

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.

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

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?

Melhorar o trabalho que está meio parado. Precisam trabalhar mais. Pretendem fazer reuniões para dar continuidade ao projeto, pois só uma máquina está funcionando. Precisa vir alguém consertar as máquinas e terminar a sede (primeiro) para poderem costurar. Pretendem continuar com a costura e estão pensando em fazer outras coisas, como esteiras e artesanatos em taboa, como tapetes e porta-panelas (como foi ensinado em Paraty) e inventar algo diferente. Abigail comenta que o dono do terreno que tem taboa, para ela, liberou que pegasse. Acreditam que precisam conversar com o dono do terreno para continuar a ideia. Ibison comenta da possível parceria com a prefeitura para a manutenção das máquinas, junto ao Departamento de Assistência Social, mas precisam da sede pronta, histórico do maquinário e cronograma. Pensaram em deixar um espaço na sede para fazer uma cozinha comunitária para preparo de alimentos, como pão, bolo, etc. Sobre os mutirões dizem que estão acontecendo e sábado terá. Silmara comenta que a comunidade precisa ajudar no mutirão.

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

“Lutar pelo autorreconhecimento da comunidade como remanescente de quilombo, por meio da valorização da identidade das mulheres e da cultura local, fomentando a organização comunitária e a valorização do trabalho feminino, buscando geração de renda, a permanência dos adolescentes e jovens no bairro e a melhoria da qualidade de vida.”

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

“Organização comunitária, com a participação efetiva de 15 a 20 mulheres, capacitadas e produzindo artefatos à base de tecido e, possivelmente, outros materiais, com a utilização da sede da organização, complementando a renda familiar e melhorando a qualidade de vida.”

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

- Construção da sede própria,
- Organização comunitária,
- Participação de 15 a 20 mulheres,
- Capacitação e produção local,
- Complementação de renda e melhoria da qualidade de vida.

