

**REDE de**  
**EMPREENDEDORISMO**  
**COMUNITÁRIO**  
**CANANÉIA**

Oficinas de Comunicação

**REDE de**  
**EMPREENDEDORISMO**  
**COMUNITÁRIO**  
**CANANEIA**

Projeto “Rede de  
empreendedorismo,  
conservação e sustentabilidade  
de iniciativas comunitárias” –  
fase 2

- **O Projeto “Rede de empreendedorismo, conservação e sustentabilidade de iniciativas comunitárias” é patrocinado pela Petrobras, através da aprovação no Programa Desenvolvimento & Cidadania 2007;**
- **A primeira fase iniciou-se em novembro de 2009, quando da chegada da 1ª parcela do recurso;**
  - **Seu prazo de execução foi de 12 meses;**
- **Em breve começaremos a segunda fase, que terá um prazo de execução de 24 meses;**
  - **É gerenciado pelo GT Geração de Renda da Associação Rede Cananéia, que se reúne uma vez ao mês, sempre na quarta-feira após a Assembleia.**

## **Objetivo Geral:**

Contribuir para o fortalecimento comunitário integrado através de apoio às iniciativas de empreendimentos solidários em comunidades tradicionais no município de Cananéia, para a geração de trabalho e renda, por meio da valorização, aperfeiçoamento e comercialização dos produtos e serviços locais desenvolvidos pelos grupos.



<b>Objetivo Específico (3.2)</b>	<b>Ação (3.3)</b>	<b>Resultados esperados (3.4)</b>
1. Qualificar profissionalmente nove empreendimentos comunitários locais.	<p>A. Realizar dezesseis (16) oficinas de capacitação na temática “aperfeiçoamento de serviços e produtos” junto aos grupos e empreendimentos comunitários do projeto.</p> <p>B. Realizar quatro (04) Seminários sobre “geração de trabalho e renda”, conforme demandas dos empreendimentos comunitários apoiados.</p> <p>C. Realizar vinte (20) oficinas de capacitação e troca de experiências/intercâmbios entre os empreendimentos participantes do projeto e empreendimentos externos de reconhecida expertise.</p> <p>D. Implantar seis (06) módulos de produção de empreendimentos comunitários;</p>	Produtos e serviços com alto padrão de qualidade.
2. Promover e desenvolver processos de comunicação comunitária e mobilização popular.	<p>A. Estruturar planos de comunicação dos nove empreendimentos comunitários.</p> <p>B. Desenvolver coletivamente com os grupos e empreendimentos comunitários os materiais de comunicação dos produtos e serviços de acordo com a identidade sociocultural local.</p> <p>C. Realizar de uma (01) campanha de consumo consciente e comércio justo na comunidade de Cananéia.</p>	Processos de comunicação comunitária efetivos
3. Fortalecer a cadeia produtiva e comercialização dos produtos e serviços dos empreendimentos comunitários.	<p>A. Realizar pesquisa de novos mercados locais e externos, para a comercialização dos produtos, definindo parceiros para pontos de venda ou promoção dos produtos e serviços.</p> <p>B. Realizar duas (02) Feiras de Economia Solidária.</p> <p>C. Estruturar Planejamento Estratégico para cada empreendimento comunitário participante do projeto.</p>	Viabilidade econômica dos empreendimentos comunitários

## **Recursos Financeiros destinados para:**

- 09 sub-projetos;
- Material de comunicação do Projeto e dos sub-projetos;
  - Custos fixos da Rede;
- Aquisição de equipamentos para a Rede e para os empreendimentos comunitários;
  - Pagamento de equipe de apoio e coordenadores de sub-projetos;
- Logística para a realização das atividades.

**REDE de**  
**EMPREENDEDORISMO**  
**COMUNITÁRIO**  
**CANANEIA**

Sub-projetos



O que é o sub-projeto de vocês?



**ACARI**  
**CAF**  
**São Gonçalo**  
**Ex-Colônia**  
**Grupo de Ervas**  
**Colônia de Pescadores Z-9**  
**SINTRAVALE**  
**Maculelê**  
**Enseada da Baleia**

# Oficinas de Comunicação

1. Apresentação do Projeto, revisão ou criação de identidade da organização, planejamento de distribuição de material de comunicação, elaboração de agendas, banners (faixas) e camisetas dos empreendimentos comunitários (TODOS);
2. Criação de Logotipo (Grupo de Ervas e Enseada da Baleia);
3. Elaboração de catálogo de produtos;
4. Elaboração de banners e folders;
5. Revisão do Plano de Comunicação e elaboração de catálogos e agendas.

