

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.	<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

“Inserir os jovens na cultura tradicional caiçara, através da dança, música, artesanato tradicional (incluindo a confecção de instrumentos do fandango caiçara), além da vivência com os mestres fandangueiros, possibilitando a valorização e reconhecimento da identidade local. Promovendo, ainda, intercâmbios com as demais culturas tradicionais.”

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

“Promover a valorização da cultura caiçara, com o aumento de participantes, aquisição de infraestrutura e divulgação em massa, proporcionando a geração de renda entre seus membros.”

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

- Aumentar o número para 30 participantes;
- Formalizar o grupo legalmente;
- Geração de renda para tocadores e dançarinos (50 pessoas) a R\$ 250,00 mensais cada;
- Sede própria (Casa do Fandango), para divulgação e preservação das culturas do fandango com visitação média de 600 pessoas por mês,
- Constru o de um museu para atender alunos e pesquisadores sobre a cultura do fandango, com visita o média de 100 pessoas por mês;
- Cria o de um site;
- Ter uma identidade própria e reconhecida na região e no Estado;
- Forma o contínua de jovens tocadores;
- Forma o de um coral caiçara (com instrumentos e música do fandango);
- Confec o de um produto com a cara do grupo;
- Participa o do Grupo em Editais.



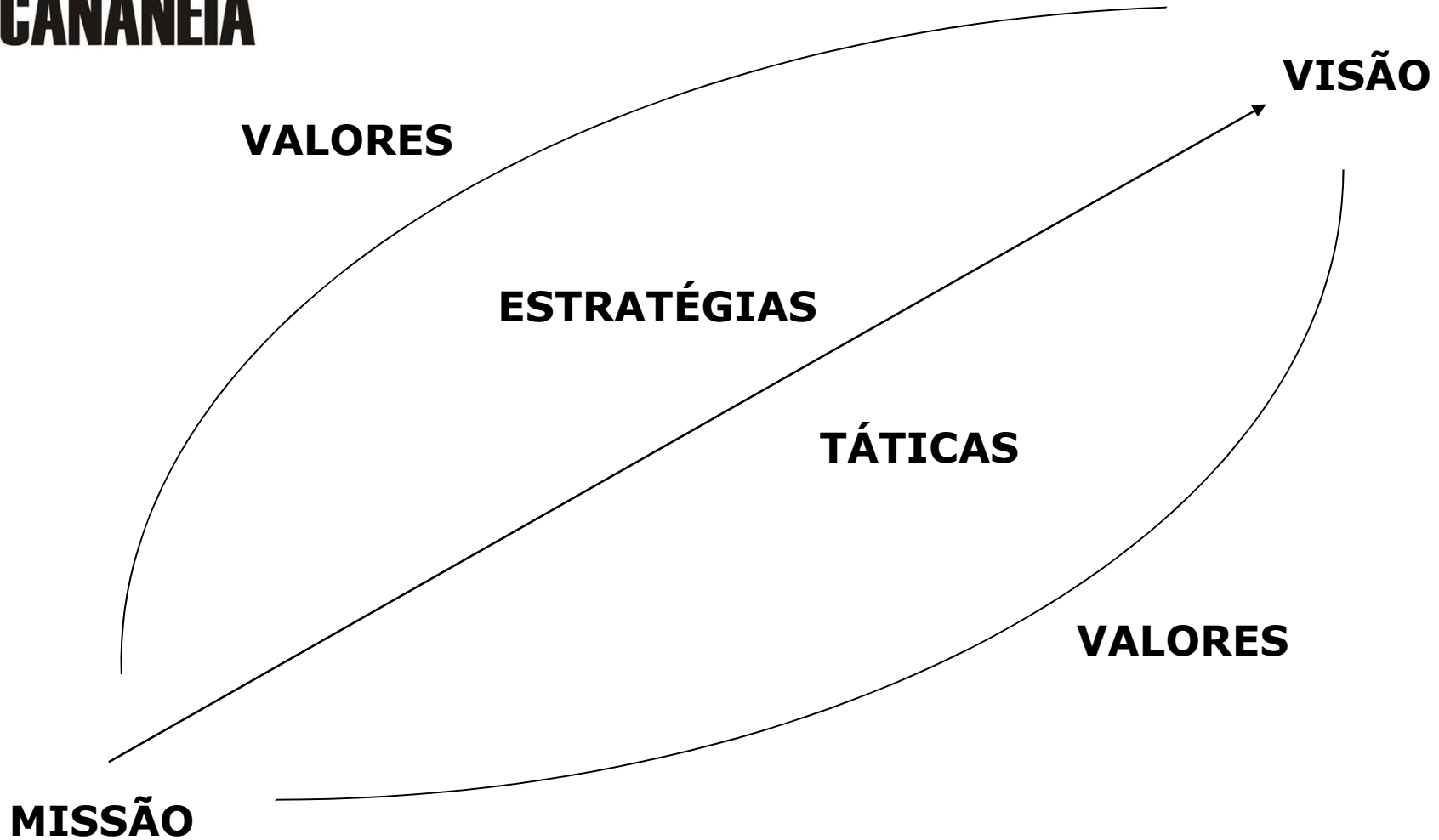
Plano de Comunicação

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

Valores da Organização

- *Divisão de responsabilidades;*
- *Respeito aos mais velhos e à cultura local;*
- *Respeito às demais culturas;*
- *Honestidade;*
- *Respeito mútuo;*
- *Pontualidade;*
- *Comprometimento;*
- *Amizade;*
- *Promoção da identidade caiçara;*
- *Orgulho caiçara.*

