

Bianca Gabriely Ferreira Silva
Andréa Cristina Marques de Araújo
Roger Goulart Mello
(Organizadores)

APLICAÇÃO ESTRATÉGICA
& MULTIPLICIDADES DA

Gestão Contemporânea

2



2021

Bianca Gabriely Ferreira Silva
Andréa Cristina Marques de Araújo
Roger Goulart Mello
(Organizadores)

APLICAÇÃO ESTRATÉGICA
& MULTIPLICIDADES DA

Gestão Contemporânea

2



2021

2021 by Editora e-Publicar
Copyright © Editora e-Publicar
Copyright do Texto © 2021 Os autores
Copyright da Edição © 2021 Editora e-Publicar
Direitos para esta edição cedidos à
Editora e-Publicar pelos autores

Editora Chefe
Patrícia Gonçalves de Freitas
Editor
Roger Goulart Mello
Diagramação
Roger Goulart Mello
Projeto Gráfico e Edição de Arte
Patrícia Gonçalves de Freitas
Revisão
Os Autores

APLICAÇÃO ESTRATÉGICA E MULTIPLICIDADES DA GESTÃO CONTEMPORÂNEA, VOL. 2

Todo o conteúdo dos capítulos, dados, informações e correções são de responsabilidade exclusiva dos autores. O download e compartilhamento da obra são permitidos desde que os créditos sejam devidamente atribuídos aos autores. É vedada a realização de alterações na obra, assim como sua utilização para fins comerciais.

A Editora e-Publicar não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Conselho Editorial

Alessandra Dale Giacomini Terra – Universidade Federal Fluminense
Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Andrelize Schabo Ferreira de Assis – Universidade Federal de Rondônia
Bianca Gabriely Ferreira Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Cristiana Barcelos da Silva – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro
Cristiane Elisa Ribas Batista – Universidade Federal de Santa Catarina
Daniel Ordane da Costa Vale – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Danyelle Andrade Mota – Universidade Tiradentes
Dayanne Tomaz Casimiro da Silva - Universidade Federal de Pernambuco
Diogo Luiz Lima Augusto – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Elis Regina Barbosa Angelo – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Ernane Rosa Martins - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Fábio Pereira Cerdera – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Francisco Oricelio da Silva Brindeiro – Universidade Estadual do Ceará
Glaucio Martins da Silva Bandeira – Universidade Federal Fluminense
Helio Fernando Lobo Nogueira da Gama - Universidade Estadual De Santa Cruz
Inaldo Kley do Nascimento Moraes – Universidade CEUMA
João Paulo Hergesel - Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Jose Henrique de Lacerda Furtado – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Jordany Gomes da Silva – Universidade Federal de Pernambuco



2021

Jucilene Oliveira de Sousa – Universidade Estadual de Campinas
Luana Lima Guimarães – Universidade Federal do Ceará
Luma Mirely de Souza Brandão – Universidade Tiradentes
Mateus Dias Antunes – Universidade de São Paulo
Milson dos Santos Barbosa – Universidade Tiradentes
Naiola Paiva de Miranda - Universidade Federal do Ceará
Rafael Leal da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Rita Rodrigues de Souza - Universidade Estadual Paulista
Willian Douglas Guilherme - Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A642 Aplicação estratégica e multiplicidades da gestão contemporânea [livro eletrônico] : volume 2 / Organizadores Bianca Gabriely Ferreira Silva, Andréa Cristina Marques de Araújo, Roger Goulart Mello. – Rio de Janeiro, RJ: e-Publicar, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-89340-92-8

1. Administração. 2. Planejamento estratégico. 3. Gestão contemporânea. I. Silva, Bianca Gabriely Ferreira. II. Araújo, Andréa Cristina Marques de. III. Mello, Roger Goulart.

CDD 658.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Editora e-Publicar

Rio de Janeiro – RJ – Brasil
contato@editorapublicar.com.br
www.editorapublicar.com.br



2021



CAPÍTULO 30

AS GEMAS E AS JOIAS BRASILEIRAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE DA PARCERIA DO PROJETO SETORIAL INTEGRADO *PRECIOSUS BRAZIL*

[Isabela de Sousa Ladeira](#), Graduada de Gemologia, UFES
[Danielle de Oliveira Bresciani Fortunato](#), Professora, UFES

RESUMO

Este artigo se propõe analisar o setor de Gemas e Joias brasileiro, destacando a relevância do Projeto Setorial Integrado (PSI) desenvolvido graças à parceria firmada entre o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento (Apex-Brasil) com o objetivo de estimular as exportações dos produtos oriundos dessa cadeia produtiva. Para tanto, é feita uma abordagem que parte do surgimento do setor de gemas e joias até a evolução desse segmento produtivo retratando o aparecimento e o desenvolvimento da indústria joalheira no Brasil e a sua inserção no comércio mundial. Além disso, caracteriza o IBGM e a Apex-Brasil a partir de suas funções, atuações e políticas de incentivo às exportações voltadas para o setor de Gemas e Joias bem como apresenta dados que demonstram a relevância do referido Projeto no sentido de estimular a participação e a melhoria da posição do Brasil enquanto exportador de Gemas e Joias em âmbito internacional, o que retrata o seu potencial exportador consubstanciado nas principais vantagens competitivas ligadas a esse setor produtivo que são à diversidade de material gemológico, presente no subsolo brasileiro, e o design criativo e inovador que confere aos produtos oriundos dessa cadeia produtiva ampla aceitação no mercado internacional.



PALAVRAS-CHAVES: Setor de Gemas e Joias, Comércio Internacional, IBGM, APEX.

INTRODUÇÃO

O objetivo principal deste artigo consiste em analisar o setor de Gemas e Joias brasileiro, com vistas a compreender o comportamento desse segmento produtivo no comércio internacional, desde o seu surgimento até os dias de hoje à luz da importância do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM) e de sua parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento (Apex-Brasil) cuja finalidade é fomentar as exportações brasileiras ligadas a essa cadeia produtiva.

Para tanto, na primeira parte desse estudo é feita uma abordagem sobre o surgimento e a evolução do setor de gemas e joias brasileiro através de uma análise histórica da descoberta das gemas e dos metais preciosos no período de colonização, do aparecimento e do desenvolvimento da indústria joalheira no Brasil e da sua inserção no comércio mundial.

A segunda parte desse artigo caracteriza o IBGM e a Apex-Brasil a partir de suas funções, atuações e políticas de incentivo às exportações voltadas para o setor de Gemas e Joias



bem como faz uma análise do Projeto Setorial Integrado de Promoção das Exportações de Gemas, Joias e Metais Preciosos, criado através de uma parceria firmada entre esses dois órgãos. Associado a isso, são apresentados dados que demonstram em que medida o referido Projeto contribuiu para a participação e a melhoria da posição do Brasil enquanto exportador de Gemas e Joias em âmbito internacional.

Diante das características do setor em estudo e dos dados apresentados é possível identificar a relevância desse segmento produtivo bem como o seu enorme potencial exportador decorrente, notadamente, de suas principais vantagens competitivas ligadas à diversidade de material gemológico, presente no subsolo brasileiro, e do design criativo e inovador que confere aos produtos oriundos dessa cadeia produtiva ampla aceitação no mercado internacional.