# **REDE de EMPREENDEDORISMO COMUNITÁRIO CANANEIA**

Revisão da Identidade da  
organização

# Plano de Comunicação

**Missão:** é a razão de ser da sua organização, reflete sua identidade, sua competência, necessidades, oportunidades externas e o compromisso com as metas. Função ou poder que se confere a alguém para fazer algo; encargo, incumbência (...) obrigação, compromisso, dever a cumprir: missão de pai.

# Missão da Organização

***“Promover a organização e a união de seus integrantes para lutar pela melhoria da qualidade de vida e cidadania da comunidade, valorizando a cultura local, buscando a geração de renda e autonomia do grupo”.***

# Plano de Comunicação

**Visão:** O que se quer ser? Que visão ter dos resultados que se deseja concretizar em longo prazo? Uma imagem clara daquilo a ser alcançado.

**Deve ser construída com o passar do tempo. Pode ser alterada.**

# Visão da Organização

***“Conquistar a autossustentabilidade da organização, com a criação de novas formas de mobilização de recursos, utilizando a distribuição de informações sobre a região, venda de artesanatos, camisetas, cds, dvds de fandango, inserção do grupo de grandes mídias e a construção de uma agenda cultural e de turismo com maior engajamento da juventude local, que servirá de exemplo para futuras gerações e outras organizações”.***



## Visão em pontos práticos para os próximos 5 anos (*indicadores de resultados*):

- Construção da Casa de Cultura para sede do grupo de fandango com ensaios semanais e com aulas para as crianças da comunidade como forma de incentivo;
- Maior engajamento da juventude local;
- Criação de formas de mobilização de recursos; ok
- Distribuição de informativos sobre a região, venda de artesanatos, camisetas, cds, dvds de fandango, inserção em grandes mídias e agenda cultural do grupo;
- Servir de exemplo para futuras gerações e organizações de mesmo porte;
- Conquistar a autossustentabilidade. ok





