

Base Comunitária

Norte de Ubatuba/SP

TURISMO SUSTENTÁVEL NO NORTE DE UBATUBA / SP

Plano de Negócios -



REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO





O projeto **"Plano de Negócios em Turismo Sustentável na porção norte de Ubatuba / SP"** desenvolveu Planos de Negócios nas comunidades contempladas pelo projeto — Cambury, Vila Picinguaba, Fazenda, Almada, Ubatumirim, Puruba e Aldeia Boa Vista.

Os Planos de Negócios foram elaborados individualmente seguindo uma estrutura padrão, que permitiu uma análise detalhada de cada negócio, como também uma análise coletiva e integrada dos sete planos. Sendo possível elencar os atores identificados nos ambientes internos e externos, bem como a sua interação com as comunidades. Apresentaram como proposta dois grandes recortes ou aspectos:

- **Setorial:** ao longo de toda cadeia produtiva em turismo sustentável receptivo e regional, integrando aspectos comuns às sete comunidades selecionadas; e
- Específico: considerando as particularidades de cada uma das sete comunidades.

A integração desses aspectos permite vislumbrar a utilização dos Planos de Negócios pelas comunidades, visando o desenvolvimento do turismo sustentável, considerando o momento de organização e de capacidade de investimentos de cada localidade.

A partir da avaliação dos negócios, da proposta de planejamento e das expectativas para o desenvolvimento dos Planos foi elaborado o "Mapa Estratégico" buscando indicar os inter-relacionamentos entre os elementos constituintes das perspectivas ambiental, social e do negócio.

Assim, os sete planos objetivam estruturar o atual estágio de desenvolvimento do turismo comunitário e sustentável das comunidades envolvidas, considerando os ganhos financeiros associados aos ganhos ambientais, sociais e/ou culturais.

Vale destacar que o estágio atingido no desenvolvimento dos Planos pode ser considerado introdutório, pois há necessidade de acompanhamento durante o primeiro ano do trabalho em todas as comunidades.

Coordenação: Dra. Patricia Ortiz, com apoio de Flávia Navarro

Equipe de Apoio em Campo: Samantha Rassan Galvão, Edirlaine Reis, Leonardo Estevan e Célia Regina Correa da Silva de Paula

Realização: Dra. Luciana Paolucci, com apoio de Fabiana Vicente





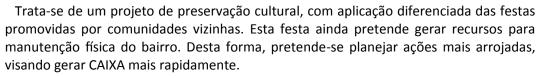
TURISMO SUSTENTÁVEL NO NORTE DE UBATUBA / SP

Festa Caiçara

Sumário

O projeto apresenta investimento necessário no valor de R\$ 60.000,00, que terá o retorno do investimento em 1 ano, gerando retorno de 1,33%. Trata-se de estimativa arrojada, com reduções de

custo estimadas claramente factíveis, além de potencial uso de fontes sempre presentes.



O retorno previsto consiste em, tendo como meta receber um público superior a 3.000 visitantes a cada ano, gerar recursos a partir de bingo, taxa de barracas de terceiros e vendas de bebidas exclusivamente na barraca da associação (entre outros produtos, como artesanato – planejando vender cerca de R\$ 12,00 líquidos para cada visitante desta barraca).

Módulo A: A comunidade e suas atividades econômicas

A comunidade objeto deste plano é constituída por cerca de 318 moradores, (Censo de 2010). Estes residentes, em sua maioria caiçara, vivem principalmente da atividade turística e da pesca artesanal ainda presente na comunidade.

A Vila Picinguaba: características e população do entorno

A Vila Picinguaba encontra-se distante 30,5km de Paraty-RJ e 41,5km de Ubatuba-SP. O bairro é formado por quatro pequenas praias: Praia do Lanço, do Meio, dos Pescadores e Poço do Engenho.

O acesso até a Vila é realizado através o Km 7,5 da Rodovia BR - 101, feito por via secundária que sai da rodovia ao lado direito de quem vem sentido Ubatuba - Parati. Estrada sinuosa com aproximadamente 5 km de extensão, exigindo velocidade reduzida atenção do motorista. No caminho é possível observar a enseada da Fazenda.

Picinguaba que em tupiguarani significa "refúgio de peixes", uma vila de pescadores entre o mar e a montanha, praia tranquila de areias claras, águas verdes e calmas indicada para a prática de mergulho, caiaque e stand up paddle.

A Vila está integralmente inserida nos limites do PESM-NP na Zona Histórica Cultural Antropológica. Tombada em 1976 pelo CONDEPHAAT - Tombamento dos Aglomerados Humanos ou Unidades de Habitação de Picinguaba. O PESM-NP, através de seu Programa de Uso Público desenvolve atividades de estudo do meio para grupos organizados. Não há até o presente momento nenhuma atividade organizada pela comunidade para apresentar aos grupos de estudo. De qualquer maneira, o PESM-NP faz a divulgação do passeio de barco para Ilha das Couves em seu manual de visitação.

PICINGUABA

FESTA CAIÇARA



Além do PESM, em 2008 foi criada a Área de Proteção Ambiental Marinha no Litoral Norte (APAM-LN) que foi dividida em setores, ficando a área da Picinguaba no setor 1 chamado de setor Cunhambebe (BRASIL, 2008). O Plano de Manejo da APAM está em fase de elaboração, através de reuniões realizadas no decorrer desse ano. Até o momento não existe nenhuma ação em conjunto com a comunidade da Picinguaba para atividades turísticas.