1 O SETOR DE GEMAS E JOIAS BRASILEIRO: SURGIMENTO E EVOLUÇÃO

O setor de gemas e joias pode ser considerado um dos mais antigos do Brasil, tendo sido registradas as primeiras ocorrências de ouro no Brasil ainda no século XVI. Posterior à descoberta do ouro, foram encontrados diamantes e uma diversidade de outras gemas em praticamente todo o território nacional. Estas, até então, eram consideradas “semipreciosas”, mas, em virtude da sua beleza e qualidade, rapidamente, ocuparam lugar de destaque no cenário internacional e passaram a ser reconhecidas como “preciosas”. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

O país é hoje reconhecido, internacionalmente, pela abundância de riquezas minerais, com ocorrência de diversas variedades de gemas como quartzo, esmeralda, água-marinha, turmalinas, dentre outras, sendo que alguns desses minerais são praticamente exclusivos do subsolo brasileiro como o topázio imperial e a turmalina Paraíba. Associado a isso, cabe destacar a significativa produção de ouro no Brasil, o qual ocupa a 14ª posição no ranking mundial bem como de diversos outros minerais como ferro, manganês, alumínio e cobre. Outros fatores que contribuem, em grande medida, para a valorização desse setor produtivo no comércio exterior são o design e a qualidade das joias aqui produzidas. (GARCIA, 2005)

Porém, mesmo com tantos atributos, ainda há diversos pontos negativos, dentre os quais podemos destacar a informalidade elevada e alta carga tributária que prejudicam o desenvolvimento do setor em análise. São diversos os motivos para apoiar o setor, como o grande número de mão de obra empregada, o qual gera cerca de 350 mil empregos diretos, o seu potencial exportador e o fato de o país ser uma das principais províncias gemológicas do mundo. (RIBEIRO, 2008)

1.1 HISTÓRICO E CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE GEMAS E JOIAS BRASILEIRO

A cadeia produtiva de gemas e joias engloba os diferentes elos, como o garimpo; indústria de lapidação; artefatos de pedras; indústria joalheira e de folheados; bijuterias; matérias-primas e equipamentos usados na produção; e atividades ligadas à associação do design aos produtos. Os dois primeiros elos possuem maior informalidade e maiores obstáculos para se fortalecerem. Por exemplo, na extração, destacam-se o baixo investimento, a desatualização do código de mineração e o declínio da atividade garimpeira; já na lapidação tem-se a ausência de escala, o maquinário inadequado e poucos laboratórios credenciados para certificação. Os demais também apresentam índices expressivos de informalidade e pequena participação em nível internacional, porém, têm maior competitividade e estão mais estruturados. (RIBEIRO, 2011)

Desde a colonização, as gemas e os metais preciosos fazem parte da história do Brasil. As primeiras descobertas do ouro foram em 1570 e em 1584, em Iguape (SP) e em 1598, na Serra da Mantiqueira. No século XVIII, o país era o principal produtor do metal no mundo. Entre 1740 e 1759, a produção foi de aproximadamente 60 mil quilos, vindos em sua maioria de Minas Gerais. Além dessa enorme quantidade ainda havia uma parte que saía contrabandeada dentro de imagens de santos conhecidos como “santos do pau oco”. (SEBRAE, 2006)

Em virtude da mineração de ouro e gemas, muitos abandonaram o litoral e migraram para o interior do país, principalmente para Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso (SEBRAE, 2006). Entre 1725 e 1866, o Brasil foi o principal produtor de diamantes mundial. Só em Diamantina, foram extraídos cerca de 3 milhões de quilates. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

Os demais minerais eram conhecidos desde o século XVIII, mas só ganharam atenção com a Segunda Guerra Mundial, na década de 1940, em razão da demanda de minerais estratégicos, como cristal de rocha, mica, tantalita, colômbita e tungstênio. (RIBEIRO, 2008)

Os depósitos eram explorados, precariamente, e os minerais vendidos em Teófilo Otoni, onde haviam imigrantes que começaram a exportar gemas como turmalinas, águas-marinhas, ametistas e crisoberilos. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

A indústria joalheira brasileira apresentou crescimento após a Segunda Guerra e atendia apenas o mercado nacional devido, notadamente, à falta de infraestrutura. As primeiras



exportações de que se têm registros ocorreram apenas em 1971 e a maioria dos minerais era vendida em estado bruto, por existirem poucas oficinas de lapidação e por ausência de mão de obra qualificada. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

A elevada carga tributária é um dos principais empecilhos para o fortalecimento e para o crescimento da cadeia produtiva de gemas e joias brasileiras, o que traz diversas consequências para o setor. Neste contexto, cabem destacar a alta taxa de informalidade, as próprias características das gemas e das joias no que se refere ao seu tamanho, o que contribui para o transporte ilegal das mesmas, bem como a dificuldade de fiscalização por parte do Estado. (FORTUNATO, 2016)

Segundo Leite (2007), os principais gargalos da cadeia produtiva são as complicações no processo de lapidação, a ausência de escala para lapidação, a escassa capacidade de gestão, a baixa capacitação da mão de obra, o uso incorreto da tecnologia, o processo produtivo falho, a baixa escolaridade, a dificuldade de obtenção de créditos e financiamentos, a concorrência desleal, a baixa competência gerencial, as deficiências nas técnicas de vendas e a falta de segurança.

Apesar das contrariedades, o setor se mostra movimentado e pode contribuir, com o seu dinamismo, para o crescimento da economia brasileira. De acordo com o Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM), o número de empregados do setor esteve em crescimento constante entre 2007 e 2014, quando começou a apresentar queda até 2018. Apesar disso, foi possível observar redução nas demissões, haja vista que em 2014 o total de empregados era de 84.489 e nos anos seguintes foi decrescendo cerca de 2 mil empregos ao ano até chegar à 76.542 em 2018. Neste ano, as vendas do varejo chegaram a 12,6 bilhões de reais e estima-se que até 2023 supere os 13 bilhões de reais. (IBGM, 2019)

Segundo Bautz (2018), mesmo em períodos de crise à exemplo do que o Brasil vem vivenciando nos últimos anos, os mercados de joias e de semijoias nacionais, têm apresentado panoramas positivos. Diferente dos demais setores, o segmento não tende a sofrer impacto significativo da crise econômica, pois seu público-alvo é formado principalmente por mulheres das classes A e B cujo poder de compra não diminui tanto quanto nas outras camadas da população em momentos de recessão.

