



Órgão/Entidade Proponente Instituto de Gastronomia Cultura e Turismo Panela de Barro			CNPJ 24.063.391/0001-51
Endereço Rua Muniz Freire, 79			
Cidade Castelo	UF ES	CEP 29.360-000	DDD/Telefone (28) 99886-4949
Conta Corrente 30366504	Banco 021 - Banestes	Agência 116	Praça de Pagamento Banestes - Agência Castelo
Nome do Responsável Alessandro Adrelle Eller Dias			CPF 031.949.207-90
CI/Órgão Exp 1186402 SESP ES	Cargo Representante Legal	Função Presidente	
Endereço Rua Francisco Rubim, 176, Bento Ferreira, Vitória/ES, Ed. Ilhas Gregas			CEP 29.050-680

DADOS CADASTRAIS

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY	Período de Vigência	
	Início 11/08/2022	Término 14/08/2022
Identificação do Objeto: Convênio entre a Prefeitura Municipal de Aracruz, especialmente no que concerne à realização do FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY		

1 – APRESENTAÇÃO

Nunca se degustou tanto este assunto como atualmente. Este segmento chega a movimentar quase 10% da economia mundial, segundo dados do Banco Mundial.

Nos últimos anos observa-se um retorno das famílias a cozinha, buscando preservar sua identidade e também pela necessidade de uma alimentação mais saudável.

O “II FESTIVAL GASTRONÔMICO ARACRUZ SABORES 2022” tem na base de sua concepção a difusão da culinária da região rica de Aracruz, capaz de integrar e ainda preservar os traços da cultura Italiana, portuguesa, além da cultura indígena, abrigando tribos da etnia Guarani e Tupi, criando um ambiente miscigenado capaz de fomentar um turismo de cunho cultural rico, promovendo a utilização dos “recursos da terra”.

Sabedores do grandioso potencial desta região para o turismo, pela importância histórica na imigração do solo Espírito-santense, por meio do Rio Piraquê-Açu, suas aldeias indígenas, as águas claras de suas praias, formações rochosas, e que este se faz de uma boa gastronomia, buscando conectar-se as tendências do mercado, visando atingir uma fatia crescente que busca cada vez mais o segmento gastronômico formando um cenário paradisíaco, a Barra do Sahy, foi o cenário escolhido para esta segunda edição do **FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY**.

Este Festival já traz um formato diferenciado e por isso inovador, com atrações gratuitas realizadas ao ar livre e também dentro dos empreendimentos participantes, dando destaque as aulas show de gastronomia, música capixaba de qualidade, atrações culturais, principalmente indígenas, passeios com degustação apropriando-se do Rio Piraquê-Açu, sarais e jantares nas pousadas e restaurantes participantes, muita cultura e entendimento. Pretende-se ampliar o olhar sobre Aracruz, integrando o bucolismo da natureza exuberante já existente, a cultura indígena e organizando e ampliando a oferta turística, por meio da construção participativa, envolvendo todos os atores em parceria com as instituições do território, de forma a congrega os anseios destes, elevando os níveis de competitividade desse destino turístico.

A Gastronomia ajuda a contar e preservar a história de um povo!

A condução da cozinha deste evento, estará sob a responsabilidade do renomado Chef Alessandro Eller (Apresentador do reality show “Chef de Família” – TV Vitória – Rede Record, Coordenador da Graduação e Pós-graduação da Gastronomia da UVV, eleito embaixador da Gastronomia Capixaba – Prêmio Dólmã, Integrante da Banca do MEC para



avaliação de Cursos de Gastronomia no território nacional, presidente do Instituto Panela de Barro), com o **objetivo** é levar Aracruz a ser um destino referência no primeiro momento estadual e depois Nacional em Gastronomia, a exemplo de Tiradentes em Minas Gerais e Santa Teresa no ES, além de valorizar os produtos locais, como o pescado, massas, licores, derivados de leite, artesanato e gerar oportunidades de negócios, ampliando a renda dos empreendedores e colaboradores, organizando a oferta turística em parceria com as instituições do território, se apropriando do “Caminhos da sabedoria”.

