



**APL**  
**de Confecção**  
**do Sudoeste do Paraná**

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DO  
ARRANJO PRODUTIVO LOCAL  
DE CONFECÇÃO MODA SUDOESTE

## SUMÁRIO

	<b>Apresentação</b>	<b>03</b>
<b>1</b>	<b>Contextualização e caracterização do APL da Confecção Moda Sudoeste</b>	
1.1	Histórico e formação do APL	04
1.2	Setores presentes ligados à atividade principal do arranjo	05
1.3	Empreendimentos existente e pessoal ocupado	05
1.4	Qual o significado, em termos percentuais, do nº de empreendimentos e de pessoal ocupado em comparação com a economia local; regional	07
1.5	Delimitação territorial do APL	07
1.6	O processo de interação e cooperação	
	1.6.1 Cooperação e interação empresarial	10
	1.6.2 Interação com instituições de ensino e tecnologia	11
	1.6.3 Cooperação com o setor público	11
	1.6.4 Cooperação com instituições de crédito e desenvolvimento	11
1.7	Governança do APL	
	1.7.1 O Surgimento da primeira instância gestora – 2002	12
	1.7.2 O novo modelo de gestão	13
	1.7.2.1 Propósitos do APL da Confecção Moda Sudoeste	16
	1.7.2.2 Fazem parte do Grupo Gestor do APL	16
	1.7.2.3 Compõe as seções regionais as seguintes entidades e pessoas	17
	1.7.3.2 São responsabilidades do Grupo de Trabalho de áreas estruturastes	18
	1.7.3.3 São responsabilidades do GR para Programas e Projetos	18
	1.7.3.4 São responsabilidades do GT das relações com parcerias-fornecedores da cadeia produtiva	18
	1.7.3.5 Funções das seções regionais	18
	1.7.4 A Marca	19
<b>2</b>	<b>Processo de Elaboração do Plano de Desenvolvimento</b>	<b>19</b>
<b>3</b>	<b>Situação atual – desafios e oportunidades de desenvolvimento</b>	<b>20</b>
3.1	Obstáculos	21
3.2	Oportunidades	21
3.3	Desafios	22
<b>4</b>	<b>Resultados Esperados</b>	
4.1	Finalísticos	22
4.2	Intermediários	23
<b>5</b>	<b>Indicadores de resultados</b>	
5.1	Indicadores	23
5.2	Premissas para o dimensionamento dos resultados esperados	24
5.3	Estratégias para implementação do Plano de Desenvolvimento	25
<b>6</b>	<b>Ações previstas</b>	
	Eixo Mercado e Imagem	26
	Eixo Gestão e Formação	29
	Eixo Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania.	35
	Eixo Finanças e Investimentos	38
<b>7</b>	<b>Gestão do Plano de Desenvolvimento</b>	<b>40</b>
<b>8</b>	<b>Acompanhamento e avaliação</b>	<b>41</b>
<b>9</b>	<b>Referências bibliográficas</b>	<b>42</b>
	<b>A N E X O S</b>	
	Anexo 1 – Diagnóstico da indústria do vestuário do Sudoeste – A História dos Alfaiates (inclui relação de ações/atividades de 2004 até 2006)	44
	Anexo 2 – Modelo do Termo de Adesão	66
	Anexo 3 – Reunião de instalação do GG – 05/11/05 – lista de participantes, integral	69
	Anexo 4 – Projeto Design – Educação e Competitividade (arquivo a parte)	
	Anexo 5 – Projeto A Saúde da Mulher está na Moda (arquivo a parte)	

## APRESENTAÇÃO

O presente Plano de Desenvolvimento é um conjunto de ações propostas para o incremento no desenvolvimento da competitividade e da cooperação, no âmbito do APL da Confecção Moda Sudoeste.

O arranjo produtivo abriga 415 indústrias de micro, pequeno, médio e grande porte. O APL é fortemente marcado pela presença de empresas de pequeno porte: 93% pertencem a este segmento, 6,5% são de médio porte e 0,5% de grande porte. A aglomeração produtiva é responsável pela geração de 5.500 empregos diretos e mais de 2.500 indiretos.

Acentuada especialização produtiva de confecção de moda masculina, destacando-se a moda social sendo a maior produtora do estado neste segmento, havendo ainda forte presença de indústrias produtoras de jeans e de moda feminina.

O presente documento compreende e representa a convergência das missões e competências do conjunto de entidades que integra a governança do APL, bem como, do interesse em cooperar e interagir de outros atores institucionais públicos e privados do território do APL.

As ações propostas foram validadas pela governança local e pela Rede Paranaense de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais – Rede APL Paraná.

Na elaboração do plano observaram-se as indicações do Manual Operacional que apresenta o Modelo de Plano de Desenvolvimento, disponibilizado pelo MDIC, e por informações de diversas fontes, bem como, pelo histórico de ações anteriores no território do APL.

# 1 CONTEXTUALIZAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DO ARRANJO PRODUTIVO DA CONFECÇÃO MODA SUDOESTE

## 1.1 Histórico da formação do Arranjo Produtivo Local

Em meados dos anos 70, com as mudanças significativas na estrutura sócio-econômica do país, alguns fatores contribuíram para a mudança no setor de confecção, a exemplo do início do êxodo rural, a forte inserção da mulher no mercado de trabalho. Nessa época a região do Sudoeste do Paraná contava com municípios ainda muito jovens (10 a 20 anos de emancipação política nos anos 70), população predominante de imigrantes italianos e alemães provindos das regiões Oeste de Santa Catarina e Serra Gaúcha, uma das atividades pioneiras na região deu início a história da indústria do vestuário: os chamados **alfaiates**, pessoas que fabricavam roupas masculinas sob medida (calças, camisas e paletós) e que nas décadas de 70 e 80, viram na atividade a oportunidade de passar a fabricar o mesmo tipo de produto em escala industrial, impulsionados pela demanda de uma região que vivia o *boom* econômico da introdução da mecanização agrícola.

Esses produtos foram incorporados ao mix dos estabelecimentos comerciais – os armazéns de secos e molhados, muitas vezes da própria família, ou vendidos por ambulantes para municípios vizinhos.

Assim, nasceram as primeiras unidades industriais na região, caso da pioneira Krindges, de Ampére (1977-1982 com a Krindges Industrial, calças, camisas e ternos masculinos), uma das 10 maiores do país.

Outras unidades pioneiras surgiram em Francisco Beltrão (1978, Raffer Confecções, ternos, calças e camisas, no segmento de ternos tem a maior produção no Paraná na linha social) e Santo Antonio do Sudoeste (1970, Alfaiataria da Adélia Blazius e em 1979 a Blazius & Blazius com unidades em Santo Antonio do Sudoeste e Toledo, ternos e calças).

O sucesso destes primeiros empreendimentos motivou o surgimento de tantos outros que estão presentes em 28 dos 42 municípios da região.

### **Esforços próprios e união em busca do desenvolvimento do setor**

Alheios às dificuldades que a região apresentava, tais como, o difícil acesso a outros pólos do Estado (dada a localização em ponto extremo do Paraná), poucas rodovias com pavimentação asfáltica, inexistência de fornecedores de matéria prima, de mão-de-obra especializada, de prestadores de serviços, enfim, as indústrias surgiam e se desenvolviam sem estrutura de apoio externo, fatores que motivaram a união de empresários no intuito de promover o desenvolvimento do setor, através da busca de soluções em conjunto.

Surgiram, neste cenário, os primeiros profissionais de manutenção e conserto de máquinas (1992, vindos de Santa Catarina financiados e mantidos pelos empresários) que hoje são empresas

estabelecidas prestando serviços e revendendo máquinas e equipamentos; os primeiros cursos de formação de operadores de máquinas (máquinas cedidas por empresas com apoio de prefeituras em 1993); a promoção e divulgação do setor com os primeiros eventos regionais – o primeiro desfile de peças fabricadas na região ocorreu em 1994 e no mesmo ano, a primeira mostra pública dos produtos da região (Ferim/Feira Regional da Indústria da Moda); as primeiras oficinas de tendências de coleções (1995), com profissionais trazidos do Rio Grande do Sul; as primeiras viagens à feiras especializadas (1994 na primeira edição da Expovest em Cianorte e em 1995/1996, na Fenit em São Paulo).

Do ponto-de-vista da sindicalização, em 1992 houve o desmembramento da categoria que pertencia ao Sindicato das Indústrias do Oeste para a constituição dos sindicatos patronal e obreiro do Sudoeste. Outra conquista do setor foi em 1997 quando um grupo de 21 empresários de Francisco Beltrão fundou a primeira cooperativa de crédito urbano do Paraná, a CRESUD, neste município.

Com o processo da abertura econômica, em meados da década de 90, o setor sofreu intenso processo de reestruturação industrial. O declínio das atividades nas indústrias fez com que a mão-de-obra que fôra despedida e que detinha algum conhecimento no setor, começasse a adquirir máquinas e equipamentos para montar seu próprio negócio como forma de sobreviver à crise que se instalou na época em todo o Brasil, da mesma forma que as empresas que conseguiram sobreviver ao abalo econômico e se reestruturaram, hoje despontam no cenário setorial como âncoras em seus municípios.

Já no final da década de 90, com o reaquecimento do setor, a região começou a atrair empreendedores de outras regiões na linha de fornecimento de matéria prima, de serviços e de mão-de-obra especializada, o que tem contribuído para melhorias das unidades industriais.

Na virada do século, o setor de confecção da região reescreve sua história. A união dos empresários, prefeituras dos municípios produtores, sindicatos da categoria, as entidades Senai, Sesi, Sebrae, faculdades e instituições financeiras, desencadearam-se várias atividades articuladas em prol do desenvolvimento sustentável setorial. U

Uma das principais preocupações é a formação de mão-de-obra qualificada. Para tal, estão em funcionamento 11 escolas de operadores de costura, que passaram em 2005 por total reestruturação de conteúdo para atender as necessidades do mercado. Cursos de média duração de especialização em desenvolvimento e modelagem, curso técnico, curso de graduação e curso a nível de pós-graduação, juntos em abril de 2005 somavam 420 pessoas matriculadas nos diferentes níveis de ensino (do básico à pós-graduação).

## **1.2 Setores presentes ligados à atividade principal do arranjo**

Há no território do APL presença significativa de negócios complementares, como:

- lavanderias industriais,
- distribuidores de tecidos e acessórios,
- representantes de máquinas e equipamentos industriais,

- ❑ prestadoras de serviços em bordado industrial, serigrafia e modelagem,
- ❑ empresas especializadas na prestação de serviços específicos e complementares (que só fabricam algumas peças de roupas, tipo cós, bolsos para calças, colarinhos),
- ❑ empresas de comunicação e *marketing* produzindo catálogos e campanhas para empresas e para o APL,
- ❑ consultores independentes com atuação na organização da produção,
- ❑ empresas transportadoras e
- ❑ estilistas.

As principais deficiências detectadas estão no fornecimento de embalagens, na diversificação de acessórios e em estilistas, áreas em que a região depende das regiões próximas ou de centros maiores no país.

O tecido é adquirido diretamente das principais fornecedoras de têxteis do Brasil com depósitos em São Paulo e de algumas unidades com distribuição em Santa Catarina ou no Paraná. A aquisição de malha em pequenas quantidades é feita de distribuidoras da própria região.

As empresas que confeccionam ternos, para a coleção inverno tem também importado do Uruguai em pequenos volumes (produto de qualidade superior e preço compatível com a distribuída no Brasil). Aviamentos são adquiridos principalmente dos Estados de São Paulo e do Rio Grande do Sul.

A presença de Instituições de Ensino, Pesquisa e Tecnologia está destacada no item 1.6 adiante.

### 1.3 Empreendimentos existentes e pessoal ocupado

Considerando as fontes oficiais de informações e dados obtidos junto às empresas no APL, na tabela a seguir pode ser visualizada a presença de empresas e empregos no território abrangido. As empresas estão enquadradas nos códigos 17 e 18 da Classificação Nacional de Atividades Empresariais (CNAE), em diversos subcódigos. A identificação de códigos específicos não é possível tendo em vista erros e imprecisões no registro das empresas junto à Receita Federal.

**Tabela 1: Empresas e empregos no APL Moda Masculina**

Microregião <sup>1</sup>	Empregos formais	Empresas
Palmas <sup>2</sup>	185	37
Pato Branco <sup>2</sup>	635	117
Francisco Beltrão <sup>2</sup>	2.973	243
Capanema <sup>3</sup>	1.673	18
<b>TOTAIS</b>	<b>5.466</b>	<b>415</b>

Observações:

- 1) microregiões conforme classificação do Ministério do Trabalho - MTb
- 2) Fonte: MTb/Caged
- 3) Fonte: Receita Estadual e empresas

Além dos empregos formais citados, no âmbito do APL são estimados mais 2.500 empregos indiretos, ocupados em atividades complementares ao epicentro produtivo do arranjo.

O parque industrial do APL Moda Masculina do Sudoeste é composto por 415 empresas produtoras finais, que geram aproximadamente 5.500 empregos diretos e 2.500 indiretos nas demais atividades presentes no arranjo.

Em 2004 foi realizado o primeiro Diagnóstico Setorial onde foram pesquisadas 82 unidades industriais e deste relatório alguns indicadores levantados são base para realização de projetos, direcionamento de investimentos pelos empreendedores e balizam ações de planejamento do APL. Entre os números apontados no universo pesquisado, destacamos:

a) *Forma de produção*: 67% produzem marca própria; 16% produzem na forma *Private Label*; 5% são licenciadas para produzir e comercializar (grandes grifes); 30% operam somente com facção e 20% produzem de outras formas ou de forma integrada.

b) *Porte da unidade*: 53% microempresas; 39% pequenas e médias empresas e; 3% empresas de grande porte, utilizando como critério a Receita Operacional Bruta das empresas.

#### **1.4 Qual o significado, em termos percentuais, do número de empreendimentos e de pessoal ocupado em comparação com a economia local/regional**

O território do APL possui o segundo maior valor adicionado da indústria da transformação e na geração de empregos diretos na região Sudoeste, ficando atrás apenas do setor agroindustrial.

Segundo o estudo “**APL e o Novo Padrão de Especialização Regional da Indústria Paranaense na Década de 90**” (IPARDES, 2003), a região sudoestina em 2000 possuía 976 unidades industriais que geravam 15.119 empregados (4,24% de representação no estado) e 1,85% de participação no Valor Adicionado, sendo que a indústria do vestuário possuía o maior número de estabelecimentos em 2000 com 115 unidades (11,78% do total), o segundo em valor adicionado da região (10,45%) e o maior gerador de mão-de-obra com 3.270 postos de trabalho formais (21,63%).

Ainda de acordo com o estudo, a indústria do vestuário da região apresentou crescimento de 53,76% entre os anos de 1990 e 2000, sendo que os setores do vestuário e de abates de frango concentram 42,97% dos postos de trabalho na indústria regional.

#### **1.5 Delimitação territorial do APL**

Localizado sobre a bacia hidrográfica do Rio Iguaçu, à margem esquerda, o sudoeste do Paraná ocupa uma área de 16.975.515km<sup>2</sup>, com população estimada em 558.903 habitantes (IBGE, 2004).

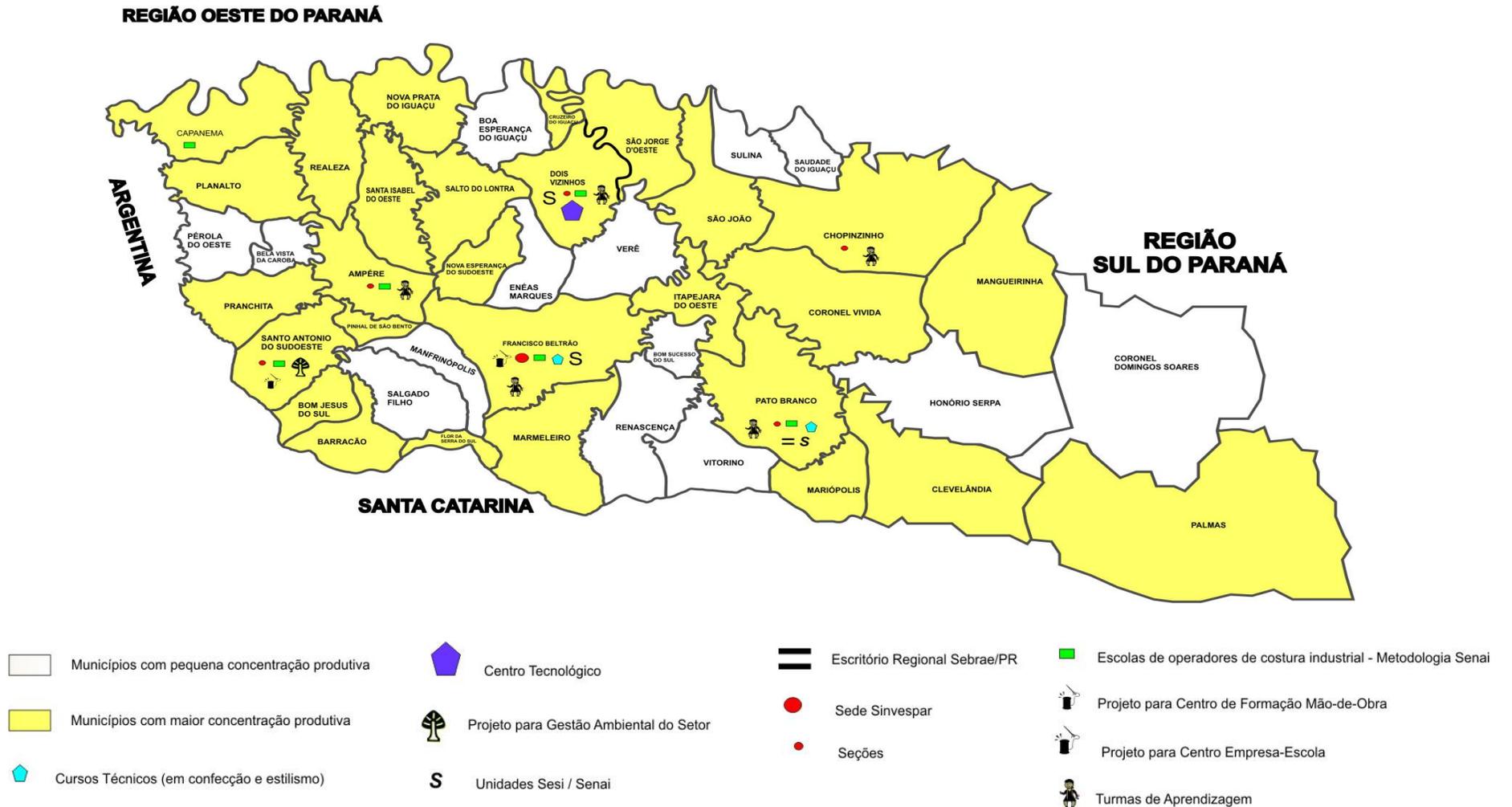
A região é composta por 42 municípios predominantemente de pequeno porte (55% até 10mil habitantes; 29% de 10mil a 20mil; 12% de 20mil até 36mil e; 4% acima de 60mil), sendo que 96% dos

municípios tem menos de 50 anos de emancipação política-administrativa. Faz fronteira a oeste com a República Federativa da Argentina (Província de Misiones) e ao sul com o Estado de Santa Catarina.