1.2 AS GEMAS E AS JOIAS BRASILEIRAS

As gemas, joias, folheados, bijuterias e artigos de “pedras” vindos do Brasil, fazem parte da vida de milhares de pessoas em todas as partes do mundo. Nos últimos anos, as joias aqui

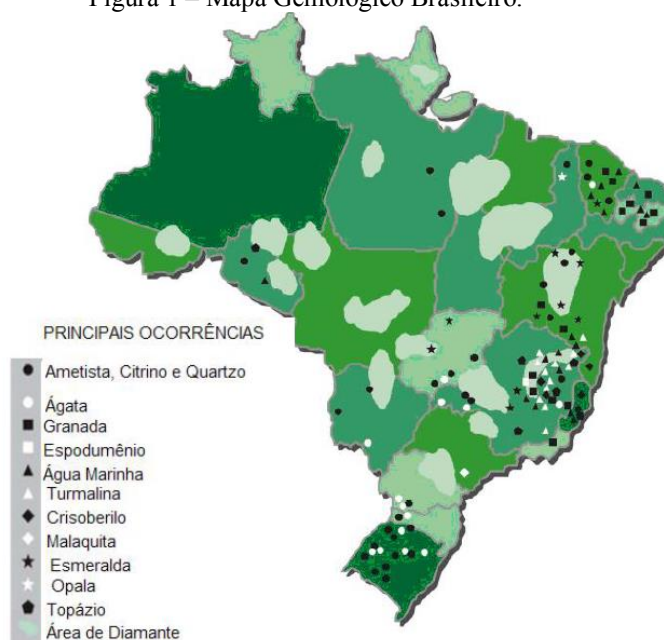
produzidas têm dado muita importância ao design, característica valorizada pelos consumidores, que não querem comprar apenas um adorno pessoal ou decorativo, mas uma peça que traga, em si mesma, uma história. (SEBRAE, 2006)

Segundo o Ministério de Minas e Energia - MME (2009), o Brasil possui condições geológicas favoráveis à produção de diversas variedades de gemas coradas, com destaque para a Província Pegmatítica Oriental, a qual engloba os estados de Minas Gerais e da Bahia, e a Província Pegmatítica Nordestina a qual inclui a Paraíba, o Rio Grande do Norte e o Ceará.

O Brasil é considerado o segundo maior produtor de esmeraldas e o principal de topázio imperial e turmalina Paraíba, além de possuir ocorrência no seu subsolo de citrino, ágata, ametista, turmalina, água-marinha, topázio e quartzo. Estima-se que, atualmente, o país seja responsável por, cerca, de 1/3 das gemas comercializadas no mundo, excluindo diamantes, rubis e safiras. (BAUTZ, 2018)



A Figura 1 apresenta as ocorrências gemológicas do Brasil em cada estado.

Figura 1 – Mapa Gemológico Brasileiro.



Fonte: IBGM Apud RIBEIRO (2008)

De acordo com a Figura 1, observa-se que a maior variedade de materiais gemológicos em termos de ocorrência está associada aos estados da Bahia, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, sendo este último o que apresenta maior variedade de minerais extraídos do seu subsolo. No entanto, cabe registrar a produção de minerais-gemas no estado do Espírito Santo. De acordo com Figueiredo; Fortunato; Wyatt (2020) são encontrados, no subsolo capixaba, variedades de berilo, principalmente água-marinha, além de cristais de quartzo hialinos e fumês; citrino e ametista.



Segundo Ribeiro (2008), encontra-se no Brasil as gemas mais valiosas no mercado internacional, como o diamante, alexandrita, esmeralda e turmalina Paraíba, sendo que 80% dessas são destinadas à exportação sejam em estado bruto sejam lapidadas (LEITE, 2007). De acordo com Fortunato (2016) os preços das gemas brasileiras vêm aumentando consideravelmente, devido, entre outros fatores, à inserção da China nesse mercado e que o processo de precificação das joias tem levado em consideração o valor do material gemológico e o metal usado, a dificuldade de produção, a tecnologia incorporada e quanto o consumidor está disposto a gastar, dentre outros.



Com relação à lapidação, esta é realizada, normalmente, por pequenas empresas. Mesmo com a terceirização do elo tendo crescido, ainda há poucas indústrias aptas a garantir qualidade, prazo e diversidade de cortes. O país dispõe de capacidade e competitividade para produção de gemas de média a boa qualidade, mas sem escala e preços competitivos, o que ocorre ocasionalmente em gemas de baixo valor, geralmente calibradas. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

Além das gemas, o Brasil é considerado um grande produtor de ouro, com extração distribuída em quase todo território. Os principais estados produtores de ouro no país são: Pará, Minas Gerais, Mato Grosso, Bahia, Goiás e Tocantins (LEITE, 2007). Entre 2016 e 2018, segundo dados do *Gold Fields Mineral Services (GFMS)*, o país ocupava o 12º lugar no ranking dos maiores produtores deste metal precioso e, em 2018, alcançou 82,2 toneladas de ouro. De acordo com o IBGM, a produção cresceu nesse ano 3%, aumento ocasionado pela procura do metal como investimento. (IBGM, 2019)

O design das joias brasileiras é reconhecido por ser alegre e colorido e também pela sua sensualidade. Tal atributo é de grande importância para o setor, tanto que foi escolhido como a base da estratégia da inserção da joia brasileira no comércio exterior. Em entrevista para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2006, o então presidente do IBGM, Hécliton Santini Henriques, afirmou que:

“O Brasil, por razões históricas, sempre foi muito bom no desenho, com uma diversidade cultural e geográfica bem importante, que é uma matéria-prima singular para a criação. O design é o fator de diferenciação, porque o mercado internacional é altamente competitivo. É um mercado altamente globalizado.” (SEBRAE, p. 43, 2006)

O prestígio internacional das joias brasileiras deve-se, notadamente, aos aperfeiçoamentos nos modelos de qualidade e a melhoria da competitividade através de importações de máquinas, matéria-prima, ferramentas e equipamentos. O design da joia é



fundamental para agregar valor e criar identidade visual, principalmente por esse segmento possuir altos padrões de competição, fomentados pela qualidade e pela criatividade das peças e não pelos seus preços. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

1.3 O COMÉRCIO INTERNACIONAL DE GEMAS E JOIAS BRASILEIRO

Inicialmente, somente o diamante, a esmeralda, a safira e o rubi eram considerados “preciosos”. As demais eram ditas “semipreciosas”, e isso incluía a maior parte das gemas brasileiras. Como vimos, com o passar do tempo, devido à qualidade e à beleza, as “pedras” brasileiras foram ocupando espaço nos mercados nacional e internacional. Em 1963 o Brasil se consolidou como o principal produtor de gemas, com a descoberta, em diversas partes do país, de esmeraldas, turmalinas, águas-marinhas, crisoberilos, opalas, topázios, ágatas, ametistas, dentre outras. (HENRIQUES; SOARES, 2005)



Nesse processo de busca pelo reconhecimento para que as gemas brasileiras fossem consideradas preciosas, cabe mencionar o papel da joalheria H. Stern, na pessoa do Hans Stern, fundador da marca, que desde que a empresa foi fundada, se preocupou em mudar essa nomenclatura, divulgando e promovendo a beleza das gemas do país. Essa mudança ocorreu em 1971 quando o *Gemological Institute of America (GIA)* promoveu as “pedras coloridas” tidas como semipreciosas a preciosas. (ALBINO; GUIMARÃES, 2009)

No início da Segunda Guerra Mundial, muitos lapidários europeus vieram para o Brasil. Eles possuíam conhecimentos em técnicas de lapidação de gemas e migraram para o país com o objetivo de manufaturar as gemas brasileiras e comercializa-las. (ANDRADE, 2006)