A comunidade é composta por famílias de pescadores tradicionais, possui uma escola de ensino infantil, mercearia, quiosques, pousadas, igrejas e um posto de saúde. As atividades econômicas predominantes nesse bairro são a pesca e hospedagem turística em pousadas e casas de pescadores, também há passeios de barco para Ilhas próximas.

O cultivo de vieiras, realizados por um grupo de moradores, torna-se também um atrativo turístico, pois a visita ao local de cultivo é oferecida como passeio ou estudo para grupos organizados.

De acordo com o IBGE, o município de Ubatuba se divide em dois distritos: distrito de Ubatuba, que segue desde a divisa com Caraguatatuba, ao sul, até a praia de Promirim e; o distrito de Picinguaba, que segue até a divisa com o Estado do Rio de Janeiro, ao norte do município. A Vila de Picinguaba está inserida no Distrito de Picinguaba.

O distrito de Ubatuba possui a maior extensão territorial, abrangendo a área central e concentra a maior parte da população residente (97,5%). O distrito de Picinguaba concentra apenas 2,5% da população residente do município.

Tabela 1- População residente por distrito - Ubatuba

Município e Distrito	TGCA 2000	TGCA 2010	% população
Município de Ubatuba – SP	66.448	78.801	100%
Distrito de Ubatuba	64.610	76.840	97,5%
Distrito de Picinguaba	1.838	1.961	2,5%

Fonte Básica: Censo Demográfico IBGE, 2000 e 2010. Elaboração Instituto Pólis.

A vila, é considerada o bairro mais descaracterizado sob o ponto de vista sócio-ambiental e cultural, uma vez que há uma grande predominância de casas de veraneio, gerando muitos choques de interesses e culturais. Também existe um adensamento da ocupação desordenada do território encosta acima.

A vegetação já fora retirada em grande parte até aproximadamente a cota dos 60m, e há construções em áreas consideradas de alto risco de escorregamento, pelo Instituto Geológico (2006), próximas nascentes e ao longo dos rios, provocando grande acúmulo de lixo, sobretudo nos córregos, e contaminação das águas por fossas inadequadas ou inexistentes; as lixeiras são também escassas e mal utilizadas pela população. Ocorre um agravamento destas condições durante o verão, quando a infra-estrutura local não condiz com o número de pessoas co-habitando o mesmo espaço. Como consequência, a praia tem sido considerada imprópria para banho desde 1997, pela CETESB, afetando a saúde dos moradores, dos visitantes e a economia local.

Há organização comunitária através de Sociedade de Amigos do Bairro da Picinguaba, que foi fundada em 30 de novembro 1996. A sede da associação é uma sala do antigo Posto de Saúde onde funcionava o telefone público. Trata-se de uma pequena edificação de madeira a beira mar e de propriedade pública.

A Associação é responsável na distribuição das correspondências do bairro, e durante o verão e feriados, serve como centro de apoio para os visitantes.

Ainda a comunidade, quando tem recursos disponíveis também contrata temporariamente uma pessoa responsável para limpeza dos acessos e das praias durante o verão.

A atividade turística na Vila de Picinguaba

A principal atividade econômica é a atividade turística, sendo que os principais atrativos e atividades encontram-se listados abaixo:

- Ilha das Couves: localizada a cerca de 15 minutos de barco da Vila. É formada por duas pequenas praias com mar calmo e águas claras, propícias para mergulho. Não é permitido acampar no local, sendo possível apenas a permanência durante o dia;
- Praias do Lanço, Meio e Pescadores – praias da vila, com mar calmo e águas claras, propícias para pratica de esportes como canoagem, stand up-paddle e mergulho;

Em relação aos serviços de alimentação, a vila conta com cinco estabelecimentos entre restaurantes e bares. Para hospedagem, possui quatro pousadas e inúmeras casas para locação temporária. É possível realizar passeios de barco e alugar equipamentos de mergulho;

A vila organiza, desde 2006, uma Festa Julina, sendo que a última foi realizada em 2013. Tradicionalmente ela é organizada pela Associação de moradores, com apoio da Prefeitura Municipal e diversos outros parceiros. Além da gastronomia o evento oferece shows musicais, culturais e bingo. Com o passar dos anos, o público local de aproximadamente 500 pessoas foi aumentando com a participação dos moradores dos bairros vizinhos e outras localidade do município.

O ambiente de negócio

Este plano de negócios tem como objetivo auxiliar no planejamento para realização da Festa Julina da Vila de Picinguaba, agora denominada de Festival Caiçara — marcando o caráter de preservação cultural deste evento. O Festival tem como foco a valorização da cultura local e a arrecadação de recursos para manutenção da infraestrutura da vila ao longo do ano, em especial no verão. De maneira experimental, em 2015, consolidando o aprendizado coletivo em 2016, focado na implantação de uma equipe gestora, planejamento de um *check-list*, captação de recursos e patrocínios e envolvimento de inúmeros atores. Os atores do sistema são diversos, com importância e complexidade particulares, cabendo aos empreendedores compreender de que forma e em que medida cada um poderá contribuir para ou obstruir o desenvolvimento do negócio sustentável. Nesta primeira fase foram identificados os seguintes atores:

Tabela 2- Atores Identificados.

