

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?

Aquisição de mudas para novas áreas de plantio;

capacitação dos agricultores (na área específica);

09 famílias dentro do empreendimento (fechado).

Ps.: nova estruturação para projetos.

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 melhoria da qualidade de vida dos agricultores familiares de Cananéia, através da permanência e sobrevivência no meio rural e de suas comunidades, aumentando a produtividade e fomentando a igualdade como um todo.”

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

“Fomentar e formar lideranças, sindicalizar famílias de agricultores, colaborar para a regularização fundiária, seguridade social e documentos pessoais trabalhistas em dia para as famílias que necessitam, fomentar para o aumento da produção e apoiar o escoamento de produtos.”

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

- Fomentar e formar 50 lideranças capacitadas e sindicalizar 300 famílias;
- Fomentar a regularização fundiária das famílias que necessitam em suas terras;
- Fomentar a regularização trabalhista (seguridade social) das famílias;
- Fomentar o cadastramento dos agricultores no DAP – Declaração de Aptidão ao Produtor;
- Ter autonomia no escoamento dos produtos dos agricultores.



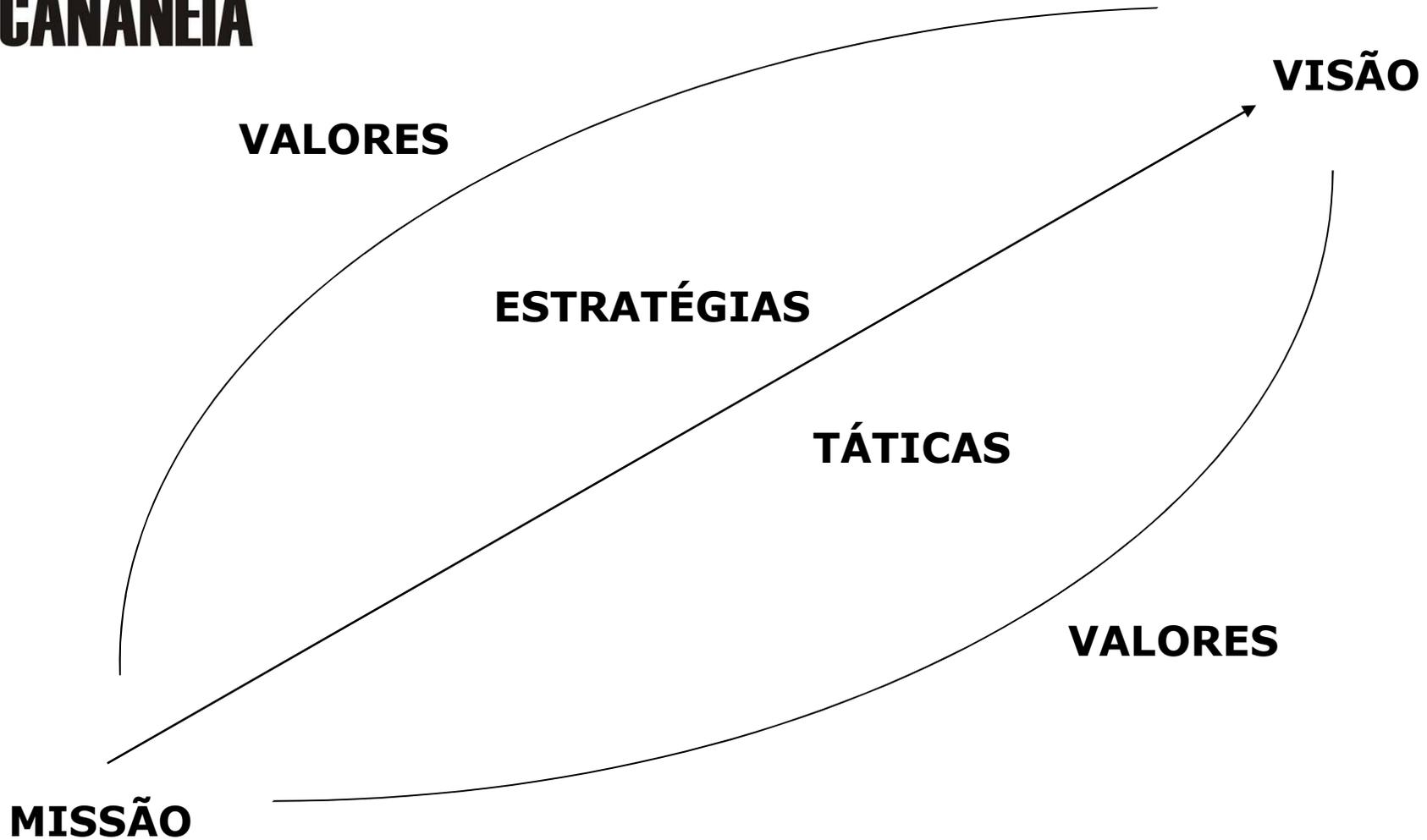
Plano de Comunicação

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

Valores da Organização

- ***Igualdade;***
- ***Responsabilidade;***
- ***Criatividade;***
- ***Honestidade;***
- ***Atitude;***
- ***Participação / Colaboração;***