Passada a guerra, houve uma crise no mercado joalheiro e eles não receberam incentivo para permanecerem no país. Com isso, grande parte deles, se mudou para Israel, onde criaram uma das maiores indústrias lapidárias e a maioria das gemas lá produzidas eram importadas do Brasil. No país as indústrias joalheiras só não desapareceram graças a alguns empresários do ramo que optaram por continuar em terras brasileiras. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

Vencida a recessão econômica, provocada pela Guerra, o mercado de gemas e joias teve uma significativa recuperação. Não obstante esse desempenho, a indústria local não conseguiu se consolidar no mercado internacional por não dispor de ajuda do governo e ter que se autofinanciar. Nas décadas de 1950 e 1960, houve um crescimento do setor, contudo as exportações foram insignificantes. (ANDRADE, 2006)

Durante a crise do petróleo, o país procurava formas de aumentar as exportações e nesse contexto foi criado um grupo de trabalho com função de analisar o setor e propor um plano para





desenvolvê-lo por meio da Portaria Interministerial nº 281, de 28 de agosto de 1975. Essa política teve um impacto positivo para o setor, pois com as propostas feitas pela comissão foi elaborado um programa para promover o seu desenvolvimento, o que possibilitou o surgimento e o fortalecimento de várias empresas. (HENRIQUES; SOARES, 2005).

Não obstante a importância desse período para o revigoramento da indústria joalheira marcado ainda pela criação, em 1977, do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos – IBGM, a recessão econômica dos anos 1980 e 1990, contribuiu para o arrefecimento o setor, que em 1983 chegou a exportar somente 706 dólares, de acordo com dados do MDIC/SECEX em 2005. (PENIDO, 2016)

Nos anos 80, houve um incentivo para que as pequenas empresas participassem do comércio internacional através de consórcios de exportação – conglomerados de empresas do mesmo segmento econômico com o objetivo de possibilitar a exportação de micro, pequenas e médias empresas, reduzindo assim os gastos aduaneiros. (WILMSEN, 2019) Inicialmente, a participação funcionou bem, mas com o passar dos anos, essas empresas foram perdendo a ajuda de instituições que apoiavam essa iniciativa como, por exemplo, o suporte técnico do SEBRAE e, com isso, poucas indústrias permaneceram exportando. A prioridade, nessa época, era atender o mercado nacional, já que o Brasil não possuía capacidade para competir no mercado externo. (HENRIQUES; SOARES, 2005)

Na década de 1990, teve início o processo de abertura da economia brasileira, o que possibilitou com que a indústria joalheira nacional pudesse concorrer com produtos advindos do exterior. Nesse período, havia uma grande quantidade de joias importadas e contrabandeadas no país. A partir de 1993, passou a ser adotado o mecanismo criado pelo Decreto 99.472, de 24/08/90, específico para o setor em questão (Documento Especial de Exportação), com o objetivo de facilitar os procedimentos internos e evitar o contrabando e a informalidade durante as exportações. (ANDRADE, 2006)

O desejo de concorrer com os produtos importados e contrabandeados, a criação do plano Real em 1994 e o desenvolvimento do Projeto Setorial Integrado (PSI) de Apoio às Exportações de Gemas e Joias em 1998, fizeram com que a indústria joalheira do Brasil se fortalecesse. (FORTUNATO, 2016) Apesar do setor de Gemas, Joias e Afins ser reconhecido como um grande gerador de divisas, somente a partir do ano 2000, através do apoio do PSI, passou a desenvolver-se de forma sistemática e com a definição de estratégias voltadas para promover uma maior agregação de valor aos produtos originários desse segmento produtivo (ANDRADE, 2006)



Atualmente, o setor em estudo possui grande aceitação das joias de ouro e de folheados e bijuterias no mercado internacional. Além disso, possui capacidade de desenvolver-se e ocupar melhores posições no cenário internacional. Diversas características do setor possibilitam seu crescimento, como a variedade de gemas, o design incorporado às joias e a capacidade de internacionalização. Porém, ainda há gargalos que precisam ser resolvidos, dentre os quais podemos citar a informalidade, a ausência de fiscalização, o contrabando e a alta incidência de impostos. (FORTUNATO, 2016)



Ribeiro (2011) destaca que a indústria de joias vem utilizando novas tecnologias e designs diferenciados, o que a torna mais competitiva e tende a garantir a obtenção de maiores lucros. O autor ressalta que as regiões Sul e o Sudeste do Brasil se destacam na medida em que ofertam, sistematicamente, cursos direcionados ao setor, possuem empresas que atuam no ramo, executam políticas direcionadas bem como incorporam novas tecnologias.

Diante do exposto, observa-se o crescimento das exportações de joias para países como Alemanha, Estados Unidos e Canadá, o que só foi possível devido à introdução de novas técnicas de produção, o que refletiu na melhoria da qualidade dos produtos nacionais, possibilitando, assim, que o Brasil concorra com países tradicionais que atuam, diretamente, no setor, como Itália, Tailândia e Índia. (BAUTZ, 2018)

2 O IBGM E APEX-BRASIL: diretrizes e políticas de fomento ao setor de Gemas e Joias brasileiro

No ano de 1998, o IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos - e a APEX - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - estabeleceram o primeiro PSI - Projeto Setorial Integrado - de apoio às exportações de gemas e joias brasileiras. Esse projeto resultou em diversos ganhos para o setor como o crescimento das exportações e a criação de novos APL's - Arranjos Produtivos Locais. Os APL's se caracterizam por ser um conjunto de empresas com especialidade produtiva, situadas próximas geograficamente e que possuem relação de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre elas e conta com o apoio do governo, das associações empresariais, das instituições de crédito e de ensino e de pesquisa (CARDOSO, 2014). Uma das principais colaborações desse programa foi o estabelecimento de uma estratégia competitiva baseada, notadamente, no design com vistas a atender o aumento da demanda por joias diferenciadas. (ANDRADE, 2006)

O aprimoramento do processo produtivo e a divulgação das joias brasileiras também contribuíram para a consolidação do setor, o qual tem apresentado maior competitividade e tem



garantido o incremento das exportações (ANDRADE, 2006). De acordo com dados do IBGM (2019), no ano de 2018 as exportações do setor de Gemas, Joias e Afins somaram US\$ 3,3 bilhões e se levado em conta apenas as exportações de gemas, joias e bijuterias, o valor é de cerca de 254 milhões de dólares.

2.1 O INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS



O IBGM é uma instituição nacional com direito privado e sem fins lucrativos, fundada em 1977, com o propósito de executar, movimentar, complementar, potencializar e impulsionar a cadeia produtiva de Gemas, Joias, Bijuterias e Relógios em todos os seus elos, adequando seus desejos e proporcionando a transmissão de saberes e a confiabilidade da sua produção (IBGM, 2021). O IBGM foi formado pelo Grupo de Trabalho estabelecido pela Portaria Interministerial nº 281, de 28 de julho de 1975 (IBGM, 2016).