Ator	Contribuição no negócio
Associação de Mora- dores do Bairro de Picinguaba	Coordenação (definir: data / horários / local / estacio- namento / taxa do estacionamento / regras da FESTA / preços / programa / Grupos e integração entre Grupos + monitorar + elaborar relatório e prestação de contas + pós-festa), Cultural, Barracas, INFRA, Comunicação, Serviços e Captação
IPEMA:	Barracas: alimentos e Bebidas e Serviços
AMIPICIN:	Barracas: alimentos e Bebidas e Serviços
Prefeitura Municipal de Ubatuba / PMU	Cultural, Barracas, INFRA (inclui: suporte à saúde), A&B, Serviços, Comunicação, transporte e Captação (alternativa: Captação
FUNDART	Cultural, Serviços (artesanal), captação
Câmara Municipal de Ubatuba	Cultural, Barracas, INFRA, Comunicação, A&B, Serviços e Captação (alternativa: Captação)
Fundação Florestal / PESM Núcleo Picin- guaba / SMA&ICMBio	Serviços, comunicação e infraestrutura
Secretaria de Turismo do Estado de SP	Comunicação, captação e serviços (alternativa: PMU)
Secretaria da Cultura do Estado de SP	Comunicação, captação e serviços (alternativa: PMU)
Polícia Rodoviária Federal	Infraestrutura, segurança e comunicação
Empresas Privadas / Empreendedores— atuantes na Praia e/ou doadores poten- ciais	atuantes da FESTA e/ou doadores potenciais: A&B, Captação, Cultural e Serviços (alternativa: PMU)
Polícia Militar	Segurança
SEBRAE-SP	Cultural, comunicação, serviços, barracas e captação (alternativa: PMU)
Associação Cun- hambebe	Capacitação e monitoramento

Externalidades

Este Plano é focado em viabilizar a realização do Festival Caiçara, conduzida pela Associação dos Moradores do Bairro, com destaque para os aspectos culturais e ambientais da comunidade. O negócio tem como premissa implementar os 3Rs: Reduzir + Reciclar + Reutilizar - no Receptivo, na comunidade e junto a fornecedores. Outra ação geral no plano operacional é o respeito integral às demandas e às necessidades da comunidade, usando como ferramentas o controle participativo e detalhado de despesas e receitas, além do monitoramento amplo, imediato e transparente tanto por parte dos gestores, como da comunidade e visitantes. Para facilitar o processo, a análise das externalidades positivas e negativas iniciada neste projeto. No caso deste plano, substituiu-se externalidades negativas por externalidades em estudo, que devem ser referenciadas e estudadas pela comunidade durante a sua implementação.

Externalidades positivas relacionadas ao Festival Caiçara:

- 1. Infraestrutura, a exemplo de: energia elétrica, Internet móvel, telefonia fixa/móvel;
- 2. Acesso para carro, vans e ônibus;
- 3. Base para PRODUTO TURÍSTICO: hospedagem, informação e serviços (mergulho, náutica);
- 4. Festa organizada de forma participativa, com retorno para toda comunidade;
- Patrimônio cultural prontamente utilizável no contexto da FESTA (a exemplo da AMAPICIN – Associação dos Maricultores de Picinguaba e do IPEMA);
- Patrimônio ambiental (Serra do Mar, praias, PESM, Área Natural Tombada/1983 etc.) "enquadrando" a Vila.

Externalidades em estudo (?):

- Base para PRODUTO TURÍSTICO: integração de bares e restaurantes locais com a FESTA, definindo sistema de remuneração de barracas de Alimentos e Bebidas para a comunidade, por meio da Associação;
- Integração com regramento ambiental e respectiva estrutura de gestão;
- Sistema de estacionamento: dependência das marés e clima, número reduzido de vagas e estrutura de estacionamento;
- Infraestrutura deficiente: assistência – médica / ambulatorial / ambulância, sanitários / destinação de efluentes e limpeza / destinação de resíduos;
- 5. Gestão da FESTA: sobrecarga de equipe gestora;
- Espaço para festa e áreas de apoio: dependência de clima e maré, alternativa privada negociada de forma emergencial;
- Uso de transporte individual: ausência de sistema coletivo suficiente;
- Possibilidade de melhoria no planejamento do espaço da Vila para a FESTA;
- 9. Balneabilidade das águas: melhoria necessária no indicador;
- 10.Dependência de fatores externos à Vila no estabelecimento de parcerias e apoios.

Adequação Legal

Outra questão importante no Plano Operacional é a adequação legal do receptivo a Legislação pertinente. O Grupo Gestor deve realizar consultas formais e manter sistema atualizado e adequado em relação a:

Legislação / Normativa Federal.
 Exemplos, em lista não completa:
 Código de Trânsito, Código Civil

- (contratos, responsabilidade etc.), SNUC, Cultura, ANVISA, Tributária, Eventos, Saúde, Lei Geral de Turismo, Cultura, ECAD, ECA, ABNT, Mata Atlântica, Consumidor, Esporte e Acessibilidade;
- Legislação / Normativa Estadual.
 Exemplos, em lista não completa:
 Bombeiros, Transportes, Segurança, Alimentos e Sanitária, Tributária, Mata Atlântica e SIGAP (UC SP);
- * Legislação / Normativa Municipal. Exemplos, em lista não completa: Alimentos e Sanitária, Estacionamento, Eventos, Transportes, Poluição Sonora e Tributária;

