

Oficinas de Comunicação

REDE de
EMPREENDEDORISMO
COMUNITÁRIO
CANANÉIA

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?

Abrir o leque de apresentações, através do apoio do grupo de comercialização;

Apoio e fortalecimento das atividades que o grupo já exerce;

Melhoria na divulgação do trabalho do grupo.

ACARI
CAF
São Gonçalo
Ex-Colônia
Cheiro do Mato
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

“Oferecer, através da capoeira e outras manifestações culturais, para a comunidade em geral de Cananéia a prática esportiva, formas de lazer, melhoria de qualidade de vida, acesso à cultura, conhecimento e valorização da História, integração e inserção social, contribuindo, assim, para a formação de cidadãos proativos, criativos, conscientes e críticos.”

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

“Conseguir a aquisição de uma sede própria para servir de centro Cultural, colaborando na realização e divulgação dos trabalhos do Grupo.

*Oferecer aulas de **capoeira e outras manifestações afro atingindo um maior número de alunos.***

Conquistar a autossustentabilidade do grupo, através de apresentações.

Gerar renda para os integrantes do grupo através das apresentações.

Aumentar a visibilidade do grupo com apresentações locais, regionais, nacionais e internacionais.”

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

- Atingir os oito bairros do município com três aulas semanais de capoeira, atendendo em média 30 alunos por bairro ou 240 alunos da cidade, com remuneração dos instrutores;
- Aumentar o número de três para dez instrutores de capoeira, dança e ritmos voltados à cultura afrobrasileira;
- Realizar duas apresentações mensais no município, duas apresentações bimestrais fora do município e uma anual fora do País, sendo todas remuneradas, **inclusive repassando parte da remuneração para os integrantes do grupo**;
- Adquirir a sede própria para servir como Centro Cultural, para realização de aulas, ensaios, apresentações, exposições dos trabalhos e **como local para guardar os materiais e instrumentos.**

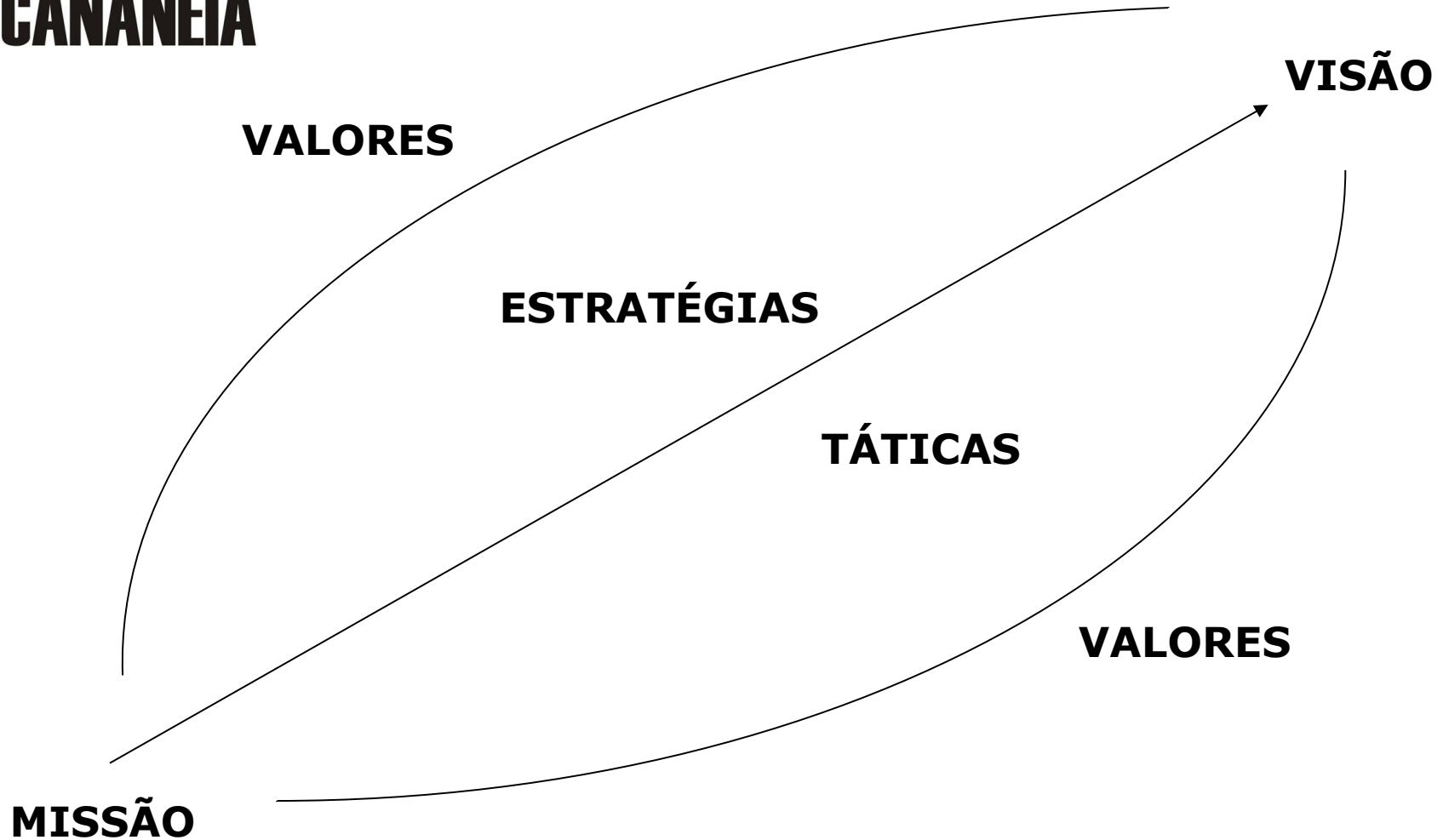
Plano de Comunicação

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

Valores da Organização

- Valorização da cultura e da educação;
- Respeito;
- Responsabilidade;
- Harmonia;
- União;
- Participação.