2 – JUSTIFICATIVA

De acordo com o Ministério do Turismo, a gastronomia está cada vez mais presente no turismo brasileiro. O número de viajantes que arruma as malas com destino aos festivais gastronômicos é cada vez maior. Os gastos com alimentação estão entre as principais despesas dos turistas brasileiros, atrás apenas do transporte, de acordo com pesquisa do Ministério do Turismo. Reconhecida a força que tem a gastronomia para impulsionar uma ampla cadeia produtiva, há que se estabelecerem estratégias adequadas para interfacciar esses segmentos e subtrair os maiores resultados qualitativos e quantitativos possíveis.

O Estado conta com crescente oferta de serviços e produtos e excelente Infraestrutura, com capacidade de hospedagem de 11,4 mil pessoas na região metropolitana, com excelentes hotéis e rede de restaurantes. O Estado é o sexto no País em turismo de eventos e negócios e esse setor aumenta a cada ano, tendo em vista o desenvolvimento crescente do Espírito Santo e por ser lugar que oferece preços competitivos para a realização de eventos. Esse constante fluxo de turistas de negócios no Estado estimula os municípios interioranos a se preparem para proporcionar lazer e descanso para esse público crescente, onde vale ressaltar o município de Aracruz pela proximidade com a Grande Vitória.

2.1 GASTRONOMIA

Nenhum extrato social, classificado por qualquer critério, ignora a importância motivacional que tem a alimentação em aspectos que vão desde uma simples escolha de passeio até a fixação em determinada região. Reconhecida a força que tem a gastronomia para impulsionar uma ampla cadeia produtiva, há que se estabelecerem estratégias adequadas para interfacciar esses segmentos e subtrair os maiores resultados qualitativos e quantitativos possíveis.

Desde a estruturação das etapas deste projeto/evento até a sua minuciosa fundamentação, procurou-se clarear as suas interfaces no campo da economia, cultura, desenvolvimento profissional, turismo, entre outros.

2.1.1 - O MERCADO GASTRONÔMICO BRASILEIRO

A partir dos anos 80, a Gastronomia viveu uma verdadeira revolução no Brasil. Saímos de um cenário estagnado, com restaurantes muito parecidos em que imperavam pratos regionais e receitas estrangeiras mal adaptadas, para chegarmos ao novo milênio com um leque de ofertas que engloba uma boa mostra da culinária mundial.

Ficaram no passado os cardápios insossos em criatividade, limitados nos ingredientes pelas restrições e taxas de importação e, no preparo, pela pouca técnica daqueles que heroicamente se tornaram cozinheiros na boca do fogão. Hoje, temos acesso a produtos do mundo inteiro e, nas nossas cozinhas comerciais, atuam um número cada vez maior de profissionais com formação acadêmica específica, adquirida no exterior e/ou, também, nas escolas e cursos profissionalizantes de Gastronomia que continuam a surgir no País. A cada dia, come-se melhor.

Os restaurantes e lanchonetes também mudaram. E não apenas na comida e no visual. De negócio familiar, administrado empiricamente pelos donos, passou a ser encarado e administrado como empresa e a cozinha deixou de ser lugar da mama para ser comandada por um profissional do ramo. Todas essas mudanças, que começaram pelos restaurantes de luxo, não ficaram restritas às casas estreladas, espalhando-se de forma generalizada. Mesmo os restaurantes de cozinha regional, guardiões da tradição e geralmente avessos a qualquer tipo de mudança, foram afetados pela nova onda. Ou seja, mesmo quem continua cozinhando a mesma coisa, o faz de forma diferente, mais apurada.

2.1.1.1 - O AUMENTO DA OFERTA

A mudança não ficou restrita aos cardápios e aos restaurantes e pode ser sentida em várias outras áreas, a começar pelos próprios ingredientes. Os supermercados, que no início dos anos 80, tinham em média 1.500 itens de alimentação nas prateleiras, têm, hoje, mais de 10.000 itens. Muito se deve à basca pelo alimento mais saudável, sempre tentando entender o que estamos comendo, fazendo com que a indústria alimentícia capixaba também se movimentasse, gerando novas oportunidades para a cadeia produtiva.



A Gastronomia também invadiu a mídia, tanto nos canais abertos, quanto nos Canais fechados, só se fala em comida. Os canais de comunicação também se ampliaram, inúmeros programas de TV e mesmo de rádio, além das páginas de Gastronomia na Internet, estão à disposição do público, facilitando o acesso e também aproximando às pessoas a esta temática.