O sistema produtivo da indústria de confecção que caracteriza e delimita o APL de Confecção Moda Sudoeste do Paraná está presente atualmente em 28 municípios, sendo destaques em número de unidades, em valor agregado e na geração de empregos os municípios de Ampére (6º no ranking estadual), Dois Vizinhos (8º), Francisco Beltrão (14º), Santo Antonio do Sudoeste (22º) e Pato Branco (28º).

A produção de vestuário no APL é estimada em 16 milhões de peças/ano, com predominância para moda masculina (calças, camisas, paletós), jeans e modinha feminina.

Mapa 1: Região Sudoeste do Paraná – em destaque a delimitação do APL e equipamentos existentes e/ou projetados.



## 1.6 O processo de interação e cooperação

### 1.6.1 Cooperação e Interação Empresarial

É possível que o aspecto que mais represente a busca pela interação e cooperação empresarial seja a adesão maciça ao Projeto Pólo, embrião do atual APL Moda Masculina.

Quando lançado em 2003, 140 empresas aderiram de imediato ao Pólo e passaram a trabalhar efetivamente para concretizá-lo, o que culminou em uma rápida ampliação da interação setorial, cujos desdobramentos podem ser percebidos nos seguintes exemplos concretos:

a) em outubro de 2002 foi lançada a marca *Moda Sudoeste*, que teve e tem como objetivo identificar visualmente todas as ações do setor e empresas. Este lançamento ocorreu durante uma feira multisetorial onde 34 empresas participaram numa área de 350m<sup>2</sup> de *show-room*, todas com identificação da Moda Sudoeste;

b) nas feiras fora da região, a exemplo da Fenin/2004, as 10 empresas participantes tinham como identificação também a Moda Sudoeste. Para o mesmo evento foi contratado uma transportadora que realizou o traslado das mercadorias de todas as empresas participantes;

c) as empresas costumam trocar informações sobre tecnologia e mercado e é fato comum o empréstimo de material, prática mais identificada nos municípios de Santo Antonio, Salto do Lontra, Ampére (entre as menores empresas);

d) as empresas prestadoras de serviços (facções) tem repassado parte dos serviços a outras empresas da mesma atividade quando não conseguem cumprir os contratos (produção acima da capacidade). Esta prática está cada vez mais presente na região, bem como, contratar serviços de empresas da região como os de serigrafia e bordados, estimulando o processo de desenvolvimento destas atividades;

e) outra evidência é no Planejamento Estratégico do APL o item de **imagem e mercado** obteve grande pontuação para "incentivar e promover a interação de empresas regionais de marcas próprias com as prestadoras de serviços e fornecedores". Para tal, já está em andamento a 1ª edição do **Guia de Produtos, Serviços & Fornecedores da Moda Sudoeste**, cujo lançamento e distribuição estão programados para ocorrer em julho do corrente ano;

f) a participação do empresários em caravanas, a implantação de um projeto coletivo para a gestão e destino dos resíduos industriais e, em negociação, a coleta dos resíduos de forma coletiva, são outros fatos que evidenciam a cooperação empresarial.

### 1.6.2 Interação com Instituições de Ensino e Tecnologia

São quatro instituições ligadas ao Projeto do APL, cujos papéis são:

**Unisep - Universidade do Sudoeste do Paraná**, com sede em Dois Vizinhos, principal entidade integrada, possui curso de Tecnologia do Vestuário e, em andamento, o MBA em Administração da Confecção. É a principal mantenedora do **Sudotec**, instituição de ensino e tecnologia que terá a confecção como uma das unidades do Centro Tecnológico do Sudoeste, em Dois Vizinhos;

**Fadep - Faculdade de Pato Branco**, tem realizado atividades conjuntas, como o curso de Pós-Graduação em Estilismo, em 2004, e atuou na realização do Diagnóstico Setorial. Iniciará este ano com as atividades de diagnóstico de resíduos do setor, através do curso de Administração;

**Unioeste – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Francisco Beltrão**, está iniciando na parceria e terá a incumbência de certificar os participantes do Programa de Gestão Empresarial a ser realizado em 2006 através do IEL, Sebrae/NA e Unindus;

**UTFPr - Universidade Federal Tecnológica do Paraná, Unidade de Pato Branco**, iniciará sua participação no APL em 2006 e as ações serão ainda definidas no âmbito dos projetos em curso.

### 1.6.3 Cooperação com o setor público

Atualmente são mantidas parcerias com 6 municípios que mantêm Escolas de Operadores Industriais, a saber: Francisco Beltrão, Pato Branco, Santo Antônio do Sudoeste, Ampére, Capanema e Dois Vizinhos, e em andamento a reestruturação de unidades e parcerias em Barracão e Flor da Serra do Sul. As Prefeituras contratam e pagam os Professores e são responsáveis pela manutenção das Escolas e pela aquisição de novas máquinas.

Nos demais municípios a demanda é atendida através de duas Escolas itinerantes, uma vez que a demanda local não justifica a implantação de estruturas próprias.

### 1.6.4 Cooperação com instituições de crédito e desenvolvimento

O Departamento de Fomento da **FIEP - Federação das Indústrias do Estado do Paraná** é responsável por repassar as principais linhas de crédito do mercado, atualizando as informações a cada trimestre e trazendo novas ações, além de ser o elo com o Projeto PROINCO. O Departamento de Fomento e Captação da Fiep articula a inclusão de municípios e/ou empresas em programas do BNDEs, a exemplo da inclusão de 3 municípios em 2004 no Progeren (Francisco Beltrão, Pato Branco e Santo Antonio do Sudoeste); atualmente está intermediando negociações para inserção de projeto coletivo através do Proinco-BNDEs; articulou e efetivou convênio financeiro entre o Sistema FIEP, Sindicatos e o Banco do Brasil para investimentos e, trimestralmente, os técnicos desse departamento vêm ao APL para um ciclo de encontros onde são disseminadas informações de linhas de crédito e fomento de várias instituições financeiras públicas e privadas, nacionais e internacionais.

O **BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul** atua no APL desde 2004 através de sua carteira de crédito e, a partir de 2006, estará disponibilizando o FINIM, estruturado especificamente para APLs. O BRDE é ainda a principal porta de acesso ao financiamento de projetos ambientais;

A **Agência de Desenvolvimento do Sudoeste do Paraná** está articulando a implantação da Associação Garantidora de Crédito, que beneficiará especialmente os micro e pequenos empresários do setor – o organismo garantidor está em funcionamento até 2007.

## **1.7 Governança do Arranjo Produtivo**

### **1.7.1 O surgimento da primeira instância gestora**

No início de 2003, diferentes atores institucionais e empresas da região uniram-se em torno da proposta de formar o Pólo da Confecção do Sudoeste do Paraná, buscando seu reconhecimento junto ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, através do programa de incentivo a Pólos de Competitividade.

Engajados na proposta de alavancagem para o setor, o Sindicato das Indústrias do Vestuário do Sudoeste do Paraná, representante da categoria, o Sistema Fiep/Senai (unidades de Francisco Beltrão e Pato Branco) e o Sebrae - Escritório Regional de Pato Branco, deram início ao planejamento de ações necessárias para o reconhecimento do MDIC.

Como ponto de partida foi realizado o Planejamento Estratégico onde foram definidas as principais parcerias regionais e suas competências, a missão, os gargalos existentes, os programas prioritários e a sistematização espacial da região no segmento.

O pólo começou a se materializar a partir da instalação do Comitê Gestor, que, coordenado pelo Sinvespar, passou a planejar, deliberar e viabilizar iniciativas que pudessem promover o desenvolvimento do setor que teve como ponto forte o senso de co-responsabilidade e construção coletiva entre a iniciativa privada, instituições e poder público.

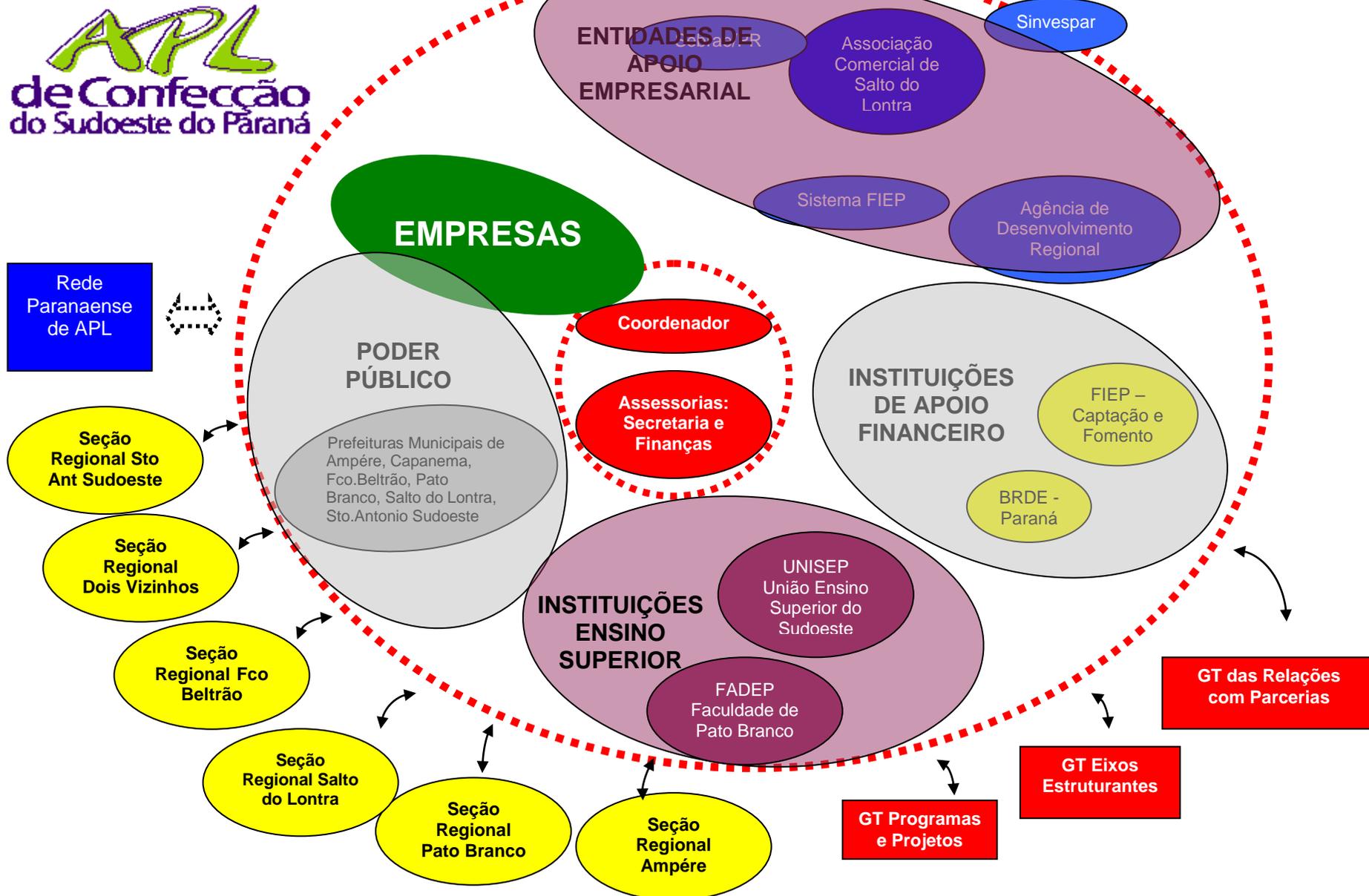
### **1.7.2 Novo Modelo de Gestão**

Em 11 de outubro de 2005, na sede social da Indústria Raffer em Francisco Beltrão foi realizado o encontro para constituir o novo modelo de governança do APL (figura a seguir).

Desta reunião surgiu o primeiro encontro oficial do APL na data de 5 de novembro de 2005, na sede da AABB em Francisco Beltrão, que contou com a participação de 76 pessoas (empresários, instituições de ensino, instituições financeiras, fornecedores) e de representantes da Rede Paranaense dos APL's (SEIM, SEPLAN, IEL).

Neste encontro foram priorizadas as ações para o APL nos próximos 2 anos. Estas ações são a referência do presente Plano de Desenvolvimento do APL Moda Masculina.

Figura 1: Estrutura do Grupo Gestor do APL





### 1.7.2.1 Propósito do APL da Confecção Moda Sudoeste

“Tornar a Moda do Sudoeste do Paraná reconhecida nacionalmente através da sua qualidade, fortalecer a organização coletiva do APL e promover a capacitação das empresas, com tecnologia e informações atualizadas”.

### 1.7.2.2 Fazem parte do Grupo Gestor do APL as seguintes entidades e representantes:

ENTIDADE/EMPRESA ÓRGÃO	REPRESENTANTE	ATIVIDADE	EIXO ESTRUTURANTE
Sinvespar	Edson Luiz Campagnolo	Empresário e Preside a entidade	Coordenador
Sinvespar	Solange Stein	Secretaria Geral	Coordenação
Sebrae Escritório de Pato Branco	Vitor Tioqueta	Consultor e responsável pelo setor na região	Imagem e Mercado Gestão e Formação Projetos e Programas
Senai/Sesi – Ud regional de Francisco Beltrão	Marta Tesser	Gerente da unidade	Gestão e Formação Meio Ambiente, Saúde, Cidadania e Segurança
Senai/Sesi – Ud regional de Pato Branco	Márcia Painin	Gerente da unidade	Meio Ambiente, Saúde, Cidadania e Segurança
IEL Paraná	Geraldo Bolzani	Assessoria APL's	Imagem e Mercado Gestão e Formação
União de Ensino Superior do Sudoeste – Unisep	Aparecido Bidóia	Coordenador do Sudotec e Coordenador Curso Tec Vestuário	Imagem e Mercado Finanças e Investimentos
Faculdade de Pato Branco	Cláudio Muller	Professor	Imagem e Mercado
Associação Comercial de Salto do Lontra	Maria Clairi	Executiva	Imagem e Mercado
Senai Ud Regional Pato Branco	Rita de Cássia Raymundo	Coord. Técnica do Vestuário para Sudoeste	Imagem e Mercado
Tamisa Cama, Mesa e Banho	Gervásio Scolaro	Empresário	Imagem e Mercado
Camisaria Dalny	Jairo Niehues	Empresário	Imagem e Mercado
Faculdade de Pato Branco	Fernando Araújo	Coordenador Curso Administração	Gestão e Formação
Ace de Salto do Lontra	Moacir A de Paulli	Diretor	Gestão e Formação
Latreille Jeans	Cláudio Latreille	Empresário	Gestão e Formação
Star Womann	Rodrigo Lima	Empresário	Gestão e Formação
Faculdade de Pato Branco	Fernando Netzke	Professor	Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania
Agência de Desenvolvimento do Sudoeste	Célio Bonetti	Diretor Executivo	Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania
Sesi Ud de Pato Branco	Zeni Okayama	Técnica Saúde	Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania
Padova Indústria Confecção	Carlos Padova	Empresário	Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania
Senha Deep Indústria Confecções	Jacyr Salmória	Empresário	Finanças e Investimentos
Keiser Indústria de Confecções	Raul Felipe	Empresário	Finanças e Investimentos
Traymon Confecções	Roberto Schiavini	Empresário	Finanças e Investimentos Imagem e Mercado

### 1.7.2.3 Compõem as Seções Regionais as seguintes entidades e pessoas

SEÇÃO	ENTIDADE/EMPRESA/ ÓRGÃO	REPRESENTANTE	ATIVIDADE
Francisco Beltrão	Agencia Regional de Desenvolvimento	Célio Bonetti	Diretor Executivo
	Universidade Estadual do Oeste – Campus Beltrão	Nilsa Canterle	Professora Curso Administração
		José Maria Ramos	Coordenador Curso Ciências Econômicas
	Raffer Confecções	Osmar Mazzetto	Empresário
	Kenusa Confecções	Kelvi Kauspenhar	Empresário
	Prefeitura Municipal	Denilso Baldo	Secretário de Indústria e Comércio
Pato Branco	Prefeitura Municipal		Secretaria de Indústria e Comércio
	Maypo Ind Confecções	Catie Teofannis	Empresária
	AM Baggio Confecções	Ana Baggio	Empresária
Salto do Lontra	Associação Comercial	Moacir de Pauli	Diretor
	Star Womann	Ricardo Lima	Empresário
Ampére	Prefeitura Municipal		Secretaria de Planejamento
	Associação Comercial		Diretoria da Indústria
	Krindges Industrial	Jorge Krindges	Empresário
	Gota D Água	Antonio Deotti	Empresário
Dois Vizinhos	Latreille Jeans	Cláudio Latreille	Empresário
	Tok D Aqua	Sérgio Marchese	Empresário
Santo Antonio Sudoeste	Prefeitura Municipal	Renato Gonzatti	Diretor Indústria e Comércio
	Bettu's Industrial	Beto	Empresário
	Traymon Confecções	Junior Traiano	Empresário

### 1.7.3 São objetivos do Grupo Gestor

O Grupo Gestor é a entidade que congrega todas as instituições e pessoas interessadas em promover o desenvolvimento do APL da Confecção Moda Sudoeste, convertendo-se em fórum de debate, manifestação, deliberação e decisão das políticas, práticas e condutas dos interesses coletivos do Arranjo Produtivo.

O Grupo Gestor reunir-se-á a cada dois meses por convocação do SINVESPAR, SEBRAE ou Sistema FIEP e extraordinariamente, por convocação de qualquer um dos seus membros.

**1.7.3.1 São funções do Coordenador Geral:** é o responsável maior pela coordenação de todas as ações e da condução dos trabalhos e por deliberar juntamente com os dois grupos de trabalhos temáticos, cabendo-lhe o voto minerva em caso de necessidade. A ele responde a Secretaria Geral.

A Coordenação Geral caberá sempre a um representante do setor produtivo.

### 1.7.3.2 São responsabilidades do Grupo de Trabalho de Áreas

**Estruturantes:** O GT é deliberativo e consultivo, composto por representantes de entidades parceiras, empresários e instituições de ensino que aderirem ao projeto através de ficha de adesão. É deliberativo nas atividades propostas e definidas pelos empresários em novembro de 2005 e ações posteriores, para toda e qualquer ação que demande o APL, seja por iniciativa do Grupo Gestor ou por demandas que advirem das seções regionais. São eixos estruturantes:

- ❑ **Mercado e Imagem**
- ❑ **Gestão e Formação: Tecnológica, Básica e Especializada**
- ❑ **Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania**
- ❑ **Finanças e Investimentos**
- ❑ **Infra-estrutura.**

### 1.7.3.3 São responsabilidades do Grupo de Trabalho para Programas e

**Projetos:** São deliberativos e consultivos, compostos por representantes das principais entidades parceiras locais do APL (Sebrae, Senai, Sesi, Sinvespar, IEL, Agência de Desenvolvimento). Tem como objetivo superior planejar, propor, encaminhar e viabilizar projetos ou programas para o APL.

