

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

**PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO APL DE PISCICULTURA DA
REGIÃO DE PAULO AFONSO - BAHIA**

SALVADOR – BAHIA
MAIO/2008

FORMULÁRIO DE PLANO DE DESENVOLVIMENTO

APL DE PISCICULTURA DA REGIÃO DE PAULO AFONSO - BAHIA

1. Contextualização e Caracterização do Arranjo

O APL de Piscicultura da região de Paulo Afonso é geograficamente formado por dois municípios: Glória e Paulo Afonso. Os limites territoriais desse APL são: ao norte, o município de Glória; ao leste, o Rio São Francisco e o Estado de Alagoas; ao oeste, o município de Rodelas. Destaca-se nesta região o Rio São Francisco como o marco que separa os Estados da Bahia e Alagoas; Bahia e Pernambuco; e, Bahia e Sergipe.

Os municípios desse pólo estão aproximadamente a 243 metros de altitude; a 460 quilômetros de Salvador, 480 quilômetros de Recife, 380 quilômetros de Maceió e 280 quilômetros de Aracaju.

A área desses municípios é formada por planaltos e depressões, representada por solo cristalino e ainda tabuleiros elaboradas nas camadas sedimentares da Bacia de Tucano-Jatobá.

Por estar situado na área do Sertão Nordestino, Paulo Afonso e Glória possui clima tipo BSh (Koppen) semi-árido, com pluviosidade média entre 500 e 600 mililitros anuais. A temperatura média é elevada, em torno dos 30 graus, chegando a 40 graus nos períodos mais quentes (dezembro/janeiro). Os meses mais quentes são de outubro a janeiro e o mês mais frio é julho, com temperatura em torno de 22 graus.

Características territoriais do APL da região de Paulo Afonso

APL	Cidades	Área da Unidade Territorial	Localização	Clima	População	IDH-M
01	Glória	1.402 km ²	09° 20' 20" S 38° 15' 25" O	semi-áridos	15.843	0,641
	Paulo Afonso	1.573 km ²	09° 24' 28" S 38° 13' 19" O	semi-áridos	103.776	0,719
	Rodelas	2.575 km ²	08° 51' 03" S 38° 45' 21" O	semi-áridos	7.705	0,655

FONTE: [HTTP://PT.WIKIPEDIA.ORG/WIKI](http://pt.wikipedia.org/wiki)

Segundo o IBGE, a população de Paulo Afonso é de 103.776 habitantes, o IDH é de 0,719, com um área territorial de 1.574 Km². O município de Glória tem uma população estimada em 15.843, IDH em 0,641, com uma área de 1.402 km².

O cultivo intensivo de tilápia em tanques-redes é a principal atividade deste APL que conta com o apoio de vários parceiros institucionais. A atividade teve início em 1998 com os primeiros tanques instalados nos povoados de Xingozinho e Malhados Grande. Hoje, o município de Paulo Afonso é o maior produtor de tilápia em tanques rede da Bahia. A tilápia produzida nessa região é classificada pelos compradores como um produto de excelente qualidade sendo procurada por grandes indústrias exportadoras de pescado do país.

Inicialmente, o objetivo desta atividade era gerar emprego e renda para os moradores dos municípios de Paulo Afonso e Glória. Tais municípios dispõem de um potencial hídrico e clima favorável para o cultivo. Atualmente, esta região é a maior produtora de tilápia em tanques rede do Estado da Bahia.

Participam deste Arranjo Produtivo 22 empresas varejista e atacadista, Cooperativas e Associações de Produtores. Os produtores criam Tilápia em tanques rede (metro cúbico) e viveiros escavados (metro quadrado), com um volume de produção estimado em 200 ton/mês de Tilápia In-natura. As ações de exportação ainda não se realizam através do Arranjo e o faturamento gira em torno de R\$ 6.960.000,00/Ano.

A governança do APL é exercida por associações de produtores locais e instituições de apoio ligadas às atividades de capacitação e pesquisa e desenvolvimento (P&D). Observa-se a necessidade de atuação mais específica na criação de rede inter-institucional para fortalecer a produção e comercialização dos produtos de forma competitiva no contexto das exigências do mercado contemporâneo.