Ações para Realização da Festa (checklist)

Cabe à Coordenação Geral da FESTA, planejar, desenvolver, coordenar, monitorar e relatar as seguintes ações:

- ⇒ Definição da data em tempo hábil para preparação da FESTA (de maneira ideal, em até seis meses antes da época tradicional), deve-se definir o período de realização do evento;
- ⇒ Local: em tempo hábil para preparação da festa deve-se definir o local do evento, com autorização por escrito de todos envolvidos. De forma paralela, deve-se indicar local alternativo, da mesma forma;
- ⇒ Fluxo de Público (definição da capacidade): em tempo hábil para preparação da FESTA (de maneira ideal, em até seis meses antes da época tradicional), deve-se definir a capacidade / fluxo de público do evento. Preferencialmente, qualificando este público;
- ⇒ Equipes (definição dos participantes): em tempo hábil para preparação da FESTA (de maneira ideal, em até seis meses antes da época tradicional), deve-se definir as equipes responsáveis

- pela realização do evento, detalhando dados de cada participante, com a devida concordância dos citados
- ⇒ Definição do modelo de uso das barracas:), deve-se definir o modelo de uso das barracas do evento. Destacando quantidade, tamanho de cada, finalidade de cada, material de cada, responsáveis por cada e modelos de acordos / responsabilidades;
 - PS: Sugestão que no primeiro ano deste plano de negócios a Associação permaneça apenas com barraca de Bebidas;
- ⇒ Aspectos Legais, Licenças, Contratos: em tempo hábil para preparação da FESTA (ideal em até cinco meses antes da época tradicional), deve-se definir o arcabouço legal da FESTA, incluindo obtenção de licenças e elaboração / assinatura de contratos relacionados à realização do evento;
- ⇒ Contatos: deve-se definir a listagem completa de contato relacionados à realização do Evento;
- ⇒ Elaboração de Cartas, envio de correspondência, e-mails: devese elaborar correspondência (impressa e digital) e enviá-la, preparando completamente a realização do evento;
- ⇒ Controle Financeiro: em tempo hábil para preparação da FESTA (ideal em até cinco meses antes da época tradicional), deve-se definir o sistema de controle financeiro da realização do evento, iniciando esta ação imediatamente, com desenho de divulgação do mesmo, incluindo Orçamento Global, Orçamento Setorizado, Fluxo de Caixa, Balancete e Prestação de contas;
- ⇒ Captação de Recursos, Patrocínios e Parcerias: em tempo hábil para preparação da FESTA (ideal em até seis meses antes da época tradicional), deve-se definir o processo de captação de recursos, patrocínios e de parcerias voltados à realização do evento, envol-

- vendo: Prospecção de Patrocínio, Relatórios de Retorno e Seleção regular de notícias;
- ⇒ Operação das barracas: o cadastro, a adequação legal, a montagem, a desmontagem e o suporte às barracas devem ser iniciados em tempo hábil para preparação da FESTA (de maneira ideal, em até quatro meses antes da época tradicional). Destaquese operar segundo o desenho a seguir apresentado:
 - Número de barracas -Número mínimo de barracas: 01 para venda de Salgados; 01 para venda de Doces; 01 para venda de Bebidas da Associação; 02 para Jogos e Brincadeiras; 01 para IPEMA/ Associação; 01 para AMAPICIN/ Associação; Complemento: 01 para Compra de Fichas e informações.
 - Estrutura e padronização das barracas: inicialmente, trabalha-se com o "template" de bambu com cobertura de lona padronizada – 2 x 3 m (considerando a possibilidade de se aumentar padrão, principalmente barraca de bebidas);
 - Decoração: deve-se estabelecer padrão de decoração indicando ações desejadas e ações proibidas;
 - Definição de equipes de trabalho por barraca (considerando e destacando, com concordância de todos envolvidos: responsabilidades, dias, horários, suplentes e necessidades especiais eventuais);
 - Uniformes: sistema padrão de identificação das equipes e dos membros, e o reforço no uso de toucas, luvas e jalecos em Alimentos e bebidas, além de eventuais EPIs;
 - Dia e horário da montagem e desmontagem;
 - Definição de equipe de montagem, manutenção e desmontagem;

- Responsabilidades com limpeza das barracas e área de entorno, indicando equipes, horários, material de apoio e sistema de monitoramento, além de suplentes e eventuais EPIs;
- Detalhamento de 02 barracas para Jogos e Brincadeiras: definir jogos e brincadeiras; definir estrutura e equipamentos necessários; definir Equipe de Jogos e Brincadeiras, com horários, dias, responsabilidades e suplentes;
- * Detalhamento de 01 barraca para Compra de Fichas e informações ao Público (destaca de maneira complementar à venda de fichas): Confecção das fichas em valores de "moeda" criada especificamente para a FESTA (com equivalência em REAIS / R\$. Exemplo de nome da "moeda": CANOA) ou em valores em REAIS (R\$) (nas unidades de: 1, 2, 5 e 10) - devidamente identificadas (para evitar fraudes), protegidas e inventariadas. Além de: impressão, carimbo da Associação e assinaturas atestando autenticidade; sistemas de Distribuição e de Coleta; responsabilidade geral sobre sistema de fichas, com detalhamento da equipe de fichas e informações.
- * Detalhamento de 01 barraca para IPEMA (junto com Associação para o primeiro ano do plano de negócios): definição de Contato IPEMA, com suplência, com acordo dos envolvidos quanto à presença na totalidade da FESTA, de sua preparação, do desmonte das barracas e de seu monitoramento, além da demais regras gerais, como sistema de identificação, uniformes, trato de alimentos etc., além de eventuais necessidades especiais; definição contratual de produtos, com sistema de preços, estoque, práticas de reposição etc.