### 1.7.3.4 Funções do Grupo de Trabalho das Relações com

**Parcerias/Fornecedores da Cadeia produtiva:** Consultivo, tem como objetivo maior interagir com fornecedores do setor e os demais integrantes e grupos de trabalhos da governança.

### 1.7.3.5 Funções das Seções Regionais:

executivas e consultivas, compostas por empresários e entidades parceiras que aderiram ao APL; respondem especificamente em suas áreas de abrangência (municípios relacionados); propõem ações pontuais ou programas e projetos que são encaminhados ao Grupo Gestor através do Grupo de Trabalho de Áreas Estruturantes ou do Grupo de Trabalho de Programas e Projetos. São os elos com a Governança Geral em seus municípios base.

**Importante:** A Rede Paranaense de APL, através de suas ações institucionais, programas, projetos e deliberações, serão acatadas pela Governança Local servindo de apoio às ações e na condução do APL da Confecção Moda Sudoeste do Paraná.

#### 1.7.4 A Marca?

Dentre as ações iniciadas em 2004, no contexto do então projeto Pólo da Confecção do Sudoeste do Paraná, foi criada a marca **Moda Sudoeste do Paraná** como identidade visual dos produtos fabricados na região. Esta marca acompanhará embalagens e/ou tags dos produtos das empresas. Atualmente a marca já é utilizada em todo e qualquer material institucional promocional (impresso e auditivo), identifica o setor (empresas e entidades) em eventos, entretanto, para poder ser repassada a concessão de uso às empresas serão necessárias adequações de ordem técnica e jurídica junto a órgãos competentes.

**Figura 2: Marca Moda Sudoeste do Paraná**



Marca desenvolvida e lançada em Outubro de 2002 para identificar o Setor e o Pólo.



Alteração da marca para identificar o setor em Jan/2004 para os eventos Sudoeste Mostra Moda e Feinin.



**NOSSA MARCA DO APL.**

## 2 PROCESSO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

Após a solicitação de elaboração do Plano de Desenvolvimento pelo Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais – GTP/APL e pela Rede Paranaense de APLs, o Grupo Gestor aprovou em reunião a constituição de um grupo técnico responsável pela elaboração de um documento preliminar, composto pelo SINVESPAR – Sindicato das Indústrias do Vestuário do

Sudoeste do Paraná, SEBRAE/PR e SEIM – Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Assuntos do Mercosul.

Na sua elaboração o grupo de trabalho considerou todos os documentos e ações desenvolvidos anteriormente, desde o Projeto Pólo (2003), o diagnóstico setorial elaborado em 2004, o Planejamento Estratégico de novembro/2005, bem como, do registro das reuniões e encaminhamentos feitos pelo Comitê Gestor à época. Considerou-se ainda, o Manual Operacional do Plano, disponibilizado pelo MDIC, bem como, informações técnicas do Termo de Referência para apoio a APLs, aprovado pelo GTP/APL, e informações da Caged e IPARDES.

Este documento foi apresentado em sua primeira versão em reunião de 20 de fevereiro de 2006, sendo orientado o grupo técnico a considerar e inserir algumas informações de contexto, em particular, do nascedouro do movimento pró-desenvolvimento do setor na região, ainda sob a denominação Pólo de Confecção do Sudoeste, através do então Comitê Gestor.

Enquanto era redigido o presente documento as ações planejadas continuaram a acontecer. Entre elas a repactuação dos compromissos de participação das empresas no APL Moda Masculina do Sudoeste. A primeira pactuação, datada de 2004, foi realizada considerando a realidade de então. Na atual, todos os conceitos e práticas de atuação que compõem a estratégia de um Arranjo Produtivo Local foram incorporados e transmitidos aos empresários e parceiros.

Por fim, após apresentação do Plano à SEIM e o consentimento desta, o Plano de Desenvolvimento foi então submetido à plenária em reunião do Grupo Gestor em 30 de março de 2006, para se obter o comprometimento com as ações de parte das entidades parceiras e da representação empresarial, sendo aprovado por unanimidade.

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

Em encontro de Planejamento Estratégico ocorrido em 5 de novembro passado, os 76 participantes, entre empresários e instituições apoiadoras, analisaram os aspectos internos ao setor, enfocando as questões negativas e as forças restritivas. Depois, partiram para análise do cenário externo, onde avaliaram a conjuntura atual identificando as principais situações desfavoráveis que podem se converter em ameaças e prejudicar o desempenho global do setor.

A seguir estão descritos os principais obstáculos e desafios, bem como, oportunidades inerentes à atividade.

### 3.1 Obstáculos

- ❑ distância dos principais centros consumidores do Brasil
- ❑ deficiência na infra-estrutura aérea: falta de aeroporto próximo com capacidade para operar aeronaves de médio a grande porte (acima de 50 passageiros)
- ❑ poucos profissionais especializados para atuarem como consultores nos setores da produção, especialmente Engenheiros de Produção
- ❑ não temos oferta de cursos de nível pós-médio para o setor, na rede pública
- ❑ demanda de mão-de-obra básica pelas empresas (operadores de costura) é superior aos que estão sendo formados
- ❑ poucos cursos de nível superior e especialização voltados a área (somente um de nível tecnólogo e um MBA em andamento)
- ❑ estrutura das escolas profissionais deficiente para acompanhar a tecnologia das empresas

### 3.2 Oportunidades

- ❑ Centro Tecnológico para o setor em construção, na cidade de Dois Vizinhos
- ❑ Remodelação (infra-estrutura + metodologia) das escolas de operadores para atenderem às necessidades das empresas
- ❑ projeto para mais um centro de formação de mão-de-obra, nos níveis básico, intermediário e técnico em Santo Antônio do Sudoeste, para atender a região da fronteira
- ❑ projeto para transformar um dos centros de formação de mão-de-obra (Francisco Beltrão) para uma empresa-escola já previsto a etapa 2 que são os laboratórios CAD-CAM e de Encaixe, Risco e Corte
- ❑ três cursos de nível técnico para iniciarem em julho (técnico confecção em Francisco Beltrão, técnico em estilismo em Pato Branco e aprendizagem de supervisão de produção em Ampére.)
- ❑ cinco turmas de aprendizagem industrial focados para atender o setor da confecção nas cidades de Pato Branco, Francisco Beltrão e para iniciarem em Ampére, Dois Vizinhos e Chopinzinho.
- ❑ grande oferta (proporcional à região) de universidades e faculdades (5 universidades sendo: 2 particulares, 01 federal e 2 estaduais e 7 faculdades)
- ❑ mão-de-obra especializada em confecção
- ❑ associativismo forte no setor
- ❑ grande integração entre as parcerias que trabalham com o setor (instituições de apoio empresarial e de representatividade, faculdades e empresários)
- ❑ forte inserção das Prefeituras em alguns municípios que atuam diretamente com as instituições de apoio empresarial e de representatividade

### 3.3 Desafios

- ❑ manter a união, comunicação e entrosamento entre empresas de diferentes municípios do território do APL, principalmente os de maior distância
- ❑ ter cursos de nível superior voltados para a área da Moda, nas universidades e faculdades do território do APL
- ❑ modernização tecnológica e empresarial das empresas de médio e pequeno porte para manterem-se competitivas
- ❑ incorporar e melhorar significativamente o design
- ❑ implantar o Centro de P&D
- ❑ plano de modernização das plantas de fabricação para incorporação de tecnologia (CAD-CAM)
- ❑ análise de mercado e segmentação para selecionar os produtos de maior potencial competitivo
- ❑ manter o ótimo relacionamento entre empresários de todos os portes de empresas (da pequena à grande empresa; hoje todos conversam e trocam experiências entre si)
- ❑ modernizar processos, plantas industriais e mercado, adaptando-as para enfrentar a abertura total aos produtos dos países asiáticos, especialmente da China (2008).

## 4 RESULTADOS ESPERADOS

Tendo como referência o diagnóstico e as ações projetadas, o Grupo Gestor e os empresários participantes definiram os seguintes resultados esperados a partir das intervenções em curso, pactuadas na segunda quinzena de março de 2006.

### 4.1 Resultados Finalísticos

- 4.1.1.** Aumentar em 3% o faturamento das empresas até 30/12/05, mais 2% até dez/2006, mais 1% até dez/2007
- 4.1.2.** Aumentar em 3% a produção das empresas até 30/12/05, mais 2% até 30/12/06, mais 1% até 30/12/07

## 4.2 Resultados Intermediários

- 4.2.1** Ter 2% do total de peças produzidas pelo grupo exportadas até 30/12/05, mais 1% até 30/12/06, mais 1% até 30/12/07
- 4.2.2** Aumentar em 2% a produtividade das empresas em peças produzidas até 30/06/06, mais 1% até 30/12/07
- 4.2.3** Aumentar em 10% o número de empresas do projeto com marca própria até 30/12/06, mais 10% até 30/12/07

## 5 INDICADORES DE RESULTADO

Passamos a comentar os indicadores utilizados para estabelecer os resultados esperados. Os indicadores estão descritos no formato: definição do indicador, meta quantificável e forma de medição do resultado pretendido.

### 5.1 Indicadores

#### 5.1.1 Aumento do faturamento das empresas

Meta: Elevar o faturamento das empresas em 3% até 30/12/05, mais 2% até 30/12/06, mais 1% até 30/12/07 (6,11% no acumulado do período)

Método de medição: pesquisa realizada nas empresas no início do projeto e a cada final de ano (no mês de dezembro), através de questionário estruturado por faixas de faturamento, aplicado por empresa contratada. Para aferir a evolução comparar-se-á o montante global faturado pelas empresas ao final de cada período.

#### 5.1.2 Aumento da produção das empresas

Meta: Aumentar em 3% a produção das empresas até 30/12/05, mais 2% até 30/12/06, mais 1% até 30/12/07

Método de medição: pesquisa nas empresas no início do projeto e no final de cada ano (no mês de dezembro), através de questionário estruturado que identificará o volume total de peças produzidas ao ano. Para aferir a evolução comparar-se-á o montante global da produção das empresas ao final de cada período.

### 5.1.3 Exportações

Meta: Ter 2% do total de peças produzidas pelo grupo exportadas até 30/12/05, mais 1% até 30/12/06, mais 1% até 30/12/07

Método de medição: pesquisa nas empresas participantes no início do projeto e no final de cada período (mês de dezembro), através de questionário estruturado que identificará o volume de peças exportadas pelas empresas previamente identificadas. O volume exportado será comparado com o total da produção do APL.

### 5.1.4 Produtividade empresarial

Meta: Aumentar em 2% a produtividade das empresas em peças produzidas até 30/06/06, mais 1% até 30/12/07

Método de medição: pesquisa realizada nas empresas no início do projeto e no final de cada período indicado, através de questionário estruturado para medir o número de peças produzidas por cada empregado da área de produção das fábricas, comparado com o marco inicial e o período de medição imediatamente anterior.

### 5.1.5 Empresas com Marca Própria

Meta: Aumentar em 10% o número de empresas do projeto com marca própria até 30/12/06, mais 10% até 30/12/07

Método de medição: pesquisa realizada no início do projeto e no final de cada ano (mês de dezembro), através de questionário estruturado que identificará o número de empresas produzindo com marca própria. O número de empresas com marca própria será comparado com o período imediatamente anterior para aferir a evolução.

## 5.2 Premissas para o dimensionamento dos resultados esperados

Os resultados esperados para o Plano, levam em conta as seguintes premissas:

- ❑ Manutenção de uma taxa de câmbio competitiva que permita às empresas obterem vantagem nas vendas externas;
- ❑ Manutenção ou melhoria nas condições da economia interna de modo a garantir a condição de renda da população para compra de artigos do vestuário das fábricas integrantes do APL;
- ❑ Baixa interferência do fator Ásia na disputa pelo mercado, tanto no volume de mercadorias importadas e colocadas no mercado quanto nos preços.

### **5.3 Estratégias para a implementação do Plano de Desenvolvimento**

O foco estratégico para o desenvolvimento do Plano e atingimento das metas e resultados está centrado nos seguintes aspectos:

- ❑ Promover a melhoria na gestão empresarial,
- ❑ Promover a melhoria do processo produtivo e do controle da qualidade,
- ❑ Abertura e manutenção de mercados,
- ❑ Parcerias entre empresas para compras conjuntas à fornecedores e implantação de projetos de investimentos coletivos,
- ❑ Capacitação empresarial, profissional e desenvolvimento humano,
- ❑ Implantação do Centro Tecnológico e outros serviços de base tecnológica propostos, bem como, a melhoria nos programas de capacitação oferecidos pelas entidades afins,
- ❑ Logística regional favorável ao escoamento do crescente volume de produção do APL.



matéria-prima.

d) Coordenação: Vitor Tioqueta - Sebrae/PR.

e) Execução: Gervásio Scolaro – Sinvespar.

f) Viabilização financeira: Empresários participantes; Sinvespar através de convênios com entidades de âmbito estadual e nacional; Sebrae/PR e Fiep/Centro Internacional de Negócios.

Valor Total: R\$ 100.000,00, sendo 50% empresas participantes, 20% Sebrae e 30% Sinvespar através de parcerias.

g) Data de início: 1º./07/2005

h) Data de término: 30/07/2008

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1

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

( ) promoção do mercado interno (x) promoção do mercado externo

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

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

( ) outra. Por favor, informe:

### 3 Preparando as empresas para lançamento e comercialização de coleções 1º QUINZENA MARÇO/07

a) Descrição: Realizar workshops preparatórios para empresas de marca própria, com foco no lançamento e comercialização das coleções Primavera-Verão e Outono-Inverno (2 vezes ao ano).

b) Justificativa: menos de 5% das empresas de marca própria do APL possuem estrutura técnica e aportam recursos financeiros para planejar e executar ações que garantam o sucesso de vendas quando do lançamento de suas coleções.

c) Resultados esperados: melhor desempenho nas vendas; menor esforço no lançamento de coleções; redução de custos às empresas através do rateio das despesas; maior eficácia dos lançamentos de coleções.

d) Coordenação: Vitor Tioqueta - Sebrae/PR

e) Execução: Solange Stein - Sinvespar; Cláudio Latreille – Empresário; Antonio Deola – Empresário.

f) Viabilização financeira: Empresas participantes com 70%; Sinvespar com 10%; Sebrae/Escritório Pato Branco 20%.

Valor Total: R\$ 10.000,00 por ano.

g) Data de início: 1º./07/2005

h) Data de término: ação contínua

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3.

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

(x) promoção do mercado interno (x) promoção do mercado externo

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

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

(x) outra. Por favor, informe: Custos

### 4 Promoção e divulgação do APL

a) Descrição: Promover a divulgação do APL Moda Masculina através da inserção da logomarca em embalagens, tags, sites, catálogos e outras formas de comunicação impressa, eletrônica e outros

materiais utilizados pelas empresas e entidades participantes.

b) Justificativa: O conceito de APL é pouco conhecido e difundido no Brasil. É necessário, portanto, que coletivamente se divulgue através de informações e ações promocionais, o conceito e se conscientize para a força da coletividade do APL.

c) Resultados esperados: Reconhecimento da referência como produtor de confecções moda masculina para as demais regiões do Paraná e para as demais regiões do país, para atrair novos investimentos e estimular um círculo virtuoso de geração de emprego e renda.

d) Coordenação: Sinvespar – Gervásio Scolaro.

e) Execução: Sinvespar – diretores das Seções Regionais: Antonio Deotti, Roberto Schiavini, Carlos Padova, Gervásio Scolaro, Jacir Salmória, Jairo Niehues, Raul Felipe, Rodrigo, Catie Teofanis, Kelvi Kauspenhar, Edson Campagnolo; Sebrae/PR – Vitor Tioqueta.

f) Viabilização financeira: Sinvespar; empresas do setor; Prefeituras municipais (convênio com Sinvespar para editoração de impressos, sites e outros produtos promocionais).

Valor Total: R\$ 100.000,00, sendo 60% das empresas, 30% do Sinvespar e 10% das Municipalidades).

g) Data de início: 1º./07/2006

h) Data de término: 1º./07/2007

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2

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

(x) promoção do mercado interno ( ) promoção do mercado externo

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

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

( ) outra. Por favor, informe:

## 5 Promoção e divulgação das marcas do APL e de Novos Talentos

### FLUXO CONTÍNUO – EM ANDAMENTO

a) Descrição: Promover, anualmente, a edição do **Sudoeste Mostra Moda**, calendário itinerante na região até 2006, e a partir de 2007 realizar o evento em outras regiões do Estado e País, com a participação de convidados: lojistas do setor varejista de confecção, imprensa especializada, formadores de opinião e empresários do setor.

b) Justificativa: Em 2004 durante encontro realizado pelo grupo gestor do Projeto Pólo e em pesquisa realizada com 86 empresas do comércio varejista de confecção e acessórios do Sudoeste do Paraná (18 municípios), percebeu-se que a própria região desconhecia o seu potencial produtivo, as riquezas geradas, a qualidade dos produtos e a moda que o APL produz. Este cenário também dificultava o acesso de empresários de alguns municípios junto a programas ou incentivos da municipalidade. A partir dos fatos constatados, o setor mobilizou-se e criou no seu calendário de promoção do setor o evento Sudoeste Mostra Moda, que está em na 3ª edição.

c) Resultados esperados: Aumento da comercialização de produtos para a própria região, valorização das marcas, reconhecimento e respeito pelo setor, inserção de novos talentos (criação), estímulo a acadêmicos e técnicos para investirem na profissão, aumento de parcerias e apoio efetivo das municipalidades e órgãos do Governo do Estado, aumento do emprego e da renda.

d) Coordenação: Sinvespar - Solange Stein; Sebrae/PR - Vitor Tioqueta; Senai - Rita de Cásia.

e) Execução: Sinvespar; Sebrae; Senai/Pato Branco e Fco. Beltrão; Unisep; Prefeituras dos municípios onde os eventos serão realizados.

f) Viabilização financeira: Indústrias participantes; Sinvespar; Sebrae; Sesi; Senai; Fiep; Prefeituras municipais e Empresas fornecedoras.

Valor R\$ 150.000,00 por edição anual. Sendo: 20% das empresas; 15% do Sinvespar; 20% do Sistema Fiep; 30% do Sebrae e 15% da Municipalidade sede e patrocínios.

g) Data de início: 1º/09/2004

h) Data de término: ação anual – sempre no mês de agosto.

