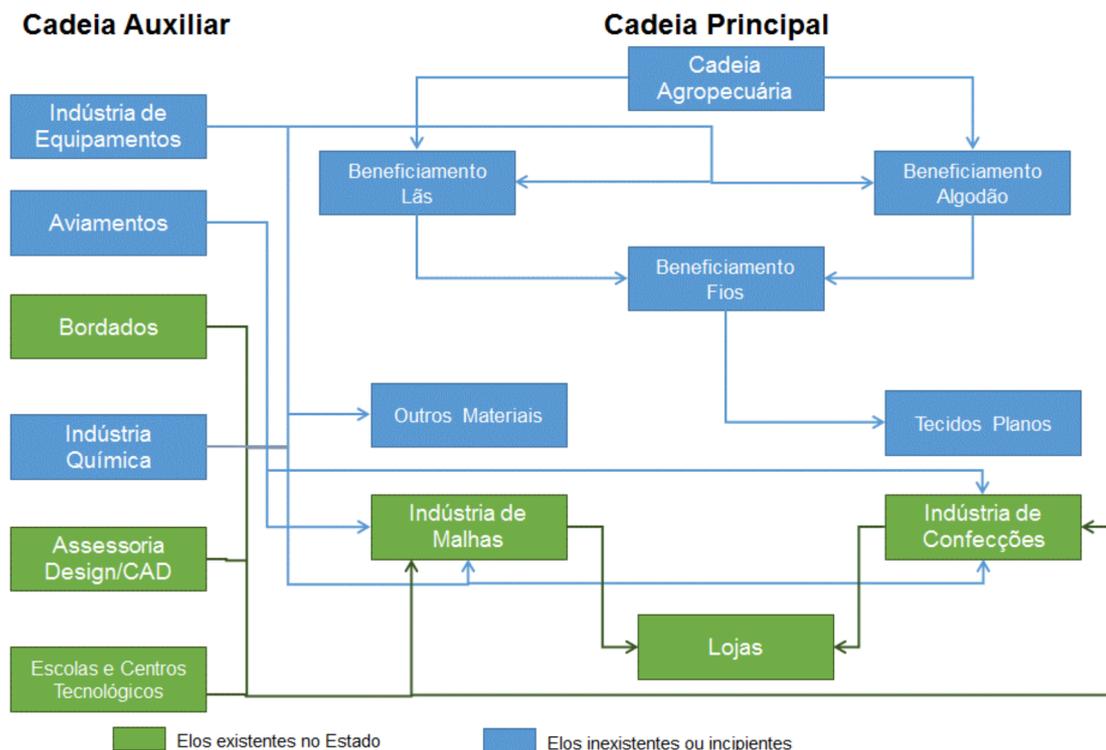
2009 - Crise de 2009 - situações políticas e falta de recursos financeiros fez com que as ações definidas no PDP não tivessem andamento.

2013 - Participação no Edital MDIC e MinC - é apresentado o APL Marca Brasília e aprovado para participação na elaboração deste Plano de Desenvolvimento (PD)

2014 - Estruturação do PD - no início de julho se iniciam os trabalhos para a elaboração e estruturação do Plano de Desenvolvimento do APL Marca Brasília.

1.3. Setores econômicos do APL

A figura a seguir ilustra a cadeia produtiva em que o APL está inserido:



Como se nota, o processo produtivo é desenvolvido nas seguintes etapas: (1) produção da matéria prima, (2) fiação, (3) tecelagem, (4) beneficiamento / acabamento, (5) confecção, (6) mercado.

Pode-se observar que é uma síntese linear das diversas etapas que constituem a cadeia produtiva da moda, de sua matéria prima até o produto final comercializado. Transversalmente à cadeia atuam segmentos de serviço (feiras de moda, agências de publicidade e comunicação, editoras especializadas, estúdios de criação em design de moda), funções corporativas (marcas, marketing, finanças, entre outras) e uma série de operações (mecânico-têxtil). O processo de integração desta cadeia produtiva, apesar de estabelecida há vários anos no DF, ainda é pouco desenvolvido.

Os setores envolvidos na cadeia produtiva da moda compõem este APL Marca Brasília, destacando uma participação mais ativa nos setores pintados de verde na ilustração. Os setores são:

1. Bordados: este elo configura-se como produção terceirizada e artesanal das confecções, que utilizam aplicações de rendas e bordados como elemento de diferenciação comercial. No DF, ainda são produtos sem identidade cultural e de baixo valor agregado, um dos elos da cadeia que será trabalhado no APL com ações de iconografia e fortalecimento;
2. Indústria de Malha: compreende o processo técnico de malharia (circular e retilínea) e a tecnologia de não tecidos;
3. Assessoria de Design/CAD: este elo compreende as assessorias terceirizadas de design - são estes profissionais que criam as peças de vestuário e acessórios, definindo estilos e modelagens e assessorias de CAD, automação da modelagem - Este elo tem fortes representantes no DF;
4. Escolas e Centros Tecnológicos - este elo configura-se como os centros de formação nas áreas da moda (design de moda, modelagem, costura, etc) que permitem a capacitação da mão de obra;
5. Indústria de Confecção: compreende a fase capital da elaboração de peças confeccionadas e abrange a criação, modelagem, o enfesto², o corte, a costura e o beneficiamento do produto - este é o elo mais ativo da cadeia produtiva no DF;
6. Lojas: compreende os canais de distribuição e comercialização (atacado e varejo).

² Etapa do processo produtivo da confecção de um produto e consiste na colocação de uma camada (folha) de tecido sobre a outra, de forma a facilitar o corte simultâneo das peças comercializadas pela empresa.

1.4. Empresas presentes, interação e cooperação dos atores

O APL conta com um número de 800 a 1100 empreendimentos, pessoas físicas e jurídicas (muitos empreendimentos não legalizados e alguns ainda estão em fase de legalização).

Os segmentos de confecção que compõem o APL em percentual de participação – em relação a quantidade – são:

PRINCIPAIS SEGMENTOS DE CONFECÇÃO	%
Uniformes	37
Malharia e Camisetas	18
Moda em geral	17
Moda praia e <i>fitness</i>	14
Lycra, íntima, lingerie	3
Outros	11

Fonte: SINDIVESTE/DF



Exemplo de empresa do APL: Vento Radical – Moda Praia

A informalidade é uma realidade no APL; estima-se que existam mais de 2000 mil pessoas trabalhando desta forma. O último levantamento demonstra a informalidade em quantidade de pessoas por segmento conforme tabela abaixo:

INFORMAIS - Segmentos da Indústria do Vestuário	
Descrição	Qtde de pessoas
Faccionista: mão de obra que trabalha em casa prestando serviço para confecção formal	350
Confecção de produto manufaturado	120
Serigrafia: empresas informais e/ou empresas que terceirizam serviços para empresas de serigrafia formal	60
Artesãos	600

Fonte: SINDIVESTE/DF

Abaixo são relacionados os atores que participaram das reuniões e contribuíram para elaboração do Plano de Desenvolvimento:

Item	Atores	Instituição
1	Mábel de Bonis Almeida Simões	Sindiveste/DF
2	Walquíria Pereira Aires	Sindiveste/DF
3	Christiane S. P. da Silva	SEMPES/DF
4	Fernando Melo	SEMPES/DF
5	Daniel dos Santos Barroso	Rapha Fitness
6	Silvia Natashy	Silvia Natashy
7	Antonietta Contini	Concretamente Brasília - Grupo Artesãos
8	Stefania Rosa	Senai/DF
9	Doralice Santos	Cooperativa Bem Me Quero - Artesãos
10	Vania Gavião	Coelho Gavião Criações
11	Gabriella Rocha	Sebrae/DF
12	Fernanda	Tutuia Atelier
13	Andréia Monteiro	Tochinha e Nágila Maria
14	Caroline Miwa Nemoto	Miwa
15	Maria Tereza Teixeira	Umona
16	Viviane K. Rila	Viviane Kulczynski
17	Lúcia Helena	Sindiveste/DF
18	Ediene M. da Costa	Ediene Costa
19	Francesca Nayara	Sindiveste/DF
20	Woslanny K. R. de Sousa	WQ

21	Simone Lima	Bia Balu
22	Rafael Rocha	Rafael Rocha
23	Maria do Socorro S. Vale	Vento Radical
24	Samara Silva Dória	Psiquê
25	Aline Porcina Costa	Santa Porcina
26	Ofaria Soares Pureza	Laip



Reunião de apresentação do PD - 02/10/2014

1.5. Governança do APL

A governança³ pode ser definida pelas práticas democráticas de intervenção e participação de diferentes agentes do processo decisório (empresas públicas, privadas, consultores, trabalhadores e cidadãos, entre outros).

A estruturação do APL se dará quando todos os elos dessa cadeia estiverem fortalecidos, os gargalos existente sendo trabalhados, mas principalmente quando os próprios atores assumirem a governança, em uma ambiência de cooperatividade, com planejamento, interagindo com os parceiros públicos e privados.

A Governança do APL Marca Brasília será formada por um fórum permanente composto por um representante de cada entidade parceira, todos ligados com a atividade vestuária, sendo este presidido por uma liderança política do setor.