Os parceiros que constituem a Governança são:

- Associação dos Piscicultores de Malhada Grande
- Associação dos Pequenos Aqüicultores da Malhada Grande
- Associação dos pequenos criadores de peixes do Povoado Lagoa do Junco
- Associação Pia do Roque Xingozinho
- Aqüicultura Colorado
- Aqüicultura da Fonte
- Associação PA IV
- Cooperativa Mista Agropecuária dos Produtores de Paulo Afonso
- Associação olho d'aguinha
- Associação Sítio do Tara
- Associação de Piscicultores de Queimadas
- Associação dos Criadores de Peixe em Consórcio do Município de Canudos
- Braspeixe Aqüicultura LTDA
- Canudos Aquicultura LTDA

Apoio Institucional.

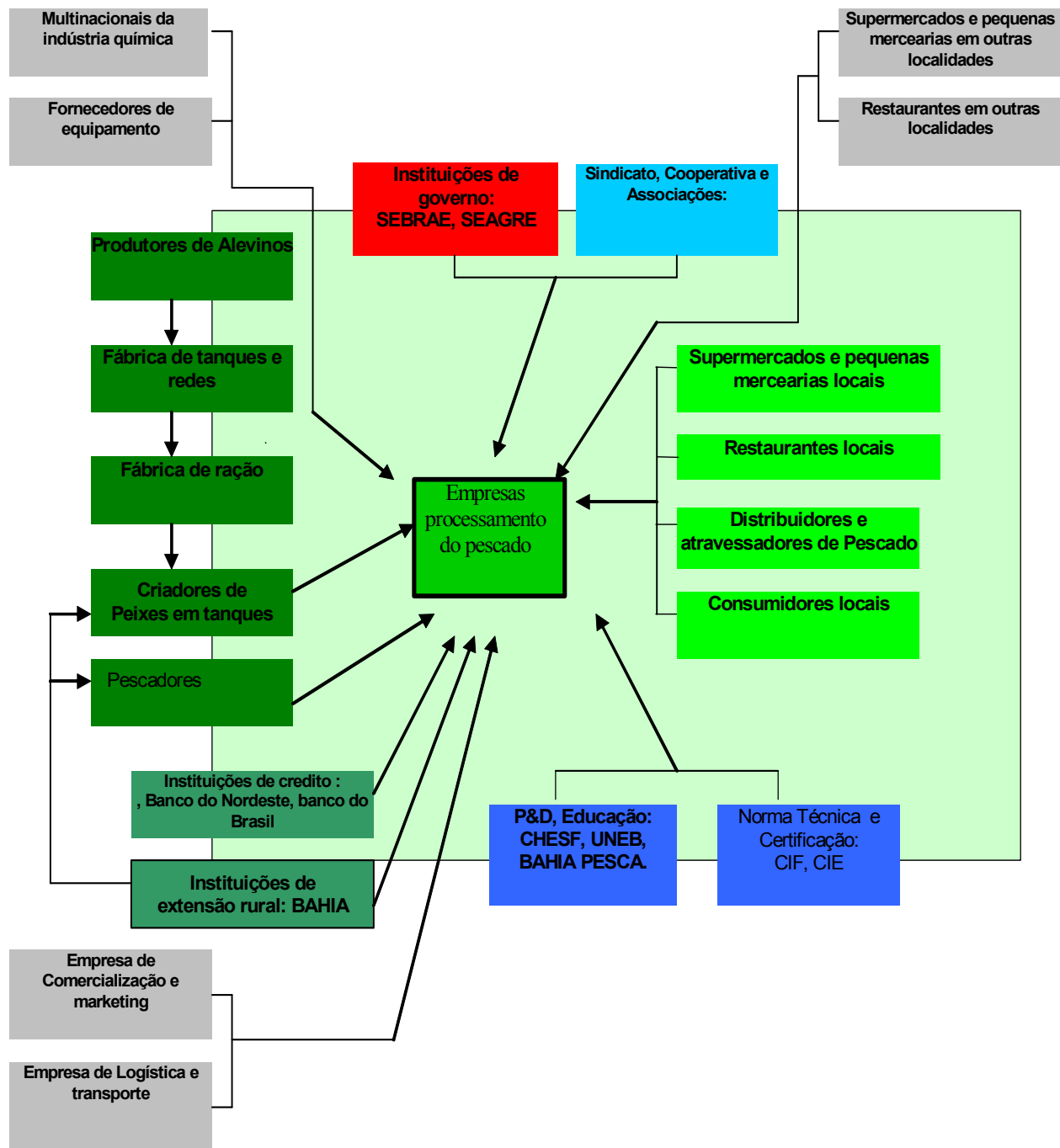
1. Instituições financeiras e de apoio local (SEBRAE - Serviço Brasileiro a Pequenas e Médias Empresas Bahia; BNB – Banco do Nordeste do Brasil; BB – Banco do Brasil);
2. Organizações não governamentais (Instituto Xingó - Instituto de Ciência e Tecnologia do Xingó);
3. Universidade (UNEB – Campus VII - Universidade Estadual da Bahia);
4. Instituições governamentais (Codevasf - Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba, Bahia Pesca – programa de desenvolvimento da aqüicultura e pesca PMPA Prefeitura Municipal de Paulo Afonso).