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3

j) 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:

## Eixo: GESTÃO E FORMAÇÃO

### Laboratório de Pesquisa & Desenvolvimento

a) Descrição: Implantar o programa Design & Inovação – Educação, Integração e Competitividade das Empresas, através da montagem dos laboratórios de pesquisa e desenvolvimento de produtos, equipados com máquinas de alta tecnologia e material didático com objetivo de pesquisar, capacitar e prestar serviços técnicos, tecnológicos e audiovisuais às empresas.

b) Justificativa: a acentuada competitividade do setor faz com que produtos de outros países entrem no Brasil com valores inferiores aos do mercado nacional e o design e a inovação de produtos e processos tem sido o diferencial competitivo. A existência de pequenas empresas é predominante na região e o setor ainda não possui um centro de pesquisa e desenvolvimento que possa atender a demanda empresarial e de formação/capacitação para colaboradores com custos acessíveis para as partes interessadas.

c) Resultados esperados: Melhorar o design de produtos, embalagens, catálogos e outros, agregando mais valor aos produtos/serviços, melhorar a rentabilidade, tornar o setor mais competitivo, melhorar a imagem das marcas/empresas, formar mão-de-obra especializada e manter o setor atualizado em tendências, produtos e serviços tecnológicos.

d) Coordenação: Sinvespar – Edson Luiz Campagnolo.

e) Execução: Senai/Francisco Beltrão – Rita de Cássia Raymundo e Marta Tesser; Sinvespar – Solange Stein; Prefeitura Municipal de Francisco Beltrão – Denílson Baldo.

f) Viabilização financeira: Empresas do APL, Prefeitura de Francisco Beltrão, Ministério de Ciências e Tecnologia, Governo do Estado do Paraná (Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior), Senai/ NA e Estadual.

TOTAL R\$ 250.000,00 (30% - Senai Dpto Regional Oeste e Sudeste; demais recursos: buscar e negociar outras fontes.

g) Data de início: 09/03/2006

h) Data de término: 31/12/2007

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3.

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

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

## 6 Promoção e Inserção do Menor Aprendiz no Mercado de Trabalho

a) Descrição: Estimular o poder público municipal e empresários na formatação e realização de novas turmas de aprendizagem do menor nos municípios com maior contingente de mão-de-obra no setor e que possuam laboratórios de costura industrial.

b) Justificativa: avaliação feita com alunos que participaram da 1ª. Turma de aprendizagem do menor no setor da confecção em Pato Branco, apontou a facilidade de assimilação de conteúdos e informações, o alto estímulo, o desejo de continuidade da formação e a inserção deste no mercado de trabalho. Por isso, a classe empresarial solicitou que fossem formadas mais turmas em outros municípios da região e que as empresas sejam estimuladas a contratarem jovens profissionais.

c) Resultados esperados: ter até o final de 2007 mais 5 municípios com cursos de menores aprendizes no setor da confecção e que tenham continuidade do aprendizado no futuro, em cursos técnicos e de graduação no setor, sendo inseridos no mercado de trabalho da confecção.

d) Coordenação: Cláudio Latreille - Empresário

e) Execução: Senai/Francisco Beltrão e Pato Branco – Rita de Cássia Raymundo

f) Viabilização financeira: Senai/Paraná; Governo Federal/Programa do Menor Aprendiz; Prefeituras dos municípios envolvidos.

Valor R\$ 5.000,00 – 100% Senai

g) Data de início: junho de 2005.

h) Data de término: ação contínua.

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.2

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

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

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

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

(x) outra. Por favor, informe: Inclusão social.

## 7 Educação, qualificação e formação de colaboradores da moda

### **FLUXO CONTÍNUO – 2006 FECHARÁ COM MAIS DE 600 COLABORADORES TREINADOS.**

a) Descrição: Realizar cursos de formação e capacitação intermediária em modelagem industrial, planejamento e risco de corte, supervisão da produção, análise e concessão de crédito, investimentos, PPCP, cronometragem e balanceamento, com metodologias que atendam demandas atuais e de suporte de equipamentos automatizados do setor.

b) Justificativa: Em 2005 houve mais de 450 profissionais capacitados em cursos básicos (costura industrial), alunos de cursos técnico (28) e de graduação em tecnologia do vestuário (60 formandos). Entretanto, o aperfeiçoamento em áreas específicas e de maior demanda de chão-de-fábrica é necessário para especializar e requalificar colaboradores.

c) Resultados esperados: Colaboradores mais qualificados, aumento da oferta de mão-de-obra especializada, melhoria da produção e ganhos salariais pelos colaboradores.

d) Coordenação: Sinvespar - Edson Campagnolo.

e) Execução: Solange Stein, Raul Felipe - Sinvespar; Vitor Tioqueta - Sebrae; Marta Tesser e Márcia Panim - Senai/Fco. Beltrão e Pato Branco; Grasiela - Retec – Rede de Tecnologia do Paraná; Profº Aparecido Bidóia - Unisep.

f) Viabilização financeira: Sinvespar; Sebrae/Pato Branco; Senai/Fco. Beltrão e Pato Branco; Retec; Empresários beneficiados.

Valor R\$ 250.000,00

g) Data de início: 20/02/2006

h) Data de término: ação contínua!

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1;4.2.2.

j) 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:

## 8 Informações tecnológicas

(ação em andamento)

- a) Descrição: Realizar convênios com entidades de base tecnológica para disponibilizar informações atualizadas e tendências de produtos, serviços, matérias-primas, RH e outras áreas organizacionais; montar biblioteca on-line para pesquisa, assinatura de revistas, anuários e sites especializados e inserir as informações no portal do APL (Sinvespar) e no informativo do APL.
- b) Justificativa: O fluxo de informações de que dispõem os empresários com o advento da internet e o aumento da oferta de instituições de ensino e pesquisa, trazem diariamente uma gama de informações e ofertas. Pesquisas as melhores fontes, compactar o fluxo de informações e atualizá-las constantemente, direcionando para os principais interesses locais, serão necessárias para manter o setor atualizado.
- c) Resultados esperados: Facilitar o acesso, no menor tempo possível, a informações atualizadas que contribuam na tomada de decisões de investimento e na melhoria dos processos, novas tecnologias e melhorias em todos os setores da organização.
- d) Coordenação: Sinvespar – Jairo Niehues.
- e) Execução: Solange Stein – Sinvespar; Vitor Tioqueta – Sebrae; Rita de Cássia Raymundo e Cleusa – Senai/ Pato Branco e Fco. Beltrão; Graziela – Retec.
- f) Viabilização financeira: Sinvespar através de pesquisa e inserção e gerenciamento do site e do boletim informativo; Sebrae através de convênio para repasse de informações; Senai através de horas/técnica para pesquisa; Retec. através da contratação da estagiária para monitoramento do sistema de informações.

Valor R\$ 25.000,00, sendo 50% do Senai, 30% do Sinvespar e 20% de outros convênios.

- g) Data de início: 30/04/2006
- h) Data de término: ação contínua.
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3.
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| (x) promoção do mercado interno                | (x) promoção do mercado externo     |
| (x) capacitação/formação                       | ( ) valorização da identidade local |
| (x) inovação e tecnologia (incluindo o design) | ( ) crédito                         |
- (x) outra. Por favor, informe: Tendências do setor.

## 9 Manual A a Z da moda

- a) Descrição: Pesquisar, editar e distribuir manual orientativo para atuais e novos investidores, com informações amplas, técnicas, gerenciais e de tendências, sobre a indústria da moda.
- b) Justificativa: O diagnóstico de 2004 apontou que 34% dos empresários migraram de outros setores não conhecendo e sem experiências na confecção. Com grande frequência as entidades de apoio empresarial do APL recebem visitas de investidores em busca de conhecer o negócio e por informações sobre como montar uma empresa, a maioria sem nenhuma experiência na área. Acadêmicos, técnicos, empresários e executivos municipais desconhecem todos os processos produtivos, leis vigentes, investimentos, pontos críticos e fluxos operacionais da atividade. Isto implica em perda de investimentos, recursos mal aplicados por prefeituras, alunos atuando nas empresas sem conhecer processos e fluxos e empresários com problemas de ordem legal por desconhecerem leis e regulamentos do setor.
- c) Resultados esperados: Tornar de conhecimento público e orientar empresários, acadêmicos, técnicos, futuros investidores e municipalidades, com tornar as empresas profissionalizadas e os investimentos mais sólidos.
- d) Coordenação: Sinvespar – Solange Stein; Senai – Rita de Cássia Raymundo.
- e) Execução: Através de convênios com empresas de máquinas e equipamentos para repasse de informações, entrevistas e pesquisas em empresas e com empresários para conhecer processos o Sinvespar atuará nessa linha. Sebrae através de convênio para repassar informações já existentes;

Senai através da base de informações de outras unidades do Senai Paraná, Santa Catarina e São Paulo por convênio de cooperação técnica; Sesi através do trabalho já produzido sobre segurança e saúde do trabalho, Faculdade de Pato Branco por convênio para realização de pesquisa na área de gestão com acadêmicos de administração; Unisep – Curso de Tecnologia do Vestuário com trabalhos de monografia com atividades afins e pesquisas de campo com acadêmicos da área; Unioeste – Curso de Ciências Econômicas com revisão de conteúdos afins na área econômica; Unipar – Curso de Administração em Comércio Exterior com trabalhos de monografia de internacionalização de empresas.

f) Viabilização financeira: Sinvespar; Sebrae; Senai – Pato Branco e Fco. Beltrão; Universidades e Faculdade (através de convênios).

Valor Total: R\$ 50.000,00.

g) Data de início: 1º/10/2006

h) Data de término: 1º/03/2007

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3

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

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno                | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo     |
| <input type="checkbox"/> capacitação/formação                       | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design) | <input type="checkbox"/> crédito                         |
| <input type="checkbox"/> outra. Por favor, informe:                 |  |

## 10 Ensino Pós-médio na Rede Pública

- a) Descrição: Articular, negociar com as entidades competentes do Ensino Público da Rede Estadual de Ensino do Paraná, nível pós-médio para implantação de cursos para o setor confeccionista, em municípios com grande contingente de colaboradores e aglomeração de empresas.
- b) Justificativa: Alguns municípios com concentração de empresas e mão-de-obra estão distantes dos municípios pólos da região do APL, das unidades do Senai Paraná, bem como, a disponibilidade de laboratórios e estrutura para ensino e pesquisa. O acesso ao ensino pago é difícil para colaboradores do setor de nível básico, assim, torna-se importante que o ensino público, através de cursos profissionalizantes pós-médios, passem a ofertar mão-de-obra de acordo com a aptidão da sua cidade.
- c) Resultados esperados: Ensino público com cursos de qualificação na área confeccionista a serem implantados inicialmente nas cidades de: Ampére, Santo Antonio do Sudoeste e Dois Vizinhos.
- d) Coordenação: Sinvespar – Edson Luiz Campagnolo.
- e) Execução: Secretaria de Estado da Educação/Núcleos Regionais de Dois Vizinhos, Pato Branco e Fco. Beltrão; Titulares das Secretarias Municipais de Educação.
- f) Viabilização financeira: Governo do Estado do Paraná/Secretaria de Estado da Educação; Prefeituras Municipais.

Valor Total R\$: valor a ser definido pelo Governo do Estado – projeto em articulação.

- g) Data de início: 1º/04/2006
- h) Data de término: ação permanente.
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- ( ) promoção do mercado interno ( ) promoção do mercado externo
- (x) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local
- ( ) inovação e tecnologia (incluindo o design) ( ) crédito
- ( ) outra. Por favor, informe:

## 11 Capacitação em Gestão Empresarial – **AÇÃO EM ANDAMENTO**

- a) Descrição: Organizar workshops, palestras, oficinas tecnológicas e cursos de média duração, cursos avançados, programas e outras formas de eventos técnicos, promocionais e científicos, com temas voltados à gestão empresarial.
- b) Justificativa: As constantes mudanças no cenário econômico, o advento da globalização, a competitividade acentuada, as inovações tecnológicas e a inserção de novos investidores e colaboradores dos níveis de gerência e supervisão, são cenários favoráveis para que se promovam de forma contínua eventos que possam contribuir efetivamente para a atualização e a troca de experiências.
- c) Resultados esperados: Melhoria da gestão organizacional, aumento de ganhos produtivos, inserção de novas tecnologias, modernização de práticas gerenciais/administrativas, qualificação especializada nos níveis de gerência das empresas.
- d) Coordenação: Vitor Tioqueta – Sebrae/ PR.
- e) Execução: Sinvespar – Solange Stein, empresários Cláudio Latreille, Gervásio Scolaro Jairo Niehues; Senai - Pedagogas Josiane e Juliane e Técnicas do setor: Rita de Cássia e Cleusa; Unisep – Profº Aparecido Bibóia.
- f) Viabilização financeira: Empresas participantes; Sinvespar; Sebrae/PR; Sesi; Senai; Instituições de ensino superior; Rede Paranaense de APL.

Valor Total R\$ 250.000,00, sendo 30% do Sebrae e convênios; 50% dos empresários; 10% das universidades e 10% do Sinvespar.

- g) Data de início: 1º/04/2006

- h) Data de término: ação contínua
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3
- j) 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:

## 12 Aprendizagem básica com qualidade – 06 TURMAS EM CURSO

- a) Descrição: Promover e articular junto às municipalidades, classe empresarial e instituições de capacitação de mão-de-obra, a implantação, melhorias físicas e adequação à metodologia Senai/Paraná nas escolas de formação de operadores de costura industrial, em municípios onde não possui escolas ou naqueles que ainda não realizaram convênio com o Senai/Sinvespar/Prefeituras.
- b) Justificativa: Em 08 municípios da região do APL existe estrutura de escolas/laboratório de costura industrial para aprendizagem básica. Muitos deles foram montados através de doações de máquinas pelos empresários, alguns pela concessão de uso pelas Prefeituras ou outras formas. Até 2005 alguns deles eram mantidos exclusivamente pelas Prefeituras e os cursos ofertados vinham através do FAT ou eram desenvolvidos pela Ação Social. A realidade de uma indústria é outra que aquela da mão-de-obra generalista no setor da costura: ela demanda operadores especializados por processos. Para tal, são necessários novos investimentos em máquinas, reformas nas estruturas físicas, adaptação metodológica dos programas e docentes e novos processos de seleção dos alunos.
- c) Resultados esperados: Contemplar outros 4 municípios que ainda não foram conveniados pelo novo sistema de modernização pedagógica, tecnológica e certificadora nas unidades laboratoriais de operadores de costura industrial; expandir em mais 3 municípios a instalação de novos laboratórios.
- d) Coordenação: Senai – Marta Tesser e Márcia Painim.
- e) Execução: Senai – Rita de Cássia, Cleusa, Juliane e Josiane; Sinvespar – Solange e Viviane; Prefeituras com titulares das Secretarias de Indústria e Comércio e empresários.
- f) Viabilização financeira: Empresários dos municípios beneficiados; Sinvespar; Senai; Prefeituras dos municípios beneficiados.

Valor Total R\$ 80.000,00, em 2006 (média de R\$ 5.000,00 por evento); R\$ 92.000,00 para 2007, sendo: 50% das Prefeituras, 20% do Senai e 30% das empresas e Sinvespar.

- g) Data de início: 1º/04/2006
- h) Data de término: 1º/07/2007
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.2.2
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- ( ) promoção do mercado interno ( ) promoção do mercado externo
- (x) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local
- ( ) inovação e tecnologia (incluindo o design) ( ) crédito
- ( ) outra. Por favor, informe:

## 13 Pesquisas de avaliação dos resultados do Plano

(ação em andamento)

- a) Descrição: Realizar pesquisas para medição dos impactos causados pela implementação das ações e projetos previstos no presente Plano de Desenvolvimento, conforme resultados esperados elencados no item 5 retro, sendo uma em junho de 2006, uma em dezembro de 2006 e uma em dezembro de 2007.

b) Justificativa: A medição dos resultados previstos será fundamental para orientar o Grupo Gestor e as empresas parceiras em relação à evolução do Plano de Desenvolvimento, a confirmação das estratégias e ações previstas, bem como, a reorientação daquelas que não se mostrarem eficazes. A partir dos resultados das pesquisas será possível identificar novas ações e/ou implementar outras não previstas no plano original.

c) Resultados esperados: Eficácia das ações e projetos em andamento; correção de curso das ações de baixo ou de impacto ineficiente; validação dos resultados projetados.

d) Coordenação: Sebrae – Vitor Tioqueta.

e) Execução: Sinvespar Edson Campagnolol, Claudio Latreille, Antonio Deotti, Catie Teofanis, Roberto Schiavini, Gervásio Scolaro, Solange Stein; Sesi/Senai: Marta Tesser e Márcia Painim

f) Viabilização financeira: Sinvespar; Sebrae; Senai.

Valor Total em R\$ 5.000,00

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.1; 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3

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

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

( ) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local

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

( ) outra. Por favor, informe:

**Eixo: AMBIENTE, SAÚDE, SEGURANÇA E CIDADANIA**

## 14 Gestão ambiental do APL Moda Masculina do Sudoeste

### (AÇÃO EM ANDAMENTO – ENVIADO PROJETO 1)

a) Descrição: Realização de palestras, workshops, treinamentos, levantamento geral dos resíduos gerados no setor (tipologia, quantificação, armanzenagem e classificação) para elaboração de projetos e captação de recursos para investimentos coletivos no setor para geração de resíduos.

b) Justificativa: a falta de conscientização e conhecimento de práticas ambientais é um dos fatores que fazem com que empresas ententam as normas ambientais vigentes como prejudiciais e de competência pública. Pelo grande volume de geração de resíduos, em especial de restos de tecidos, o setor precisa buscar alternativas viáveis para construir projetos de gestão ambiental para amenizar impactos ambientais, excluir passivos e reduzir custos através de investimentos e gestão participativa.

c) Resultados esperados: sensibilizar empresários, colaboradores, alunos, acadêmicos, professores e familiares para a importância da gestão ambiental, sua conservação e recuperação, repassar técnicas de gestão de resíduos dentro das empresas, buscar tecnologias alternativas para produção mais limpa no setor da confecção e realização coletiva dos planos de gestão (individual por empresa) e licenças ambientais.

d) Coordenação: Associação dos Dirigentes de Empresas de Confecção do Sudoeste – Edson Luiz Campagnolo.

e) Execução: Prefeituras Municipais – Secretário do Meio Ambiente dos 28 municípios do território do APL; Sesi e Senai de Francisco Beltrão e Pato Branco – Marta Tesser e Márcia Panin; IAP - Instituto Ambiental do Paraná; Faculdade de Pato Branco – Profº Fernando Araújo; União de Ensino Superior do Sudoeste do Paraná - Profº Aparecido Bidóia.

f) Viabilização financeira:

Prefeituras de Francisco Beltrão e Santo Antônio do Sudoeste – R\$ 200.000,00. Demais recursos deverão ser prospectadas fontes e parceiros.

Valor Total: R\$ 1.500.000,00

g) Data de início: 16/02/2006

h) Data de término: 30/09/2007

- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.2.2
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- ( ) promoção do mercado interno ( ) promoção do mercado externo
- ( ) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local
- (x) inovação e tecnologia (incluindo o design) ( ) crédito
- (x) outra. Por favor, informe: Meio Ambiente.