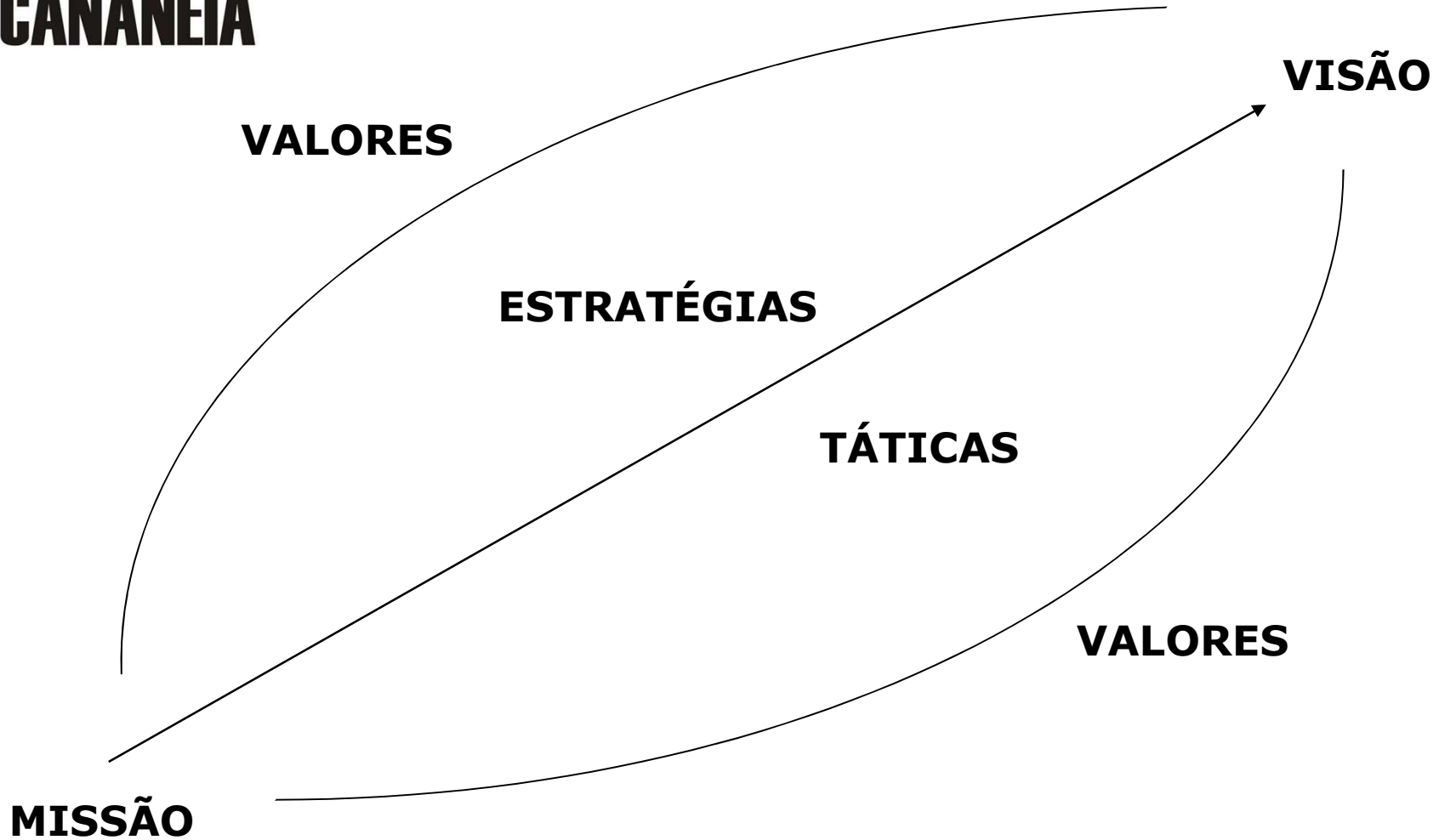
# Plano de Comunicação

**Valores:** São os princípios norteadores para todas as ações da organização. Dizem respeito ao que as pessoas acreditam e valorizam

# Valores da Organização

- *Respeito mútuo;*
- *Igualdade;*
- *União;*
- *Honestidade;*
- *Competência dos integrantes;*
- *Divisão de responsabilidades;*
- *Trabalho em prol da inclusão de todos;*
- *Orgulho da sabedoria local;*
- *Humildade;*
- *Respeito ao meio ambiente;*
- *Trabalho em prol do entendimento;*
- *Participação.*
- *Valorização da tradição local (cultura);*
- *Preocupação com as ações da ACARI*

# Análise da situação



# Plano de Comunicação

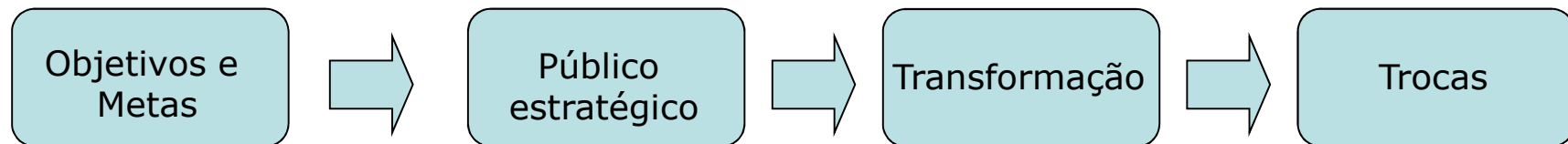
**Posicionamento:** é a forma como queremos que nossa marca seja percebida por nossos públicos estratégicos. Posição ou área que queremos ocupar no “mapa” da mente das pessoas relativamente às outras instituições, a fim de definir e diferenciar nossa marca.

# Posicionamento da Organização

**Para** a comunidade local do Ariri, como um bem maior **que** procura melhorar a qualidade de vida dos moradores, divulgação do bairro, turismo de qualidade, parcerias, projetos para mobilizar recursos e capacitação comunitária **a marca ACARI – Associação da Comunidade Caiçara e Amigos do Ariri é** uma associação que busca resgatar a cultura caiçara, para que todos passem a valorizar e respeitar a cultura local (mutirão, fandango e batido), incentivando os jovens a participar e buscando melhorias para a comunidade (saúde, educação, cidadania, meio de comunicação e transporte) para que possam se orgulhar da cultura local e servir de exemplo para outras comunidades tradicionais **que** busca melhorias para a comunidade **devido à** procura de apoio e transparência para juntos caminharem organizadamente na busca por esses recursos.

# Públicos estratégicos

**Definição:** aquele com o qual é necessário estabelecer trocas para alcançar os objetivos e as metas, visa estabelecer uma via de mão dupla, que agregue o fator transformação ao processo.