O IBGM conta com uma estrutura organizacional composta por dois conselhos, sendo um de cunho administrativo e outro de natureza fiscal bem como pela Diretoria Executiva profissional, tendo como órgão decisivo a Assembleia Geral, a qual é formada por todos os sócios, colaboradores e delegados do setor. Além destes, conta também com o suporte de uma equipe técnica (IBGM, 2016).

A atuação desse Instituto se dá tanto no interior das empresas, capacitando e garantindo a melhoria da sua competitividade quanto fora delas promovendo o aprimoramento e a consolidação dos diferentes elos que compõem a cadeia produtiva. Além disso, atua como um facilitador no ingresso das empresas ligadas a esse segmento produtivo nos mercados nacional e internacional (IBGM, 2020).

O desempenho do IBGM está ligado à análise de variáveis políticas e institucionais, o que permite a intervenção desse instituto em diferentes elos da cadeia produtiva com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento e para o fortalecimento do setor de Gemas, Joias e Afins. No campo das informações o IBGM realiza estudos e pesquisas com levantamento e análise de dados quantitativos e qualitativos. Na área promocional o IBGM organiza e apoia a realização de eventos, feiras, exposições tanto em âmbito nacional como internacional, contribuindo, assim, decisivamente, para a divulgação dos produtos oriundos dessa cadeia produtiva. (IBGM, 2020)

Diante do exposto, tem-se que o papel do IBGM é direcionado, sobretudo, para empresas que atuam em diferentes elos da cadeia produtiva com ênfase para aquelas que





fabricam e comercializam joias, gemas e afins. Além disso, é importante destacar a estreita relação que o IBGM tem com associações empresariais estaduais, as quais atuam em conjunto e de forma integrada para definirem e executarem ações que estimulem o avanço desse setor produtivo. Neste contexto, é essencial entendermos a parceria firmada entre o IBGM e a APEX (IBGM, 2020).

2.2 A AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS - APEX

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX - foi fundada pelo Decreto Presidencial nº 4.584, de 05 de fevereiro de 2003, como instituição habilitada pela Medida Provisória nº 106, de 22 de janeiro de 2003, a qual foi transformada em 14 de maio de 2003 na Lei nº 10.688. É uma organização com sede em Brasília sem fins lucrativos, com direito privado, interesse coletivo e utilidade pública, sendo considerado um Serviço Social Autônomo controlado pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE). (APEX, 2019)

Essa agência conta com Unidades de Atendimento em diversos estados brasileiros e com Centros de Negócios (CNs) em países escolhidos estrategicamente. Os CNs são plataformas que ajudam no avanço da internacionalização das empresas, identificam oportunidades de negócios, fomentam a participação do Brasil em mercados mundiais bem como são guias para atrair investimentos. Associado ao exposto mantém, em Bruxelas, um escritório que visa acompanhar as tendências e as deliberações da União Europeia que possam impactar as exportações brasileiras (ABF, 2020)

Os principais objetivos da APEX são estimular o aumento das exportações brasileiras; promover a inserção de um maior quantitativo de empresas no comércio internacional, principalmente, as de pequeno e médio porte; diversificar os produtos e os serviços exportados; abrir novos mercados para o Brasil; e gerar emprego e renda (GOMES; LUPORINI, s.d). Do ponto de vista estratégico, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, visa possibilitar a internacionalização das empresas; aumentar a quantidade de empresas exportadoras; afirmar os mercados que já existem; estabelecer novos mercados; adicionar relevância às exportações brasileiras, através da parceria com instituições de vários ramos de produção; e atrair mais investimentos internacionais para as empresas. (APEX, 2008)




A APEX atua, conjuntamente, com instituições públicas e privadas para atrair e captar novos investimentos estrangeiros diretos (IED) com vistas a aumentar a competitividade das empresas, contribuindo, assim, para a sua atualização tecnológica e para a criação de renda e de novos empregos no Brasil (APEX, 2019). A sua principal missão consiste em estimular as exportações, a internacionalização das indústrias nacionais e os IEDs, colaborando, assim, para a definição de estratégias e de políticas públicas brasileiras com o intuito de promover o crescimento econômico sustentável do país. (BRAZILIAN SUPLIERS, 2021)

Diante do exposto, a agência é essencial à medida que impulsiona as exportações, aumenta a competitividade econômica do Brasil, possibilita abertura de novos mercados, atrai mais investimentos e gera novos empregos. (REMESSA ONLINE, 2020). Ela desempenha um importante papel ao apoiar as empresas no seu processo de inserção no comércio internacional, buscando aprimorar a sua competência organizacional, desenvolver métodos para se internacionalizar, identificar oportunidades de negócios e atrair novos investimentos. (APEX, 2020)

No tocante à captação de novos investimentos a APEX contribui para a elaboração de estratégias capaz de aumentar o volume de investimentos estrangeiros, promover o conhecimento sobre a dinâmica e a lógica de mercados altamente competitivos bem como orientar sobre a legislação ambiental. (COBLI, 2021)

Os serviços disponibilizados pela agência têm como propósito favorecer o acesso das empresas aos mercados estrangeiros, diferenciar os rumos das exportações e aprimorar a visão que os demais países têm dos produtos e dos serviços provenientes do Brasil. Para isto, desempenha atividades de promoção comercial, através de Projetos Setoriais (PS) – os quais funcionam mediante cooperações firmadas com instituições que representam o país em diversos setores econômicos - e de iniciativas próprias consubstanciadas na organização de feiras internacionais, missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, etc. (APEX, 2019)

A APEX contribui para a melhoria do sistema de gestão dos empresários brasileiros na medida em que promove capacitação, consultoria e assessoria para que as organizações empresariais possam lidar com as adversidades presente no comércio internacional. Cabe registrar que as empresas de médio e pequeno porte são as que mais se beneficiam dos trabalhos realizados pela agência. (REMESSA ONLINE, 2020)



No que tange à estrutura organizacional a APEX dispõe de órgãos de direção que são os conselhos deliberativo e fiscal bem como de diretorias executiva, de negócios e de gestão corporativa, além da presidência (APEX, 2019). Na atualidade, a agência auxilia, aproximadamente, 13 mil empresas que atuam em 81 setores da economia brasileira e que vendem para mais de 200 países, o que retrata, em grande media, a sua importância e o seu alcance (ABF, 2020).