Outra importante vertente da transformação por que passou, e segue passando, a Gastronomia Capixaba é a quantidade e variedade de eventos gastronômicos - festivais, apresentações, exposições, congressos, feiras de negócios, debates, concursos - que, também, acontecem de norte a sul. Cada vez mais segmentados, esses eventos atraem milhares de pessoas e geram mais que dinheiro e empregos, geram informação, agitando o mercado e contribuindo objetivamente para a disseminação de uma cultura gastronômica e para a formação e o aperfeiçoamento dos profissionais e dos consumidores do Estado e também do País

2.1.1.2 – INDICADORES

Devido a estes fatores, o número de viajantes que arrumam as malas com destino a um dos mais de duzentos festivais gastronômicos que ocorrem todo ano pelo país é cada vez maior. Os gastos com alimentação estão entre as principais despesas dos turistas brasileiros, atrás apenas do transporte, de acordo com a última Pesquisa de Turismo Doméstico do Ministério do Turismo (2012).

As cidades de Tiradentes (MG), Joinville (SC) e Brotas (SP) realizam festivais gastronômicos. Nenhuma delas nasceu com essa vocação, mas as três encontraram na gastronomia um reforço para seus atrativos turísticos. Tiradentes é uma das principais cidades históricas do país; Brotas, um importante destino de esportes de aventura e Joinville, uma cidade de arquitetura colonial alemã com um dos melhores índices de desenvolvimento humano (IDH).

A variedade de sabores e de novos chefs de cozinha aumenta ainda mais o apelo turístico de alguns destinos brasileiros. A gastronomia brasileira é considerada muito boa para 89% dos turistas brasileiros e 97% dos estrangeiros, de acordo com um estudo do Ministério do Turismo. "A gastronomia é uma das bases da estrutura do turismo para o lazer e para o negócio", explica o diretor do Departamento de Estudos e Pesquisas do Ministério do Turismo. "Outra boa notícia é que a vocação gastronômica de boa parte das cidades só agora começa a ser incorporada aos destinos. Ainda há muito a se conhecer".

Mas é preciso calma. O ramo tem seus riscos e, dentre eles, o que remete à uma percepção distorcida da realidade. O coordenador do curso de gastronomia da FMU, Marcelo Malta, destaca que tendências existem, como a cozinha saudável. Mas isso não quer dizer que o bar que vende o famoso prato feito não possa ganhar dinheiro. "O que as pessoas precisam entender é que isso é um negócio, independentemente se eu amo cozinhar. Posso ter diversos amores, mas o restaurante é uma empresa", alerta Malta.

No nicho da alta gastronomia, os empresários querem faturar fora do circuito das mesas. Para dinamizar receitas, oferecem serviços agregados como loja de refeições prontas, bufê para eventos e operações de baixo custo, com apenas serviços de balcão, sem garçons.

Vale ressaltar que a Gastronomia foi o seguimento que mais gerou emprego direto, principalmente para as pessoas de baixa renda. Fonte: [Valor Econômico Online](#)

2.2 – MUNICÍPIO DE ARACRUZ

ARACRUZ, localizado no litoral norte capixaba, o município de Aracruz iniciou-se como um aldeamento jesuíta denominado **Aldeia Nova**, à margem do rio **Piraquê-Açu**, em 1556. No decorrer de sua formação, o município teve diversos nomes como **Santa Cruz**, **Sauaçu** e por fim, **Aracruz**. A denominação **Sauaçu**, que em tupi-guarani significa *macaco grande*, foi dada ao local (hoje cidade de **Aracruz**) devido a região ser mata fechada e habitada por macacos de grande porte. Por não existirem na Itália, esses animais com suas algazaras atraíam a atenção de trabalhadores da região e principalmente dos imigrantes italianos estabelecidos no município.

2.2.1 - POPULAÇÃO E CULTURA

De acordo com a estimativa populacional do IBGE para 2022, Aracruz tem 104.942 habitantes, ocupando o posto de 10º município mais populoso do estado. A base produtiva era essencialmente rural, se destacando a pecuária, o café e a pesca. Nesse período, a população girava em torno de 12.000 habitantes e o Município era uma amostra fiel das características dos demais municípios do interior do Espírito Santo. Nesse sentido, este festival gastronômico visa impulsionar a gastronomia local valorizando os empreendimentos turísticos e a produção do Agroturismo local, consequentemente ampliando a oferta turística e consolidar o destino de Aracruz como referência em gastronomia no Estado do ES.