# Públicos estratégicos da organização

- **Público provedor:** Petrobras e ProAC (Secretaria de Estado da Cultura);
- **Público interno:** membros da organização (comunidade do Ariri);
- **Público agente:** Prefeitura Municipal da Estância de Cananeia, ACARI - Associação da Comunidade Caiçara e Amigos do Ariri, Associação Rede Cananeia, IPE – Instituto de Pesquisas Ecológicas, comunidades vizinhas,
- **Público alvo:** clientes da apresentação cultural e artesanato (turistas, bom nível superior e poder aquisitivo, universidades).



# Briefing - subprojeto

**Objetivo: Formação de um grupo de fandango (batido e bailado), com resgate cultural, inserção de jovens no fandango, intercâmbio com comunidades, participação em eventos fora do município, divulgação, formação de tocadores.**

**Objetivo do negócio: gerar renda.**

**Objetivo das comunicações:**

- **Agenda =**
- **Camisetas = Identificação do grupo.**
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder = Divulgação do grupo de fandango, do artesanato local, da comunidade de forma turística e do Projeto.**
- **Banner = Identificação e apresentação do grupo.**



# Briefing

## **Público alvo:**

- **Do Projeto: interno: comunidade do Ariri. Externo: Público alvo – clientes (turistas, alto poder aquisitivo, universidades)**
- **Agenda =**
- **Camiseta = Membros do grupo e clientes (como divulgação).**
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder = Clientes, meios de comunicação, parceiros, patrocinadores e possíveis parceiros e patrocinadores.**
- **Banner = clientes e público em geral das apresentações.**

# Briefing

## Estratégia do Projeto:

- **Agenda =**
- **Camiseta = Logotipo na frente do tamanho de um prato de sobremesa (tamanho da mandala do projeto na camiseta das costas), com a frase abaixo (Da comunidade tradicional caiçara para o mundo) – Letras retas (sem cifras), maiúsculas e minúsculas, nas cores verde escuro.**
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder = Linguagem clara, apresentação da comunidade e do grupo, fotos da comunidade, do artesanato e das apresentações.**
- **Banner = Fotos da comunidade, grupo de fandango, artesanato (vários juntos) e casa de cultura (se possível) com legendas explicativas. O logotipo vai ao centro (proporcional às fotos), como o nome da ACARI acima da esquerda para a direita.**

# Briefing

## Obrigações:

- **Agenda =**
- **Camisetas = logotipos da Petrobras nos ombros à frente. Realização: logotipo do Projeto, do Grupo, nome da Associação e logo da Rede. Patrocínio: logotipos Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos. Parceiros: Logotipos Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, IPÊ.**
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder= Realização: logotipos do Projeto, do Grupo, nome da Associação e logo da Rede. Patrocínio: logotipos Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos. Parceiros: Logotipos Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, IPÊ, ACARI.**
- **Banner = Realização: logotipos do Projeto, do Grupo, nome da Associação e logo da Rede. Patrocínio: logotipos Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um País de todos. Parceiros: Logotipos Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, IPÊ.**
- **Contatos = Telefone Comunitário (13) 3852-1136, João Alves (13) 3852-1166 e Lúcia Domingos de Souza (13) 3852-1136.**

# Briefing

## Dados:

- **Agenda =**
- **Camiseta =** 50 unidades. Brancas
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder=** Quantidade: 5000. Descrição: Folder da Rede, impresso nas cores cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado, A4 com 2 dobras.
- **Banner =** 01 unidade.
- **Cores da Organização:** Predominantemente verde (nuances). Textura de galhos de caixeta/madeira.

# Complementando o Briefing

Como será feita a distribuição?

<b>Locais</b>	<b>Levantamento</b>	<b>Responsável</b>

# Folder

frente

<p>2ª página          Quem somos e o que fazemos – apresentação do trabalho de cada comunidade/instituição          Fazer perguntas e elaborar com a comunidade          Fotos do trabalho em si          textura de folhagem (tempero)</p>	<p>Fundo          Obrigações          Logos/parceiros          Contatos          Certificações</p> <p>Fundo em branco</p>	<p>1ª página</p> <p>Logotipo da organização</p> <p>textura de folhagem (tempero)</p>
---	---	--

dentro

<p>O que é o projeto</p> <p>Fotos das oficinas</p> <p>Textura do projeto (mãos)</p>	<p>Produtos em si          Produtos          Turismo de base comunitaria</p> <p>Fazer perguntas e elaborar com a comunidade          Fotos dos produtos/servicos (turismo de base comunitaria) pedir fotos para ju, mayra e marina.</p>	<p>Produtos em si          Produtos          Turismo          Cultura          pesca</p> <p>Fotos dos produtos/serviços.. , com fundo de textura de acordo com a comunidade</p>
---	---	---



# Revisão