Como vimos a APEX estabelece parcerias com agências governamentais estaduais e com entidades da indústria e das federações, de forma que a atuação conjunta e baseada na cooperação e na integração é a sua tônica. Em consonância com essa proposição a APEX possui um convênio firmado com o IBGM cujo objetivo é propiciar a continuidade da abertura de mercados, buscando conservar e melhorar a imagem de qualidade que os produtos brasileiros do setor de gemas, joias e metais preciosos possuem no contexto internacional, seja por meio do design inovador que consiste em um grande diferencial incorporado aos produtos brasileiros provenientes desta cadeia produtivos seja pela valorização das gemas brasileiras e pela ampliação das exportações. (APEX, 2020)

2.3 PRECIOUS BRAZIL

Em agosto de 1998, o IBGM e a Apex firmaram o primeiro PSI de apoio às exportações de gemas e joias, uma referência em termos de planejamento voltado para promover o crescimento desse setor produtivo. As principais tarefas delineadas e executadas estavam ligadas à percepção; capacitação; qualificação tecnológica; harmonização de produtos; estudo e investigação de mercado; ferramentas de promoção; eventos; e divulgação dos produtos (PENIDO, 2016). Nas palavras de Andrade (2006), os principais objetivos do PSI consistem em promover a:

“estruturação de uma rede de apoio tecnológico, integrada por escolas, laboratórios gemológicos, serviços de consultoria e extensão tecnológicas; montagem de sistema de capacitação gerencial para a profissionalização da administração e da gestão de qualidade total; realização de diversos cursos técnicos e especialização em design de joias e estudos de tendências e consultoria às empresas; sistematização e disseminação de informações e orientações mercadológicas às empresas, associado às participações em feiras e missões voltadas para promoção de vendas externas; criação da imagem do Brasil, com estilo, design próprio e diferenciado.” (ANDRADE, p. 46 e 47, 2006)

Em face ao apresentado, tem-se que o referido projeto concentrou esforços para promover, notadamente, os produtos de maior valor agregado decorrentes da cadeia produtiva em estudo, com atuação nacional e implementação regionalizada, com coordenações em alguns estados brasileiros para se aproximar dos empresários. (HENRIQUES; SOARES, 2005)




A implementação do PSI contribuiu para que as joias e as gemas brasileiras fossem reconhecidas em âmbito internacional, fazendo com que diversas empresas passassem a exportar esses produtos e, ao mesmo tempo, estimulou o potencial das empresas que já eram exportadoras de produtos resultantes dessa cadeia produtiva. (SEBRAE, 2006). O Projeto executado pela APEX em parceria com o IBGM entre 1998 e 2004 trouxe consequências positivas para o setor, como o aumento das exportações e a criação de novos Arranjos Produtivos Locais no Amazonas, Belém, Brasília e Fortaleza. (ANDRADE, 2006)

Para se inserir de forma mais participativa no cenário internacional, o setor de gemas e joias brasileiro, precisaria criar um diferencial para se destacar de países como Itália, Índia, Tailândia e China, os quais já possuíam notoriedade e tradição na produção e na comercialização destes produtos. O país sempre foi associado à produção de ouro e de gemas, mas não era reconhecido pela fabricação de joias, apresentava pouca capacidade instalada de produção e não contava com o apoio público e de instituições financeiras para adquirir a infraestrutura necessária para reverter esse quadro. Diante dessas fragilidades, a vantagem competitiva criada para promover a inserção do setor de Gemas, Joias e Afins no comércio internacional foi, em grande medida, o design. (ANDRADE, 2006)

Para Andrade (2006), a criação dessa vantagem competitiva só foi possível devido ao potencial dos designers brasileiros, ao crescimento da demanda por joias diferenciadas em âmbito internacional e, sobretudo, as contribuições do PSI expressas no apoio concedido a esses profissionais que foram adquirindo seus espaços e se tornaram reconhecidos internacionalmente. Diante disso, as joias brasileiras se internacionalizaram na medida em que melhoraram a qualidade e o acabamento além de exprimirem cores vibrantes, alegria tropical, criatividade e o bom gosto brasileiros. Associado ao exposto, Andrade aponta que a divulgação das joias brasileiras, a crescente participação em feiras internacionais e o desenvolvimento de pesquisas nos diferentes elos da cadeia produtiva aceleraram o processo de inserção das joias brasileiras em mercados importantes e exigentes como nos Estados Unidos e na Itália.

Entre 1990 e 2000 para concorrer com os produtos importados o Brasil adotou novos métodos de produção que aproveitavam melhor o potencial do setor e a diversidade mineral existente no subsolo brasileiro. Assim, o setor desenvolveu sua própria identidade, incorporando elementos da fauna e da flora e agregando valor às gemas coradas e a outros insumos brasileiros, como jarina, fibras de madeira e coco, dentre outras. O uso desses materiais associado aos metais preciosos compôs peças que foram reconhecidas pela sua criatividade e alegria. (ANDRADE, 2006)




De acordo com Andrade (2006), o Projeto Setorial foi responsável pelo aumento da competitividade do setor de Gemas, Joias e Afins. Na primeira fase do Projeto a prioridade incluía ações de aperfeiçoamento do processo produtivo, capacitação dos profissionais, realização de pesquisas sobre a cadeia produtiva, adequação dos produtos e realização de eventos para divulgar o setor (HENRIQUES; SOARES, 2005). A meta era alcançar 150 indústrias ao final da fase inicial, porém este número foi ultrapassado e 213 empresas aderiram ao programa neste período. Ao final dessa fase, o design se constituiu como o mais importante diferencial da joia brasileira. (PENIDO, 2016)

Na segunda fase, paralelamente as ações implementadas para aprimorar o design das joias brasileiras, foram desenvolvidas outras atividades complementares com o objetivo de construir a imagem do setor de Gemas, Joias e Afins em nível mundial (HENRIQUES; SOARES, 2005). A inclusão das joias em eventos nacionais e internacionais e o apoio de grupos de joalheiros e de designers foram fundamentais para formação dessa imagem e para aumentar a credibilidade do setor. Esses fatores evidenciaram que o Brasil é capaz de fornecer matéria-prima e de ser competitivo na fabricação de joias diferenciadas. (ANDRADE, 2006)

A terceira fase do projeto, implementada em 2004, contribuiu para o desenvolvimento de polos industriais que passaram a deter tecnologias mais avançadas como laboratórios para tratamento de gemas e de fabricação de lapidações diferenciadas. (ANDRADE, 2006) Diante disso, pode-se afirmar que a execução das três fases do PSI foi essencial para o avanço do setor em estudo com o aumento da sua competitividade, a criação de vantagens competitivas e a incorporação de novas tecnologias. Para Henrique e Soares (2005), o PSI propiciou que esse setor produtivo experimentasse um ciclo favorável no cenário internacional em decorrência, notadamente, da divulgação das joias brasileiras em eventos no exterior.

2.4 BRAZIL GEMS AND JEWELRY E BRAZILIAN MINERALS

A *Brazil Gems and Jewelry* é uma marca que foi desenvolvida, em novembro de 2011, pelo IBGM em parceria com a Apex para representar o setor joalheiro do Brasil com vistas a promover a exportação de joias brasileiras. De acordo com Giraldi e Lourenção (2015) para se alcançar tal objetivo, a *Brazil Gems and Jewelry* é, amplamente, divulgada em países considerados como mercados alvos das exportações brasileiras, como Estados Unidos, Peru, Israel, Reino Unido, Suíça, Emirados Árabes Unidos, Argentina, Itália, Alemanha e México. Para esses autores as formas de divulgação feita pelo IBGM têm se dado através, principalmente, da participação de designers em concursos, divulgação de tendências, eventos internacionais, publicação em revistas de alcance mundial, dentre outras.