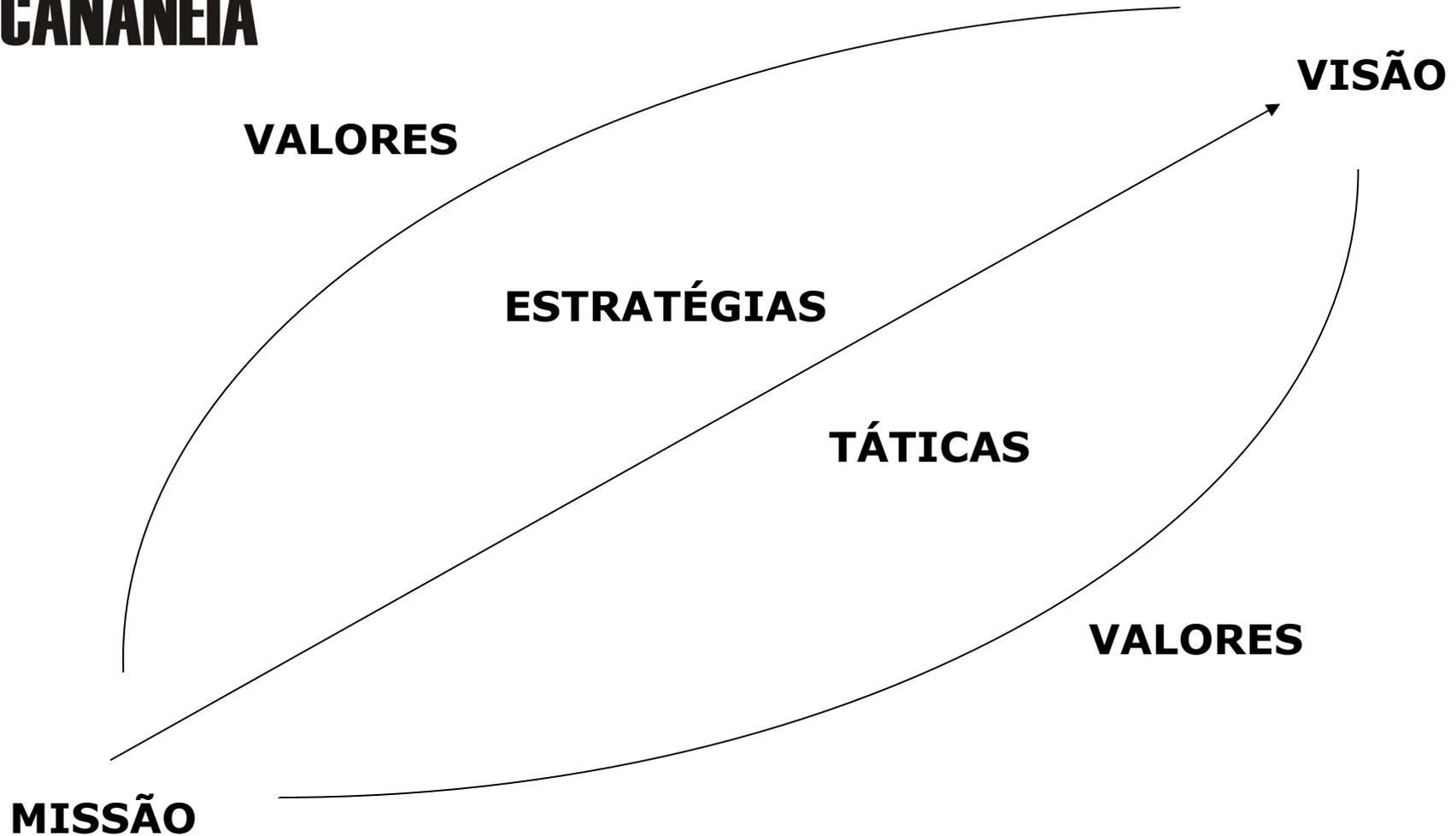
Plano de Comunicação

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

Valores da Organização

- ***Organização comunitária,***
- ***Comunicação entre os membros,***
- ***Responsabilidade,***
- ***União,***
- ***Cooperação,***
- ***Respeito mutuo,***
- ***Entendimento,***
- ***Dialogo,***
- ***Participação comunitária.***

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.

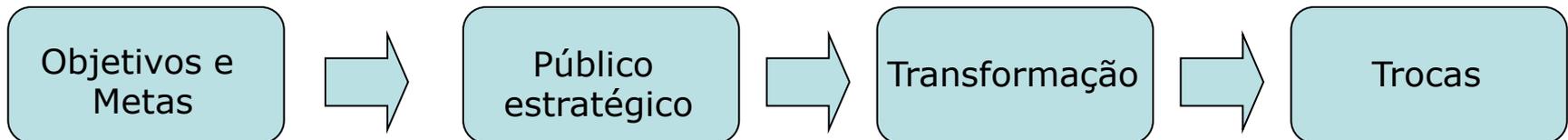
Posicionamento da Organização

Para as Mulheres Artesãs do Bairro Retiro Ex-Colônia Velha **que** busca a melhoria da qualidade de vida de todos, por meio do autorreconhecimento como remanescente de quilombo e organização comunitária, a

a marca Grupo de Mulheres Artesãs do Remanescente de Quilombo Ex-Colônia Velha **é** um grupo de mulheres artesãs **que** luta pelos direitos da comunidade e procura promover a geração de renda **devido a** valorização da identidade e cultura local.

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; Fundação Palmares, **MinC - Ministério da Cultura.**
- **Público interno:** membros da organização e familiares.
- **Público agente:** Associação Rede Cananéia, Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia, **FGV – Fundação Getúlio Vargas, Departamentos Municipais de Obras e Serviços, Assistência e Desenvolvimento Social, Instituto de Cooperativismo e Associativismo – ICA e SINTRAVALÉ.**
- **Público alvo:** clientes (turistas e moradores locais e outros possíveis consumidores).

Briefing - subprojeto

Objetivo: Melhoria da qualidade de vida da comunidade.