A finalidade desse aglomerado é fortalecer os empresários, associações e cooperativas que atuam no cultivo intensivo de tilápia em tanques-rede. Para tanto, utiliza-se como estratégia buscar a proximidade relacional e organizada, interação e socialização dos conhecimentos tácitos dos produtores, acelerando a aprendizagem coletiva a partir de redes de cooperação entre os agentes, aperfeiçoando canais de informação, condutores de conhecimento e inovação dentro e fora do APL.

O propósito deste arranjo é mobilizar a inteligência local por meio do fortalecimento do capital social e econômico; do estímulo do sistema local de inovação e empreendedorismo; da criação de massa crítica e estruturas empresariais; e, do estímulo a aprendizagem específica e coletiva, fortalecendo a auto-estima, orgulho coletivo e identidade cultural do APL.

O grande desafio neste APL é fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos elos da cadeia de valor da tilapicultura do Estado. Para tanto, busca-se promover sistemas inovadores locais e parcerias empresarial e institucional por meio da articulação e fortalecimento de um Organismo de Governança Local (OGL) e incentivo a formação de redes associativas de produtores.

FLUXOGRAMA DA CADEIA PRODUTIVA



2. Processo de Elaboração do Plano de Desenvolvimento

Este Plano de Desenvolvimento para o APL de Piscicultura, foi elaborado com um workshop realizado em 06 de maio de 2007. Nesta oficina relacionou-se algumas dificuldades da piscicultura, e como captar recursos e meios entre os parceiros institucionais que atuem no direcionamento das necessidades expostas pela cooperativa e associações, e qual seria a contra partida dos parceiros. Elaborou-se uma agenda permanente para discutir estratégias e propósitos deste APL, por conseguinte, ações necessárias para fortalecer e efetivar esta atividade econômica no Estado da Bahia. Para validar as ações do PDP, na 1ª semana de maio de 2008, os parceiros, produtores e empresários se reuniram, em Paulo Afonso, para validar as ações relacionadas na seção seis deste documento.

3. Situação Atual – Desafios e Oportunidades de Desenvolvimento

3.1. Variáveis:

- a) Questão Ambiente - potencial de recursos hídricos e clima favorável para a prática da atividade na região.
- b) Pesquisa e Desenvolvimento - capacitação tecnológica – existência do Centro de Desenvolvimento Tecnológico de Aqüicultura – CDTA e curso de graduação em Engenharia de Pesca.
- c) Mercado – aceitação do pescado produzido na região pelos mercados (interno e externo), gerando uma demanda significativa para o APL.
- d) Instalação de grandes empresas Ancora de pescado do país (NETUNO, Grupo AAT/ MPE).

3.2. Obstáculos:

- a) Logística - má qualidade das estradas vicinais baianas dificultando o escoamento da produção internamente, direcionando a produção para outros Estados, como Pernambuco.
- b) Questão Ambiental – A regulamentação dos produtores esta em fase de licenciamento.