- ***Capacitação;***
- ***União;***
- ***Respeito mútuo;***
- ***Organização;***
- ***Orgulho de trabalhar no campo.***

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.

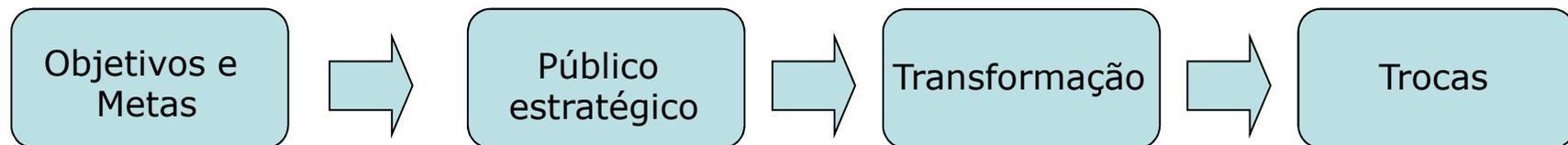
Posicionamento da Organização

Para agricultores familiares de Cananéia **que** buscam a melhoria da qualidade de vida, através da permanência e sobrevivência no meio rural e de suas comunidades,

a marca SINTRAVALE é uma Associação de Trabalhadores da Agricultura Familiar do Vale do Ribeira e Litoral Sul/ Sub-sede Cananéia **que** luta pelos direitos dos agricultores familiares **devido a** colaboração no aumento da produtividade e fomentando à igualdade como um todo.

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

- **Público provedor:** financiadores (Petrobras), Rede Cananéia, HSBC Solidariedade; FGV/ ITCP; sócios; clientes; PROTER(???); MinC;...
- **Público interno:** agricultores e agricultoras familiares;
- **Público agente:** Mina do Vale(???); Miami Pescados; Prefeitura Municipal de Cananéia; ICA – Instituto de Cooperativismo e Associativismo; Colônia de Pescadores Z-9; Ex-Colônia; Regifarma(???); CATI; Casa da Agricultura; Departamento de Meio Ambiente; Família do Vale; IDESC.
- **Público alvo:** consumidores de Cananéia, turistas, eventos pontuais, consumidores da região, escolas públicas, Rede Cananéia...
- **Público alvo do processo:** agricultores familiares.

Briefing - subprojeto

Objetivo: Divulgação dos trabalhos.

Objetivo do negócio: produzir e comercializar = gerar renda.