Objetivo do negócio: geração de renda.

Objetivo das comunicações:

- **Agenda = Divulgar o Grupo.**
- **Camisetas = Identificar o grupo.**
- **Banner (faixa) = Identificar e divulgar o grupo em feiras e eventos.**
- **Catálogo =**
- **Folder = divulgar o trabalho do grupo.**
- **Banner = divulgação e identificação do grupo.**

Briefing

Público alvo:

- **Do Projeto: interno: membros do grupo e familiares. Externo: clientes.**
- **Agenda = integrantes do grupo e parceiros.**
- **Camisetas = mulheres do grupo.**
- **Banner (faixa) = possíveis clientes.**
- **Catálogo =**
- **Folder = clientes, futuros clientes, parceiros, futuros parceiros, patrocinadores e futuros patrocinadores.**
- **Banner = clientes futuros clientes.**

Estratégia do Projeto:

- **Agenda** = Foto do calendário (ou se achar outra melhor). Informações: como do folder anterior, com as mudanças do artefatos de tecido.
Texto: O Grupo das Mulheres Artesãs DO Remanescente de Quilombo do Bairro Retiro Ex-Colônia Velha luta pelo autorreconhecimento das comunidade como remanescente de quilombo, por meio da valorização da identidade das mulheres e da cultura local, fomentando a organização comunitária e a valorização do trabalho feminino, buscando a geração de renda, a permanência dos adolescentes e jovens no bairro e a melhoria da qualidade de vida.
- **Camisetas** = Camiseta com logotipo na frente ao centro do tamanho da mandala das costas da camiseta do projeto. Entram novos parceiros e sai Igreja Presbiteriana.
- **Banner (faixa)** = 3metrosX45cm. Textura da esquerda para direita, com logo e nome do Grupo. Frase: Produtos Artesanais das Mulheres Quilombolas. Na parte branca colocar logo do projeto e do patrocínio.
- **Catálogo** =
- **Folder** = Linguagem clara, direta e objetiva. Ter a identidade do grupo.
- **Banner** = uma foto do grupo e outra do trabalho (produto). Logo do lado direito superior. Resumo da missão.
- **Contato** = Remanescente de Quilombo Ex-Colônia Velha. Estrada Cananeia/Jacupiranga – KM ____, Bairro Palmeira. Fazenda Colônia Velha. Cananeia/VR/LS SP. Telefone – (13) 3851-1201 (contato).

Briefing

Obrigações:

- **Agenda** = De acordo com o Projeto.
- **Camisetas** = Realização – logos projeto, Rede e Grupo. Patrocínio – logos Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um pais de todos. Parceria – Todos os novos e retirar Igreja Presbiteriana.
- **Banner (faixa)** = Logo do Projeto e patrocínio.
- **Catálogo** =
- **Folder** = Realização – logos projeto, Rede e grupo. Patrocínio – logos Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um pais de todos. Apoio – Fundação Palmares. Parceria - Prefeitura.
- **Banner** = Realização – logos projeto, Rede e grupo. Patrocínio – logos Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um pais de todos. Apoio – Fundação Palmares. Parceria - Prefeitura.

Briefing

Dados:

- **Agenda = 1000.**
- **Camisetas = Quantidade 50 unidades.**
Descrição: Camisetas brancas e algodão.
- **Banner (faixa) = 01 unidade.**
- **Catálogo =**
- **Folder= Quantidade: 5000. Descrição: Folder da Ex-Colônia, impresso nas cores cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado, A4 com 2 dobras.**
- **Banner = 01 unidade**
- **Cores da Organização: Verde e marrom.**

Complementando o Briefing

Como será feita a distribuição?

Foi distribuído em alguns lugares (postinho de saúde, parentes da região, faculdade). Pensado em pontos estratégicos para atingir os possíveis clientes – pousadas, comércios. Levar para feiras, eventos.

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 Fotos dos produtos/serviços.. , com fundo de textura de acordo com a comunidade</p>
---	---	---

Revisão