³ Entende-se por governança o processo de tomada de decisões, a capacidade de resolver conflitos e a capacidade dos atores envolvidos numa situação de saber estabelecer consensos. Tais atores podem ser agentes públicos, agentes privados, entidades de classe, órgãos públicos e quaisquer participantes que estejam envolvidos em determinado processo decisório, como o de elaboração de um plano de desenvolvimento do arranjo produtivo local.

O fórum elegerá um conselho gestor com atribuição de coordenar as atividades do APL, implementar as ações priorizadas nos planejamentos, sendo constituído de um Presidente, um Vice-Presidente, um Secretário Executivo e das Comissões: Moda Feminina, Moda Masculina, Moda Infantil, Fardamento e Moda Fitness e Praia, tendo como membros técnicos, produtores e atores com conhecimento na área.

Governança Provisória:

Atualmente, os elos entre os participantes privados ainda são incipientes e não caracterizados, tendo este PD como uma de suas ações o estabelecimento do modelo de governança a ser adotado, por não possuir uma governança formal instituída. Por outro lado identificamos uma participação efetiva das entidades públicas parceiras, apesar de atuando de forma desencontrada e não articulada.

Durante a elaboração do plano foi definida uma governança, com a participação de todos os atores envolvidos (privados e públicos). Como a participação das instituições de apoio ao APL são muito fortes, a articulação ficou com elas.

A governança ficou assim definida:

Comitê Gestor Provisório:

- * Presidente - Mábel de Bonis Almeida Simões - Galeria Andante - CNPJ: 09.022.414/0001-96
- * Vice-Presidente - Walquíria Pereira Aires - Zuzu Confecções - CNPJ: 02.716.710/0001-48
- * Secretário Executivo - Aline Porcina Costa - A Santa Porcina - CNPJ: 15.569.578/0001-47
- * Comissão de Moda Feminina:
 - Caroline Miwa Nemoto - CNPJ: 18.214.812/0001-03
 - Wos Rodrigues
 - Viviane K. Rila
- * Comissão de Moda Festa e Noivas:
 - Desiree
 - Andrea Monteiro
- * Comissão de Bolsas e Calçados
 - Rafael Rocha
- * Comissão de Acessórios e Semi Jóias

- Silvia Natashy
- * Comissão de Moda Ítima
 - Pureza
- * Comissão de Artesanato:
 - Antonieta Contini
 - Doralice Santos
- * Comissão de Moda Masculina:
 - Paulo Henrique L. Lima - CNPJ: 14.060.866/0001-00
- * Comissão de Moda Infantil:
 - Simone Moreira da Silva Lima - Bia Balu - CNPJ: 16.637.629/0001-87
- * Comissão de Fardamento:
 - Ronaldo de Sousa Itacarambi - Itacarambi - CNPJ: 09.524.590/0001-26
- * Comissão de Moda Praia:
 - Maria do Socorro S. Vale
- * Comissão de Moda Fitness:
 - Daniel dos Santos Barroso - Rapha Fitness - CNPJ: 13.029.727/001-50

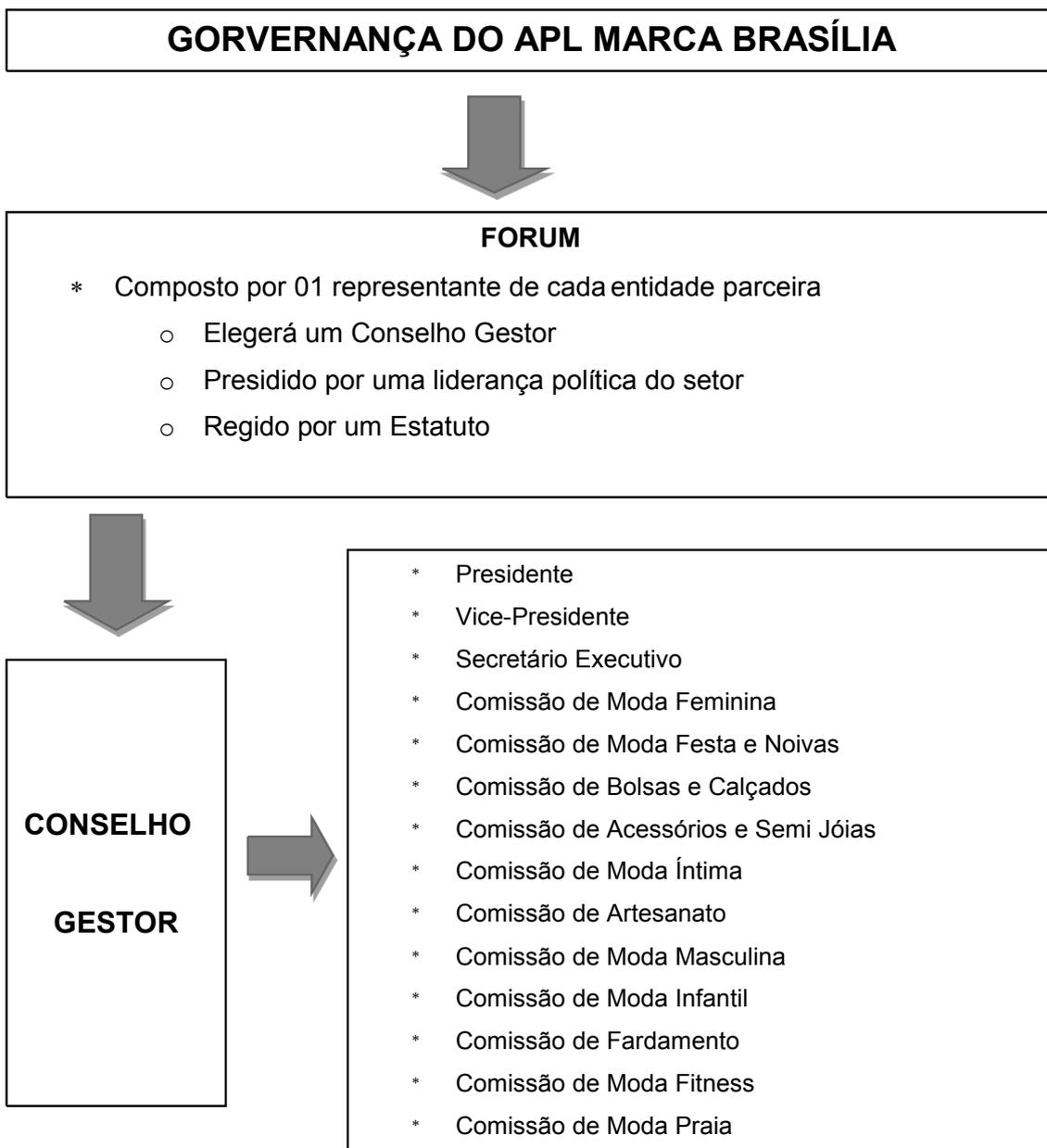
Fórum:

A elaboração do Plano de Desenvolvimento se deu em meio ao período eleitoral de 2014, ficou definido que cada entidade parceira definirá o seu representante após este momento. Abaixo as entidades do Fórum:

- * Secretaria de Micro e Pequena Empresa do GDF;
- * Secretaria de Cultura do Distrito Federal;
- * Secretaria de Trabalho do Distrito Federal;
- * Secretaria de Ciência e Tecnologia do Distrito Federal;
- * SEBRAE/DF;
- * FIBRA/DF;
- * CFW/DF;
- * IESB/DF;

- * SENAC;
- * Fecomércio;
- * Polo de Moda do Guará/DF;
- * Associação Feira dos Goianos /DF.

ORGANOGRAMA DO APL MARCA BRASÍLIA



2. PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

Inicialmente, o APL Marca Brasília apresentava-se como APL do Vestuário do Distrito Federal, onde o SEBRAE/DF, o SINDIVESTE/DF, o GDF, a Associação do Polo de Moda e tantos outros agentes parceiros em conjunto com as comunidades locais trabalharam visando a construção de uma nova visão para o Setor do Vestuário. No mês de março de 2005, os parceiros que atuavam no APL do Vestuário/DF tomaram conhecimento da existência do denominado Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais (GTP-APL), ocasião em que houve a orientação para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Preliminar do APL do Vestuário do Distrito Federal, fato que ocorreu em novembro de 2007. Em função da crise de 2009, situações políticas e falta de recursos financeiros as ações definidas no PDP não tiveram andamento.