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.

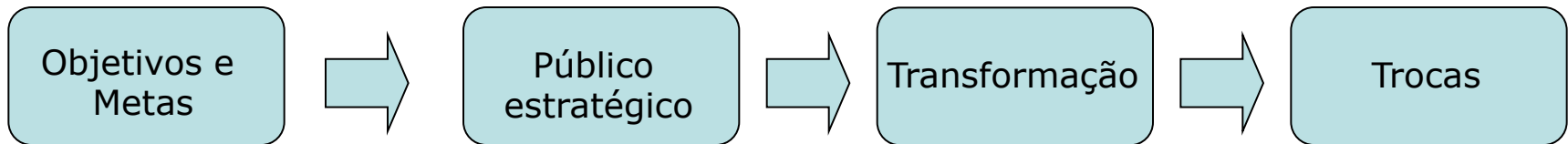
Posicionamento da Organização

Para a comunidade de Cananéia e **para** o público interessado nos trabalhos da Associação **que** buscam a prática esportiva, formas de lazer, melhoria da qualidade de vida, acesso à cultura, conhecimento e valorização da história, integração e inserção social **a marca**

Associação Desportiva de Capoeira “Filhos de Cananéia” **é** uma organização **que** através da capoeira e outras manifestações culturais contribui para a formação de cidadãos proativos, criativos, conscientes e críticos **devido à realização de aulas gratuitas, organização de oficinas, eventos, apresentações culturais.**

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, clientes das apresentacoes;
- **Público interno:** membros do grupo e familiares;
- **Público agente:** Colônia de Pescadores Z-9, Associação Rede Cananeia, **Quiosque Recanto Miruna, Rapaju, Prefeitura, DBTrip, Quiosque da CAF.**
- **Público alvo:** clientes (hotéis, associações, universidades, turistas, etc.).

Briefing - subprojeto

Objetivo: Capacitar e ampliar o grupo.

Objetivo do negócio: Gerar renda.

Objetivo das comunicações:

- **Agenda** = Divulgação do trabalho com os parceiros e possíveis clientes.
- **Camisetas** = Identificar o grupo e divulgar o trabalho entre parceiros e nos locais de apresentação.
- **Banner (faixa)** = Identificar a tenda nas feiras e eventos.
- **Catálogo** =
- **Folder** = Divulgar o trabalho do grupo.
- **Banner** = Divulgar e identificar o trabalho do grupo nas apresentações.

Briefing

Público alvo:

- **Do Projeto: interno:** alunos, possíveis alunos e membros do grupo. **Externo:** clientes.
- **Agenda = Parceiros e possíveis clientes.**
- **Camisetas =** Membros do grupo, familiares, parceiros e alguns clientes.
- **Banner (faixa) = participantes das feiras e eventos**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Clientes.
- **Banner =** Clientes e possíveis clientes.

Briefing

Estratégia do Projeto:

- **Agenda = foto a mesma do calendário, texto – histórico do grupo que está no começo do subprojeto, se couber colocar os textos internos do folder.**
- **Camisetas =** Camisetas brancas, com logo do maculelê no centro e grande.
- **Banner (faixa) = textura da esquerda para direita, fogo em transparência ate o branco na direita, logos patrocinadores a direita. Logomarca e nome do grupo da esquerda para a direita e frase: “Dança e ritmos da cultura afrobrasileira”**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Linguagem simples e direta. Utilizando a identidade do grupo.
- **Banner =** Conforme os postais. Logo acima e no meio. Contatos abaixo das obrigações. Clareando abaixo e acima.

Briefing

Obrigações:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** Frente (ombros) - Petrobras. Atrás - Realização – Projeto, Maculelê, Capoeira, Rede. Patrocínio – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras, Brasil um país de todos. Parceria – Colônia de Pescadores Z-9, DBTrip, CAF, Quioque Miruna, **Rapaju**
- **Banner (faixa) = patrocinadores e grupo**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Realização – Projeto, Maculelê, Capoeira, Rede. Patrocínio – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras, Brasil um país de todos. Parceria – Colônia de Pescadores Z-9 e possível Prefeitura Municipal da Estância de Cananéia.
- **Banner =** Realização – Projeto, Maculelê, Capoeira, Rede. Patrocínio – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras, Brasil um país de todos.

Briefing

Dados:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** 50 unidades. Brancas, PP – 5; P-5; M – 10; G – 10/ GG – 10; Baby look M - 10.
- **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:** Vermelho, preto e palha, predominantemente vermelho e preto. Textura: fogo.

Complementando o Briefing

Como será feita a distribuição?

Distribuído em eventos que o grupo participa dentro e fora de Cananeia.

Permanentemente nos parceiros: Rapaju, Quilosque Miruna e CAF,

Locais	Levantamento	Responsável

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