## 15 A Saúde da Mulher está na Moda – PROJETO A INICIAR - ANEXO

- a) Descrição: Promover ações de conscientização e prevenção sobre temas ligados a doenças sexualmente transmissíveis, exames preventivos de câncer de mama e colo de útero, exames de visão para as colaboradoras do setor da confecção entre 25 e 59 anos, nas empresas participantes do APL.
- b) Justificativa: o setor gera diretamente mais de 5.500 postos de trabalho, sendo que 90% são do sexo feminino, portanto, implantar programas de conscientização e prevenção contribuirá para a melhoria da qualidade de vida das profissionais inseridas no setor.
- c) Resultados esperados: Sensibilização das colaboradoras e familiares quanto à saúde preventiva e através de ações preventivas, detectar possíveis problemas que possam ser solucionados, contribuindo para a melhoria do IDH-L dos municípios que receberão as ações.
- d) Coordenação: Sesi/Regionais de Francisco Beltrão e Pato Branco – Marta Tesser e Márcia Painim.
- e) Execução: Prefeituras Municipais/Secretarias de Saúde; Faculdade de Pato Branco/ Coordenação do Curso de Graduação em Enfermagem; Universidade Paranaense/Campus Francisco Beltrão/Coordenação do Curso de Graduação em Enfermagem; Sesi/Regionais de Francisco Beltrão e Pato Branco – Marcela e Roseli.
- f) Viabilização financeira: Empresas participantes; quotas-patrocínio para divulgação e conscientização de fornecedores e prestadores de serviços da rede particular de Saúde; programas municipais de prevenção e saúde da mulher e convênios com faculdades e universidades onde há cursos na área da saúde (odontologia, enfermagem, psicologia); Convênio com as faculdades Fadep e Unipar; Convênio com Sesi/Paraná; Convênios com Secretarias Municipais de Saúde; 7ª. e 8ª. Regionais de Saúde/Secretaria de Estado da Saúde.

Valor Total R\$ 23.750,00. O aporte de recursos dar-se-á através das Prefeituras Municipais com horas de profissionais alocados dos Postos de Saúde e repasse de verbas do SUS destinadas à saúde (exames, etc); o Sesi, através das horas com a equipe de Saúde e horas dos coordenadores e as empresas em torno de 30% do total e as faculdades, com horas/aula dos acadêmicos.

Em resumo: 50% do setor público; 30 % das empresas; 20% das faculdades e Sesi.

- g) Data de início: 30/10/2006
- h) Data de término: 30/10/2007
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.2
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- ( ) promoção do mercado interno ( ) promoção do mercado externo
- (x) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local
- ( ) inovação e tecnologia (incluindo o design) ( ) crédito
- (x) outra. Por favor, informe: Saúde Preventiva.

## 16 Saúde e Segurança no Trabalho

- a) Descrição: Realizar seminários na abrangência das seções regionais para disseminação de informações sobre prevenção e risco de acidentes de trabalho, saúde ocupacional e ações preventivas, estimulando a implantação de programas de saúde nas empresas.
- b) Justificativa: Menos de 30% das empresas no território do APL possuem convênio com empresas e/ou entidades especializadas em programas de saúde do trabalhador. Muitas empresas desconhecem as leis vigentes, como PPRA e PCMSO e outros programas, utilizando apenas exames admissionais e demissionais para os trabalhadores.

- c) Resultados esperados: aumentar o número de empresas investindo em programas voltados à saúde do trabalhador através de convênios com empresas especializadas, para evitar a incidência de doenças típicas do trabalho, como a LER, acidentes e outras.
- d) Coordenação: Sesi/Regionais de Francisco Beltrão e Pato Branco – Marta Tesser e Márcia Painim.
- e) Execução: Sesi/Regionais de Francisco Beltrão e Pato Branco – Marta Tesser e Márcia Painim.
- f) Viabilização financeira: Sinvespar, através de Vice-Presidente das Seções Regionais de Santo Antonio do Sudoeste, de Ampére, de Dois Vizinhos, de Salto do Lontra, de Chopinzinho, de Pato Branco, de Francisco Beltrão e de Santa Izabel do Oeste e Barracão; empresas beneficiadas: quotas-patrocínio com empresas privadas de saúde; Convênio Sesi/ Paraná.

Valor estimado em R\$ 15.000,00, sendo: 60% das empresas e 40% do Sesi e quota-patrocínios.

g) Data de início: 01/06/2006

h) Data de término: 31/12/2007

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.2

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

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> promoção do mercado interno                                    | <input type="checkbox"/> promoção do mercado externo     |
| <input checked="" type="checkbox"/> capacitação/formação                                | <input type="checkbox"/> valorização da identidade local |
| <input type="checkbox"/> inovação e tecnologia (incluindo o design)                     | <input type="checkbox"/> crédito                         |
| <input checked="" type="checkbox"/> outra. Por favor, informe: Saúde dos colaboradores. |  |

## 17 Formação de facilitadores ambientais

- a) Descrição: Capacitar multiplicadores (supervisores de produção e professores das escolas de costura industrial) para conscientizar, orientar e capacitar demais colaboradores das indústrias a executarem a identificação, a separação e o destino dos resíduos.
- b) Justificativa: O setor está implantando o Projeto de Gestão Ambiental com previsão para concluir em 2007. O processo é contínuo, mas em primeira instância requer orientação, conscientização e educação em toda a cadeia. As indústrias, pela característica produtiva, empregam grande contingente de mão-de-obra onde a conscientização é indispensável, a qualificação em processos de identificação e separação dos resíduos passarão a ser tarefas individuais dentro das empresas.
- c) Resultados esperados: Pessoas conscientizadas e aptas a contribuir no meio onde estarão inseridas, através de ações de recuperação e preservação ambiental.
- d) Coordenação: Sesi/Pato Branco e Fco. Beltrão – Márcia Painim e Marta Tesser.
- e) Execução: Sinvespar – Kelvi Kauspenhar e Cláudio Latreille; Secretarias Municipais de Meio ambiente, através de titulares das pastas; Secretaria de Estado do Meio Ambiente e IAP, através das coordenadorias regionais.
- f) Viabilização financeira: Sinvespar, através da implantação de cronograma, articulação e convênios com instituições e empresários do setor e contratação de especialistas; Empresas do APL, através do pagamento de despesas decorrentes de treinamentos internos; Prefeituras Municipais, através de horas/técnicas para repasse de informações para treinamentos;  
Sesi, através da coordenação geral e metodologia; Secretaria de Estado do Meio Ambiente, através de material didático.

Valor Total: R\$ 80.000,00, sendo: 50% do Sinvespar e empresários; 30% das Prefeituras; 10% dos órgãos ambientais estaduais e 10% do Sistema Fiep.

- g) Data de início: 1º/09/2006
- h) Data de término: 31/12/2007
- i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.2.2
- j) Selecione o item abaixo que melhor se relaciona com esta ação:
- ( ) promoção do mercado interno      ( ) promoção do mercado externo
- ( ) capacitação/formação              ( ) valorização da identidade local
- ( ) inovação e tecnologia (incluindo o design)      ( ) crédito
- (x) outra. Por favor, informe: Meio Ambiente.

### Eixo: FINANÇAS E INVESTIMENTOS

## 18 Linhas de crédito para o setor confeccionista

- a) Descrição: Realizar seminários para atualização e/ou disseminação de linhas de crédito existentes no mercado, através do departamento de fomento da Fiep e bancos convidados; firmar convênio com instituições financeiras públicas e privadas.
- b) Justificativa: Dificuldades de operacionalização de recursos para investimento e/ou capital de giro originam-se da pouca operacionalidade das linhas existentes, fazendo com que as empresas busquem alternativas que comprometem seu fluxo de caixa ou realizam investimentos de alto risco. Parte dessa situação provém da falta de conhecimento das linhas de crédito existentes ou estas são mal informadas ao público, em particular, as linhas do BNDES que tem menores despesas financeiras (juros e outras).
- c) Resultados esperados: Reduzir as taxas com operações financeiras; tomada de crédito com menor risco e menores despesas financeiras; aumento do leque de opções às empresas.
- d) Coordenação: Sinvespar – Jacir Salmória.
- e) Execução: Fiep/Depto. de Fomento – Eduardo Kosovisky; Sinvespar – Solange Stein.

f) Viabilização financeira: Fiep/Depto. De Fomento.

Valor Total: R\$ 5.000,00, sendo 100% da Fiep – Departamento de Fomento.

g) Data de início: 01/02/2006

h) Data de término: ação continuada

i) Ação relacionada ao resultado nº: 4.1.2; 4.2.1; 4.2.3.

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

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

( ) capacitação/formação ( ) valorização da identidade local

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

(x) outra. Por favor, informe: Produção; Financeiro.

## Eixo: INFRAESTRUTURA

### 19 Centro de Capacitação de mão-de-obra Fronteira do Mercosul

a) Descrição: Instalar um centro de capacitação de mão-de-obra com máquinas e equipamentos para: laboratório básico de operação de máquinas industriais; laboratório avançado de máquinas especiais; sala de risco, corte e encaixe; sala para desenvolvimento e modelagem e mini-auditório para treinamentos.

b) Justificativa: os dez municípios de faixa fronteira do Mercosul com a Argentina, são responsáveis por 14% da população, 20% de território, porém, 40% da produção, 38% do faturamento e 40% da mão-de-obra empregada do território do APL. Em nenhum desses municípios existe estrutura física e operacional para capacitação básica e intermediária com o nível tecnológico que as empresas já demandam. Assim, o município de Santo Antonio do Sudoeste, por abrigar o maior contingente de empresas, será sede de uma unidade avançada para atender as demandas da região da fronteira.

c) Resultados esperados: pessoas qualificadas tecnicamente e tecnologicamente e atender a demanda do contingente de empresas dessa região com oferta de produtos e serviços com qualidade.

d) Coordenação: Sinvespar – Edson Campagnolo;

e) Execução: Prefeituras de: Santo Antonio do Sudoeste, Ampére, Capanema, Barracão, Planalto, Pranchita, Bom Jesus e Pinhal do São Bento, através dos titulares dos departamentos de Indústria e Comércio; Empresários: Roberto Schiavini, Antonio Deotti, Renato Gonzatti, Edson Campagnolo; Senai através dos técnicos Rita de Cássia, Juliane e Cleusa e demais empresários da Associação de Dirigentes da Indústria da Confecção do Sudoeste.

f) Viabilização financeira: Sinvespar através da articulação com poder público, na montagem de projeto para capacitação de recursos, articulação com classe empresarial da região da fronteira; Prefeitura de Santo Antonio do Sudoeste na construção de estrutura físico-operacional; do Senai através de horas/técnica para montagem do centro e empresários através da doação de como garantidores para aquisição de máquina e equipamentos.

Valor R\$ 450.000,00 – em torno de 25% do poder público; demais recursos serão captados através de projeto onde os empresários serão garantidores caso não sejam obtidos através de recursos não reembolsáveis; 3% Senai (através de horas técnicas para elaboração do projeto); 5% Sinvespar (articulação, coordenação e recursos).

g) Data de início: Após aprovação do PROINCO no BNDES.

h) Data de término: ação contínua.

i) Ação relacionada aos resultados nº: 4.1.2; 4.2.1; 4.2.2; 4.2.3.

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

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

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

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

(x) outra. Por favor, informe: Produção.

## 7 GESTÃO DO PLANO DE DESENVOLVIMENTO

O presente Plano de Desenvolvimento, que compreende o conjunto de ações e estratégias para o incremento do APL, será gerido pela sua governança, através do Grupo Gestor, a quem caberá realizar a articulação, a negociação, a execução e/ou o acompanhamento e a avaliação dos resultados esperados, estimulando de forma contínua o ciclo *PDCA* no projeto, tomando como referência as premissas, as estratégias e os indicadores de resultados estabelecidos.

As entidades que compõem o Grupo Gestor, listadas no item 1.7.2.2, possuem direito a um participante cada, que terá vez e voto de forma equânime, cabendo ao Coordenador do Grupo Gestor, o voto minerva em caso de empates.

Caberá ao coordenador de cada ação a responsabilidade pela execução, por metas e resultados, sendo que o Coordenador do Grupo Gestor é o maior responsável pelo conjunto de ações e resultados esperados com o Plano de Desenvolvimento, colocando para tanto, todo seu empenho e energia em prol do APL.

Às entidades parceiras do Plano caberá:

- Alocar os recursos comprometidos com as respectivas ações;
- Negociar, articular e executar as ações sob sua responsabilidade e cumprir com as metas pactuadas;
- Apoiar a gestão do Plano; e
- Zelar pelo cumprimento integral do Plano, de modo a garantir o sucesso do conjunto de empresas e parceiros.

É responsabilidade do Grupo Gestor assegurar, por meio de eficaz gerenciamento, os melhores resultados às empresas participantes, às entidades parceiras e aos trabalhadores envolvidos, de modo que o conjunto das ações produza impactos visíveis para o desenvolvimento sócio-econômico regional.

Para isso, o Grupo Gestor estará se reunindo mensalmente em caráter ordinário, sendo sua pauta acompanhar a evolução das ações, validar os resultados e/ou redirecionar atividades, de modo a buscar o máximo de eficiência. O Grupo Gestor poderá se reunir em caráter extraordinário para avaliar situações não previstas, ações improdutivas e mesmo, ações não previstas.

As empresas beneficiadas com as ações propostas no presente Plano de Desenvolvimento estarão assinando um Termo de Adesão (modelo anexo), por meio do qual comprometer-se-ão em participar ativamente das atividades, alocar o pessoal e estruturas necessárias à sua implementação, bem como, arcar com as contrapartidas necessárias sob sua responsabilidade.

## 8 ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO

O acompanhamento do Plano será realizado por meio

- ❑ da análise dos elementos norteadores do projeto,
- ❑ da avaliação da execução física e financeira,
- ❑ do cumprimento das ações e metas intermediárias,
- ❑ da identificação e solução de obstáculos, e
- ❑ do acompanhamento sistemático dos resultados projetados.

O processo de acompanhamento será realizado por meio de reuniões e/ou encontros, como descrito no item 7 retro.

O monitoramento será feito por meio de sistema eletrônico de informações gerenciais e através de relatório mensal de desempenho, direcionado ao GTP/APL, à Rede Paranaense de APLs e à direção das entidades parceiras, que servirá como instrumento de apoio à gestão.

A avaliação dos resultados finalísticos e intermediários será realizado através de pesquisas, nos períodos especificados, por empresa especialmente designada, de modo a aferir a evolução dos indicadores de resultados orientados no item 5 retro. Os relatórios gerados pelas pesquisas também serão instrumento gerencial ao Grupo Gestor e às entidades parceiras.

## 9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA.

**População estimada 2005.** IBGE, Brasília, 2005. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL.

**Arranjos Produtivos Locais e o novo padrão de especialização regional da indústria paranaense da década de 90.** IPARDES, Curitiba, 2003.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.

**Política de apoio a Arranjos Produtivos Locais.** Disponível em:

<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/sdp/proAcao/arrProLocais/arrProLocais.php>.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Relação Anual de Informações**

**Sociais.** Disponível em

<http://www.mte.gov.br/EstudiososPesquisadores/PDET/Acesso/RaisOnLine/.asp>

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Termo de referência para atuação do Sistema Sebrae em Arranjos Produtivos Locais.**

Sebrae, Brasília, 2003. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO VESTUÁRIO DO SUDESTE DO PARANÁ

**Diagnóstico das Indústrias de Confecção do Sudoeste do Paraná e Histórico do Projeto Pólo.** Sudoeste do Paraná, 2004-2005. Disponível em:

<http://www.sinvespar.com.br/projetos> e <http://www.sinvespar.com.br/indicadores>.

## **ANEXOS**

**Anexo 1: Diagnóstico 2004****I N T R O D U Ç Ã O****O surgimento da indústria do vestuário no Sudoeste - a história dos alfaiates**

Em meados dos anos 70, mudanças significativas na estrutura sócio-econômica do país, alguns fatores contribuíram para a mudança neste setor, a exemplo do início do êxodo rural, a forte inserção da mulher no mercado de trabalho, a região do Sudoeste com seus municípios ainda muito jovens (10 a 20 anos de emancipação política nos anos 70), população predominante de imigrantes italianos e alemães provindos das regiões Oeste de Santa Catarina e Serra Gaúcha, uma das atividades pioneiras na região deu início a história da indústria do vestuário os chamados “**alfaiates**”, pessoas que fabricavam roupas masculina sob medida (calças, camisas e paletós) e que na década de 70/80 viram na atividade a oportunidade de passar a fabricar o mesmo tipo de produto em escala industrial onde esses produtos eram incorporados ao mix de produtos de estabelecimentos comerciais muitas vezes da própria família ou vendidos pelos chamados “ambulantes” para municípios vizinhos, assim, nasceram as primeiras unidades na região que é o caso da Krindges em Ampére (1977-1982 com a Krindges Industrial, calças, camisas e ternos masculinos, uma das 10 maiores do Brasil), em Francisco Beltrão (1978, Raffer Confecções, ternos, calças e camisas, no segmento de ternos tem a maior produção no Paraná na linha social) e Santo Antonio do Sudoeste (1970, Alfaiataria da Adélia Blazius e em 1979 a Blazius & Blazius com unidades em Santo Antonio do Sudoeste e Toledo, ternos e calças). O sucesso desses primeiros empreendimentos motivaram o surgimento de tantos outros que estão presentes em 28 dos 42 municípios da região.

***Esforços próprios e união em busca do desenvolvimento do setor***

Alheios as dificuldades que a região apresentava tais como: difícil acesso a outros pólos do Estado (localização em ponto extremo do Paraná), poucas

rodovias com pavimentação asfáltica, inexistência de fornecedores de matéria prima, de mão-de-obra especializada, de prestadores de serviços, enfim, as indústrias surgiam e desenvolviam sem estrutura de apoio externo, fatores que motivaram a união de empresários no intuito de promover o desenvolvimento do setor através da busca de soluções em conjunto, nesse cenário está a vinda dos primeiros profissionais de manutenção e conserto de máquinas (1992, vindos de Santa Catarina financiados e mantidos pelos empresários) e que hoje são empresas estabelecidas que prestam serviços e revendem máquinas e equipamentos, os primeiros cursos de formação de operadores de máquinas (máquinas cedidas por empresas com apoio de prefeituras em 1993), a promoção e divulgação do setor com os primeiros eventos regionais - primeiro desfile de peças fabricadas na região ocorreu em 1994 e no mesmo ano a primeira mostra pública dos produtos da região – Ferim/Feira Regional da Indústria da Moda - as primeiras oficinas de tendências de coleções (1995) com profissionais trazidos do Rio Grande do Sul, as primeiras viagens a feiras especializadas (1994 na primeira edição da Expovest em Cianorte e em 1995 /1996 na Fenit de São Paulo) e em 1992 houve o desmembramento da categoria que pertencia ao Sindicato das Indústrias do Oeste para a constituição dos sindicatos patronal e obreiro do Sudoeste. Outra conquista do setor foi em 1997 quando um grupo de 21 empresários de Francisco Beltrão fundaram a primeira cooperativa de crédito urbano do Paraná, a CRESUD, neste município.

Com o processo da abertura econômica, em meados da década de 90, o setor sofreu intenso processo de reestruturação industrial. O declínio das atividades nas indústrias fez com que a mão-de-obra que fora despedida e que detinha algum conhecimento no setor, começasse a adquirir máquinas e equipamentos para montar seu próprio negócio como forma de sobreviver à crise que se instalou na época em todo o Brasil, da mesma forma que as empresas que conseguiram sobreviver ao abalo econômico e se reestruturaram, hoje despontam no cenário setorial como empresas âncoras em seus municípios.