Outra iniciativa do IBGM em parceria com a APEX que merece ser apresentada foi a criação, em 2017, do *Brazilian Minerals*, o que consiste em uma ação voltada para o desenvolvimento do segmento de artefatos de pedra com o intuito de criar e de abrir novos mercados bem como de agregar valor aos minerais brasileiros. Essa ação conta com a participação de 15 empresas exportadoras de minerais localizadas em Soledade, no Rio Grande do Sul. Esses minerais são utilizados em decoração, coleção e/ou acessórios. A importância de tal união pode ser notada ao constatarmos que entre 2017 e 2019 as exportações realizadas por esse agrupamento de empresas representaram 34% das exportações do Brasil de minerais brutos e lapidados e de artefatos de gemas. Além disso, cabe salientar que uma das características marcantes das empresas que compõem o *Brazilian Minerals* é a sustentabilidade, tendo em vista que todas as empresas que o compõe utilizam apenas produtos de garimpos legalizados e seguem as regras dos órgãos responsáveis pela fiscalização. (*BRAZILIAN MINERALS*, 2021)

A importância desta parceria entre o IBGM e Apex-Brasil, que culminou na criação do PSI de fomento às exportações do setor de gemas e joias brasileiro, pode ser notada ao se analisar os dados quantitativos de antes e depois da criação do Projeto. Antes da sua criação, o setor de joalheria e ourivesaria chegou a exportar apenas 631 mil dólares no ano de 1971, ao passo que em decorrência, notadamente, do surgimento do PSI, ocorrido em 1998, passou a exportar, neste mesmo ano, um total de US\$ 56.342 mil e em 2004 US\$ 93.066 mil. Com a implementação do *Precious Brazil*, as exportações começaram a apresentar padrão estável de crescimento, uma vez que o setor passou a ser mais competitivo e menos sensível às crises a partir dos avanços produtivos e da adoção da estratégia que priorizou o design. Isso fez com que a quantidade de países de destino das exportações do setor aumentasse e ampliasse a quantidade exportada para países que já compravam do Brasil, como os Estados Unidos e a Suíça. (ANDRADE, 2006)

Nos anos de 2016 e 2017, o Brasil foi o segundo maior produtor de gemas coradas do mundo, produzindo 760.118 toneladas em 2016 e 510.905 toneladas no ano seguinte, estando atrás apenas de Moçambique. Em 2018, as exportações de todo o setor chegaram a US\$3.346.363, sendo que 80% deste valor correspondiam às exportações de ouro. O país ocupava na época o 12º lugar no ranking mundial de exportação deste metal. Levando-se em conta somente as exportações de gemas, joias e bijuterias, o valor somou cerca de 254 milhões de dólares. (IBGM, 2019)

Diante do exposto, tem-se que o setor de Gemas, Joias e Afins no Brasil apresenta um enorme potencial a ser explorado no âmbito internacional cuja inserção tem se dado,



gradativamente, com o apoio expressivo do IBGM em parceria com a APEX mediante a adoção de Projetos Setoriais, ampla divulgação dos produtos originários dessa cadeia produtiva, o aprimoramento da qualidade, a incorporação de novas técnicas de produção, o desenvolvimento de um design inovador e criativo que expressa a identidade nacional com ampla aceitação internacional, a variedade de minerais gemológicos com cores diferenciadas que encantam consumidores em diferentes partes do planeta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor de Gemas e Joias brasileiro é um dos mais antigos setores econômicos do país, datando a sua origem desde o período da colonização com a descoberta do ouro e, posteriormente, de diamantes e de outras gemas. Em virtude da sua beleza e da sua qualidade, as gema brasileiras, rapidamente, passaram de “semipreciosas” a “preciosas” e, atualmente, o Brasil é internacionalmente conhecido pela sua riqueza mineral, com vasta diversidade e produção de gemas exclusivas em seu subsolo, como o topázio imperial e a turmalina Paraíba. Além dos materiais gemológicos, o país destaca-se também pela produção de ouro. O design e a qualidade das joias são fatores de destaque do setor no exterior. Contudo, apesar de diversos pontos positivos, ainda existem gargalos inerentes a esse segmento produtivo como a elevada informalidade e a alta carga tributária que dificultam o seu desenvolvimento.

Em 1998, com a parceria firmada entre o IBGM e a APEX, através do PSI de incentivo às exportações de gemas e joias brasileiras, o setor ganhou notoriedade e incentivo para competir em âmbito internacional. Como resultados importantes da criação desse projeto, podemos destacar o aumento das exportações, a criação de novos APL's em estados brasileiros e a determinação de uma estratégia competitiva voltada para o design das joias.

Com base na análise dos dados quantitativos referentes às exportações, apresentados nesse artigo, pode-se concluir que a criação do Projeto Setorial Integrado *Precious Brazil*, foi de grande relevância para melhorar a inserção e a posição do Brasil enquanto exportador de gemas e joias no cenário internacional bem como contribuiu para o desenvolvimento do setor em estudo consubstanciado no aumento das exportações e na criação de uma marca setorial que possibilitou criar uma imagem diferenciada das joias brasileiras em nível internacional. Diante disso, constata-se que, existem diversas razões para continuar apoiando o crescimento e o desenvolvimento desse setor produtivo, haja vista seu enorme potencial exportador, a grande quantidade de empregos gerados por todos os elos da sua cadeia produtiva e pelo país ser uma das principais províncias gemológicas do mundo.

REFERÊNCIAS

ALBINO, José Coelho de Andrade; GUIMARÃES, Felipe Jurdi. **Internacionalização de marcas de luxo brasileiras: um estudo de caso da joalheria H. Stern**. Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 100-129, jan./jul. 2009. Disponível em: <<https://internext.espm.br/internext/article/view/84>>. Acesso 14 ago. 2020.

ANDRADE, Josefa Batista de Oliveira. **Viabilidade de inserção competitiva do setor de joias de Pernambuco no comércio exterior** / Josefa Batista de Oliveira Andrade. – Recife : O Autor, 2006. xiv, 109 folhas: il., fig., gráf., tab. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/4490/1/arquivo6109_1.pdf>. Acesso em: 09 set. 2020.

APEX-BRASIL. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/>>. Acesso 29 out. 2020.

APEX-BRASIL. **Apex Brasil. Parceira do Exportador e Investidor**. 2008. Disponível em: <<http://www.ielmt.com.br/ww2/uploads/cin/downloads/Apex2952009111455.pdf>>. Acesso 03 nov. 2020.

APEX-BRASIL. **Relatório de Gestão Apex-Brasil 2019**. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/apex-brasil-publica-relatorio-de-gestao-com-resultados-de-2019/>>. Acesso em: 30 out. 2020.

COBLI. **Apex Brasil: Conheça a agência que pode te ajudar a exportar**. Disponível em: <<https://www.cobli.co/blog/apex-brasil/>>. Acesso em: 09 mar. 2021.

BRAZILIAN MINERALS. Disponível em: <<https://braminerals.com/>>. Acesso 09 mar. 2021.

BAUTZ. **Saiba como Anda o Mercado de Joias no Brasil**. Disponível em: <Arthur. <https://www.bautz.com.br/blog/mercado-de-joias-no-brasil/>>. Acesso em: 18 fev. 2021.