2.2.2 – TURISMO

Atualmente, Aracruz é muito procurado pelos turistas por causa de suas belas praias e belezas naturais.

Com economia emergente, devido ao seu ponto estratégico, e sua logística tem suas relações comerciais. Possuindo uma grande quantidade de indústrias abastecendo a sua economia, e possui até um porto que foi feito principalmente para o transporte do produto (celulose).

2.3 – IMPACTOS DESTE FESTIVAL GASTRONÔMICO NO TURISMO LOCAL E REGIONAL

Apesar de se destacar, principalmente pela localização, belas praias e uma economia forte, Aracruz apresenta gargalos que vem perdurando e que necessitam ser enfrentados rapidamente, quando o assunto é gastronomia.

A oferta gastronômica ainda é limitada diante do tamanho do município e do poder aquisitivo deste, principalmente para a oferta de alimentação noturna. A maior parte da oferta e a vida noturna necessita desenvolver diferencial competitivo, qualitativamente e quantitativamente, sem perder a identidade. Falta domínio das técnicas nos estabelecimentos, para transmitir a segurança necessária ao turista e cliente, impactando diretamente na decisão deste em adquirir os produtos ofertados, além da necessidade da difusão de técnicas ligadas a gastronomia para melhor aproveitamento dos ingredientes locais, enaltecendo sua origem indígena, italianas e coloniais, principalmente.

Para apropriar-se do potencial turístico e de geração de negócios, torna-se latente a promover ações que gerem inovação. Neste sentido, a gastronomia mostra-se como oportunidade de aproveitar os pontos fortes já consagrados, direcionando as ações a comercialização, ampliando em segundo momento, os mercados emissivos dentro do próprio Estado do Espírito Santo e regiões próximas dos Estados de Minas Gerais e Bahia, prioritariamente.

Diante destes fatos, o Instituto Panela de Barro e os demais parceiros estratégicos se integraram aos empreendedores do setor, apropriando-se deste forte destino do turismo no Estado do Espírito Santo, para buscar saídas inovadoras e diversificação gastronômica, motivação principal da elaboração deste projeto, na criação de novos negócios e principalmente na valorização dos produtos da terra e do mar, para promover o aumento do fluxo turístico durante todo o ano.

É preciso provocar o trade a inovar rapidamente!

3 – OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Promover a valorização e a divulgação do patrimônio material e natural de Aracruz, por meio da difusão de manifestações culturais e da culinária local, para elevar os níveis de competitividade do destino. Criar as condições para aprimorar, qualificar e fortalecer a identidade gastronômica municipal, com a promoção e estímulo a gastronomia baseada nos costumes locais, principalmente por meio dos produtos do agroturismo, pesca, agronegócio e agroindústria, capazes de gerar oportunidades de negócios aos empreendedores locais, organizando a oferta turística e as ações empreendedoras em parceiras com os circuitos turísticos já existentes, às instituições do território e demais parceiros estratégicos.

Objetivos Específicos:

- Ser o maior evento de expressão popular gastronômica da região de Aracruz;
- Fortalecer a cultura popular através das apresentações artísticas, como teatro, da dança, capoeira e da música, enfatizando a contribuição do indígena para identidade cultural de Aracruz;
- Fortalecer o turismo de Aracruz, por meio de sua gastronomia e suas manifestações artísticas e culturais;
- Incentivar os empresários locais e participantes do Festival, a aprimorar o atendimento ao cliente e a apresentação dos pratos servidos aos visitantes e turistas;
- Estimular o consumo dos produtos locais, em especial o pescado e ingredientes locais, por meio das aulas show de Gastronomia;
- Estimular a integração da cadeia produtiva do turismo, por meio da construção do Guia Gastronômico com os restaurantes e meios de hospedagem;
- Ampliar de maneira qualificada o fluxo turístico na região com a melhor apresentação dos negócios, produtos e serviços, realização de apresentações musicais e culturais que elevem o nível dos clientes/turismo;
- Qualificar os empreendimentos de alimentação;
- Valorizar os produtos da terra, por meio do consumo dos ingredientes dos pratos inseridos no festival;
- Oferecer pratos a preços promocionais e em formato de degustação, de modo atingir principalmente a classe média, que vem cada vez mais buscando conhecer os Sabores Capixabas.