Já no término da década de 90, com o reaquecimento do setor, a região começou a atrair empreendedores de outras regiões na linha de fornecimento de matéria prima, de serviços e de mão-de-obra especializada o que tem contribuído para melhorias das unidades industriais.

Na virada do século, a região reescreve sua história. Unidos com os empresários, prefeituras dos municípios produtores, os sindicatos da categoria, as entidades Senai, Sesi, Sebrae, faculdades e instituições financeiras, articulados, desencadearam várias atividades pro o desenvolvimento sustentável setorial regional e uma das principais ferramentas é a formação de mão-de-obra qualificada, para tal, estão em funcionamento 11 escolas de operadores de costura que passaram neste ano de 2005 por total reestruturação de conteúdo para atender as necessidades do mercado, cursos de média duração de especialização em desenvolvimento e modelagem, curso técnico, curso de graduação e curso a nível de pós-graduação, juntos em abril de 2005 tinham 420 pessoas matriculadas nos diferentes níveis de ensino (do básico ao pós-graduado). Este é o setor da indústria confeccionista do Sudoeste do Paraná.

### **História e Evolução do Traje Masculino**

#### **Pesquisa realizada por:**

Acadêmicos do Curso de Tecnologia do Vestuário da Unisep

#### **Coordenação:**

Professora Luciane Panisson

O vestuário masculino sofreu pequenas modificações desde o século XIII. Naquele tempo, o casaco masculino se transformou na casaca e as mudanças do traje se deram mais nos ornamentos do que no corte das peças: os calções passaram por modificações e entrou novamente em voga o “cullote”.

Segundo Köhler, desde o final do século XVI a abertura dianteira da calça passara a ser feita para abotoar e agora existia o mesmo fecho nos joelhos. De acordo com Laver, o casaco era justo até a cintura e depois se abria.

Usavam-se coletes e casacas que chegavam até os joelhos e eram ornamentados com bordados de ouro e prata com abertura nas costas, com lapelas, bolsos e punhos geralmente em veludos e brocados e em imitação às anquinhas femininas, introduziram-se em algumas peças o uso de barbatanas nas abas dos casacos.

Aliados ao colete e a calça justa, usava-se jabot, e lenços amarrados no pescoço e enfeitados por alfinetes de diamantes.

Por volta de 1780 houveram as primeiras tentativas de se chegar a um estilo mais “simples prático e confortável” (KÖHLER, 1996, p. 435), através da diminuição de ornamentos e aplicação de debruns estreitos e simples. Os punhos diminuíram e a maior transformação ocorreu quando em imitação aos trajes de equitação ingleses: o estilo “lê frac” ou fraque com as extremidades inferiores da frente do casaco mais curtas. Este “novo estilo” tornou-se universal e em 1780, foi reconhecido como o traje da corte, em substituição ao *habit à lá française*.

O colete longo foi substituído pelo *gilet* que acabava na altura do abdômen e era sem mangas (ao contrário do colete, à parte de trás do *gilet* era feita do mesmo tecido) e posteriormente com a inserção de abas, o *gilet* se transformou no *veston*.

De acordo com Köhler, a casaca bordada e o colete com abas formavam o traje palaciano francês até a queda da monarquia.

No final do século XVIII os excessos forma desaparecendo e essa simplificação deu um aspecto de *frac habillé*.

Durante a Revolução Francesa o traje novamente se alterou e se simplificou, de acordo com as novas idéias em voga. Primeiramente, dois estilos fizeram maior sucesso: os dos casacos da classe média e os casacos dos oficiais militares. Porém um terceiro estilo, o do traje de equitação inglês com duas fileiras de botões frontais fez sucesso e logo foi adotado pelos homens da classe média.

Os bordados eram utilizados seguidos de normas rígidas e geralmente ornamentavam os trajes do exército. “Por volta de 1810 os homens começaram a usar calças mais longas que cobriam as pernas das botas e eram bem mais largas do que antes” (LAVÉ, 1996, p. 481) e o chapéu tricórnio foi substituído pela cartola.

A partir de 1818 o traje masculino vira símbolo de poder nas mãos de George Brummell e Oscar Wilde, com o dandismo. O grupo classificado como Dândi,

composto por homens que prezavam muito a estética vestia calças e sobrecasacas pretas, cartola e bengala. (BOLLON, 1993, p.127).

De acordo com Laver, compostos de uma sobriedade irrepreensível, os casacos possuíam ombreiras, a cintura era afinada com o auxílio de um espartilho e as calças tinham se tornado quase universais.

Após 1877 as influências românticas soltaram a rigidez dos trajes e o fraque é utilizado tanto de dia quanto a noite, porém os mais jovens preferem a sobrecasaca.

“O autor anônimo de um livro de etiquetas intitulado *The habits of good society*”, publicado em 1840, diz que o homem bem vestido precisava de quatro tipos de casacos: um casaco para a manhã, sobrecasaca, casaca e sobretudo”. (LAVÉR, p. 169).

Do final do século XIX ao início do século XX, “para os homens, o traje aceito para todas as ocasiões formais ainda era a sobrecasaca e a cartola, mas o terno usado com um chapéu *homburg* era cada vez mais visto em Londres” (LAVÉR, 221).

De acordo com Vicent-Ricard, “não houve qualquer mudança nos trajes masculinos desde o advento da sociedade moderna”. Ela complementa ainda afirmando que “essa nova raça de homens crê ter ganho em “poder real” o que perdeu “em aparência” desde os últimos arroubos do romantismo”. (1989, p. 109).

O que se nota principalmente a partir do final da 1ª Guerra Mundial que as roupas masculinas caminham em direção à informalidade. O terno passou a ser usado habitualmente e depois de 1922 ficou mais curto e não possuía abertura atrás e as calças passaram a ser extremamente largas onde se via apenas o bico dos sapatos.

Todas essas mudanças instituíram para o homem o terno como traje formal e a partir da década de 70 este, passa a ter duas peças e não mais três.(VICENT-RICARD, 1989).

Nos anos 80 os *Yuppies* consagraram as roupas severas e funcionais e negam qualquer toque descontraído no vestuário. Com o limiar da década de 90 os italianos dão ao estilo masculino uma feição de conforto aliado ao tradicionalismo do terno.

## 1. CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DO SUDOESTE DO PARANÁ

Localizada sobre a bacia hidrográfica do Rio Iguaçu, às margens esquerda, ocupa uma área de 16.975.515km<sup>2</sup>, população segundo Censo Geral 2000 de 548.132 habitantes e projeção para 2004 de 558.903. Composta por 42 municípios ( \* ) predominantemente de pequeno porte ( 55% até 10mil habitantes; 29% de 10mil a 20mil; 12% de 20mil até 36mil e; 4% acima de 60mil), sendo que 96% dos municípios tem menos de 50 anos de emancipação política-administrativa. Faz fronteira a oeste com a Argentina e ao sul com o Estado de Santa Catarina.

A região foi colonizada principalmente por descendentes de imigrantes Europeus, com predominância de Italianos (50,3%), Alemães (15,6%), Poloneses (8,1%), Luso Brasileiros (19,3%) e outros (6,7%), vindos do Rio Grande do Sul (53,6%), Santa Catarina (22,4%) e Paraná (21,0%) a partir de 1940.

Segundo IBGE, na região do Sudoeste a menor renda *per capita* em 2002 era de R\$ 4.087,00 (Santo Antonio do Sudoeste) a maior de R\$ 26.407,00 (Mangueirinha) e a mediana gerando em torno de R\$ 5.800,00.

No Índice de Desenvolvimento Humano segundo Atlas do IDH 2000, três municípios despontaram entre os 20 primeiros lugares no ranking do estado, sendo em 3º Pato Branco, 18º Pranchita e 20º Capanema. A maior média do IDH-M é de 0,849, a mediana 0,767 e a menor de 0,696. O maior crescimento apresentado nos IDH-M's da região foi para o IDH-L (maior média de expectativa de vida do Paraná

com 71anos em 2000 e no município de Pranchita com 73anos, sendo a média nacional de 68 anos).

Segundo o Ipardes (Perfil do Emprego na Mesorregião Sudoeste Paraná, publicado em 2003), a população economicamente ativa (PEA) em 2000, era composta por 243 mil pessoas. Entre as mesorregiões paranaenses, a Sudoeste apresentava a maior taxa de atividade, o que significa que, de cada 100 pessoas de 10 anos ou mais de idade, aproximadamente 64 estavam inseridas no mercado de trabalho regional. Esse contingente representava 5% da PEA paranaense.

A região distinguiu-se, também, por apresentar, em 2000, a menor taxa de desemprego (8,4%) entre as dez mesorregiões do Estado. A mesorregião Sudoeste apresentou, no período 1996-2001, incremento de 10,4 mil postos de trabalho, variação de 24,7% no nível de emprego formal, posicionando-se entre as regiões com desempenho superior à média estadual. Em 2001, o Sudoeste contava com quase 53 mil postos de trabalho formal, participando com 3,1% desse tipo de ocupação no Estado.

A mesorregião Sudoeste tem participação mais expressiva no total estadual dos subsetores do vestuário (7,6%) e mecânica (7,0%).

Em 2004, três municípios da região tiveram o maior aumento efetivo na geração de emprego no Estado do Paraná, sendo Francisco Beltrão liderando o ranking e ainda os municípios de Pato Branco e Dois Vizinhos. Esta performance manteve-se nos primeiros meses do ano de 2005.

Na estrutura educacional de ensino superior estão instaladas na região: 02 universidades privadas (Unipar e Unic's), 02 universidades estaduais (Unioeste e Unicentro), 01 federal (Cefet), 09 faculdades privadas e 11 salas com pontos de educação à distância (UEPG e outras). Em nível de especialização, em 2005 estavam em curso ou em fase de iniciação 23 turmas em diversas áreas e este ano se forma a 1º turma na Escola de Magistratura de Francisco Beltrão. Na área de centros tecnológicos a região tem 02 instalados: um voltado para o setor da agropecuária e agroindústria (Texcel) e outro para software e vestuário (Sudotec).

A região está inserida no programa PROMESO do Ministério da Integração Nacional, através da MESOMERCOUL que é composta por 404 municípios sendo, 232 do norte do Rio Grande do Sul, 130 do Oeste de Santa Catarina e 42 do Sudoeste do Paraná. Um dos programas estruturantes da MESOMERCOSUL é a “Implantação e Fortalecimento da Agroindústria Familiar – Geração de Emprego e Renda”. O foco a este setor deu-se pela razão da peculiaridade entre as regiões e de que regiões Oeste de Santa Catarina e Sudoeste do Paraná possuem a melhor distribuição fundiária do Brasil (minifúndio) com aproximadamente 50mil propriedades rurais em cada uma das respectivas regiões onde a agroindústria familiar rural está em franca expansão.

---

( \* ) Em 2003 detectou-se nos estudos realizados e divulgados em 2003 pelo Iperdes, que a região do Sudoeste contava com 37 municípios e população estimada de 472mil habitantes. Essa diferença deu-se pelo motivo de que os municípios de Palmas, Clevelândia, Coronel Domingos Soares, Honório Serpa e Mangueirinha não constavam no território da mesorregião Sudoeste e sim na mesorregião Centro Sul. Outra fonte, o IBGE, descobriu-se que em 1991 com revisão em 1993 e 1997, este órgão mapeou estes 05 municípios incorporando-os a região de União da Vitória e posteriormente a região de Guarapuava. Este recorte tem trazido sérios problemas a região, haja visto que somente em termos populacionais a região perde em torno de 90mil habitantes e área aproximada de 5mil km<sup>2</sup>, sendo que alguns dos critérios para definição das mesorregiões são “posição geográfica”, “algum tipo de vínculo cultural/histórico”, “distâncias” etc, que, totalmente adversos a realidade pois considerando distâncias teremos Palmas á 250km de Guarapuava e apenas 62km de Pato Branco; todos os municípios (42) estão localizados ás margens esquerda do Rio Iguaçu e em sua bacia hidrográfica; historicamente, Palmas, o município mais antigo da região deu origem a Clevelândia, este, considerado o município-mãe do Sudoeste pois praticamente deu origem á todos os demais. Embasados nos conceitos e na realidade, levantamentos técnicos, pesquisa e levantamento histórico estão fundamentando o movimento de lideranças públicas e privadas para que haja a reintegração desses 05 municípios na meso Sudoeste. Em todos os projetos trabalhados na região são considerando indicadores os 42 municípios.

## **2. CARACTERIZAÇÃO DO SISTEMA PRODUTIVO DA CONFECÇÃO NO SUDOESTE**

O sistema produtivo da indústria da confecção do Sudoeste do Paraná está presente em 27 dos 42 municípios da região, sendo destaques: em número de unidades, valor agregado e geração de emprego os municípios de Ampére (6º no ranking estadual), Dois Vizinhos (8º), Francisco Beltrão (14º), Santo Antonio do Sudoeste (22º) e Pato Branco (28º).

O parque industrial é composto por mais de 300 unidades (vestuário e decoração/linha lar) gera aproximadamente 5.500 empregos diretos, produção estimada de 16 milhões/peças/ano com predominância para moda masculina (calças, camisas, paletós) e o jeans. Possui o segundo maior Valor Adicionado da indústria da transformação e na geração de empregos diretos na região do Sudoeste. Esta segunda posição passou a configurar a partir de 2003 quando o setor agroindustrial passou a representar o maior valor adicionado fiscal e o maior gerador de mão-de-obra direto após fortes investimentos realizados por parte do Grupo Sadia em suas duas unidades frigoríficas localizadas nos municípios de Francisco Beltrão e Dois Vizinhos e de outra unidade agroindustrial do mesmo setor no município de Capanema.

Segundo estudos do Ipardes denominado “**APL e o Novo Padrão de Especialização Regional da Indústria Paranaense na Década de 90**”, divulgado em 2003, a região Sudoestina em 2000 possuía 976 unidades industriais que geravam 15.119 empregados (4,24% de representação no estado) e 1,85% de participação no Valor Adicionado, sendo o setor da indústria do vestuário com o maior número de estabelecimentos em 2000 com 115 unidades (11,78% do total) o segundo em Valor Adicionado da região (10,45%) e o maior gerador de mão-de-obra com 3.270 postos de trabalho formal (21,63%). Ainda segundo o estudo, o setor industrial na região entre os anos de 1990 e 2000 apresentou crescimento real de 53,76%, sendo os setores do vestuário e de abates de frango com concentração de 42,97% dos postos de trabalho na indústria regional.

Em 2004, as entidades gestoras do Pólo realizaram o primeiro Diagnóstico Setorial onde foram pesquisadas 82 unidades industriais (amostragem de 34% das empresas cadastradas) e deste relatório alguns indicadores levantados são base para realização de projetos, direcionamento de investimentos por parte dos empreendedores e balizam ações de planejamento do projeto. Entre os números apontados no universo pesquisado alguns que destacamos:

a) *Forma de produção*: 67% produzem marca própria; 16% produzem na forma *Private Label*; 5% são licenciadas para produzir e comercializar (grande

griffes); 30% operam somente com facção e; 20% produzem de outras formas ou forma integrada.

b) *Porte da unidade*: 53% microempresas; 39% pequenas e medias empresas e; 3% empresas de grande porte;

c) *Gestão empresarial*: 55% fazem planejamento de produção e faturamento; 58% das empresas estão informatizadas; 54% estão conectadas na rede mundial de computadores; 67% realizou investimentos nos anos de 2002 e 2003; 65% dos investimentos realizados foram em máquinas e equipamentos e 26% na ampliação das instalações; 43% tem como principal modalidade de faturamento à vista e 35% com 30dd de prazo e o mesmo coeficiente para prazo de 30,60,90 e 120 (principais modalidades praticadas); 73% vendem seus produtos com cheque pré-datado e 45% com duplicatas (principais modalidades praticadas).

d) *Desenvolvimento de produtos*: 65% desenvolvem seus produtos com profissional especializado da própria empresa; 44% utilizam revistas especializadas como principal fonte de pesquisa para desenvolvimento de coleção (mesmo percentual para feiras do setor) e 48% viagens a centros de moda.

No cenário atual a região pode ser sub-dividia em 04 pólos produtivos com as seguintes características:

Municípios Pólo	Predominância de Produtos	Posição regional em produção
Ampére/ Sto. Antonio Sudoeste/Capanema (região fronteira do Mercosul)	Calças, camisas e ternos	1º
Dois Vizinhos e São Jorge	Jeans	2º
Francisco Beltrão	Diversificado com ligeira tendência para camisas e calças e outras peças masculinas	3º
Pato Branco e Palmas	Modinha feminina com tendência para marca própria	4º

O processo de facção na região é diferenciada das demais mesoregiões do Estado. As unidades faccionistas estão instaladas em plantas industriais, oferecendo

melhor qualidade no processo de produção do que outros métodos existentes (costureiras) e é este diferencial que a região se tornou atrativa de importantes marcas nacionais que produzem através da parceria de facção ou *private labor*

Segundo dados apontados pelo Sebrae Paraná no diagnóstico setorial realizado em abril de 2004, as regiões do Sudoeste e de Maringá são as regiões com maior percentual de vendas para outras regiões do País, enquanto que as demais regiões predominam as vendas regionais. Neste contexto, no diagnóstico regional em 2004 apontou que o maior percentual de vendas das nossas indústrias são para os três estados da região Sul, seguido pelos estados de São Paulo, Goiás e Minas Gerais.

No mercado regional, em fevereiro de 2005 o Sinvespar realizou pesquisa com as maiores cadeias e lojas do comércio varejistas instaladas em municípios da região (86 estabelecimentos) onde 79% dos empresários pesquisados afirmaram que “compram produtos de marcas produzidas na região” e as duas principais razões que os levam a comprar nossos produtos foram “qualidade e preço competitivo” para 60% dos entrevistados. No diagnóstico, apenas 23% das indústrias os empresários responderam que o principal mercado era a própria região.

### **3. O APL DA CONFECÇÃO DO SUDOESTE DO PARANÁ**

No início de 2003, diferentes atores institucionais e empresas da região uniram-se em torno da proposta de formar o Pólo da Confecção do Sudoeste do Paraná para ser reconhecido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior através do programa dos Pólos.

Engajados na proposta de alavancagem para o setor, o Sindicato das Indústrias do Vestuário do Sudoeste do Paraná, representante da categoria, o Sistema Fiep através do Senai unidades de Francisco Beltrão e Pato Branco e o Sebrae Escritório Regional de Pato Branco deram início ao planejamento de ações necessárias para o reconhecimento do MDIC.

Como ponto de partida foi realizado o Planejamento Estratégico onde foram definidas as principais parcerias regionais e suas competências, a missão, os gargalos existentes, os programas prioritários e a sistematização espacial da região no segmento.

O pólo começou a se materializar a partir da instalação do Comitê Gestor, que, coordenados pelo Sinvespar passou a planejar, deliberar e viabilizar iniciativas que pudessem promover o desenvolvimento do setor que teve como ponto forte o senso de co-responsabilidade.