Objetivo das comunicações:

- **Agenda = Divulgação e fortalecimento do grupo.**
- **Camisetas = Identificação e fortalecimento do grupo, divulgação do Projeto.**
- **Banner (faixa) = Identificação e fortalecimento do Grupo em eventos e feiras.**
- **Catálogo =**
- **Folder = divulgar os trabalhos e os produtos para os clientes, público provedor e agente.**
- **Banner = Divulgação dos trabalhos, serviços e produtos.**

Briefing

Público alvo:

Do Projeto: interno: agricultores familiares de Cananéia. Externo: clientes.

- **Agenda = Membros do grupo, parceiros, financiadores.** Entregou para a Mina do Vale, Miami, CETESB, CATI, ICA, ITESP, IDESC (entrar na outra tabela), Prefeitura.
- **Camisetas = Membros do grupo, parceiros.** Da primeira fase nem todos, IDESC, SINTRA VALE, MIAMI, MINA DO VALE, DEPTO DE MEIO AMBIENTE,... Da segunda fase ainda não foram entregues.
- **Banner (faixa) = Clientes.** Estão usando em eventos que participam.
- **Catálogo =**
- **Folder = clientes, público provedor e agente.** Ibison tem uma preocupação em distribuir os folders, mas nem todos estão distribuindo para seus clientes. Sentiram falta da informação dos contatos dos membros dos grupos para continuar com a comercialização. Manuela fala que não acha que deveria ter comunicação de cada membro.
- **Banner = possíveis clientes e clientes.**

Briefing

Estratégia do Projeto:

Mudar a logomarca, colocar a escrita de baixo em contorno e sub-sede (com hífen)

- Agenda = Foto do calendário com logomarca. Informação: A SINTRAVALE – Associação de Trabalhadores da Agricultura Familiar do Vale do Ribeira e Litoral Sul / Sub-sede Cananéia busca, para seus associados, a melhoria da qualidade de vida, por meio da permanência e sobrevivência no meio rural, inclusive de suas comunidades, lutando pelos direitos dos agricultores familiares, promovendo o aumento da produtividade e fomentando a igualdade, pretende, ainda, fomentar e formar lideranças, sindicalizar famílias de agricultores, colaborar para a regularização fundiária, seguridade social e documentos pessoais trabalhistas em dia para as famílias que necessitam e possuem autonomia no transporte para escoamento de produtos. Ressalta-se que alguns agricultores familiares participam da SINTRAVALE cultivam a terra baseados no princípio da agroecologia, que consiste em uma proposta de agricultura sustentável, ou seja, socialmente justa, economicamente viável e ecologicamente sustentável, cujas bases estão fundadas com a preocupação pela preservação dos recursos naturais na garantia da preservação do solo, dos recursos hídricos, da vida silvestre e dos ecossistemas naturais e, ao mesmo tempo, da segurança alimentar.
- Camisetas = Logo da Sintravale grande na frente, com Petrobras nos ombros, nas costas Realização (Projeto, Sintravale e Rede). Patrocínio (Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos). Parcerias: Miami e logo dos parceiros – Prefeitura, Departamento Meio Ambiente, Casa de Agricultura, Mina do Vale, PROTER (neste caso falta efetivação da parceria). Outros parceiros (ICA, Ex-Colônia, Colônia Z-9, Regifarma, CAT). Tamanhos: EG – 05, G – 20, M – 15, P – 10. Frase: Inison vai enviar. Logomarca menor.
- Banner (faixa) = 3mX45cm (branco). Da esquerda para a direita com textura do grupo e indo clareado para o branco. Nome do Grupo e escrito embaixo Produtos da Agricultura Familiar. Logomarca do Grupo.
- Catálogo =
- Folder = Linguagem clara e objetiva, com fotos dos produtos e trabalhos. Apresentação limpa e organizada, bem separada.
- Banner = Logotipo da Sintravale grande no meio, fotos em torno e missão da organização. Realização e Patrocinadores no rodapé.