4 - IDENTIFICAÇÃO DA AÇÃO OU OBJETO A SER EXECUTADO

Realização de **OFICINAS DE QUALIFICAÇÃO** (Métodos apropriados para preparo e conceituação sobre as práticas gastronômicas cafés especiais; Utilização das mídias sociais na alavancagem do negócio; com abordar o cliente à mesa; Técnicas gastronômicas, Apresentação de pratos);

Realização do **II FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY**, com pratos promocionais nos estabelecimentos participantes, onde os turistas e demais interessados poderão degustar os pratos confeccionados pelos empreendedores locais com a supervisão dos chefs;

Realização de **AULAS SHOW DE GASTRONOMIA** com Chefs Capixabas de renome e também Chefs com renome Nacional, além de cozinheiros locais com apresentação gratuita;

Atrações **MUSICAIS** de boa qualidade e gratuitas;

ENCONTRO CAPIXABA DE CERVEJAS ARTESANAIS;

Aula Show de Gastronomia para crianças – ESPAÇO KIDS, onde as mesmas irão aprender a montar os lanches, fazer biscoitos com a orientação da Chef;

Realização de **FEIRA DE ARTESANATO E PRODUTOS DO AGROTURISMO E DA AGROINDÚSTRIA DA REGIÃO**, integrando toda a Região em um só local;

5 – SEGMENTO DE PÚBLICO A SER ATINGIDO

Público-alvo:

- Pequenos produtores, notadamente aqueles com produção familiar que tenham capacitação para fornecimento regular e com qualidade para os restaurantes;
- Empreendimento ligados à área de alimentos e bebidas;
- Agroindústrias, Agricultura Familiar e Artesanato;
- Serviços e comércio em geral e meios de hospedagem;
- Empresas fornecedoras de equipamentos, bens e insumos para os restaurantes, em processo complementar aos pequenos produtores.

Mercado-alvo:

- População em geral, principalmente em virtude do conjunto de atrativos, do seu período de duração e da natureza do projeto, com enorme e variado público, composto por ampla faixa etária, abrangência regional e diversidade cultural;
- Clientes vindos do Norte, noroeste do Espírito Santo e Grande Vitória, em especial região dos imigrantes, turista vindo do leste de Minas Gerais, e também atrair público de Estados vizinhos, como Rio de Janeiro e Bahia, apropriando-se da ampla divulgação por meio de redes sociais, rádio, televisão e jornais. Espera-se que com a divulgação do evento, o **FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY** receba até 15.000 pessoas, durante todos os dias do Festival.

6 – RESULTADOS QUALITATIVOS E QUANTITATIVOS

- Expectativa de ocupação de 100% da Rede Hoteleira forma da região próxima ao evento;
- Expectativa de ampliação de 60% da ocupação nos bares e restaurantes participantes no período do Festival;
- Exposição de Aracruz de maneira positiva no cenário gastronômico nacional, como polo turístico e consolidação da imagem deste município como referência em turismo para todo o ES;
- Fomentar o cliente que está cada vez mais buscando por experiência associadas à produção local;
- Agregar conhecimento pelos empresários, produtores rurais e profissionais que atuam no setor;
- Divulgar das riquezas gastronômicas e culturais do estado;
- Divulgar e promoção dos estabelecimentos e dos produtos locais;
- Minimizar os efeitos da baixa temporada turística.

7 – METAS

METAS	PRODUTOS	RESULTADOS ESPERADOS
Ocupar 20 Estandes dos estabelecimentos participantes	Participação de 20 expositores do município	Oportunidade o acesso ao mercado pelos empreendedores, aproximando o produto do cliente final
Realizar 4 apresentações culturais/musicais	Inserir na programação do Festival atrações musicais e culturais regionais e locais.	Aproximar a população local da música e danças culturais, como forma de perpetuação destes
Capacitação de 20 expositores	Relatório fotográfico e lista de presença com pesquisa de satisfação	1-Utilização das mídias sociais na alavancagem do negócio; 2 – Eventos, um bom negócio; 3-Formas de abordagem do cliente à mesa; 4- Apresentação de pratos.
Realização Pesquisa de Satisfação junto ao público	Formulário da Pesquisa realizada junto ao público presente	Avaliar a satisfação do público em relação ao evento, identificando possibilidades de melhorias
Aula Show de Gastronomia	Realização de 6 Aulas Show com Chefs Renomados Capixabas	Transferir conteúdo a partir das técnicas, capacitando os presentes e despertando o interessante para os produtos locais