- * Detalhamento de 01 barraca para AMAPICIN (junto com Associação para o primeiro ano do plano de negócios): definição de Contato AMAPICIN, com suplência, com acordo dos envolvidos quanto à presença na totalidade da FESTA, de sua preparação, do desmonte das barracas e de seu monitoramento, além da demais regras gerais, como sistema de identificação, uniformes, trato de alimentos etc., além de eventuais necessidades especiais; definição contratual de produtos, com sistema de preços, estoque, práticas de reposição etc.
- * Detalhamento da barraca de Bingo (realização nos dias 2 e 3 da FESTA): definição da equipe do bingo, incluindo venda de cartelas e preparação de prendas-10 binguetes e limpeza / montagem / desmontagem / manutenção; detalhamento dos horários no período das tardes de sábado e de domingo; "canto" a partir do palco com aparelhos comprados / alugados; compra / confecção de cartelas - devidamente identificados (para evitar fraudes), protegidos e inventariados; material para marcação de números (canetas ou lápis); 100 cadeiras em frente (alugadas / compradas / emprestadas); campanha de arrecadação de "prendas" junto a moradores e parceiros; preparação de "prendas".
- * Detalhamento da barraca de Bebidas (Barraca da Associação): definição de Tipos e respectivas Quantidades de bebidas inventariando material comprado, e preparando eventual reposição de estoque; definição participativa e contratual de Consignação/ Compra junto aos Fornecedores: selecionados e suplentes para emergências; definição e realização de armazenagem e proteção; preparação de bebidas, com nor-

mas de higiene; preparo, limpeza e manutenção de: Equipamentos e Utensílios; definição de Outros Ingredientes; definição de procedimentos em acidentes — envolvendo inventário.

- * Detalhamento da barraca de Alimentos: definição de salgados e doces; definição participativa e realização de contato com fornecedores das comunidades, incluindo: quantidade e normas de higiene, apresentação, armazenamento e transporte;
- Definição participativa e contratual de Consignação/ Compra.
- Definição de Sistema de Preparação de Alimentos, destacando normas, contratos, equipamentos e utensílios.
- ⇒ Definição de Sistema de Venda, com respectivo sistema de controle participativo.
- ⇒ Infraestrutura
 - * Segurança (polícia e equipe);
 - * Limpeza (durante e pós);
 - * Atendimento Médico;
 - * Elétrica;
 - * Hidráulica;
 - * Estacionamento;
 - * Acesso;
 - * Sinalização;
 - * Manutenção;
 - * Sanitários.

PS: Em cada caso, com sistema alternativo e acordos específicos, definidos na comunidade de forma participativa.

Estrutura organizacional

Para que a Associação não fique sobrecarregada, é importante a implantação de uma equipe gestora. Sete funções foram identificadas, caracterizadas pelo organograma e tabela a seguir.

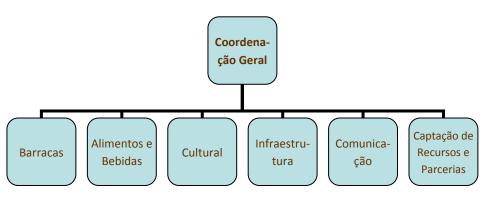


Figura 1: Organograma da equipe gestora.

	1	
Cargo /	Quatida-	Atribuições / Habilidades
Função	de neces-	
	sária	
Coor-	2	- Responsável geral pela festa – com reforço
denação		em planejamento, monitoramento e captação
Geral		- Capacidade de liderança
		- Maturidade pessoal e profissional
		- Experiência em eventos
		- Habilidade em solução de conflitos
		- Boa comunicação com a comunidade
		-Experiência financeira
Alimentos	1	Contato com fornecedores
e Bebidas		- Organização
	1	- Boa comunicação com a comunidade e ato-
Barracas		res externos
		- cadastro, adequação legal, montagem, des-
		montagem, bingo e suporte
Infraestru-	2	Boa comunicação com a comunidade
tura		- Boa comunicação com atores externos
		- Conhecimento da infraestrutura local: sanitá-
		rios, estacionamento, energia elétrica, água,
		Internet, telefonia, acessos e segurança)
		- Boa capacidade em resolver problemas
Cultural	1	- Contato com fornecedores
		- Contato com comunidades da região
		- Boa comunicação com a comunidade e atores
		externos
Comuni-	1	- Boa comunicação com a comunidade e atores
cação		externo
Captação	1	- Boa comunicação com a comunidade e atores
		externos

Tabela 03: Cargos / funções: atribuições e habilidades necessárias

Plano de marketing

Produto

Em relação ao produto, o posicionamento deve levar em consideração os seguintes aspectos que devem acompanhar toda ação de comunicação:

- Festival caiçara, com barracas de comidas e bebidas típicas, apresentações culturais e esportivas, com valorização do modo de vida caiçara.