3.3. Desafios:

- a) Questão Ambiental - legalização ambiental para os projetos (em fase de licenciamento);
- b) Produtividade - aumento da produção do pescado nos projetos com ajuda dos parceiros envolvidos;
- c) Marketing – Abrir novas rotas de Mercado no nordeste;
- d) Marketing – criação de um selo (Marca) de origem para a tilápia produzida no território;
- e) Gestão da Informação – sistematização dos dados e informações da produção de tilápia;
- f) Gestão Organizacional – monitoramento e avaliação da atividade.
- g) Educação continuada - capacitação e motivação para o trabalho em grupo dos produtores locais por meio de cursos como: gestão organizacional, empreendedorismo, produção mais limpa, elaboração de planos de melhorias, dentre outros voltados a atividade produtiva e comercial.
- h) Gestão Organizacional - prática do *Benchmarking* – exercício dessa prática de gestão entre os produtores e instituições com a finalidade de aprender com outras práticas, procedimentos e processos desenvolvidos em outros APL.
- i) Produção – beneficiamento do produto gerando agregação de valor.

3.4. Oportunidades:

- a) Mercado - exploração de um mercado crescente;
- b) Cooperação – formação de parcerias entre organizações do primeiro, segundo e terceiro setor para articular a cooperação e, por conseguinte, ampliar o mercado e minimizar os riscos da produção;
- c) Pesquisa e Desenvolvimento - participação da universidade e órgão de pesquisa no desenvolvimento de novas tecnologias para produção;

- d) Cooperação – propensão dos empresários e produtores na formação de redes de trabalho;
- e) Educação - formação de Mão de Obra – disponibilidade de curso de bacharelado em engenharia de pesca e pós-graduação em aquicultura.

4. Resultados Esperados

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

- a) Fortalecer a governança local do APL de Piscicultura da região de Paulo Afonso - Bahia;
- b) Alcançar o licenciamento ambiental de pelo menos 90% dos projetos de tilapicultura;
- c) Capacitar os empresários do APL em práticas competitivas;
- d) Aumentar o volume de produção nos municípios assistidos pelo PDP;
- e) Aumentar o consumo de tilápia no mercado baiano;
- f) Elevar a renda média proveniente da tilapicultura dos produtores assistidos pelo PDP;
- g) Aumentar o número de novos produtores envolvidos com a tilapicultura nos municípios atendidos pelo PDP;
- h) Exportar 10% até o final de 2010 e 20% até o final de 2012;

5. Indicadores de Resultado

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
1. Governança.	Formação e Capacitação da Governança Local.	Incrementar em 30% a captação de novas empresas nas reuniões de governança, em relação às empresas sensibilizadas do APL até 2009	(1) N° de empresas presentes e atuantes nas reuniões da OGL (2) N° de empresas sensibilizadas para as reuniões	$\% = [(1) / (2)] * 100$	Atas de reunião da Governança e banco de dados das empresas do APL Piscicultura	30 meses de execução do PDP
2. Licenciamento Ambiental	Cumprimento de exigências de órgãos ambientais	Alcançar o percentual de pelo menos 90% dos produtores do APL com projetos de tilapicultura licenciados até Dezembro de 2010	(1) N° de produtores do APL com projetos licenciados (2) N° total de produtores do APL	$\% = [(1) / (2)] * 100$	Órgãos Ambientais	Dezembro de 2010
3. Desenvolvimento Empresarial	Introdução e disseminação de práticas competitivas nas redes associativas de produtores do APL	Aumentar em 25%, até dezembro de 2009, em relação ao marco zero, o n° de produtores que valorizam práticas competitivas, tais como: Gestão Empresarial e Ambiental, Controle de Qualidade e Tecnologias Industriais Básicas.	(1) N° de empresas do APL certificadas em práticas competitivas; (2) Total de empresas do APL	$1\% = (1)/(10) * 100$	SECTI, SEBRAE, SEAGRE/Bahia Pesca	30 meses de execução do PDP