7.1 - METODOLOGIA/ESTRATÉGIA DE AÇÃO

1ª ETAPA – AÇÕES PREPARATÓRIAS: DEFINIÇÃO DO ESCOPO DO PROJETO

Sensibilizar os Stakeholders para estruturação e envolvimento do trade local;

Realizar oficinas junto aos parceiros para planejamento, desenvolvimento e validação das ações;

Apoiar a elaboração do Plano de Comunicação do Projeto, finalização dos layouts da comunicação;

Apoiar, monitorar e estabelecer os critérios para a mobilização dos empreendimentos envolvidos, com orientação sobre as informações pertinentes ao escopo do projeto, além de orientar quanto à identidade gastronômica local;

Monitoramento das ações.

2ª ETAPA – EXECUÇÃO DO PROJETO

Contratação de fornecedores para a execução dos serviços necessários para a realização do projeto com a construção e manutenção das ferramentas eletrônicas de divulgação do evento PLANO DE APLICAÇÃO PARA REDES SOCIAIS e MATERIAL IMPRESSO, com divulgação dos pratos, atrativos, programação do evento, como também dos empreendimentos participantes;

Acompanhar a montagem e desmontagem do evento, bem como a aplicação dos layouts, garantir a segurança, limpeza, ordenamento das ações;

Realização do FESTIVAL GASTRONÔMICO, com pratos promocionais serviços nos estabelecimentos participantes, onde os turistas e demais interessados poderão degustar os pratos confeccionados pelos empreendedores locais com a supervisão dos chefs; Realização de AULAS SHOW DE GASTRONOMIA com Chefs Capixabas, além de cozinheiros locais com apresentação gratuita; atrações MUSICAIS de boa qualidade e gratuitas; ENCONTRO CAPIXABA DE CERVEJAS ARTESANAIS; Aula Show de Gastronomia para crianças – ESPAÇO KIDS;

Realização da Feira do Agroturismo, Agroindústria e Artesanato;

FERIA DA AGRICULTURA FAMILIAR, AGROINDÚSTRIA ARTESANAL E ARTESANAL local;

Acompanhar presencialmente a execução das etapas de modo a garantir que este esteja em conformidade com o escopo construído de forma participativa com a comunidade local e Monitoramento das ações.

3ª ETAPA: AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO DOS IMPACTOS DO PROJETO:

Monitoramento das ações;

Construção do Relatório de impacto do evento;

Apresentar o relatório de impacto e finalização do projeto.



8- PROGRAMA PROPOSTA (A programação será construída e validada de forma participativa e tripartite (Prefeitura Municipal de Aracruz, Instituto Panela de Barro e Entidades do território e a iniciativa privada deste segmento)

11/08/2022 – Quinta-feira

LOCAL: BARRA DO SAHY

18:00 – Abertura oficial do Festival

Circuito Capixaba de Cervejas Artesanais

Cervejas Capixabas

ESPAÇO AO VIVO

19:00 – Fogo de Chão e Parrilla - Hambúrguer Artesanal

ESPAÇO ARTE & SABOR

Agroindústria Artesanal e Artesanato

PALCO PIRAQUEAÇU

19h Apresentação Cultural

21h Música Capixaba

12/08/2022 – Sexta-feira

LOCAL: BARRA DO SAHY

Circuito Capixaba de Cervejas Artesanais

Cervejas Capixabas

ESPAÇO AO VIVO

19h Fogo de Chão e Parrilla - Hambúrguer Artesanal

ESPAÇO ARTE & SABOR

Agroindústria Artesanal e Artesanato

LOCAL: COZINHA TUPINAGUÁ

18h Aula Show de Gastronomia sobre Cachaça

18h Aula Show sobre Cerveja Artesanal

19:20 – Aula show de Gastronomia

20:30 – Aula Show de gastronomia Chef de renome

PALCO PIRAQUEAÇU

19h Dança italiana

20h Apresentação Musical

22h Apresentação Musical

13/08/2022 - Sábado

14h Roteiro Guarani – Sob reserva

Passeio de Escuna até a **Aldeia indígena temática** com apresentação do Coral Guarani e comida indígena.