Análise da situação



Plano de Comunicação

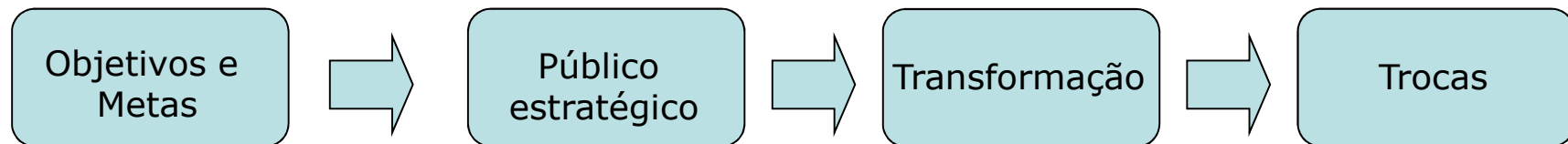
Posicionamento: é a forma como queremos que nossa marca seja percebida por nossos públicos estratégicos. Posição ou área que queremos ocupar no “mapa” da mente das pessoas relativamente às outras instituições, a fim de definir e diferenciar nossa marca.

Posicionamento da Organização

Para pessoas interessadas em participar de um grupo de divulgação e valorização cultural tradicional caiçara **que** buscam descobrir o conhecimento da identidade sociocultural, através da vivência com os verdadeiros mestres da cultura caiçara **a marca** Grupo de Fandango Batido São Gonçalo **é** um grupo de dança e toque **que** promove a cultura tradicional caiçara **devido a** realização de oficinas com tocadores e artesãos, intercâmbio cultural, apresentações e comercialização de produtos.

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;
- **Público interno:** membros da organização, amigos próximos e familiares;
- **Público agente:** Colônia Z-9, Rede Cananeia, Rede Municipal de Educação.
- **Público alvo:** clientes (agencias de turismo, organizadores de feiras e eventos, pousadas e hotéis.)



Briefing - subprojeto

Objetivo: divulgar e promover a cultura caiçara através do fandango, aproximando s jovens dos antigos mestres tocadores.

Objetivo do negócio: geração de renda e reconhecimento da identidade caiçara pelos jovens.

Objetivo das comunicações:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** identificar o grupo.
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder =** divulgar o grupo para o público alvo.
- **Banner =** Destacar as atuações do grupo.



Briefing

Público alvo:

- **Do Projeto: interno:** membros do grupo.
- **Externo:** público alvo.
- **Agenda =**
- **Camisetas =** o grupo.
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder =** clientes e possíveis clientes.
- **Banner =** Utilizado nas apresentações em feiras e exposições para conseguir clientes e possíveis clientes.

Briefing

Estratégia do Projeto:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** Branca em algodão, logo Petrobras nos ombros e logo do grupo grande na frente. Atrás com realização, patrocínio e parcerias (menos Prefeitura)
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Informação didática. Cor em arei ou caixeta, textura com o braço da rabeça e com fitinhas do Bom Jesus. Informações do sub-projeto com o resumo que está no projeto, foto do grupo ensaiando e com as camisetas. Quem somos – resumo do posicionamento/histórico e fotos detalhes dos tocadores e da bandeira e informações sobre cultura caiçara. Sobre os serviços explicar o que é o fandango com fotos dos instrumentos, com fotos dos instrumentos, batendo tamanco, tocadores, cana verde, fazendo instrumentos.
- **Banner =** Nome acima, seguido do logo, 4 fotos de instrumentos, tamanco batendo e apresentação. Contatos abaixo. Slogan Valorize a cultura caiçara.

Briefing

Obrigações:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** Realização – Projeto, Grupo São Gonçalo, Rede. Patrocinadores – Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos. Parceiros – Colônia Z-9, produtos em rede.
- **Banner (faixa) =**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Realização – Projeto, Grupo São Gonçalo, Rede. Patrocinadores – Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos. Parceiros – Colônia Z-9, Rede Municipal de Educação (sem logo), produtos em rede.
- **Banner =** Realização – Projeto, Grupo São Gonçalo, Rede. Patrocinadores – Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos.

Briefing

Dados:

- **Agenda =**
- **Camisetas =** 50 unidades. Brancas em algodão.
- **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:** areia, caixeta, fitinhas do Bom Jesus.
- **Contatos =** Rua do Artesão, quiosque Caiçara n. 09. Centro – Cananeia – SP. Zé Marques 9728-9341 e Amir Oliveira 8136-4349. duzemarx@yahoo.com.br e amir_txai@yahoo.com.br.

Complementando o Briefing

Como será feita a distribuição?

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



Revisão