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
4. Produtividade	Promoção da competitividade e sustentabilidade do APL	Aumentar o volume de produção nos municípios assistidos pelo projeto, em 5% no ano de 2009, 10% no ano de 2010 e 15% até dez /2011	(1) Faturamento bruto do APL; (2) N°s de trabalhadores no APL; (3) Área Cultivada do APL; (4) Faturamento bruto no marco zero; (5) N°s de trabalhadores no APL no marco zero; (6) Área Cultivada do APL no marco zero;	$\% = \frac{[(1/3)/2] / ((4/6)/5) - 1}{1} * 100$	Pesquisa Direta entre os produtores do APL	Dezembro de 2009, Dezembro de 2010 e Dezembro de 2011
5 .Desenvolvimento de Mercado Interno	Realização de Feiras de degustação, com a participação de formadores de opinião e elaboração de um plano de comunicação interna.	Introduzir o pescado na Bahia em até 50% até o ano de 2010.	(1) Consumo de tilápia no mercado baiano por m ³ de tanque escavado construída em dezembro de 2009; (2) Consumo de tilápia no mercado baiano por m ³ de tanque escavado construída em dezembro de 2010.	$\% = \frac{\{(2) - (1)\}}{(1)} * 100$	Pesquisa Direta entre os produtores do APL	Dezembro de 2009 e Dezembro de 2010

INDICADOR	ESTRATÉGIA	META	VARIÁVEL	FÓRMULA	FONTE	PERIODICIDADE
6 . Agregação de Valor.	Beneficiamento do produto gerando agregação de valor	Elevar a renda média proveniente da tilapicultura dos produtores assistidos pelo projeto, em 2% no ano de 2009, 5% no ano de 2010, e 5% até dezembro de 2011;	(1) Faturamento Bruto do APL; (2) Faturamento Bruto na Linha de Base; (3) Área Cultivada no APL; (4) Área Cultivada na Linha de Base.	$\% = \{(1/3)/(2/4)\}$	Pesquisa Direta entre produtores do APL	Dezembro de 2008, Dezembro de 2009, de Dezembro de 2010 e Dezembro de 2011
7. Produtores	Criação de incentivos para a produção de tilápia.	Aumentar o número de novos produtores envolvidos com a tilapicultura nos municípios atendidos pelo projeto, em 10% no ano de 2008, 15% no ano de 2009 e de 20% até Dezembro de 2010.	(1) N° Total de Produtores (2009, 2010, 2011); (2) N° Total de Produtores em Dezembro de 2008	$\% = (1/2) - 1^{*}1\ 00$	Governança	Dezembro de 2008, Dezembro de 2009, Dezembro de 2010 e Dezembro de 2011
8. Desenvolvimento Mercado Externo	Participação em Feiras internacionais e elaboração de um plano de comunicação externa.	Exportar 10% da produção até o final do ano de 2010, 20% até o final de 2012 em relação ao ano de 2008.	(1) Volume de exportação (2010 e 2010); (2) Volume de exportação no tempo zero (2008)	$\% = (1/2) - 1^{*}1\ 00$		Dezembro de 2008, Dezembro de 2010 e Dezembro de 2012 .

6. Ações Previstas

1. Fortalecimento da Organização da Governança Local de Piscicultura

a) Descrição: Fortalecimento dos parceiros envolvidos no APL por meio de oficinas e palestra sobre governança. Realização de visitas a outros arranjos formados e bem sucedidos, participação em feiras e eventos de tilapicultura.

b) Coordenação: SECTI, SEBRAE.

c) Execução: SECTI, SEBRAE, Bahia Pesca, COOMAPA.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor a investir (em R\$)	Valor investido (em R\$)	%
GTP – APL (Codevasf)	24.000,00		50
SEBRAE	12.000,00	3.000,00	25
SECTI	12.000,00	3.000,00	25
TOTAL	48.000,00	6.000,00	100

e) Data de início: 01/01/2008

f) Data de término: 17/12/2009

g) Resultados esperados: **4 a** : Fortalecer a governança local do APL de Piscicultura.

h) Relação com o item **3: 3.3 g**: Educação - continuada; **3.3 h**: Gestão Organizacional - prática do *Benchmarking* -; **3.4a**: Mercado - exploração de um mercado crescente; **3.4b**: Cooperação – formação de parcerias entre organizações do primeiro, segundo e terceiro setor para articular a cooperação e, por conseguinte, ampliar o mercado e minimizar os riscos da produção; **3.4d**: Cooperação – propensão dos empresários e produtores na formação de redes de trabalho; **3.4 f**: Educação - formação de Mão de Obra – disponibilidade de curso de bacharelado em engenharia de pesca e pós-graduação em aquicultura.

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

() promoção do mercado interno

() promoção do mercado externo

(X) capacitação/ formação.