16h Atividades Esportivas

Circuito Capixaba de Cervejas Artesanais

Cervejas Capixabas

ESPAÇO AO VIVO

19:00 – Fogo de Chão e Parrilla - Hambúrguer Artesanal

ESPAÇO ARTE & SABOR

Agroindústria Artesanal e Artesanato

LOCAL: COZINHA TUPINAGUÁ

18:00 - Aula Show culinária Indígena

19:00 - Aula Show Chef de Cozinha

20:00 – Aula Show Chef de Cozinha

21:00 - Aula Show de gastronomia com o Chef de Cozinha

PALCO ACÚSTICO

18:00 – Apresentação Musical

19h - Apresentação do **Grupo Di Ballo Nova Trento** (Distrito de Guaraná)

21:00 – Apresentação Musical

14/08/2022 – Domingo

LOCAL: BARRA DO SAHY

14h Roteiro Guarani – Sob reserva

Passeio de Escuna até a **Aldeia indígena temática** com apresentação do Coral Guarani e comida indígena.

<p>16h Atividades Esportivas</p> <p>Circuito Capixaba de Cervejas Artesanais</p> <p>Cervejas Capixabas</p> <p>ESPAÇO AO VIVO</p> <p>19h – Fogo de Chão e Parrilla - Hambúrguer Artesanal</p> <p>ESPAÇO ARTE & SABOR</p> <p>Agroindústria Artesanal e Artesanato</p> <p>PALCO ACÚSTICO</p> <p>14h – Apresentação Musical</p> <p>19h - Apresentação Musical</p>

9. CRONOGRAMA FÍSICO		
ETAPAS	DATA	
	Início	Término
<p>Ações Preparatórias: Sensibilizar os stakeholders para estruturação e envolvimento do trade local;</p> <p>Realizar oficinas junto aos parceiros para planejamento, desenvolvimento e validação das ações;</p> <p>Acompanhar a elaboração do Plano de Comunicação do Projeto, finalização dos layouts da comunicação;</p> <p>Apoiar, monitorar e estabelecer os critérios para a mobilização dos empreendimentos envolvidos, com orientação sobre as informações pertinentes ao escopo do projeto, além de orientar quanto à identidade gastronômica local;</p>	Jun/ 2022	Jul/2022
<p>Execução do projeto com a construção das ferramentas</p> <p>Contratação de fornecedores para a execução dos serviços necessários para a realização do projeto com a construção e manutenção das ferramentas eletrônicas de divulgação do evento SITIO ELETRONICO e do PLANO DE APLICAÇÃO PARA REDES SOCIAIS, com postagens de envolvimento para divulgação dos pratos, atrativos, programação do evento, como também dos empreendimentos participantes; realização do FESTIVAL GASTRONOMICO ARACRUZ SABORES 2022 – BARRA DO SAHY, com pratos promocionais nos estabelecimentos participantes, onde os turistas e demais interessados poderão degustar os pratos confeccionados pelos empreendedores locais com a supervisão dos chefs; realização de AULAS SHOW DE GASTRONOMIA com Chefs Capixabas e Chefs de cada uma das 5 Regiões do Brasil (Espaço Cozinha Brasil), além de cozinheiros locais com apresentação gratuita; atrações MUSICAIS de boa qualidade e gratuitas; ENCONTRO CAPIXABA DE CERVEJAS ARTESANAIS; Aula Show de Gastronomia para crianças – ESPAÇO KIDS; Realização do Projeto</p> <p>Realização da Feira do Agroturismo, Agroindústria e Artesanato, Acompanhar presencialmente a execução das etapas de modo a garantir que este esteja em conformidade com o escopo construído de forma participativa com a comunidade local;</p> <p>Monitoramento das ações</p>	Jul/2022	Ago/2022
<p>Avaliação e monitoramento dos impactos do projeto:</p> <p>Monitoramento das ações;</p> <p>Realização de reunião de avaliação junto aos stakeholders e anotação das lições aprendidas;</p> <p>Apresentar o relatório de impacto e finalização do projeto com inserção de fotos.</p>	Ago/2022	Nov/2022