Nesse plano preliminar elaborado em 2007, as ações relacionadas foram:

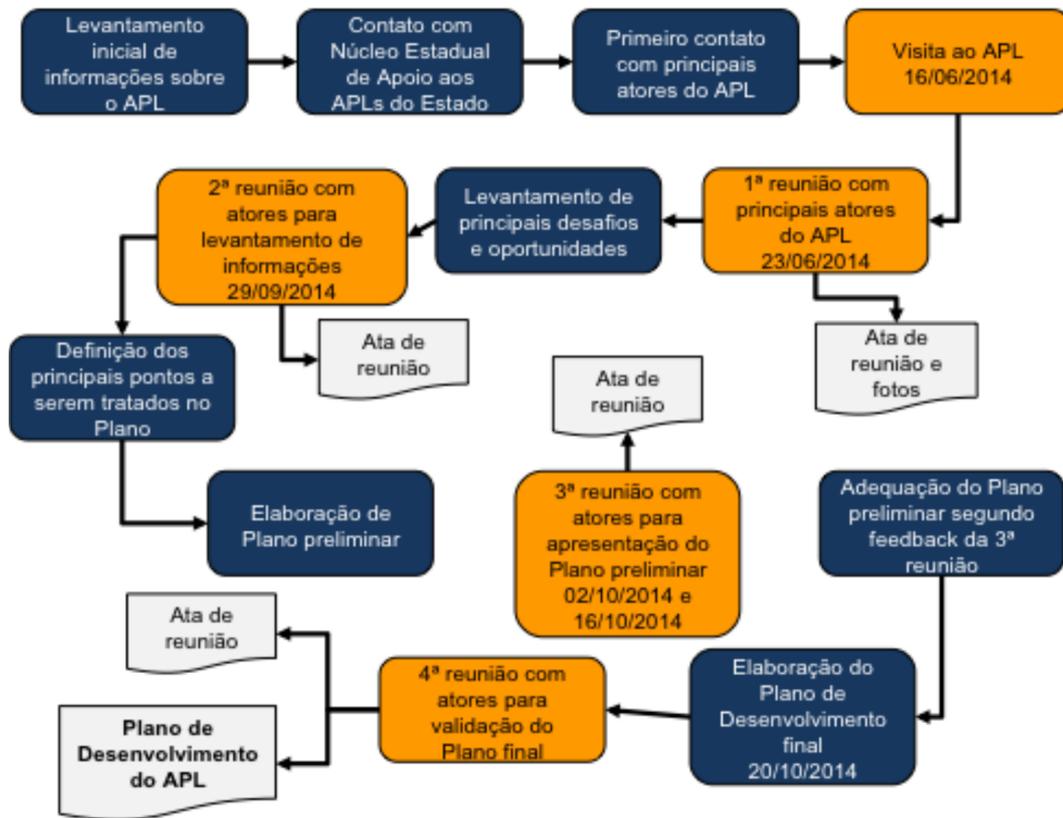
- * Estruturação dos segmentos da Região;
- * Capacitação Gerencial e Operacional dos segmentos;
- * Oficinas de Design;
- * Melhoria do Parque Tecnológico;
- * Estímulo a formalização;
- * Capital Fashion Week;
- * Exportação;
- * Workshop e Exposições;
- * Show Room do Vestuário do DF;
- * Apoio ao Acesso ao Crédito;
- * Estágios Remunerados;
- * Caravanas de Compras;
- * Centro Tecnológico da Indústria do Vestuário;

O Plano de Desenvolvimento atual é fruto das visitas técnicas realizadas nos municípios que compõem o Arranjo, por meio de reuniões presenciais e participativas, seguindo as etapas necessárias para consolidação de uma visão estratégica. Dentre os presentes estavam instituições envolvidas com o arranjo, representantes da esfera do governo e sociedade civil, inseridas na região. Desta forma, buscou-se abordar o maior número possível de lideranças, visando alcançar uma ampla representatividade das sociedades locais.

A metodologia de trabalho se pautou em uma abordagem de sensibilização e mobilização do protagonismo local, por meio de reuniões realizadas, o que

possibilitou o resgate das informações acerca das ações realizadas e a realizar, bem como o levantamento da situação atual, momento em que se avaliou a viabilidade da cadeia produtiva com os atores locais.

O fluxo de trabalho seguido no desenvolvimento deste PD foi:



Legenda:

- Atividades desenvolvidas remotamente
- Atividades "in loco"
- Documentos Gerados



Reunião de apresentação do PDP do APL Marca Brasília

3. SITUAÇÃO ATUAL, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

No APL Marca Brasília, a região administrativa de Brasília, as lojas de ruas localizadas nas quadras comerciais de Brasília e o Polo de Moda do Guará são os grandes responsáveis pela comercialização da moda produzida no DF. Com relação ao Polo de Moda do Guará, a representatividade é pequena, estima-se que representa uma participação menor que 17% dessa comercialização. As decisões de compra por parte do comércio são tomadas localmente e a moda é o grande impulsionador do segmento de confecções, sendo responsável por cerca de 90% das atividades do segmento.

O mercado de confecções do Distrito Federal é grande, com cerca de R\$ 600 milhões por ano, tendo um consumo per capita de US\$ 141,00/ano de produtos de confecção, superior a média nacional: US\$ 84,00/per capita/ano.

A concorrência externa de Brasília ocorre de duas formas:

- * Classes D e E: informalidade e agressividade de empresas de fora do DF que encontram nestes mercados um baixo nível de exigência e demanda de preços;
- * Classes A e B: os produtos dos outros estados possui maior valor agregado, sendo um nicho de mercado onde a competição é agressiva e tem-se perdido o espaço que as indústrias locais têm total condições de competir, pois não há informalidade nem ilegalidade, só depende da criatividade e do próprio esforço local. Existe capacidade instalada e talentos.

A superação destes desafios se dá através do maior empenho no desenvolvimento, implementação e monitoramento de estratégia de mercado de vendas e de produto.

O quadro a seguir sintetiza o diagnóstico da situação atual do APL Marca Brasília. Os elementos são caracterizados pelas dimensões:

- * **PONTOS FORTES:** correspondem às vantagens internas e diferenciais do arranjo produtivo ou dos setores em que os empreendimentos estão inseridos;
- * **OBSTÁCULOS E AMEAÇAS:** referem-se aos pontos externos ao arranjo produtivo e aos setores que o compõem desfavoráveis ou que apresentam condições com algum grau de adversidade. Correspondem ao contexto sócio-econômico-político local, premissas do trabalho executado e outros fatores externos que necessitam de alternativas de contorno ou mitigação de riscos para o desenvolvimento do APL;

- * **DESAFIOS:** referem-se aos pontos de dificuldades internas do arranjo ou peculiares dos setores que o compõem, os quais devem ser corrigidos, reduzidos ou prevenidos;
- * **OPORTUNIDADES:** são as potencialidades que o arranjo e/ou os setores nele inseridos têm e deveriam aproveitar para o seu desenvolvimento futuro, seja em questões socioeconômicas e culturais, competitividade e qualidade, inovação, qualificação da mão de obra, adensamento da cadeia produtiva, entre outras.

Diante deste cenário a tabela a seguir sintetiza o diagnóstico da situação atual do APL:

<p>PONTOS FORTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mercado local como principal destino dos produtos; * Sindicato atuante do segmento; * Artesanato local singular. 	<p>OBSTÁCULOS E AMEAÇAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Sazonalidade de produtos; * Baixa qualificação da mão de obra têxtil; * Invasão de produtos asiáticos e americanos.
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mercado local em expansão; * Elevado potencial de consumo do mercado local; * Fortalecimento da "marca local"; * Fortalecimento e desenvolvimento de fornecedores locais para o adensamento da cadeia produtiva; * Desenvolvimento estratégico do APL. 	<p>DESAFIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Empresas trabalhando na informalidade; * Baixo nível de investimentos na formação de pessoal; * Desperdício de produção; * Empresas pouco preparadas tecnologicamente; * Atendimento insatisfatório do mercado local pelas empresas; * Pouca integração entre as empresas e fornecedores; * Construir uma governança auto suficiente; * Capacitação para maior produtividade (desenvolvimento de produtos diferenciados a partir do investimento em design); * Promoção e fortalecimento das marcas locais; * Padronização das medidas.

3.1. Pontos fortes observados

Consistem como os principais pontos fortes deste APL, do ponto de vista econômico e cultural:

- * **Mercado local como principal destino dos produtos:** propicia a redução do custo dos produtos;
- * **Sindicato atuante do segmento:** a forte atuação do sindicato exerce um papel integrador para a organização da capacidade produtiva;
- * **Artesanato local singular:** ao observar-se a cultura local e suas manifestações e expressões, é possível identificar a riqueza cultural do arranjo e trabalhar a integração do artesanato na moda. A valorização da identidade local pode se configurar em uma oportunidade de criarem diferenciais competitivos.

3.2. Obstáculos a serem superados e ameaças

Consistem como os principais obstáculos a serem superado deste APL:

- * **Sazonalidade de produtos:** inconstâncias do setor em razão das produções sazonais que geram prejuízos, desestruturação e falência das empresas;
- * **Baixa qualificação da mão de obra têxtil:** falta de preparação da mão de obra têxtil. Dificuldade em encontrar os atuais profissionais gabaritados para atuação no mercado. Além da pouca qualificação da mão de obra têxtil que trabalham nas confecções, faltam pessoas com qualificação em áreas específicas como corte, produção, mecânica, dentre outras, o que leva a um baixo aproveitamento de todos os recursos existentes nas máquinas em função da baixa qualificação;
- * **Invasão de produtos asiáticos:** o custo inferior de produção desses produtos leva a sua compra e leva a queda de produção das empresas locais.