() valorização da identidade local

(X) inovação e tecnologia (incluindo o design)

() crédito

() outra. Por favor, informe:

2. Plano de Marketing com a confecção de um selo de origem.

a) Descrição: Elaboração de selo de origem como forma de posicionar no mercado nacional e internacional a tilápia produzida na Bacia Hidrográfica do São Francisco – Região de Paulo Afonso – Bahia.

b) Coordenação: SEBRAE, Bahia Pesca, SECTI.

c) Execução: SEBRAE, Bahia Pesca, SECTI, COOMAPA.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	Valor investido (em R\$)	%
GTP – APL(Ministério da Integração Nacional - MI)	20.000,00		50
SEBRAE	20.000,00		50
TOTAL	40.000,00		100

e) Data de início: 03/11/2008

f) Data de término: 10/11/2010

g) Resultados esperados: **4 d**: Aumentar o volume de produção nos municípios assistidos pelo PDP; **4 e**: Aumentar o consumo de tilápia no mercado baiano; **4.g**: Aumentar o número de novos produtores envolvidos com a tilapicultura nos municípios atendidos pelo PDP;

h) Relação com o item 3: **3.1 c**: Mercado – aceitação do pescado produzido na região pelos mercados (interno e externo), gerando uma demanda significativa para o APL; **3.3 c**: Marketing – difusão da tilápia no nordeste; **3.3 i**: Produção – beneficiamento do produto gerando agregação de valor; **3.4 a**: Mercado - exploração de um mercado crescente.

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

☒ (X) promoção do mercado interno

☒ (X) promoção do mercado externo

☐ () capacitação/ formação.

☒ (X) valorização da identidade local

☐ () inovação e tecnologia (incluindo o design)

☐ () crédito

☐ () outra. Por favor, informe:

3. Participação das redes de empresários em rodadas de negócios.

a) Descrição: Visitas a rodadas de negócios com intuito de atrair novos investidores e compradores.

b) Coordenação: SEBRAE, SECTI.

c) Execução: SEBRAE, SECTI.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	Valor investido (em R\$)	%
GTP – APL - (codevasf)	15.000,00		25
SEBRAE	15.000,00	3.000,00	25
SECTI	20.000,00	3.000,00	50
TOTAL	60.000,00	6.000,00	100

e) Data de início: 07/06/08

f) Data de término: 12/12/2010

g) Resultados esperados: **4 c:** Capacitar os empresários do APL em práticas competitivas; **4 d:** Aumentar o volume de produção nos municípios assistidos pelo PDP; **4 e:** Aumentar o consumo de tilápia no mercado; **4 f:** Elevar a renda média proveniente da tilapicultura dos produtores assistidos pelo PDP;

h) Relação com o item 3: **3.1 c:** Mercado – aceitação do pescado produzido na região pelos mercados (interno e externo), gerando uma demanda significativa para o APL; **3.4 a:** Mercado - exploração de um mercado crescente; **3.4 b.** Cooperação – formação de parcerias entre organizações do primeiro, segundo e terceiro setor para articular a cooperação e, por conseguinte, ampliar o mercado e minimizar os riscos da produção.

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

☒ (X) promoção do mercado interno

☒ (X) promoção do mercado externo.

☐ () capacitação/formação.

☒ (X) valorização da identidade local

☐ () inovação e tecnologia (incluindo o design).

☐ () crédito

☐ () outra. Por favor, informe:

4. Acesso a Feiras

a) Descrição: Participação da Governança do APL de Piscicultura em exposição em feiras nacionais e internacionais de Aqüicultura.

b) Coordenação: SEBRAE, SECTI.

c) Execução: SEBRAE, SECTI.