### **Sistematização Espacial:**

Como forma de difundir o Pólo, suas ações e coordenação em toda a extensão da região foram mapeadas 06 sub-regiões: Ampére, Dois Vizinhos, Francisco Beltrão, Santo Antonio do Sudoeste, Pato Branco, Capanema e Chopinzinho.

### **Missão e Objetivo:**

**Missão:** Tornar a indústria do Vestuário reconhecida nacionalmente através da organização e capacitação de seus empresários, com tecnologia e informações atualizadas, produzindo com qualidade e lançando a marca “Moda Sudoeste Paraná”.

**Objetivo:** Desenvolver o setor de confecções no Sudoeste, com a interatividade e união entre as empresas/empresários, Secretarias da Indústria e Comércio dos Municípios e Parceiros, transformando num Pólo de Competitividade reconhecido pelo MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior”.

### **Cronograma de Implantação:**

No planejamento estratégico realizado foi elaborado o cronograma para implantação/execução:

<i>Fases</i>	<i>Atividade</i>	<i>Período realização</i>	<i>Participação</i>
I – Planejamento	Realizar planejamento do Pólo	30/09/02	31 pessoas
	Planejar as ações para 2003/2004	31/03/03	16 pessoas
	Finalizar o projeto	14/04/03	27 pessoas
II – Apresentação do projeto e adesão empresas e parceiros	Reuniões nas sub-regiões e adesão das empresas	Início em 12/05/03 e término em 28/06/03	252 pessoas (08 encontros)
II – Comitê Gestor	Formação e estrutura dos cargos	31/03/03	16 pessoas
III – Sistema espacialização	Reunir grupos homogêneos/sub-regiões	Mesmo período das reuniões	Mesmo grupo
IV – Diagnóstico nas empresas	Levantar indicadores	Fev/04 a maio/04	82empresas
V – Ações conjuntas	Planejar e executar	Março/03 em andamento	Contempla toda a região NÃO REALIZADO – GOVERNO MUDA SUA POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO E ALTERA PARA A FORMAÇÃO DE APL'S
VI – Reconhecimento do Pólo junto ao MDIC	Apresentar o projeto, ações e resultados	Ano de 2003	

### 3.5 Cronograma das atividades implantadas/implementadas no Pólo com respectivas competências(coordenação)

#### a) em 2004:

ÁREA	ATIVIDADES	COMPETÊNCIA COORDENAÇÃO	PERÍODO REALIZAÇÃO	Nº BENEFICIADOS
<b>Gestão</b>	Contratação de técnico em confecção	Senai	Realizada - Abril/04	Pólo
<b>Capacitação colaboradores</b>	Contratação técnica em gestão do projeto	Sinvespar	Realizada - Fev/04	Pólo
	Montar escola itinerante de manutenção de máquinas	Senai e Empresas	Realizada – final de 2003	Pólo
	Cursos para operadores de máquinas industriais e outros na área chão-de-fábrica e desenvolvimento	Senai (Fat e prefeituras)	Realizadas em 2004	205 pessoas
<b>Formação Especialização</b>	Montar o curso técnico de confecção	Senai	Realizada – junho de 2004	28 pessoas
	Montar curso de nível pós-graduação em Design de Moda	Fadep, Prefeitura Pato Branco e UEL	Realizada – conclusão do curso em abril/04	14 pessoas
<b>Promoção a Exportação</b>	FORMADO GRUPO DOS EXPORTADORES	Sebrae – Sinvespar	Realizado – implantado em março de 2004 (inicial com 14 empresas e dessas permaneceram 04 que já foram inseridas no mercado internacional)	04 empresas
	Participação em Rodadas Internacional de Negócios	Sebrae – Sinvespar Vestpar	Participação 04 em Març/03, Ago/03/04 e Abr/05	06 empresas
<b>Gestão</b>	Cursos/Oficinas de Iniciação ao Comércio Exterior	Sebrae – Sinvespar	Realizadas 02 em Out/03 e Jul/04	32 pessoas
	Capacitação	Sinvespar e Ace's	Realizadas - Curso da Rede Agentes da Apex e Encomex	15 pessoas
	Caravanas com empresários para feiras especializadas e centros de pesquisa	Sinvespar – Sebrae e Senai	Realizadas – 02 em Jun/03, Jul/04 para Fenit em São Paulo	87 pessoas

<b>Promoção</b>	Expor em feiras setorializadas	Sinvespar – Sebrae Vestpar	Realizadas em Jul/04 Feni/SP	05 empresas
	Promover ações no meio acadêmico/técnico	Unisep e Senai	Realizados 03 eventos em nov e dez/04, com Unisep Mostra Moda e Da Moda Básica do Senai	80 estudantes (em torno de)
	Realizar evento regional para promover a Moda Sudoeste	Sinvespar – Sebrae – Senai (Fiep)	Realizada – Setembro/04, com 2 desfiles para lojistas, e espaço vitrine - Sudoeste Mostra Moda	12 empresas na passarela e presença de 783 convidados
<b>Capacitação empresarial e de colaboradores (diversos)</b>	Work-Shop de tendências de coleções	Sinvespar – Senai – Sebrae	Realizados 03 – Abr/04, Out/04 e	183 pessoas
	Clínica Tecnológica de Direção e Arte aplicada a Moda Impressa	Sinvespar – Senai – Sebrae	Realizada 01 – jul/04	24 pessoas
	Palestras sobre motivação e empregabilidade	Sinvespar	Realizadas 02 –junho/04	274 pessoas
	Palestra sobre Tendências do Setor da Confecção, Cenário regional, estadual e internacional	Sinvespar	Realizadas 03 – Julho a set/04	225 pessoas
	Oficinas com temas de atualização em gestão financeira, processos de produção e marketing	Sinvespar – Sebrae – Senai – Sesi	Realizadas 08 – Ago e set/04	178 pessoas
	Linhas de financiamento para o setor produtivo	Sinvespar	Realizada em abril/04 – BRDE	35 pessoas
	Projeto de Promoção a Exportação da Apex	Sinvespar	Realizada em abril/04 – Vestpar	35 pessoas
	Planejamento Compartilhado do Vestuário – etapa regional	Sinvespar – Fiep	Realizado em set/04	12 pessoas
	Planejamento compartilhado do vestuário – etapa estadual	Sinvespar- Fiep – Vestpar	Realizado em set/04	08 pessoas
	Apresentação do projeto Pólo e perfil do setor para prefeitos eleitos e reeleitos da região Sudoeste	Sinvespar – Senai – Sebrae	Realizado em nov/04	123 pessoas
<b>Programas</b>	Programa Competitividade nas Indústrias de Confecção	Sebrae	Realizada Etapa 1 de set a dez/04	15 empresas

Inserido no projeto Pólo, foi implantada a marca **Moda Sudoeste** como identidade visual dos produtos fabricados na região. Esta marca irá acompanhar embalagens e/ou tag's dos produtos das empresas. Atualmente a marca já é utilizada em todo e qualquer material institucional promocional (impresso e auditivo), identifica o setor (empresas e entidades) em eventos, entretanto, para poder ser repassada a concessão de uso às empresas serão necessárias adequações de ordem técnica e jurídica junto a órgãos competentes.

### b) Ações de 2005 – Janeiro a Setembro:

Área	Entidade Coordenadora	Evento		Nº beneficiados
Mercado	Sinvespar – Vicunha	Caravana	Lançamento Coleção Verão 05/06	38 empresários
	Sebrae – Sinvespar Empresas	Caravana	Fenit Verão 2005.	21 pessoas
	Sinvespar – Feicom 2005	Caravana	Feicom 2005	24 pessoas
	Sinvespar Vestpar-APEX Sebrae - Fiep Governo Estado e outros	Rodadas de Negócios em Buenos Aires	Rodadas e show-room internacional das marcas produzidas na região	09 empresas
	Sinvespar – Sebrae – FIEP	Desfiles para Lojistas	Desfile da Coleção Verão 2006.	15 empresas com presença registrada de 789 convidados
	Sebrae - Sinvespar – Empresas	Feira	Fenin Inverno 2005 – Gramado	10 empresas
Capacitação Gerencial	Sebrae – Empresas – Sinvespar – Senai	Cursos	Planejamento, Programação e Controle de Produção	94 pessoas
	Sebrae – GEOR	Palestras e Oficinas	PPCP, Modelagem Industrial, Como Ganhar Dinheiro com Confecção	189 pessoas
	Sinvespar – Empresas - Inmetro	Palestra	Inmetro – Atualização para o setor têxtil	15 pessoas
	Sinvespar – Empresas - Fiep	Palestra	Meio Ambiente	32 pessoas
	Sinvespar – Senai – Sebrae	Work-Shopp	Tendências da Coleção Verão 2005.	24 empresários e 80 acadêmicos

	Sebrae – Empresas - GEOR	Contultoria	257 horas	54 empresas
Tecnologia	Sebrae – Empresas – Sinvespar	Cursos	PPCP	46 empresas
	Sebrae – Empresas - GEOR	Consultoria	306 horas	33 empresas
Aprendizagem – Capacitação	Senai Prefeituras FAT Empresas Sinvespar	Formação	Aprendizagem em Confecção Industrial	20 alunos
		Formação	Operadores de Máquinas de Costura Industrial	321 pessoas
		Formação	Desenho e Estilismo	30 pessoas
		Formação-Requalificação	Mecânico de manutenção de máquinas de costura industrial	57 pessoas
		Aperfeiçoamento	Modalagem Industrial – Especialização Calças e Camisas	34 pessoas
		Capacitação	Técnico Pedagógica para Professores das Escolas	32 pessoas
Projetos	Sinvespar	Crédito	Acesso ao programa PROGEREN do BNDES	03 municípios enquadrados
	Sinvespar – BRDE	Crédito	Linhas de financiamento para importação direta de máquinas – levantamento demandas	Empresas da região
	Sinvespar	Arranjo Produtivo Local	Levantamento de dados e informações região fronteira + municípios do entorno	10 municípios e ampliação para a região
Outras Ações	Sinvespar e Fiep	Crédito	Palestra sobre linhas de financiamento disponíveis para investimento	36 participantes
	Sinvespar – Empresas	Mercado	Pesquisa com lojistas da região para identificar a percepção das marcas produzidas e vendidas na região	86 empresas

	Sinvespar – Empresas	Tecnologia	Pesquisa com empresários para identificar dificuldades nas empresas de lavanderias que prestam serviços na região	18 empresas
--	----------------------	------------	---	-------------

Em 11 de outubro de 2005, na sede social da Indústria Raffer em Francisco Beltrão foi realizado o encontro para formar a Governança do APL. Desta reunião surgiu o primeiro encontro oficial do APL na data de 05 de novembro de 2005, na sede da AABB em Francisco Beltrão que contou com a participação de 76 pessoas (empresários, instituições de ensino, instituições financeiras, fornecedores) com a participação de representantes da Rede Paranaense dos APL's (SEIM, SEPLAN, IEL). Deste encontro saíram as ações prioritizadas pelos empresários para trabalhar o APL nos próximos 02 anos, ações essas que vão balizar o Plano de Negócio do APL Moda Sudoeste.

### c) Ações Priorizadas para o APL - Base para construção do Plano de Negócio

Macro ação	Ação Específica	Resultado Pontuação
<b>Mercado Nacional/Internac.</b>	Desenvolver campanha institucional/regional de valorização das marcas e empresas da região com foco a comercialização de produtos da região ;	187
	Pesquisa de mercado, produtos, segmentos e tendências internacionais;	187
	Levantamento e pesquisa de cadastro de representantes comerciais internacional	180
	Rodadas de Negócios internacional (Exemplo de Buenos Aires)	173
	Fomentar a utilização e o desenvolvimento de pesquisa sobre Mercado/produtos	170
	Lojas de vendas de produtos com identificação coletiva da Moda Sudoeste e internamente individual (em pontos de vendas estratégicos como Maringá, Cianorte, São Paulo, Santa Catarina );	164
	Incentivar e promover a interação entre empresas regionais de marcas próprias com as prestadoras de serviços (facção)	163
	Seminário de preparação das empresas para lançamento e comercialização das coleções (02x ano)	159

<b>Gestão e Formação</b>	Treinar em custo e formação de preços de venda na confecção	182
	Aperfeiçoamento em modelagem (produtos específicos)	180
	Requalificação de supervisores de produção	173
	Qualificar pessoas em sistemas e fluxos de produção	173
	Treinamento em Planejamento de Risco e Corte	172
	Identificar/viabilizar a implementação de cursos técnicos/pós-médio nas cidades onde considerado volume de pessoas nesta área a exemplo de: técnicos confeccionistas, téc. desenho/modelagem, administração produção, outros	172
	Incentivar, Estimular e promover ações para implantação de empresas escola e/ou centro de formação de mão de obra	172
	Formar modelistas industriais	171
	Treinamento para colaboradores financeiros quanto a análise e concessão de crédito	171
	Promover/apoiar a capacitação de representantes comerciais	165
	Treinamento em PPCP - Planejamento, Programação e Controle da Produção	164
	Pesquisar, elaborar, confeccionar e distribuir cartilha com orientações básicas s/ administração em indústria de confecção (leis vigentes do setor, fluxos operacionais, cronometragem, investimentos, outros diversos)	163
	Preparar empresas para realizar análise e tomada de decisão para investimentos	160
	Viabilizar ações que promovam o acesso aos serviços de assistência técnica e tecnológica bem como o acesso a informações atualizadas sobre processos tecnológicos	159
<b>Finanças e Investimentos</b>	Firmar convênios com instituições financeiras para taxas especiais de serviços (ex: cobrança, descontos dupl., cheques e outros)	185
	Proporcionar consultorias na área financeira (fluxo de caixa, investimentos, outros)	184
	Orientação sobre negociações (anual) com o Conselhos Municipais do Trabalho para inclusão no FAT de cursos voltados a área	180
	Identificar e divulgar as linhas de crédito disponíveis no Mercado	180
	Firmar convênios com instituições financeiras para linhas especiais de crédito (giro e investimento associado)	175

<b>Meio Ambiente, Saúde, Segurança e Cidadania</b>	Pesquisar e divulgar formas de reaproveitamento dos resíduos sólidos gerados pelo setor	180
	Promover ações que contribuam para as empresas implementar o Programa de Prevenção e Riscos Ambientais e Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional	179
	Pesquisar, elaborar Plano e/ou Projeto para tratamento e destino final de resíduos sólidos do setor (por município e/ou regional)	176
	Promover junto com as Secretarias Municipais e Regionais de Saúde e outras entidades afins para realização de exames básicos preventivos da saúde da mulher (cancer de mama, de útero e outros de menor complexibilidade)	175
	Divulgar e incentivar a implantação de programas de incentivo a educação (ensino fundamental e médio) em parceria com as empresas e municipalidade (Exemplo: Brasil Alfabetizado)	172
	Pesquisar, elaborar e distribuir cartilha de informações sobre Leis Ambientais (ex: classificação de resíduos e outros) que tenham impacto direto nas empresas do setor bem como visualização de ações educativas/preventivas e corretivas	167

Sudoeste do Paraná, Novembro de 2005.

**d) Ações pós-reconhecimento APL pela Rede Paraná APL**
**Setembro 2005 a setembro de 2006.**

Área	Parcerias	Evento		Nº beneficiados
<b>Mercado e Imagem</b>	Sinvespar, Sebrae Senai	Palestra	Tendência Coleção Inverno 2007 – Outubro/06	58
	Sebrae – Sinvespar Fiep, Empresas	Desfiles para lojistas	Sudoeste Mostra Moda –Ed.Primavera-Verão 2006-2007 Ago/06	10 empresas 15 marcas 320 lojistas 450 outros
	Sinvespar, Unisep, Empresas, Senai PR e Prefeituras	Visitas a empresas do APL – Estudos de Caso  Visita Técnica para conhecer modelo de gestão  Apresentação do case “Capacitação Empresarial”	Grupo de participantes do MBA em Moda & Gestão do Senai Curitiba Ago/06	22 cursantes
			Dirigentes públicos da cidade de Ponta Grossa – Pr Set/06	05 pessoas
			Apresentação das ações do nosso APL no I Encontro Paranaense dos APL’s Jul/06	400 participantes
	Sinvespar, Sebrae Fiep, Empresas	Estandes montados para divulgar o APL	XXII Convenção das Associações Empresariais do Paraná e I Encontro Paraná dos APL’s PR Set/06	2.000 pessoas  400 pessoas
Edição impressa do 1º guia e em vias de torná-lo eletrônico Ag0/06			75 empresas	
Sebrae - Sinvespar – Fiep, Prefeituras Empresas	Guia de Produtos, Serviços & Fornecedores do APL			
Sebrae – Empresas - GEOR	Consultoria *Mercado, Gestão Financeira, Mercado e Processos Produção	420 horas Abr/Set/06	52 empresas	

	Sinvespar Unindus-Fiep Sebrae NA IEL NA	Capacitação em Gestão de Negócios do APL	180horas divididas em 12 módulos Jul/06 até mar/07	28 empresários e colaboradores estratégicos
	Curso Técnico Senai, Sinvespar, Sebrae	Semana Atualização em Moda 2006	03 oficinas 02 palestras Out/06	120 pessoas
	Sebrae – Empresas Senai-Retec	Consultoria em processos e produtos em Lavandeiras Industriais	40horas Ago/06	05 empresas
<b>Capacitação - Requalificação</b>	Senai Sinvespar Sebrae Sesi Retec Empresas Prefeituras Outros parceiros	Oficina de Criatividade	04horas Jul/06	38 pessoas
		Clínica Tecnológica Lavanderia Industrial	08horas Jul/06	09 empresas
		Clínica Tecnológica Moulage	16horas Jul/06	15 empresas
		Curso Modelagem Industrial	60horas Ago a Set/06	12 pessoas
		Curso Encaixe, Risco e Corte	60horas Out a dez/06	14 pessoas
		Aperfeiçoamento em Costura Industrial	50horas em andamento	20 pessoas*
		Modelagem Industrial Feminina	120horas	15 pessoas*
		Cursos formação operadores de costura industrial (Fluxo contínuo)	10 turmas região de Pato Branco ( + ) 26 turmas região F Beltrão = 36 turmas 200horas/aula	350 pessoas
		Idem – cursos média duração (especiais)	02 turmas região de Pato branco com 120horas/aula	40 pessoas*
		Curso Conserto e manutenção máquinas industriais	120horas Jul-Out/06	13 pessoas
Estilista de Moda	120horas Abr-jun/06	15 pessoas		