3.3. Oportunidades a serem conquistadas

Consiste como a principal oportunidade a ser conquistada pelo APL:

- * **Mercado local em expansão:** Brasília é uma cidade nova, em curva de crescimento, tendo como ponto forte um mercado em expansão, possibilitando o crescimento das empresas atuantes neste mercado;

- * **Elevado potencial de consumo do mercado local:** o consumo per capita de produtos de confecção em Brasília é 59% maior que a média nacional;
- * **Fortalecimento da "marca local":** entender com profundidade tudo o que a marca representa para o mercado consumidor. E, a partir dessa análise, desenvolver um programa de inovações para que a forma de entregar os valores da marca seja constantemente atualizada, criando uma marca e produtos que tenham identidade local e gerem um diferencial competitivo;
- * **Fortalecimento e desenvolvimento de fornecedores locais:** permitirá o adensamento da cadeia produtiva e redução dos custos de produção;
- * **Desenvolvimento estratégico do APL:** criação e fortalecimento de parcerias entre as empresas do APL objetivado por:
 - Fortalecimento da integração com o mercado;
 - Qualificação do pessoal;
 - Qualificação gerencial;
 - Qualificação do empresário local.

3.4. Desafios a serem alcançados

Os principais desafios a serem alcançados pelo APL são:

- * **Empresas trabalhando na informalidade:** O número expressivo de empresas trabalhando na informalidade dificulta o repasse de dados às instituições apoiadoras para definição de estatísticas que direcionem ações para fortalecimento do setor;
- * **Baixo nível de investimentos na formação de pessoal:** ainda existe um baixo investimento na formação de pessoal o que gera pouca mão de obra qualificada. E existe a dificuldade de participação nos cursos existentes, em função da falta de programação adequada;
- * **Desperdício de produção:** possuem máquinas, mas por falta de competitividade frente às empresas goianas, as empresas produzem, mas não conseguem comercializar os seus produtos. Ao longo do tempo, deixam máquinas paradas por falta de demanda;
- * **Empresas pouco preparadas tecnologicamente:** Existe uma resistência dos empreendedores e seus colaboradores em receber apoio, por meio de cursos e consultorias, colocando-as em situação de

dificuldade de acesso às inovações tecnológicas. Neste contexto, o desafio é criar nestes atores o entendimento dos benefícios que esses apoios podem trazer para as empresas;

- * **Atendimento insatisfatório do mercado local pelas empresas:** a qualidade dos produtos ofertados não atende plenamente a demanda do mercado consumidor. O objetivo é adequar esses produtos para superar essa expectativa dos consumidores;
- * **Pouca integração entre as empresas e fornecedores:** existe pouca integração entre as empresa e os fornecedores que compõem o APL gerando problemas de abastecimento. Como a matéria prima vem de fora, trabalham com pouca diversidade devido a morosidade na entrega das peças;
- * **Construir uma governança auto suficiente:** Estruturação e qualificação dos produtos existentes e o oferecimento de novas opções são ações fundamentais, em conjunto com a adequação de qualificação, infraestrutura, e, principalmente, o fortalecimento da marca, em todas as instâncias de sua governança.
- * **Capacitação para maior produtividade:** desenvolvimento de produtos diferenciados a partir do investimento em design e inclusão do artesanato local;
- * **Promoção e fortalecimento das marcas locais:** gerar valor agregado tornando os produtos mais competitivo e visando melhorar a sustentabilidade do setor;
- * **Padronização das medidas:** com a padronização de medidas os clientes serão beneficiados, por comprar o tamanho adequado ao seu manequim, o que permitirá o aumento das compras on-line, e trará um diferencial competitivo com relação aos produtos externos que não possuem padronização.

4. RESULTADOS ESPERADOS

	RESULTADO ESPERADO	INDICADOR	OBJETIVO	PRAZO
4.1	Estruturação do APL	* Atas das reuniões de estruturação * Documento de Regimento Interno	Definição da governança do APL e gestão do plano de desenvolvimento	30/11/2014
4.2	Aumento da produtividade das empresas do APL Marca Brasília	* Número de novas peças produzidas por empresa anualmente	Aumento em 25 % no período de 4 anos	Dezembro/2019
4.3	Aumento da competitividade do APL Marca Brasília	* Grau de competitividade	Aumentar e fortalecer a competitividade (marca) em relação a concorrência	Dezembro/2019
4.4	Implementação de ações relacionadas a responsabilidade e inclusão social, responsabilidade ambiental e fortalecimento e consolidação do APL	* Número de empresas do APL participando de ações relacionadas a responsabilidade social e ambiental e/ou fortalecimento e consolidação do APL	Implementar em 10% das empresas do APL Ações de responsabilidade e inclusão social, responsabilidade ambiental e fortalecimento e consolidação do APL	Dezembro/2019

5. INDICADORES DE RESULTADO

Para indicar os meios pelos quais serão medidos os resultados esperados apresentados na seção anterior, foram apontados os seguintes indicadores:

Indicador 4.1.: Estruturação do APL

Método de Cálculo:

- * No mínimo, 1 reunião de sensibilização com os atores do arranjo, 4 reuniões com atas realizadas ao longo do ano, até o dia 30 de novembro de 2014, com a participação de 50% dos empreendimentos e entidades que apoiam o APL;
- * Documento de Regimento interno com apresentação de regras de conduta, participação, eleição do comitê gestor, instâncias decisórias, frequência de reuniões, dentre outros pontos que serão definidos durante a elaboração do documento;

Resultado Esperado: APL estruturado, com governança e Regimento Interno Definido

Indicador 4.2.: Aumento da produtividade das empresas do APL Marca Brasília

Método de Cálculo: Número de novas peças produzidas por empresa anualmente

Forma de coleta: Pesquisa anual com Medição Zero em Janeiro/Fevereiro/2015 e Medições posteriores até 12/2019 (formulários aplicados nas empresas participantes do APL para levantamento de dados)

Resultado Esperado: aumento do fluxo em 25% no período de quatro anos

Indicador 4.3.: Aumento da competitividade das empresas do APL Marca Brasília

Método de Cálculo: Levantamento a partir da participação em feiras e eventos (formulários aplicados nas empresas participantes do APL para levantamento de dados)

Forma de coleta: Pesquisa anual com Medição Zero em Janeiro/Fevereiro/2015 e Medições posteriores até 12/2019

Resultado Esperado: aumento do fluxo de 5% a.a, 25% no período de quatro anos

Indicador 4.4.: Implementação de ações relacionadas a responsabilidade e inclusão social, responsabilidade ambiental e fortalecimento e consolidação do APL

Método de Cálculo: Número de empresas do APL participando de ações relacionadas a responsabilidade social e ambiental e/ou fortalecimento e consolidação do APL (formulários aplicados nas empresas participantes do APL para levantamento de dados)

Forma de coleta: Pesquisa anual com Medição Zero em Janeiro/Fevereiro/2015 e Medições posteriores até 12/2019

Resultado Esperado: implementação de 10% de ações relacionadas a responsabilidade e inclusão social, responsabilidade ambiental e fortalecimento e consolidação do APL

6. AÇÕES PREVISTAS

O quadro abaixo sintetiza as ações previstas para o APL Marca Brasília, divididas por eixos e esferas de atuação:

- * **Infraestrutura e investimentos:** ações direcionadas majoritariamente ao poder público e instituições apoiadoras para desenvolvimento da infraestrutura das regiões onde o APL está inserido. Visa adequar ou revitalizar o espaço econômico-cultural do arranjo, ou ainda promover maior competitividade regional. Incluem-se neste eixo obras e construções civis, arquitetura e urbanismo e serviços públicos que garantam um ambiente propício para os negócios regionais (segurança, iluminação, transporte, saneamento, limpeza, etc).
- * **Financiamento:** ações voltadas ao financiamento de recursos para as empresas pertencentes ao APL. Vão ao encontro de iniciativas para renovação ou modernização do parque produtivo, ampliação do espaço físico das empresas e da capacidade produtiva, capital de giro, entre outros.
- * **Governança e Cooperação:** ações voltadas para o estabelecimento ou fortalecimento da governança local, bem como iniciativas que promovam a cooperação entre os diversos atores e instituições apoiadoras que compõem o arranjo.
- * **Competitividade e Inovação:** ações direcionadas majoritariamente ao poder público e instituições apoiadoras para promoção da competitividade local por meio de inserção de tecnologia e/ou técnicas que promovam a inovação no arranjo. Visam trazer a produção econômico-criativa local para um patamar superior, em que os diferenciais dos produtos e serviços do APL são facilmente percebidos pelos consumidores, agregando valor.
- * **Formação e Capacitação:** ações voltadas à formação e capacitação de empresários e da mão de obra dos arranjos em temas técnicos, gerenciais e voltados ao empreendedorismo.
- * **Divulgação e Comunicação:** ações com o objetivo de promoção comercial do arranjo em âmbito local, regional e nacional. Incluem-se nesta categoria iniciativas como organização de feiras e rodadas de negócios, missões comerciais, organização de stands e lojas locais, desenvolvimento de websites, elaboração de materiais de divulgação, publicidade e mídia.
- * **Acesso a Mercados:** ações voltadas ao Comércio Exterior.