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	Valor investido (em R\$)	%
GTP – APL (Codevasf)	15.000,00		50
SEBRAE	10.000,00	4.000,00	40
SECTI	5.000,00	4.000,00	10
TOTAL	30.000,00	8.000,00	100

e) Data de início: 05/03/2008

f) Data de término: 15/12/2010

g) Resultados esperados: **4 c:** Capacitar os empresários do APL em práticas competitivas; **4 d:** Aumentar o volume de produção nos municípios assistidos pelo PDP; **4 e:** Aumentar o consumo de tilápia no mercado baiano; **4 f:** Elevar a renda média proveniente da tilapicultura dos produtores assistidos pelo PDP; **4 g:** Aumentar o número de novos produtores envolvidos com a tilapicultura nos municípios atendidos pelo PDP; **4 h:** Exportar 10% até o final de 2010 e 20% até o final de 2012.

h) Relação com o item 3: **3.1 c:** Mercado – aceitação do pescado produzido na região pelos mercados (interno e externo), gerando uma demanda significativa para o APL; **3.3 c:** Marketing – difusão da tilápia no nordeste. **3.3 d:** Marketing – criação de um selo (Marca) de origem para a tilápia produzida no território; **3.4 a:** Mercado - exploração de um mercado crescente; **3.4 b:** Cooperação – formação de parcerias entre organizações do primeiro, segundo e terceiro setor para articular a cooperação e, por conseguinte, ampliar o mercado e minimizar os riscos da produção.

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

☒ (X) promoção do mercado interno

☒ (X) promoção do mercado externo

☐ () capacitação/formação

☒ (X) valorização da identidade local

☐ () inovação e tecnologia (incluindo o design)

☐ () crédito

☐ () outra. Por favor, informe:

5. Abrir novas rotas de mercado.

a) Descrição: Buscar novas rotas de escoamento da produção, desta forma aumentando o consumo de tilápia no nordeste.

b) Coordenação: SEBRAE

c) Execução: SEBRAE

d) Viabilização financeira:

Nome da Instituição	Valor (em R\$)	Valor investido (em R\$)	%
GTP – APL (Ministério da Integração Nacional – MI)	40.000,00		50
SEBRAE	40.000,00		50
TOTAL	80.000,00		100

e) Data de início: 30/10/2008

f) Data de término: 30/10/2009

g) Resultados esperados: **4 g:** Aumentar o número de novos produtores envolvidos com a tilapicultura nos municípios atendidos pelo PDP.

h) Relação com o item 3: **3.1 c:** Mercado – aceitação do pescado produzido na região pelos mercados (interno e externo), gerando uma demanda significativa para o APL; **3.3 b:** Produtividade - aumento da produção do pescado nos projetos com ajuda dos parceiros envolvidos; **3.3 c:** Marketing – difusão da tilápia no nordeste; **3.3 d:** Marketing – criação de um selo (Marca) de origem para a tilápia produzida no território; **3.3 e:** Gestão Organizacional - gestão da Informação – sistematização dos dados e informações da produção de tilápia; **3.3 f:** Gestão Organizacional – monitoramento e avaliação da atividade; **3.3 h:** Gestão Organizacional - prática do *Benchmarking* – exercício dessa prática de gestão entre os produtores e instituições com a finalidade de aprender com outras práticas, procedimentos e processos desenvolvidos em outros APL; **3.4 a:** Mercado - exploração de um mercado crescente.

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

☒ (x) promoção do mercado interno

☐ () promoção do mercado externo

☐ () capacitação/ formação.

☐ () valorização da identidade local

☐ () inovação e tecnologia (incluindo o design)

☐ () crédito

☐ () outra. Por favor, informe:

7. Gestão do Plano de Desenvolvimento

A gestão do Plano de Desenvolvimento será realizada pelo Bahia Pesca, SECTI, SEBRAE e o líder dos empresários / produtores, com o apoio das instituições parceiras, representantes empresariais e demais atores que compõem a governança do APL de Piscicultura.

8. Acompanhamento e Avaliação

As atividades inseridas ao Plano de Desenvolvimento do APL de Piscicultura de Paulo Afonso serão acompanhadas pela Governança e demais parceiros que participam Organização de governança - OGL e se utilizará instrumentos que sirvam de respostas às futuras ações do APL. Os indicadores construídos servirão para acompanhar e mensurar os resultados diretos, sendo estes uma ferramenta de precisão no acompanhamento e avaliação do APL.

O monitoramento e a avaliação do Plano de Desenvolvimento se darão conforme tabela de indicadores, na qual estão relacionadas às variáveis e à periodicidade para mensuração dos resultados. Além disso, disponibilizar-se-á da ferramenta do SIGEOR/SEBRAE que acompanha e mensura os resultados finalísticos e intermediários e o andamento das ações.