<b>Meio Ambiente</b>		Palestras	Sensibilização sobre geração de resíduos sólidos no setor e legislação Mar/abr/06	90 pessoas
		Levantamentos Quantitativos e qualitativos	Tipologia, quantidade gerada, destino final dos resíduos	73 empresas
		Projeto de Gestão de Resíduos Sólidos	Realização de PGRS para adequação ambiental e destinação correta	15 empresas
<b>Projetos</b>	Sinvespar Empresas Senai Outros parceiros	Projeto Design – Centro de Desenvolvimento	Edital DN Senai – Mai/06	Não classificado
		Projeto de Gestão de Resíduos Sólidos do APL	Edital FINEP-Sebrae NA – Set/06	Resultado não divulgado
<b>Aprendizagem Técnico</b>	Senai Outros parceiros e	Programa Aprendizagem Industrial em Confecção	14 formados em Jul/06 Pato Branco 06 novas turmas em andamento (Pato Branco, Chopinzinho, Ampére, Dois Vizinhos, Fco Beltrão)	100 adolescentes
		Técnico Confecção Industrial	Turma II – Ago/06 até dez/07 Fco Beltrão	22 alunos

## **ANEXO 2: Modelo de Termo de Adesão**

**Francisco Beltrão, Sudoeste do Paraná, 07 de novembro de 2005**

**Senhores, Senhoras:**

**Conforme ENCONTRO REGIONAL DA CADEIA PRODUTIVA DAS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÃO DO SUDOESTE, realizado no sábado dia 05/11, enviamos a FICHA DE ADESÃO AO APL MODA SUDOESTE em conformidade com o exposto na ocasião.**

**Sua adesão não implica em pagamento de quotas ou similar, nosso objetivo é darmos início ao Plano de Negócio conforme ações priorizadas e trabalhar primeiramente com as empresas que aderirem ao APL da mesma forma que em 2003 realizamos com o Pólo da Confecção, assim as entidades que farão parte da Governança Local poderão focar com empresas que de fato estejam imbuídas no programa.**

**A cópia desta ficha será anexada ao Plano de Negócio que será encaminhado ao MDIC.**

**ABAIXO FICHA E DATA PARA ENCAMINHAMENTO.**

## FICHA DE ADESÃO AO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DO SUDOESTE MODA SUDOESTE

Empresa			
Endereço -Rua/Av		Nº	Fone:
Fax:	e-mail:		Cidade:
Porte empresa: (de acordo com registro Junta Comercial)		<input type="checkbox"/> <b>Micro</b> <input type="checkbox"/> <b>pequena empresa</b> <input type="checkbox"/> média <input type="checkbox"/> grande	
Produtos:	<input type="checkbox"/> Marca Própria	<input type="checkbox"/> Façã o	<input type="checkbox"/> O u t r a s
Tipo produtos:	<input type="checkbox"/> Masculina Adulta <input type="checkbox"/> feminina adulta <input type="checkbox"/> infante/juvenil masculina <input type="checkbox"/> infante/juvenil feminina		
Indicar a linha: (social, praia, etc)			
Nº Colaboradores formais (em 31/12/05)	Na produção:		Na administração:
Responsável da empresa (comunicação entre o grupo gestor e empresa):			
E-mail para contato:			
Assinatura do responsável pela autorização de inclusão:			
Em _____ de março de 2006. _____			

A ficha deverá ser devidamente preenchida e encaminhada ao Sinvespar até a data de 25/03/2006, pelo fax: 46 3524 8405 ou pelo e-mail [sinvespar@sinvespar.com.br](mailto:sinvespar@sinvespar.com.br)

**ANEXO 3: Reunião de instalação do Grupo Gestor – 05 de novembro de 2005.****Relação Nominal de Participantes**

Instituição/Empresa	Participante	Fone	Cidade	e-mail	Setor	Cargo
Agencia Desenv Regional Sud	Célio V Bonetti	3524 0558	Fco Beltrão	<a href="mailto:agencia@netconta.com.br">agencia@netconta.com.br</a>	instituição apoio empresas	Diretor
AM Baggio & Flack	Ari Flack	3225 4210	Pato Branco	nihill	inds.facção	sócio.
AM Baggio & Flack	Anaide Baggio	3225 4210	Pato Branco	nihill	inds.facção	sócia-gerente
Anna Mariana Tricot	Glauca Hildemberg	9914 5280	Fco Beltrão	<a href="mailto:glauciar@brturbo.com.br">glauciar@brturbo.com.br</a>	Inds.marca própria	sócia-gerente
Anna Mariana Tricot	Cyntia Kureski	3523 6636	Fco Beltrão	<a href="mailto:cykureski@brturbo.com.br">cykureski@brturbo.com.br</a>	Inds.marca própria	sócia.
Associação Comercial	Maria Clanir	3538 1496	Salto Lontra	<a href="mailto:aciasl@slnet.com.br">aciasl@slnet.com.br</a>	instituição apoio empresas	secretária executiva
Associação Comercial	Alexandre Pecóist	3524 5421	Fco Beltrão	<a href="mailto:acefb@acefb.com.br">acefb@acefb.com.br</a>	instituição apoio empresas	Presidente
Associação Comercial	Anizio Bello	3644 1103	Barracão	<a href="mailto:anizio@netconta.com.br">anizio@netconta.com.br</a>	instituição apoio empresas	Diretor
Banco do Brasil	Marcelo Palermo	3524 2244	Fco Beltrão	nihill	instituição financeira	colaborador
Beltrão Alumínios	Renilto Furlan	9103 2486	Fco Beltrão	nihill	convidado setorial	
Betus Industrial	Carlos A Pedrotti	3563 1158	Sto Antonio Sud	<a href="mailto:betus@wln.com.br">betus@wln.com.br</a>	inds.marca própria	Sócio-Gerente
BRDE- Escritório Regional	Vanderleia Lavall	3523 6910	Fco Beltrão	<a href="mailto:vanderleia.lavall@brde.com.br">vanderleia.lavall@brde.com.br</a>	instituição financeira	Atendente
Confecções Estágio/Vipmania	Lauri A Rocha	3225 8421	Pato Branco	nihill	inds marca própria	Sócio-Gerente
Coord.Associações Comerciais	Daiane L Boose	3524 8052	Fco Beltrão	<a href="mailto:cacispar@netconta.com.br">cacispar@netconta.com.br</a>	instituição apoio empresas	Secretaria Executiva
Dijuly's Confecções	Leoni Villaboa	3563 2109	Sto Antonio Sud	<a href="mailto:dijuly@uol.com.br">dijuly@uol.com.br</a>	inds.marca/facção	sócio-gerente
Erminia M Latreille Ltda	Carlos Latreille	3536 4004	Dois Vizinhos	<a href="mailto:carlos@latreille.com.br">carlos@latreille.com.br</a>	inds.marca própria	sócio-gerente comer.
Erminia M Latreille Ltda	Claudio Latreille	3536 4004	Dois Vizinhos	<a href="mailto:claudio@latreille.com.br">claudio@latreille.com.br</a>	inds.marca própria	sócio-gerente produtos
Fed.Inds.Estado Pr/IEL	Geraldo Bolzani	3350 7821	Curitiba	<a href="mailto:geraldo.bolzani@ielpr.org.br">geraldo.bolzani@ielpr.org.br</a>	Instituição empresarial	Técnico

Fernandes Marques-Femac	Fernandes Marques	3524 1360	Fco Beltrão	<a href="mailto:femac.mac@uol.com.br">femac.mac@uol.com.br</a>	fornecedor produtos	sócio-gerente
Fernandes Marques-Femac	Lilian Fernandes	3524 1360	Fco Beltrão	<a href="mailto:femac.mac@uol.com.br">femac.mac@uol.com.br</a>	fornecedor produtos	sócia.
Futuro Construindo	Paulo Prsch	9972 1828	Cascavel	<a href="mailto:ppoersch@hotmail.com">ppoersch@hotmail.com</a>	fornecedor serviços	sócio-gerente
Gota D Agua Confecção	Antonio Deotti	3547 1489	Ampere	<a href="mailto:gotadaqua@gotadaqua.ind.br">gotadaqua@gotadaqua.ind.br</a>	inds.marca própria	sócio-gerente
Helter Confecções	Iliana Vargas	3524 4864	Fco Beltrão		inds.marca própria	Sócia-gerente
Ind.Com. Lining Ltda-Dzanf	José Martins	3563 3231	Sto.Ant.Sudoeste	<a href="mailto:dzanf@globo.com">dzanf@globo.com</a>	Inds.marca própria/facção	Sócio-Gerente
Inds.Com. Lining	Fco Martins	3563 3231	Sto Antonio Sud	<a href="mailto:frmartins@zipmail.com.br">frmartins@zipmail.com.br</a>	fornecedor produtos	sócio-gerente
JL Inds.Confecção	Jairo Niehues	3523 1275	Fco Beltrão	<a href="mailto:dalny@dalny.com.br">dalny@dalny.com.br</a>	inds.facção	sócio-gerente
Jotti Confecções	Wanderlei Tibes	3528 1392	Salto Lontra	nihill	inds.marca/facção	sócio-gerente
Kaisen Art Cama,Mesa Banho	Vania Scolaro	3242 1529	Chopinzinho	<a href="mailto:comercial@tamisaenovais.com.br">comercial@tamisaenovais.com.br</a>	inds.marca própria	sócia-gerente criação
Kaisen Art Cama,Mesa Banho	Gervasio Scolaro	3242 1529	Chopinzinho	<a href="mailto:comercial@tamisaenovais.com.br">comercial@tamisaenovais.com.br</a>	inds.marca própria	Sócio-Gerente Comerc.
Lavanderia Rastros D Agua	José Dalligna	3536 1803	Dois Vizinhos	nihill	prestador serviços	sócio-gerente
Lunegil Confecções	Gilmar Walcholtz	3644 2050	Barracão	nihill	inds.marca própria	sócio-gerente
Lunegil Confecções	Antonio Perufo	3644 2052	Barracão	nihill	inds.marca própria	colaborador
Madrytex	Regis Paulo	9976 1577	Realeza	<a href="mailto:madrytex@wln.com.br">madrytex@wln.com.br</a>	fornecedora produtos	Sócio-Gerente
Madrytex	Narciso Massarolo	9103 4542	Fco Beltrão	nihill	fornecedor produtos	sócio
Magsult	Roberto Capra	3524 3311	Fco Beltrão	<a href="mailto:roberto@megasult.com.br">roberto@megasult.com.br</a>	Fornecedor serviços	Sócio-Gerente
<b>Instituição/Empresa</b>	<b>Participante</b>	<b>Fone</b>	<b>Cidade</b>	<b>e-mail</b>	<b>Setor</b>	<b>Cargo</b>
Malharia Rosa de Sarom	Vanilde Spagnol	3224 5308	Pato Branco	<a href="mailto:rosadesarom@wln.com.br">rosadesarom@wln.com.br</a>	Inds.marca própria	sócia-gerente
Maypo Inds Confecção Bolsas	Catie Campagnolo	3224 6446	Pato Branco	<a href="mailto:maypo@superig.com.br">maypo@superig.com.br</a>	Inds.marca própria	sócia-gerente
Megasult	Cleverson D Figueiró	3524 3311	Fco Beltrão	<a href="mailto:cleverson@megasult.com.br">cleverson@megasult.com.br</a>	Fornecedor serviços	técnico.
Pádova Inds de Confecção	Carlos Pádova	3542	Sta Izabel Oeste	<a href="mailto:blindagem@brturbo.com.br">blindagem@brturbo.com.br</a>	Inds.marca própria	Sócio-Gerente

		1495				
Padronalle	Edair Moleiro	3524 3000	Fco Beltrão	<a href="mailto:padronalle@wln.com.br">padronalle@wln.com.br</a>	inds.marca/facção	sócio-Gerente
Paradiso	Eugenio Rossatto	3645 1820	Terra Roxa	nihill	Convidado-palestrante	
Particular	Marisete Bolzani	3243 4005	Curitiba	nihill	o u t r a s	
PH Máquinas	Antonio Farias	3225 0606	Pato Branco	<a href="mailto:phmaquinas@wln.com.br">phmaquinas@wln.com.br</a>	fornecedor produtos	Sócio-Gerente
Prefeitura Municipal	Moacir De Pauli	3538 1855	Salto Lontra	<a href="mailto:moacirdepauli@slnet.com.br">moacirdepauli@slnet.com.br</a>	instituição governamental	Diretor de Departamento
Prefeitura Municipal	Jair Moseragi	3542 1360	Sta Izabel	nihill	instituição governamental	Diretor Departamento
Prefeitura Municipal	Saulo Roberto	3220 1519	Pato Branco	<a href="mailto:srs.23@terra.com.br">srs.23@terra.com.br</a>	Instituição governamental	Diretor
Prefeitura Municipal	Laurentino Risso	3520 2114	Fco Beltrão	<a href="mailto:sic@franciscobeltrao.com.br">sic@franciscobeltrao.com.br</a>	Instituição governamental	Secretário Municipal
Raffer Confecções	Osmar Mazetto	3520 2000	Fco Beltrão	<a href="mailto:raffer@raffer.com.br">raffer@raffer.com.br</a>	inds.marca própria	Sócio-Gerente
Redu Moda Feminina	Neide Menegatti	3224 5937	Pato Branco	<a href="mailto:redu@ibest.com.br">redu@ibest.com.br</a>	Inds.marca própria	sócia-gerente
Risca de Giz	Claudete Castelli	3524 7716	Fco Beltrão	<a href="mailto:claudete@riscadeqiz.com.br">claudete@riscadeqiz.com.br</a>	inds.marca/facção	Sócia-Gerente
Rocamp	Assis Juliano	3552 1202	Capanema	<a href="mailto:assis@rocamp.com.br">assis@rocamp.com.br</a>	inds.marca/facção	Comercial
Rocamp/Sinvespar	Edson Campagnolo	3552 1202	Capanema	<a href="mailto:edson@rocamp.com.br">edson@rocamp.com.br</a>	inds.marca/facção	Sócio-gerente
San Juan	José Eduardo	3533 1380	São João	<a href="mailto:zeeduardo@sudonet.com.br">zeeduardo@sudonet.com.br</a>	inds.marca/facção	sócio-gerente
Sebrae-Pr	Vitor Tioqueta	3220 1250	Pato Branco	<a href="mailto:vtioqueta@pr.sebare.com.br">vtioqueta@pr.sebare.com.br</a>	instituição apoio empresas	tecnico setor vestuário
Sec Estado Inds e Ass Mercosul	Noé V Santos	3328 7646	Curitiba	<a href="mailto:noe@pr.gov.br">noe@pr.gov.br</a>	Instituição governamental	Coordenador área
Secretaria Estado Planejamento	Bernardo Netto	3351 6307	Curitiba	<a href="mailto:bernardo@sepl.pr.com.br">bernardo@sepl.pr.com.br</a>	Instituição governamental	Técnico
Secretaria Estado Planejamento	Moisés F Jr	3351 6813	Curitiba	<a href="mailto:moises-farah@sepl.pr.gov.br">moises-farah@sepl.pr.gov.br</a>	Instituição governamental	Técnico
Senai - Curso Téc Confecção	Marcia Rejane	9914 9259	Pato Branco	nihill	fornecedora serviços	sócia-gerente
Senai - Curso Téc Confecção	Josiane Costa	9912 7388	Pato Branco	nihill	instituição ensino	aluna
Senai - Curso Téc Confecção	Cleusa Taschialotto	9109	Pato Branco	nihill	instituição ensino	instrutora

		2930				
Senai - Curso Téc Confecção	Sheila V Silva	3223 5607	Pato Branco	<a href="mailto:sheila.com.@bol.com.br">sheila.com.@bol.com.br</a>	instituição ensino	aluna
Senai - Curso Téc Confecção	Miriam Araujo	3225 4640	Pato Branco	<a href="mailto:miriam.arailv@uol.com.br">miriam.arailv@uol.com.br</a>	instituição ensino	aluna
Senai - Curso Téc Confecção	Milton Ferreira Matos	3224 7407	Pato Branco	<a href="mailto:miltonfm@copel.com">miltonfm@copel.com</a>	instituição ensino	aluno
Senai-Pr	Inés Lima	3523 0326	Fco Beltrão	nihill	fornecedora serviços	autônoma
Senai-Ud Pato Branco	Rita de Cássia	3225 6683	Pato Branco	<a href="mailto:rita.raymundo@pr.senai.br">rita.raymundo@pr.senai.br</a>	instituição ensino	Técnica Responsável
Senha Inds. E Com Confecç.	Marisete Salmoria	3242 1902	Chopinzinho	<a href="mailto:senha_francis@hotmail.com">senha_francis@hotmail.com</a>	inds.marca própria	sócia-gerente
Senha Inds. E Com Confecç.	Jacyr Salmória	3242 1902	Chopinzinho	<a href="mailto:senha_francis@hotmail.com">senha_francis@hotmail.com</a>	inds.marca própria	sócio.
Sesi-Senai	Marcia Painin	3225 3011	Pato Branco	<a href="mailto:marcia.painin@sesipr.org.br">marcia.painin@sesipr.org.br</a>	instituição apoio empresas	gerente de unidade
Sesi-Senai	Rosevete Tesser	8401 2009	Fco Beltrão	<a href="mailto:marta.tesser@sesipr.org.br">marta.tesser@sesipr.org.br</a>	instituição apoio empresas	Gerente Unidade
Sindimadmov	Edgar Behne	3520 3000	Fco Beltrão	<a href="mailto:edgar@marel.com.br">edgar@marel.com.br</a>	Instituição empresarial	Presidente
Sindimetal	Meri A Moraes	3225 1222	Pato Branco	<a href="mailto:sindimetalpb@terra.com.br">sindimetalpb@terra.com.br</a>	instituição apoio empresas	diretora executiva
Sinvespar	Solange Stein	3524 5087	Fco Beltrão	<a href="mailto:sinvespar@sinvespar.com.br">sinvespar@sinvespar.com.br</a>	instituição apoio empresas	secretária executiva
Star Womann Lingerie	Rodrigo Costa	3528 1829	Salto Lontra	<a href="mailto:rodrigo@starwomann.ind.br">rodrigo@starwomann.ind.br</a>	inds.marca própria	Sócio-Gerente
Sul a Sul	Salete Scariot	3225 0844	Pato Branco	nihill	Inds.marca própria	sócia-gerente
Sul a Sul	Nelso Scariot	3225 0844	Pato Branco	nihill	Inds.marca própria	sócio.

Traymon	Ademar T Junior	3563 1447	Sto Antonio Sud	<a href="mailto:traiano@onda.com.br">traiano@onda.com.br</a>	inds.marca própria	gerente projetos
Unioeste	Nilsa Canterli	3523 4916	Fco Beltrão	<a href="mailto:nilsa@unioeste.br">nilsa@unioeste.br</a>	instituição ensino	Professora/Estágios
Unioeste	José Maria Ramos	3524 6312	Fco Beltrão	<a href="mailto:jmramoseco@hotmail.com">jmramoseco@hotmail.com</a>	instituição ensino	Coordenador de curso
UTF-PR - Cefet	Gilson Santos	3223 2100	Pato Branco	<a href="mailto:ditzel@pb.cefetpr.br">ditzel@pb.cefetpr.br</a>	instituição de ensino	pesquisador

Secretaria Geral Sinvespar/07/11/2005.

Fichas de Inscrição em anexo a Secretaria

Solange Stein

**ANEXO 4: Projeto “Design – Educação e Competitividade”**

Arquivo em anexo.

**ANEXO 5: Projeto “A Saúde da Mulher está na Moda”**

Arquivo em anexo.