		Esferas de atuação		
		LOCAL	ESTADUAL	FEDERAL
Eixos de atuação	Infraestrutura e Investimentos	03	01, 02	-
	Financiamento	-	04	-
	Governança e Cooperação	05, 06, 07	-	-
	Competitividade e Inovação	08, 12	09, 10, 13, 15	11, 14
	Formação e Capacitação	18, 19	16	17
	Divulgação e Comunicação	21, 22	20	
	Acesso a Mercados		25	23, 24

6.1 - Infraestrutura e Investimentos

AÇÃO 01 DESENVOLVER LOJA COLABORATIVA DO APL MARCA BRASÍLIA
<p>DESCRIÇÃO: Construção da Loja Colaborativa do APL Marca Brasília, local que funcionará como uma Loja Colaborativa - loja conceito, promovendo vendas de pronta-entrega. A intenção é aproveitar o fato de o Distrito Federal estar mais próximo de algumas cidades do que as capitais de seus estados, exemplo: Unai, Paracatu, Formosa, João Pinheiro, São Felix, e outras. Esta loja seria um diferencial competitivo abrindo para os empresários mais um canal de comercialização. Divulgação de forma que os empresários das cidades vizinhas possam ser informados da existência da loja, e incentivados a fazer compras para seus estabelecimentos.</p>
<p>COORDENADOR: Sindiveste/DF</p>
<p>RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Terceirizada</p>
<p>TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:</p> <p>Concepção e Arquitetura - R\$ 500.000,00 (estimativa) Manutenção - R\$ 6.000,00 mês / 96.000,00 a.a</p> <p>Total: R\$ 596.000,00</p> <p>Contrapartida: Local - iniciativa privada 20 empresas x R\$ 200,00 x 48 meses = R\$ 192.000,00</p>

RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: empreendimentos, Governo do DF e/ou MDIC
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 06/2017
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3, 4.4

AÇÃO 02 CRIAR NÚCLEO DE APOIO INFORMATIZADO
<p>DESCRIÇÃO: Construção do Núcleo de Apoio Informatizado do APL Marca Brasília, local que funcionará como um laboratório de informática de moda, será comunitário e contará com todos os sistemas necessários para o desenvolvimento das atividades.</p> <p>I. Núcleo de Apoio Informativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestrutura - Designer (sistemas Operacionais) - Licenças (sistemas) - Prestação de serviço terceirizado (Linux/Windows) - Sistema operacional (definição de modelo) - Orçamento Previsto
COORDENADOR: Núcleo de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais do DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste/DF
<p>TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalação 1º ano = R\$ 200.000,00 - Operacionalização = R\$ 100.000,00 x 3 anos = R\$ 300.000,00 * Valor Total do Investimento = R\$ 500.000,00 <p>Contrapartida do APL: 48 meses (pessoal para acompanhamento e supervisão da ação = R\$ 4.000,00 x 48 = R\$ 192.000,00) -Valor Total da Contrapartida = R\$ 192.000,00</p>
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: : empreendimentos, Governo do DF e/ou MDIC
DATA DE INÍCIO: 05/2015
DATA DE TÉRMINO: 12/2015
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3, 4.4

AÇÃO 03 CENTRAL DE PESQUISA DE FORNECEDOR - SITE
<p>DESCRIÇÃO: Promover a pesquisa de mercado de fornecedores para o setor e disponibilizar o serviço no site.</p>
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste/DF

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 48.000,00 (estimativa) Contrapartida Sindiveste - estrutura física e operador
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Sindiveste, SEBRAE/DF
DATA DE INÍCIO: 03/2015
DATA DE TÉRMINO: 10/2015
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3, 4.4

6.2 - Financiamento

AÇÃO 04 PESQUISAR MERCADO - CIRCULAÇÃO DE MERCADORIA INTRAEMPRESAS
DESCRIÇÃO: Desenvolver pesquisa de mercado nos estados onde já existe legislação e vigência da regulamentação de circulação de mercadoria intraempresas, visando a inexistência de bitributação entre as empresas do APL.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 60.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE-DF, Sindiveste/DF e/ou MTE
DATA DE INÍCIO: Maio/2015
DATA DE TÉRMINO: Agosto/2015
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.3 e 4.4

6.3 - Governança e Cooperação

AÇÃO 05 ESTRUTURAR A GOVERNANÇA DO APL MARCA BRASÍLIA
DESCRIÇÃO: Definição do comitê gestor do APL, identificando suas atribuições funcionais, cargos que compõem, competências, seu modelo de gestão e definição de suagovernança e regimento interno do APL. 1 visita de sensibilização.
COORDENADOR: Núcleo de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais do DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste/DF
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: -
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: -

DATA DE INÍCIO: outubro/2014
DATA DE TÉRMINO: novembro/2014
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.1

AÇÃO 06 DESENVOLVER A FORMAÇÃO E O FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA
DESCRIÇÃO: Sensibilização empresarial e institucional para participar na coordenação das atividades e projetos conjuntos do APL.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste/DF
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: -
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: -
DATA DE INÍCIO: 08/2015
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3 e 4.4

AÇÃO 07 ATUALIZAR INVENTÁRIO DO APL MARCA BRASÍLIA
DESCRIÇÃO: Inventariação e estruturação das informações no Sistema de Gestão do APL (ambiente web), contendo: Identificação das empresas; dos artesãos, dos técnicos, dos profissionais da área, número de estabelecimentos, linhas de produtos, vendas/mercado, recursos humanos, ações realizadas, desempenho do setor. Devem ter identificação da cultura - enaltecer a cultura (conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes e quaisquer outras aptidões e hábitos adquiridos, além de outras informações básicas). Possibilitará acesso à informações para monitoramento e acompanhamento do desenvolvimento do arranjo produtivo.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 135.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: captação de recurso federal (MDIC, MinC possivelmente)
DATA DE INÍCIO: 03/2015
DATA DE TÉRMINO: 04/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3, 4.4

6.4 - Competitividade e Inovação

AÇÃO 08 DESENVOLVER PESQUISA DE PROSPECÇÃO DE MERCADO
<p>DESCRIÇÃO: Realizar 2 pesquisas de prospecção de mercado, por ano, para atender várias exigências do setor como: tendência de cores, matéria prima, aviamentos, moda, público alvo, produto e outros.</p> <p>Abrangência:</p> <ul style="list-style-type: none"> * 1º ano – Mercado Local * 2º ano – Mercado local e regional (Centro – Oeste) * 3º ano – Mercado Nacional * 4º ano – Mercado Internacional
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 250.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE-DF
DATA DE INÍCIO: 03/2015
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.3 e 4.4

AÇÃO 09 REALIZAR SEMINÁRIO E EVENTOS TÉCNICOS PARA O SETOR
<p>DESCRIÇÃO: Acesso das empresas a discussões específicas do setor relativas a produto, processo, tecnologia e tendências nessas áreas (Vestuário em Ação).</p>
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SENAI/DF
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 45.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SENAI-DF, MDIC
DATA DE INÍCIO: 08/2015
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2 e 4.3

AÇÃO 10 DESENVOLVER AÇÕES DE ESTÍMULO A FORMALIZAÇÃO (ARTESÃS)
<p>DESCRIÇÃO: Desenvolver parceria entre as empresas do APL com o SEBRAE/DF visando o conhecimento e estimulação da formalização de empresas e orientação os empreendedores que desejam formalizar suas empresas.</p>

COORDENADOR: Sindiveste
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SEBRAE/DF e SEMPES
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 30.000,00 (por ano) Programas do Sebrae = R\$ 15.000,00 Programas da SEMPES = R\$ 15.000,00
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE/DF, SEMPES, MDIC, MTE
DATA DE INÍCIO: 09/2015
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.3 e 4.4

AÇÃO 11 DESENVOLVER PRODUTOS COM DESIGN PRÓPRIO
DESCRIÇÃO: Disponibilizar consultoria em design de produtos, de forma que possibilite o estabelecimento, nas empresas, de um processo de desenvolvimento de produtos com design próprio e que valorizem a identidade ("marca") das empresas que compõem o APL Marca Brasília.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sebrae/DF ou Apex-Brasil
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 179.200,00 Consultorias em Design (empresa terceirizada)= 80 consultorias em: - Pesquisa de moda, Planejamento de coleção e Pesquisa por segmento (7 comitês setoriais); - 40h x R\$ 80,00 = R\$ 3.200,00 x 7comitês = R\$ 22.400,00 x 2 coleções anuais = R\$ 44.800,00 x 4 anos = R\$ 179.200,00
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE
DATA DE INÍCIO: 05/2016
DATA DE TÉRMINO: 05/2017
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2 e 4.3