<u>Preço</u>

A política será definida pela Equipe Gestora e deverá ser seguida por todos. A associação cobrará uma taxa de concessão de uso das barracas, com valor sugerido de R\$ 150,00 por barraca.

Comunicação e Promoção

A comunicação deve focar as redes sociais, a partir do uso das ferramentas especificas, mas também será usada a comunicação tradicional: folheteria, faixas e cartazes. Como reforço, sugerimos o uso de email marketing para os órgãos competentes, meios de comunicação da região, meios de hospedagem, moradores e proprietários de segunda residência:

- Criação e divulgação de "site";
- Criação e manutenção de página no Facebook;
- Criação de Perfil no Instagram;
- Elaboração de pautas para postagem nas mídias sociais;
- E-mail marketing;
- Assessoria de imprensa contato com mídia regional + elaboração de releases: Associação;
- Divulgação nas comunidades;
- Divulgação nas rádios locais;
- Elaboração de cartazes e faixas.

Estratégia de marca

A utilização de uma marca é de grande importância para o negócio para o desenvolvimento de uma identidade a ser vista pelos consumidores. Neste sentido, a marca Festival Caiçara de uma vila caiçara típica, com apelo social e ambiental, voltado ao público local (municipal) e ao público visitante que tenha enfoque em tradicionalidade – com reflexo na simplicidade das soluções.

Complementarmente à marca da comunidade/cooperativa é bastante interessante a utilização, nos materiais de comunicação visual, das marcas das entidades apoiadoras, como instrumento para o aumento da percepção de qualidade e valor dos consumidores e demais atores do ambiente de negócio.

<u>Público</u>

- Origem: moradores locais, bairros vizinhos e município, proprietários de segunda residência e turistas;
- Tipo: famílias, grupos de amigos, casais ou solteiros;
- Faixa etária: Crianças / jovens / adultos.

Plano de implementação

Cronograma de atividades

Tabela 04: Cronograma de Atividades.

Atividades			Mês	Mês	Mês	Mês
		1	2	3	4	5
1	Organização Desenvolvimento opera- cional	х				
2	Implementação da Equipe Gestora do Receptivo	х	X			
3	Definição de Externalidades	х				
4	Atendimento aos Aspectos Legais	х	Х	Х		
5	Definição do Quadro de Parceiros da	х	х	х		
6	Definição e Início de Execução do Plano Operacional		х	х	х	
7	Avaliação final					Х

Resumo de plano financeiro

Despesas e Receitas

Em relação aos dados de despesas e receitas, os dados que temos é de 2009, com um total arrecadado de R\$ 58.82,50 durante a festa (aluguel de barracas, bingo e venda de bebidas na barraca da Associação) e despesas de cerca de R\$ 2.800,00. Com um credito gerado de quase R\$ 3.300,00.

Investimentos

Os investimentos, sem prejuízo da

participação de outras fontes, especialmente da Prefeitura Municipal de Ubatuba, cuja presença é fundamental, consistem em:

- ⇒ Palco completo (decoração, som, energia, luzes, som, montagem, cobertura, desmontagem, autorização e segurança): R\$ 20.000,00 (Fonte: PMU e Barraca da Associação, além de doações por meio da Associação);
- ⇒ Programa cultural/esportiva completo: R\$ 20.000,00 (Fonte: PMU e Barraca da Associação, além de doações por meio da Associação);
- ⇒ Despesas gerais (locomoção,

telefone e demais despesas "em coordenação"; locação de equipamentos; elaboração de contratos; aluguel de equipamentos, material para bingo; suporte de saúde; Internet sem fio; taxas; pós-evento) e Fundo Emergencial: R\$ 10.000,00 (Fonte: Barraca e bingo da Associação e doações por meio da mesma).

- ⇒ Despesas com comunicação digital: R\$ 1.000,00 (site, email mkt e uso de redes sociais)
- ⇒ Despesas com comunicação impressa e outros meios de divulgação: R\$ 3.800,00 (flyer, cartazes e faixas).
- ⇒ Despesas com infraestrutura: estacionamento, banheiro químico, material de limpeza, segurança: R\$ 3.000,00.
- ⇒ Despesas com prendas para bingo: R\$ 1.900,00.
- ⇒ Despesas com ajuda de custo para 10 pessoas por dia: R\$ 2.400,00.

Tabela 05: Investimento.

Item	Valor em reais
Comunicação digital	R\$ 1.000,00
Comunicação impressa e divulgação	R\$ 3.800,00
Palco	R\$ 20.000,00
Despesas gerais	R\$ 10.000,00
Programação cultural	R\$ 17.900,00
Infraestrutura / Segurança Limpeza / Banheiro químico Ajudantes	R\$ 3.000,00
Prendas para Bingo	R\$ 1.900,00
Ajuda de custo para 10pessoas	R\$ 80,00 dia x 4 dias R\$ 2.400,00
Total	R\$ 60.00,00

Fontes

FONTE 1: Prefeitura Municipal de Ubatuba – fundamental presença, a negociar contribuições: palco, programação cultural, saúde, transporte, segurança, limpeza...