Briefing

Obrigações:

- **Agenda = De acordo com o GT de Comunicação.**
- **Camisetas = Logo Sintravale (na frente no meio e grande), Logo do projeto logos dos realizadores = Projeto, Sintravale e Rede, (costas acima), logo dos patrocinadores – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos, logo dos apoiadores – Miami e logo dos parceiros – Prefeitura, Casa de Agricultura, ITESP, PROTER (neste caso falta efetivação da parceria).**
- **Banner (faixa) = Realização e Patrocínio.**
- **Catálogo =**
- **Folder= Logo Sintravale (na frente e atrás), Logo do projeto (espaço projeto), logos dos realizadores = Projeto, Sintravale e Rede, logo dos patrocinadores – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos, logo dos apoiadores – Miami e logo dos parceiros – Prefeitura, Casa de Agricultura, ITESP, PROTER (neste caso falta efetivação da parceria).**
- **Banner = Realização e patrocinadores no rodapé. Logos dos realizadores = Projeto, Sintravale e Rede, logo dos patrocinadores – Programa Desenvolvimento & Cidadania, Petrobras e Brasil um país de todos.**

Briefing

Dados:

- **Agenda = De acordo com GT de Comunicação.**
- **Camisetas =** Brancas, 50 unidades em algodão.
- **Banner (faixa) = 3mX45cm (branco).**
- **Catálogo =**
- **Folder =** Quantidade: 1000. Descrição: Jornais "Informativo mensal 8 pgs", impresso nas cores: cyan, magenta, amarelo, preto. Em papel reciclado 75g/m² (4x4 cores), f fechado: 21x28 cm, f final: 28x42 cm, com 1 dobra, arte final fornecida pelo cliente em CD, Incluindo fotolitos.
Valor R\$: 1090,00 Valor Unitário R\$: 1,09.
Periodicidade – mensal..
- **Banner =** 01 unidade.
- **Cores da Organização:** Terra, azul mar, pele, vermelho e verde. Predominância em verde e terra.



Briefing

Contatos:

**Ibison = ibisondeoliveira@yahoo.com.br, ibison_oliveira@yahoo.com.br –
Sítio Porto do Meio.**

**Odete Novaes Albuquerque = (13) 9774-4924, vai mudar o telefone... Lucas
Novais Albuquerque: lucasalbuquerque89@yahoo.com.br, (13) 8176.3164
– Sítio 10 irmãos – Família Albuquerque**

**Maria Anita Davies Costa = (13) 9712.3049 – Sítio Carrapatinho – Bairro Ex-
Colônia Velha.**

**Abegail Novais = (13) 8130.2088 – Sítio Carrapatinho – Bairro Ex-colônia
Velha.**

Reinaldo de Oliveira = (13) 9114-0987 – Sítio Porto do Meio.

Inez Leite = (13) 9737.0406 – Sítio Guanandi

José Irene dos Santos = (13) 8137.0128 – Sítio Nova Esperança

**Mirella Poccia = m_poccia@hotmail.com, (13) 8177.5232 – Sítio Terra do
Nunca**

**Deixar o material com o contato principal do e-mail do SINTRAVALÉ:
sintravalecananeia@yahoo.com.br**

Complementando o Briefing

Como será feita a distribuição?

Estão pensando em conversar com alguns pontos comerciais para deixar folders em exposição.

Locais	Levantamento	Responsável

Complementando o Briefing

Avaliação:

Logomarcas nas camisetas só com as das organizações e este monte de logomarcas só na papelada.

Gostaria que tivesse um avental para a feira.

Chapéu mais ajeitado, igual de padeiro.

Camisetas para vender (ex. Santa Rosa de Lima)

Camisetas com imagens das paisagens de Cananéia, para a venda.

Camiseta com o nome da organização na frente, está levando no peito o nome da organização. Com os parceiros nas costas, dá mais credibilidade.

Ibison fala que os parceiros são pensados como moeda de troca.

Ibison conta que o rotulo com Petrobras aumentou as vendas.

Passar no email de Ibison e SINTRAVALE...