AÇÃO 12 - DESENVOLVER ESTUDO DE ICONOGRAFIA DO APL MARCA BRASÍLIA
DESCRIÇÃO: Realização de Estudo Iconográfico e apropriação dos elementos iconográficos dos municípios que compõem o APL Marca Brasília (Brasília, Ceilândia, Guará, Varjão, Sobradinho, Taguatinga, São Sebastião, Santa Maria, Núcleo Bandeirantes), envolvendo as seguintes fases: 1) realização da pesquisa iconográfica; 2) promoção de oficinas iconográficas para apresentação da pesquisa; 3) constituição de um grupo de empresas que receberão consultoria e orientação de design para incorporação de elementos iconográficos em suas coleções; 4) participação em eventos que valorizem a incorporação de identidade local em produtos de

confeção.
COORDENADOR: Sindiveste
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 50.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Sindiveste e empreendimentos
DATA DE INÍCIO: 06/2015
DATA DE TÉRMINO: 03/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3

AÇÃO 13 - PESQUISAR E CLASSIFICAR AS TIPOLOGIAS ARTESANAIS PRESENTES DO DF
DESCRIÇÃO: Visitar os centros produtores de artesanato, associações, ong e entidades de apoio, classificação da tipologia, pessoas e produtos. Desenvolvimento de catálogo e disponibilização no site do APL.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SEBRAE / SEMPES
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: -
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE/SEMPES ou MinC
DATA DE INÍCIO: 06/2015
DATA DE TÉRMINO: 03/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3, 4.4

AÇÃO 14 REALIZAR OFICINA DE DESIGN INTEGRANDO ARTESANATO DO DF E DESIGNERS DE MODA
DESCRIÇÃO: Criação de produtos com valor agregado, moda e artesanato.
COORDENADOR: Sindiveste
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sebrae/DF ou Apex-Brasil
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 180.000,00 (estimativa) - Realização de 02 oficinas/ano = 2 oficinas/ano x 4 anos = R\$ 180.000,00
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Sebrae/DF ou Apex-Brasil
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3

AÇÃO 15 MELHORAR A QUALIDADE NAS INDÚSTRIAS
<p>DESCRIÇÃO: Sensibilizar os empresários/as do APL para a adoção de práticas do Programa de Melhoria da Qualidade nas indústrias, envolvendo as seguintes ações:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar palestras sobre Qualidade para as empresas do APL; 2) Realizar capacitação para controle de qualidade no processo de fabricação.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa Terceirizada ou SENAI/DF
<p>TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 256.000,00 (estimativa) Contrapartida Formador de multiplicador dentro das empresas - Empresa</p>
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SENAI/DF ou Sindiveste/DF
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2 e 4.3

6.5 - Formação e Capacitação

AÇÃO 16 REALIZAR CAPACITAÇÃO GERENCIAL PARA EMPRESAS DO APL MARCA BRASÍLIA
<p>DESCRIÇÃO: Capacitar e aperfeiçoar a mão de obra das indústrias de confecção do APL em gestão administrativa, gestão contábil financeira, gestão de pessoal, gestão em compras e técnicas de vendas para comercialização dos produtos com foco no mercado. Cursos propostos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administração financeira = 20h - Planejamento Financeiro/contábil = 20h - RH = 20h - Compras = 20h - Técnicas de Vendas = 20h
COORDENADOR: Sindiveste
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SEBRAE/DF
<p>TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 64.000,00 (estimativa) Total = 200h/ano x 40 empresas/ano x 4anos =800h x R\$ 80,00 = R\$ 64.000,00</p>
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SEBRAE/DF
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2 e 4.3

AÇÃO 17 REALIZAR CAPACITAÇÃO OPERACIONAL DE MÃO DE OBRA DO APL MARCA BRASÍLIA**DESCRIÇÃO:**

Formar a mão de obra das indústrias de confecção do APL em desenvolvimento de processos aplicando a qualidade sequenciada em risco infesto e corte e costura industrial, desenvolvimento de coleção, modelagem industrial e interpretação de modelo.

Cursos Propostos:

- **PPCP** – Planejamento de Produto e Controle de Produção = 40 empresas x 2 pessoas por empresa = 80 pessoas

- 4 turmas x 20 pessoas = 80 gestores de produção

- **Formação de Modelistas** para os segmentos (feminino, masculino, alfaiataria, fitness, praia, infantil e festa);

40 empresas x 2 modelistas = 80 modelistas

- 4 turmas x 20 alunos = 80 modelistas

- **Formação de Costureiras (In Company)**

40 empresas x 6 costureiras = 240 costureiras

COORDENADOR: Sindiveste

RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SENAI

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 940.800,00

PPCP – Planejamento de Produto e Controle de Produção = 40 empresas x 2 pessoas por empresa = 80 pessoas

- 4 turmas x 20 pessoas = 80 gestores de produção

- 200horas/turma x R\$ 80,00 h/aula x 80 pessoas = R\$ 16.000,00 x 4 turmas = R\$ 64.000,00 x 4 anos = R\$ 256.000,00

Formação de Modelistas

40 empresas x 2 modelistas = 80 modelistas

- 4 turmas x 20 alunos = 80 modelistas

- 160h/turma x R\$80,00 x 80 pessoas = R\$ 12.800,00 x 4 turmas = R\$51.200,00 x 4 anos = R\$ 204.800,00

Contrapartida das Empresas:

- Material para o curso

- Infraestrutura

- Empregado – (Termo de Compromisso de se manter na empresa durante todo o período de realização do curso)

- Sindiveste/DF – (Adequação do conteúdo programático e supervisão).

RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: MDIC, MTE e/ou SENAI

DATA DE INÍCIO: 06/2015

DATA DE TÉRMINO: 12/2019

RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO:

4.2 e 4.3

AÇÃO 18 - REALIZAR CURSO DE ELABORAÇÃO DE PROJETOS
DESCRIÇÃO: Promover curso de elaboração de projetos para os atores do APL visando a qualificação para captação de recursos e participação em editais públicos.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 60.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Sindiveste/DF e empreendimentos
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.3 e 4.4

AÇÃO 19 - REALIZAR OFICINAS DE TEMPOS E MOVIMENTOS (CRONOMETRAGEM)
DESCRIÇÃO: Consultoria na melhoria e evolução dos processos produtivos e de logística como forma de administrar seus fluxos com resultados que gerem aumento da produtividade, nível de serviço e uma redução de custos para as empresas envolvidas.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SENAI/DF
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 71.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: SENAI/DF
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.3 e 4.4

6.6 - Divulgação e Comunicação

AÇÃO 20 DESENVOLVER CAMPANHA PROMOCIONAL
DESCRIÇÃO: Desenvolver uma campanha publicitária, com o objetivo de realizar a divulgação e valorização da marca Brasília, para todo o mercado local e regional (1 e 2 ano), território nacional (3 ano) e mercado internacional (4 ano). Para a execução da campanha publicitária foram definida algumas ações, relacionadas abaixo: <ol style="list-style-type: none"> 1. Criação de Material impresso: Folder, cartaz, banner, Showcase, para captação de Eventos 2. Eventos para apresentação da marca, para imprensa especializada 3. Anúncios e matérias jornalísticas em veículos impressos, revistas especializadas, de veiculação nacional e internacional

<p>4. Outdoor, busdoor</p> <p>4. Veiculação em mídias eletrônicas (TV aberta), veiculação nacional</p> <p>5. Brindes para distribuição em eventos</p> <p>Abrangência:</p> <ul style="list-style-type: none"> * 1º ano – Mercado Local * 2º ano – Mercado local e regional (Centro – Oeste) * 3º ano – Mercado Nacional * 4º ano – Mercado Internacional <p>1º e 2º anos = 24 meses x R\$ 5.000,00 = R\$ 120.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> * Campanha em Outdoor = R\$ 25.000,00 x 4 anos = R\$ 100.000,00 * Campanha em Busdoor = R\$ 15.000,00 x 4 anos = R\$ 60.000,00 <p>3º ano = 12 meses x R\$ 10.000,00 = R\$ 120.000,00</p> <p>4º ano = 12 meses x R\$ 20.000,00 = R\$ 240.000,00</p>
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Empresa terceirizada
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 640.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: MDIC, MinC e/ou SEBRAE
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 10/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3 e 4.4

AÇÃO 21 - CRIAR O PORTAL DO APL MARCA BRASÍLIA
<p>DESCRIÇÃO:</p> <p>Projetar e implantar o site do APL com o intuito de divulgar as ações, informes do arranjo, as empresas e uma mostra dos produtos das empresas.</p> <p>Apoiar o desenvolvimento de projeto de identidade visual para o APL com valorização da marca, catálogos, mostruários e plano de promoção e divulgação, através de website (gerenciador de conteúdo)</p>
COORDENADOR: Sindiveste
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste
<p>TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 112.000,00*</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criação e desenvolvimento de Identidade Corporativa = R\$ 15.000,00 - Criação e desenvolvimento do site e gerenciador de conteúdo = R\$ 25.000,00 - Manutenção e atualização = R\$ 1.500,00 x 48 meses = R\$ 72.000,00
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Sindiveste, MDIC, MinC
DATA DE INÍCIO: 08/2015
DATA DE TÉRMINO: 05/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3 e 4.4

AÇÃO 22 - DESENVOLVER PLANO DE <i>MARKETING</i> DO APL
DESCRIÇÃO: Elaboração do plano de marketing do APL Marca Brasília
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste/DF
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: -
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: -
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2016
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2, 4.3 e 4.4