FONTE 2: Câmara Municipal de Ubatuba – em aberto / para adicionar

FONTE 3: Outros parceiros – em aberto / para adicionar (ex.: patrocinadores)

FONTE 4: Doações para a Associação (PJ/PF) – em aberto / para adicionar

FONTE 5: Bingo – R\$ 10.000,00 (R\$ 10,00/cartela para 1.000 participantes)

FONTE 6: Taxa das Barracas de Terceiros e patrocínios para as mesmas — R\$ 2.500,00 (sendo R\$ 150,00 para cada barraca, como taxa, e R\$ 1.900,00 como patrocínio, no mínimo)

FONTE 7: Barraca da Associação (único local para bebidas; artesanato e produção local) — R\$ 55.000,00 (3.000 participantes: R\$ 12,00 em líquidos / por participante em 3 dias, gerando R\$ 36.000,00, cabendo o restante para patrocínios voltados a toda feira — R\$ 19.000,00).

Avaliação

Com uma proposta arrojada, ciente do potencial do nome "Picinguaba", e diante dos retornos previstos pelo evento (preservação cultural e manutenção da Vila), cruza-se fontes diversas para retorno em apenas um ano, com retorno de 1,33% de expectativa

Bibliografia

INSTITUTO POLIS. RESUMO EXECU-TIVO DE UBATUBA. Disponível em: http://litoralsustentavel.org.br/wpcontent/uploads/2013/11/Resumo-Executivo-de-Ubatuba-Litoral-Sustentavel.pdf

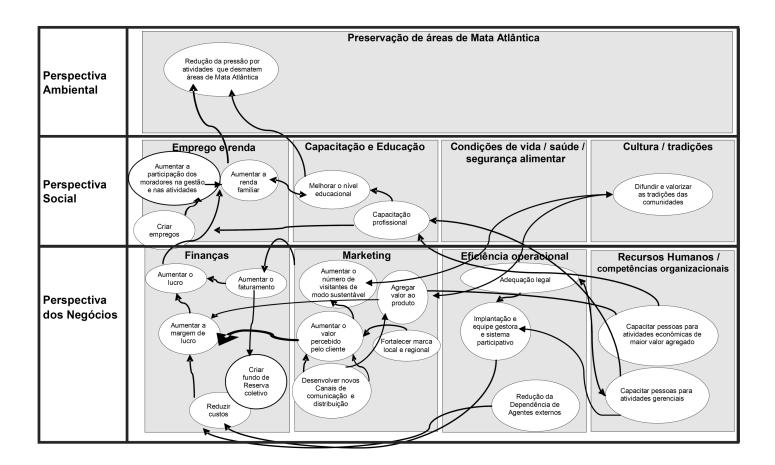
PASCHOAL, C. R. Inventário Turístico uma Proposta mercadológica utilizando como case o município de Ubatuba. Taubaté: Universidade de Taubaté.

SIMÕES, ELIANE. O dilema das decisões sobre populações humanas em Parques: jogo compartilhado entre técnicos e residentes no Núcleo Picinguaba. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 2010. Tese (doutorado).



Mapa Estratégico e Tabela de Sistema de Indicadores de Desempenho

O mapa estratégico elaborado apresenta objetivos a serem alcançados e as relações de dependência entre eles. É composto por três perspectivas: a ambiental, a social e a do negócio, estando elas separadas para efeito de planejamento, mas totalmente integradas quanto aos efeitos interdependentes de seus elementos.



Objetivos de um Mapa Estratégico:

- demonstrar uma visão integrada dos diversos elementos que compõem a estratégia, identificando suas inter-relações;
- · oferecer uma visão dos impactos do negócio nas dimensões social e ambiental (incorporação de 'externalidades');
- elaborar um sistema de indicadores para o monitoramento e o gerenciamento da evolução no alcance dos objetivos estratégicos.

A partir do mapa estratégico foi elaborada a tabela de indicadores de desempenho, considerando as mesmas perspectivas (ambiental, social e do negócio), para facilitar o monitoramento e a gestão da evolução do empreendimento.

	Į.	Descrição	Método de cálculo	Observação
Perspectiva Ambiental		Redução da pressão por atividades que desmatem a Mata Atlântica	Área preservada, ha, nos anos seguintes / área preservada, ha, 2015	
		Renda média familiar da comunidade	Renda total da comunidade / total de famílias	
Perspectiva Social	Emprego e renda	Quantidade de "empregos/atividades" criados	Quantidade de pessoas com atividades/empregos nos anos seguintes / qtde. em 2015	
		Quantidade de moradores participantes na gestão da atividades	Quantidade de pessoas moradores com participação na gestão das atividades nos anos seguintes / qtde. em 2015)	
		Criação / diversificação das atividades na comunidade	Quantidade de tipos de atividades nos anos seguintes / Qtde. de tipos de atividades em 2015	Identifica e avalia a evolução da quantidade e tipos de atividades existentes na comunidade
	Cultura/ tradições	Difundir e valorizar as tradições das comunidades	Quantidade de atividades culturais realizadas nos anos seguintes e quantidade de visitantes nas festas nos anos seguintes / qtde de atividades culturais realizadas nos anos seguintes e quantidade de visitantes nas festas nos anos seguintes em 2015	
	Capacitação e educação	Quantidade de oficinas de capacitação Quantidade de horas de oficinas de capacitação Quantidade de pessoas capacitadas nas oficinas	Quantidade de oficinas de capacitação realizadas Quantidade de horas de oficinas de capacitação realizadas Quantidade de pessoas capacitadas nas oficinas realizadas	
		Capacitação de pessoas para atividades econômicas de maior valor agregado	Quantidade de pessoas capacitadas	
		Capacitação para atividades gerenciais	Quantidade de pessoas capacitadas	