CARDOSO, Univaldo Coelho. **APL: arranjo produtivo local**. / Univaldo Coelho Cardoso, Vânia Lúcia Nogueira Carneiro, Édna Rabêlo Quirino Rodrigues. – Brasília : Sebrae, 2014. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8126fa768f69929a146f38122da570b/\\$File/5197.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8126fa768f69929a146f38122da570b/$File/5197.pdf)>. Acesso em: 01 abr. 2021.

CONVÊNIOS VIGENTES – APEX-BRASIL. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/arquivo/convenios-vigentes/>>. Acesso em 30 out. 2020.

FIGUEIREDO, Isabelly de Almeida; FORTUNATO, Daniëlle de Oliveira Bresciani; WYATT, Hudson Henrique. **Águas marinhas no Estado Espírito Santo: Uma Análise da Cadeia Produtiva**. 2020. Disponível em: <<https://www.morebooks.shop/store/pt/book/%C3%A1guas-marinhas-no-estado-do-esp%C3%ADrito-santo/isbn/978-620-2-56201-0>>. Acesso em: 24 fev. 2021.

FORTUNATO, Daniëlle de Oliveira Bresciani. **Planejamento Estratégico no Setor de Gemas e Joias no Brasil: uma análise da joalheria H Stern**. São Paulo, 2016.

GARCIA, Alexandre de Araújo. **Estudo de mercado dos setores de gemas, jóias, bijuterias e correlatos**/ Alexandre de Araújo Garcia, Carlos André Almeida Machado, Patrícia Albuquerque Lima. -- Brasília: SEBRAE / DF, 2005. 72p. Disponível em:



<[http://intranet.df.sebrae.com.br/download/desenvolvimento_setorial/Gemas/Pasta%20WEB NAVEGA/Gemas.pdf](http://intranet.df.sebrae.com.br/download/desenvolvimento_setorial/Gemas/Pasta%20WEB%20NAVEGA/Gemas.pdf)>. Acesso em: 24 fev. 2021.

GIRALDI, Janaína de Moura Engracia; LOURENÇÃO, Marina Toledo de Arruda. Processo de desenvolvimento e gestão de marcas setoriais: uma análise da marca Brazil Gems and Jewelry. **Revista de Administração da UNIMEP**. v.13, n.3, Setembro/Dezembro – 2015. Disponível em: <<http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/regen/editor/submissionEditing/945>>. Acesso em: 08 mar. 2021.

GOMES, Otávio Calixto Lopes; LUPORINI, Carlos Eduardo de Mori. **Efeitos da atividade de exportação e do apoio da Agência de Promoção de Exportações (APEX-Brasil) sobre as etapas do processo de Planejamento Estratégico Empresarial**. [s.d.]. Disponível em: <[http://sistema.semead.com.br/10semead/sistema/resultado/trabalhos PDF/210.pdf](http://sistema.semead.com.br/10semead/sistema/resultado/trabalhos/PDF/210.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2021.

HENRIQUES, Hécliton Santini; SOARES, Marcelo Monteiro (coords.). **Políticas e Ações para a Cadeia Produtiva de Gemas e Joias / Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos**. Brasília: Brisa, 2005. 116 p.: il. Disponível em: <https://cursosextensao.usp.br/pluginfile.php/180964/mod_resource/content/1/cadeia%20produtiva%20brasileira.pdf>. Acesso em 05 ago. 2020.

IBGM. **O Setor em Grandes Números 2018**. São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/publicacao/publicacao-o-setor-em-grandes-numeros-2018/>>. Acesso em: 08 ago. 2020.

IBGM É | IBGM. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/ibgm-e-2/>>. Acesso em: 28 out. 2020.


INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS – IBGM. **Ata da Assembleia Geral Extraordinária realizada em 16 de junho de 2016**. 2016. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/ibgm-e-2/>>. Acesso em: 29 out.2020.

LEITE, Rogério Viana. **Plano de Desenvolvimento Preliminar do APL de Gemas e Joias do Distrito Federal, 2007**. Disponível em: <<https://www.abragem.org.br/apl>>. Acesso em: 09 set. 2020.

MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA – MME. **Relatório Técnico 56, Perfil de Gemas (Diamante e Gemas de Cor)**. Brasília - DF, 2009.. Disponível em: <http://www.jmendo.com.br/wpcontent/uploads/2011/08/P30_RT56_Perfil_de_Gemas_xDiamante_e_Gemas_de_Corx.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2020.

PENIDO, Patricia Neves. **O registro de desenho industrial no Brasil e no exterior como ferramenta de proteção legal à reprodutibilidade no design de joias**. 2016. (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação). Academia de Propriedade Intelectual e Inovação, 2016. 190 f. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/atuacao-transversal/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/PENIDOPatriciaNeves.pdf>>. Acesso em: 09 set. 2020.

PERGUNTAS FREQUENTES – APEX-BRASIL. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/perguntas-frequentes/>>. Acesso em: 03 nov. 2020.



QUEM FAZ | IBGM. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/ibgm-e-2/quem-faz/>>. Acesso em 28 out. 2020.

QUEM SOMOS – APEX-BRASIL. Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/quem-somos/>>. Acesso em 29 out. 2020.

RECEITA FEDERAL. Disponível em: <<https://receita.economia.gov.br/orientacao/adua-neira/classificacao-fiscal-de-mercadorias/ncm>>. Acesso em: 11 ago. 2020.

REMESSA ONLINE – APEX BRASIL: ENTENDA O QUE É E QUAL SUA IMPORTÂNCIA. Disponível em: <<https://www.remissaonline.com.br/blog/apex-brasil-entenda-o-que-e-e-qual-sua-importancia/>>. Acesso em: 03 nov. 2020.

RIBEIRO, Hilton Manoel Dias. **Caracterização do setor de gemas, joias e metais preciosos no Brasil: perspectivas para inovação e desenvolvimento setorial** / Hilton Manoel Dias Ribeiro. – Brasília: SENAI.DN, 2011. 48p. (Série Estudos Setoriais, n.11). Disponível em: <<http://acervodigital.sistemaindustria.org.br/handle/uniepro/172>>. Acesso em: 06 ago. 2020.

RIBEIRO, Hilton Manoel Dias. **Fatores relevantes no desempenho brasileiro no mercado internacional de pedras preciosas**. 2008. 89 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Viçosa, 2008. Disponível em: <<https://www.locus.ufv.br/handle/123456789/3231>>. Acesso em: 07 ago. 2020.

SEBRAE, **Lapidando a Imagem da Joia Brasileira**. Coronário Editora Gráfica Ltda, 2006. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/AA0CDFB4C6BDF0B083257279004756C2/\\$File/NT00035016.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/AA0CDFB4C6BDF0B083257279004756C2/$File/NT00035016.pdf)>. Acesso em 06 ago. 2020.

TRANSPARÊNCIA | IBGM. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/ibgm-e-2/transparencia/>>. Acesso em 29 out. 2020.

WILMSEN, Elizandra Luiza. **Consórcio de Exportação**. 2019. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/consorcio-de-exportacao>>. Acesso em 01 mar. 2021.