6.7 - Acesso a Mercados

AÇÃO 23 VIABILIZAR A PARTICIPAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS EM PROGRAMAS E PROJETOS DE EXPORTAÇÃO
DESCRIÇÃO: Viabilizar aproximação à ABIT e à programas e projetos da Apex Brasil de auxílio a exportação para 15 empresas com perfil exportador. Os principais pontos a apoiar são: Treinamentos e consultorias para empresas que desejam exportar; Realização de visitas técnicas; Treinamentos para a incorporação de elementos que valorizem seus produtos, como design e outros elementos relacionados à identidade local; Criação de linhas de créditos diferenciadas para as empresas exportadoras. Promover treinamentos práticos e realizar assessoria nas empresas exportadoras, para desenvolvimento de ações para o acesso de empresas exportadoras ao mercado.
COORDENADOR: Sindiveste/DF
RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Apex-Brasil e ABIT
TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 500.000,00 (estimativa)
RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Apex-Brasil
DATA DE INÍCIO: 03/2016
DATA DE TÉRMINO: 12/2019
RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO: 4.2 e 4.3

AÇÃO 24 - PROMOVER A PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS COMERCIAIS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

DESCRIÇÃO:

Inserção das empresas no mercado comprador e consumidor através de acesso a mercado (Feiras, Rodadas de Negócios, Missões Técnicas), visando a promoção do mercado interno, mercado externo e valorização da identidade local.
(Capital Fashion Week, Minas Trend, Premiere Vision, Show room - New York)

COORDENADOR: Sindiveste

RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: Sindiveste / SEBRAE / SENAI / Apex-Brasil

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: depende dos eventos
Contrapartida
Empresário/Sindiveste/DF - traslado, alimentação e transporte de mercadoria

RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Apex-Brasil e empreendimentos

DATA DE INÍCIO: 03/2016

DATA DE TÉRMINO: 09/2019

RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO:
4.2, 4.3

AÇÃO 25 - REALIZAR EXPOSIÇÃO COM RODADA DE NEGÓCIOS

DESCRIÇÃO:

Promover a integração entre design, empresários, artesãos e mídia especializada. Exposição com rodada de negócio para apresentação do serviço.

COORDENADOR: Sindiveste

RESPONSÁVEL PELA EXECUÇÃO: SEMPES, IFB, IESB, Secretarias de Governo

TOTAL DE RECURSOS FINANCEIROS OU ECONÔMICOS: R\$ 120.000,00 (estimativa)

RESPONSÁVEL PELA VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA: Governo do DF

DATA DE INÍCIO: 03/2016

DATA DE TÉRMINO: 12/2019

RESULTADO(S) ESPERADOS COM A AÇÃO:
4.2, 4.3, 4.4

7. GESTÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

A gestão do Plano de Desenvolvimento do APL será realizada pela governança do projeto, compreendendo todos os parceiros, bem como os empresários, por intermédio de seus representantes.

Através de reuniões trimestrais de acompanhamento, o NE-APL/DF - Núcleo Estadual de Apoio dos Arranjos Produtivos Locais/DF gerenciará o andamento das ações e verificará a necessidade de ajustes no decorrer do período.

A cada semestre será realizada uma reunião de avaliação que contempla uma análise criteriosa acerca de todas as dimensões do gerenciamento de projeto, bem como do impacto das ações e efetividade dos resultados.

As ferramentas utilizadas para auxiliar a governança local no gerenciamento do projeto, serão: Ata de reunião, Proposta de Projeto, Plano de Gerenciamento de comunicação (Anexo IV).

As ações que não forem executadas nos prazos acordados, serão justificados os motivos e proposição de nova data de conclusão. Existindo a impossibilidade de realização de alguma ação, a governança deverá avaliar a manutenção e viabilização dos meios de conclusão.

Caso seja identificada a necessidade de exclusão de alguma ação, a mesma deve ser justificada e aprovada pela governança do APL. A justificativa deve ser baseada no impacto que a exclusão desta ação trará para o desenvolvimento e fortalecimento do APL.

No caso de não cumprimento e exclusão da ação todos os presentes devem votar e o comitê que representa a governança deve estar representado. Tanto as alterações de prazo, quanto as exclusões devem ser realizadas se as justificativas forem aceitas por 80% da governança e 50% dos presentes.

8. INSTRUMENTOS PARA ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

A avaliação do projeto se realiza por meio de pesquisa para mensuração dos resultados, de informações específicas sobre o setor e o território do público-alvo. A avaliação de resultados tem sido um processo de análise e interpretação sistemática e objetiva do grau de obtenção de resultados previstos no projeto.

Será realizada no início do projeto a Mensuração do “Tempo Zero” (Anexo I) com data definida nas ações e posteriormente a cada ano são realizadas as mensurações do “Tempo Um” e “Tempo Dois” por ação a fim de levantar de forma imparcial o alcance dos resultados estabelecidos.

ANEXOS

Relação dos Anexos:

ANEXO I – Cronograma de Execução

ANEXO II – Registro Fotográfico das reuniões realizadas na 1ª visita

ANEXO III – Registro Fotográfico das reuniões realizadas na 2ª visita

ANEXO IV - Templates de Gestão do Projeto

Anexo I – Cronograma de Execução

IT.	DESCRIÇÃO DA AÇÃO	DATA INICIO	DATA FIM	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	DESENVOLVER LOJA COLABORATIVA DO APL MARCA BRASÍLIA	mar/16	jun/17						
2	CRIAR NÚCLEO DE APOIO INFORMATIZADO	mai/15	dez/15						
3	CENTRAL DE PESQUISA DE FORNECEDOR - SITE	mar/15	out/15						
4	PESQUISA DE MERCADO - CIRCULAÇÃO DE MERCADORIA INTRAEMPRESAS	mai/15	ago/15						
5	ESTRUTURAR A GOVERNANÇA DO APL MARCA BRASÍLIA	out/14	nov/14						
6	DESENVOLVER A FORMAÇÃO E O FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA	ago/15	dez/19						
7	ATUALIZAR INVENTÁRIO DO APL MARCA BRASÍLIA	mar/15	abr/16						
8	DESENVOLVER PESQUISA DE PROSPECÇÃO DE MERCADO	mar/15	dez/19						
9	REALIZAR SEMINÁRIO E EVENTOS TÉCNICOS PARA O SETOR	ago/15	dez/19						
10	DESENVOLVER AÇÕES DE ESTÍMULO A FORMALIZAÇÃO (ARTESÃS)	set/15	dez/19						
11	DESENVOLVER PRODUTO COM DESIGN PRÓPRIO	mai/16	mai/17						
12	DESENVOLVER ESTUDO DE ICONOGRAFIA DO APL MARCA BRASÍLIA	jun/15	mar/16						
13	PESQUISAR E CLASSIFICAR AS TIPOLOGIAS ARTESANAIS PRESENTES DO DF	jun/15	mar/16						
14	REALIZAR OFICINA DE DESIGN INTEGRANDO ARTESANATO DO DF E DESIGNERS DE MODA	mar/16	dez/19						
15	MELHORAR QUALIDADE NAS INDÚSTRIAS	mar/16	dez/19						
16	REALIZAR CAPACITAÇÃO GERENCIAL PARA EMPRESAS DO APL MARCA BRASÍLIA	mar/16	dez/19						
17	REALIZAR CAPACITAÇÃO OPERACIONAL DE MÃO DE OBRA DO APL MARCA BRASÍLIA	jun/15	dez/19						
18	REALIZAR CURSO DE ELABORAÇÃO DE PROJETOS	mar/16	dez/19						
19	REALIZAR OFICINAIS DE TEMPOS E MOVIMENTOS (CRONOMETRAGEM)	mar/16	dez/19						
20	DESENVOLVER CAMPANHA PROMOCIONAL	mar/16	out/16						
21	CRIAR O PORTAL DO APL MARCA BRASÍLIA	ago/15	mai/16						
22	DESENVOLVER PLANO DE MARKETING DO APL	mar/16	dez/19						
23	VIABILIZAR A PARTICIPAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS EM PROGRAMAS E PROJETOS DE EXPORTAÇÃO	mar/16	dez/19						
24	PROMOVER PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS COMERCIAIS E NACIONAIS E INTERNACIONAIS	mar/16	dez/19						
25	REALIZAR EXPOSIÇÃO COM RODADA DE NEGÓCIOS	mar/16	dez/19						

Anexo II - Registro Fotográfico das reuniões realizadas na 1ª visita



Visita a produção da Loja Vento Radical



Visita realizada na Bia Bilu

Anexo III - Registro Fotográfico das reuniões realizadas na 2ª visita



Desfile CFW - Brasília - Concretamente Brasília - Artesãs



Desiree - Produção

Anexo IV – Templates de Gestão do Projeto

Assunto: [Assunto]

Ata de Reunião

Solicitante:	[Área Solicitante]
Relator:	[Nome]
Data da reunião:	[dd/mm/aaaa]
Hora de Início/Fim:	[nn:nn h a nn:nn h]
Local:	[Local do Evento]

PARTICIPANTES

Participantes Convocados	Órgão	E-mail	Telefone	Presença
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]
[Nome]	[Sigla]	[E-mail]	[Fone]	[S/N]

Observação: **Substituição, ausência justificada etc...** anotar na nota de rodapé

1. OBJETIVO DA REUNIÃO

- * [Descrever sucintamente o objetivo da reunião].