		Descrição	Método de cálculo	Observação
Perspectiva do Negócio	Eficiência operacional	Redução da dependência de agentes externos	Quantidade de competências desenvolvidas pela comunidade para gerir sozinhos as atividades / qtde. de competências identificadas em 2015)	Ex: atividades de vendas, informática, negociação, etc.
		Adequação legal	Quantidade de normas legais cumpridas (anos seguintes) / normas legais cumpridas em 2015	
		Implantação a equipe gestora	Quantidade de equipes implantadas e cargos/ equipes em 2015	
	Marketing	Aumento do numero de visitantes de modo sustentável	Volume de visitantes por produto por ano/ mês / volume em 2015	
		Aumento do valor agregado do produto	Preço médio dos produtos por ano / preço médio em 2015	
		Desenvolver novos canais de comunicação e distribuição	Quantidade de canais de comunicação e distribuição/ quantidade em 2015 Número de seguidores nas redes sociais Número de compartilhamentos Número de retornos a emails, emails marketings enviados	
		Fortalecer marca local e regional	Criação do selo regional	
	Finanças	Aumento do faturamento das associações	Faturamento agregado nos anos seguintes / faturamento em 2015	
		Redução do custo dos produtos	Gasto total agregado com produtos nos anos seguintes / gasto agregado em 2015	
		Criar fundo de reserva	Total fundo de reserva nos anos seguintes/ fundo de reserva 2015	
		Evolução do lucro dos produtos e festas	lucro agregado nos anos seguintes / lucro em 2015	

Resumo

O Plano de Negócio da Vila da Picinguaba tem como objetivo auxiliar no planejamento e realização da Festa Julina, agora denominada de Festival Caiçara — marcando o caráter de preservação cultural deste evento. Esta festa ainda pretende gerar recursos para manutenção da infraestrutura do bairro, pois essa é uma necessidade local.

A comunidade tradicional caiçara da Vila é formada por cerca de 320 moradores. Além da atividade pesqueira e da maricultura, o turismo é outra fonte de renda importante da comunidade.

A vila é um local muito agradável e de grande beleza natural. Os barcos dos pescadores e os ranchos de canoa, em frente a praia, trazem à comunidade uma atmosfera toda especial, que remete ao passado, em que essas comunidades caiçaras que viviam à beira mar se dedicavam a ele quase que integralmente, construindo saberes e práticas de grande riqueza. Além das praias, a comunidade oferece ao turista, passeios de barcos e aluguel de equipamentos para mergulho e prática de esportes, como por exemplo, caiaque e *stand up*. Atualmente a comunidade conta com restaurantes, bares, pousadas e inúmeras casas para aluguel.

A Associação de Moradores organiza, desde 2006, uma Festa Julina, com apoio da Prefeitura Municipal, e diversos outros parceiros. Com o passar dos anos, o público local, de aproximadamente 500 pessoas foi aumentando com a participação dos moradores dos bairros vizinhos e de outras localidades do município. A festa tem como principal objetivo a preservação da cultura caiçara, e por esse motivo, recebeu em 2015 o nome de Festival Caiçara. Na Festa o visitante pode experimentar um pouco da culinária típica local, com pratos doces e salgados que combinam ingredientes da pesca e da agricultura local, em que a banana verde se mistura com o peixe e oferecem aos turistas um pouco do sabor local desse povo. A programação da festa conta com manifestações populares como a tradicional Quadrilha da comunidade, o Fandango Caiçara, a Congada de Bastões, entre outros grupos de cultura popular e outras atrações artísticas do município e da região. Além das atrações culturais e gastronômicas, uma série de esportes e brincadeiras integram a programação da festa, como por exemplo, corrida de canoa, corrida de saco, campeonato de pipa, torneio de peteca, entre outras. O que une a comunidade em torno da organização dessa festa é que todo o dinheiro arrecadado com as barracas, venda de produtos e bingo é revertido para manutenção da limpeza da Vila ao longo do ano.

O Plano da Picinguaba prevê implantação de uma equipe gestora, planejamento por meio de um check-list, captação de recursos e patrocínios e envolvimento dos inúmeros atores, otimizando sua organização. Para isso, foi concebida uma equipe gestora com funções definidas e claras, um controle participativo e detalhado das despesas e receitas, monitoramento amplo, imediato e transparente para os gestores e para a comunidade, busca de patrocínios e ampliação da divulgação do evento, tanto em mídia impressa quanto digital.

A maior parte das comunidades da região estão focadas na preservação de suas práticas culturais. A Festa Julina da Picinguaba se insere dentro desse processo e se apresenta como mais um importante elemento de preservação da cultura tradicional da região. É na festa que se oferece a produção agrícola, os peixes e mariscos e as diversas combinações possíveis entre eles, onde os grupos de música e dança tem a oportunidade de apresentar seus trabalhos, enfim, um momento de trocas e fortalecimento cultural. As comunidades sabem a dificuldade de se realizar esse tipo de evento, contando com pouco recurso e apoio do poder público e privado, e por isso, o Plano tem sua importância, a medida que contribui para subsidiar e otimizar a organização dessa importante festa local/regional.