2. DESENVOLVIMENTO (decisões/comentários/observações)

- * [Descrever assunto importante discutido na reunião].

3. CONCLUSÕES

- * [Descrever as decisões e conclusões finais]
- * [Descrever as decisões e conclusões finais]

4. PENDÊNCIAS

- * [Indicar as pendências e follow-up].
- * [Indicar as pendências e follow-up].

5. PRÓXIMA REUNIÃO

- * [Informar o agendamento dos próximos passos].

[Nome do Projeto] Proposta de Projeto

Observação:

O texto em azul exibido entre colchetes e em itálico foi incluído para orientar o autor e deve ser excluído antes da publicação do documento.

Versão [N.N]

Histórico de Revisão

Data	Versão	Descrição	Autor
[Data]	[N.N]	[Descrição]	[Nome]
[Data]	[N.N]	[Descrição]	[Nome]
[Data]	[N.N]	[Descrição]	[Nome]

RESUMO EXECUTIVO

[Observação: O sumário executivo deverá conter informações resumidas, mas completas para uma fácil leitura para compreensão do escopo e análise do projeto, pelos gestores e diretores envolvidos para sua aprovação]

Propósito : _____

[Descrever sucintamente o objetivo do projeto]

Resumo : _____

[Descrever sucintamente as características básicas do projeto]

Prazo estimado : _____

[Informar o prazo total do projeto. Se necessário, informar as etapas e seus prazos]

Investimento/custo : _____

[Informar o custo total do projeto. Segmentar os custos preferencialmente em: investimento para desenvolvimento, investimento para adequação tecnológica (H/S), custeio para deslocamento/estadia do pessoal, custeio pessoal Caixa Seguros e outros custos]

Benefícios esperados (metas) : _____

[Descrever os resultados esperados, preferencialmente mensuráveis. Recomenda-se a indicação das metas que serão atingidas]

Retorno sobre o Investimento (ROI) : _____

[Informar os dados sobre o retorno do investimento (valores financeiros, nível de qualidade, prazo de retorno etc...). É importante informar também o "pay back" do investimento]

Execução : _____

[Descrever sucintamente a forma como será desenvolvido o projeto]

Riscos envolvidos : _____

[Descrever as consequências principais caso o projeto não seja executado]

1 - INTRODUÇÃO

[Descrever o histórico, motivos, cenários etc... que fundamentam a necessidade do projeto]

2 – BENEFÍCIOS ESPERADOS

[Descrever os benefícios esperados com a implantação do projeto. Deverão ser informados os principais benefícios, os subjetivos, qualitativos e quantitativos]

2.1- PRINCIPAIS DEFICIÊNCIAS

- [Descrever os principais problemas, deficiências ou insuficiências que nortearam a proposição do projeto. Relacionar as dificuldades técnicas, dificuldades operacionais, dificuldades do negócios etc...]

3 – DESCRIÇÃO DO PROJETO

3.1– HISTÓRICO

[Descrever o histórico e ações realizadas que motivaram e elaboração do projeto]

3.2– DESCRIÇÃO

3.2.1 Descrição Geral

[Descrever as características gerais do projeto]

3.2.2 Visão Funcional

[Descrever as características funcionais do projeto.]

4 – ESTRATÉGIA DE IMPLANTAÇÃO

[Descrever o planejamento definido para implantação do projeto.]

5 – CRONOGRAMA DO PROJETO

[Informar o prazo total para o desenvolvimento do projeto. Caso houver entregas intermediárias recomenda-se informar prazos por entrega]

[Apresentar um cronograma resumo de todo o projeto, destacando os principais eventos.]

[Apresentar um WBS (Estrutura Analítica do Projeto)]

7 – DIMENSIONAMENTO E CUSTO

7.1- DIMENSIONAMENTO

[Apresentar a estimativa do esforço definido para o projeto, que deve ser informado em unidade mensurável.]

7.2 ESTIMATIVA DE CUSTO

[Descrever os detalhes dos custos envolvidos para desenvolvimento do projeto, considerando o custo de investimento em desenvolvimento (traduzido dos elementos de dimensionamento), custos de deslocamento/estadia, investimento em capacitação, custeio etc..]

7.3 CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

[Apresentar o cronograma de desembolso para execução do projeto]

8 – RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (

[Apresentar a exposição de motivos que justifiquem o investimentos do projeto. Apresentar o cálculo do ROI preferencialmente]

[Informar a pre visão do "pay back" do investimento]

9 – ORGANIZAÇÃO E CONDUÇÃO DO PROJETO

[Apresentar a estrutura da gestão do projeto. Recomenda-se a ilustração do organograma e descrição dos respectivos papéis]

10 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

10.1 RISCOS NA EXECUÇÃO DO PROJETO

[Descrever os principais riscos que poderão contribuir para insucesso do projeto]

10.2 RISCOS DA NÃO EXECUÇÃO DO PROJETO

[Descrever os principais riscos se o projeto não for executado (enfoque principal no aspecto de negócio)]

Proposta de Projeto elaborado por:

[Nome do Analista]

[cargo]

[Data]

Projeto: [Digite nome do projeto]**Responsável pela elaboração**

Data	Nome	Função	Versão
[Data]	[Nome do Responsável]	[Cargo]	* N.n

Descrição dos processos de gerenciamento das comunicações

- * [Descreva, através de marcadores, os principais elementos/considerações do gerenciamento das comunicações]
- * [Descreva, através de marcadores, os principais elementos/considerações do gerenciamento das comunicações]
- * [Descreva, através de marcadores, os principais elementos/considerações do gerenciamento das comunicações]

Evento de comunicações

O projeto terá os seguintes eventos de comunicação

- **[Digite o nome do evento de comunicação]**
 - a. Objetivo – [Digite o objetivo do evento de comunicação]
 - b. Metodologia – [Digite a metodologia do evento de comunicação]
 - c. Responsável- [Digite o nome do responsável pelo evento]
 - d. Envolvidos – [Relacione os participantes do evento]
 - e. Data e Horário – [Insira a data e o horário] .
 - f. Duração – [Digite a duração] .
 - g. Local – [Digite o local do evento] .
 - h. Outros – [Descreva outros fatores, se necessário]
- **[Digite o nome do evento de comunicação]**
 - i. Objetivo – [Digite o objetivo do evento de comunicação]
 - j. Metodologia – [Digite a metodologia do evento de comunicação]

* O campo "versão" **não deve** ser preenchido no quadro do "Responsável pela elaboração", mas no campo "Versão" do Histórico de Revisão/Alteração. Para atualizar o nº da versão clicar com botão direito do mouse em qualquer lugar da célula fora das letras e acionar a função "atualizar campo".

- k. Responsável- [Digite o nome do responsável pelo evento]
- l. Envolvidos – [Relacione os participantes do evento]
- m. Data e Horário – [Insira a data e o horário] .
- n. Duração – [Digite a duração] .
- o. Local – [Digite o local do evento] .
- p. Outros – [Descreva outros fatores, se necessário]

Cronograma dos eventos de comunicações

[Insira imagem com o cronograma do projeto]

Atas de reunião

[Explique a necessidade da memória de reunião e seu conteúdo]

Exemplos de relatórios do projeto

Os principais relatórios a serem publicados no sistema de informações do projeto são apresentados a seguir:

[Faça considerações sobre os exemplos de projeto listados - frequência de atualização, utilização, responsável, etc]

○ [Digite o nome do relatório]

[Descreva o relatório]

Responsável:[Insira o nome do responsável pelo relatório]

[Insira a imagem do relatório]

○ [Digite o nome do relatório]

[Descreva o relatório]

Responsável:[Insira o nome do responsável pelo relatório]

[Insira a imagem do relatório]

○ [Digite o nome do relatório]

[Descreva o relatório]

Responsável:[Insira o nome do responsável pelo relatório]

[Insira a imagem do relatório]

Alocação financeira para o gerenciamento das comunicações

[Descreva os aspectos financeiros relativos ao processo de comunicações, tais como o pagamento por um evento não previsto, centros de custo etc]

Administração do plano de gerenciamento das comunicações

○ Responsável pelo plano

- * [Nome e cargo do responsável pelo plano]
- * [Nome e cargo do suplente do responsável pelo plano]

○ Frequência de atualização do plano

[Insira informações sobre a periodicidade da atualização do plano de comunicação]

Outros assuntos

(assuntos relacionados ao gerenciamento das comunicações do projeto não previstos nesse plano)

[Apresente e contextualize outros assuntos que podem não estar abordados nesse plano de projeto]

Histórico de Revisão/Alteração

Versão: N.n

Data	Versão	Descrição	Autor
[Data]	[N.n]	[Descrição]	[Nome]
[Data]	[N.n]	[Descrição]	[Nome]
[Data]	[N.n]	[Descrição]	[Nome]

Aprovação

Data	Nome	Função	Assinatura
[Data]	[Nome do Aprovador]	[Cargo]	