10. DESEMBOLSO

Itens	Unidade	Quant.	V. Unit.	V. Total
Serviço Especializado na promoção (Vlog) da Gastronomia para divulgação e cobertura do evento nas redes sociais	Inserções	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Realização de despesas com publicidade com a criação dos layouts (Identidade visual do evento, Guia, banners, etc.). Criação e Manutenção das redes sociais do evento. Gerenciamento dos veículos de comunicação, preparação de Kit imprensa, interlocução com jornalistas e blogs.	Serviço	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Placa de participação para os restaurantes participantes do evento, em PVC com Adesivagem alusiva em Festival (40 cm de diâmetro)	Unidade	30	R\$ 80,00	R\$ 2.400,00
Impressão de Flyer em formato 4/4 cores 115gr em papel Colchê, formato 15 X 21 cm sobre o evento	Unidades	20000	R\$ 0,21	R\$ 4.200,00
Impressão de guia em formato de folheto contendo informações dos restaurantes participantes e programação do evento, 4/4 115g em papel Colchê, mínimo de 24 pág. formato 10 x 15 cm.	Unidades	10000	R\$ 1,20	R\$ 12.000,00
Banner em lona 340 gr. sem verniz e ilhós com bastão (90x70)	Unidade	50	R\$ 89,00	R\$ 4.450,00
Banner em lona 340 gr. sem verniz para o pórtico, banners.	M ²	80	R\$ 89,00	R\$ 7.120,00
Conjunto composto por Palco 8x6m (pequeno porte) Coberto com lona anti-chama na cor cinza ou preta em uma água e caída mínima de 70 cm de altura da frente para trás, fechado de sombrites nos fundos e laterais e cortinas na parte interna na cor preta, piso em compensado naval de 20mm cintado com pés com regulagem de 10cm em 10cm; com altura mínima de 01 metro e máxima de 2,50 metros do chão para correção do desnível do solo e pé direito do teto ao chão de 04 mts de altura cintado e travado com estacas de sustentação ao solo, composto de 01 escada de acesso (podendo variar 10% para mais ou para menos).	Palco	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
Serviços de Sonorização de médio porte - DESCRIÇÃO: Sistema P.A. 04-Caixas line array - grave /médio /agudo (3 vias) com potência de 1.750 RMS (unidade). 04-Caixas de sub grave com alto falantes de 18 /800 RMS. 01-Console digital 32 canais, 16 auxiliares (gate, compressor, efeitos e equalizadores) inclusos na mesa digital com software atualizado. 01-Processador de frequências (doze vias). 01-Amplificador com 14.000 RMS de potência (subgrave). 01-Amplificador com 8.000 RMS de potência (médio grave). 01-Amplificador com 6.000 RMS de potência (médio grave). 01-Amplificador com 2.800 RMS de potência (médio/agudo) 02-Monitores com alto falantes de 12" de 400 RMS, mais drive. 01-Microfone sem fio - profissional UHF multi frequência. 05-Microfones com fio p/voz sm58. 05-Microfones com fio p/ instrumentos sm57. 10-Pedestais para microfones tipo girafa. 05-Direct Box passivo. 01 -Bateria acústica (corpo de bateria com bumbo, tons e surdo). 01-Sistema elétrico steck com 50 metros de cabos. Cabos e conectores necessários ao sistema de sonorização.	Conjunto	1	R\$ 5.500,00	R\$ 5.500,00

Serviços de Iluminação de médio porte. (3 Diárias) DESCRIÇÃO: 04 –moving bean. 01- mesa de luz digital 04 saídas dmx. 12 -par led 12wats. 01 –ventilador 01-maquina de fumaça 3000, 01-rack disjuntor 12 canais, 01 -splinter 5 entrada 2 saídas, 01 – Mean power com cabos elétricos com 50 metros. Obs.: Será necessário uma série de equipamentos para acompanhar e complementas os demais citados acima, como cabos conectores e outros.	Conjunto	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
Serviços de Sonorização de pequeno porte (3 diárias). DESCRIÇÃO: 04-Caixas trapezoidais - grave/médio/agudo (2 vias) com potencia de 750 RMS (unidade) Com falante de 12” e um drive titânio. 04- Tripés em alumínio com capacidade de sustentação de uma caixa com até 110kg. 01-Console digital 16 canais, 8 auxiliares (gate, compressor, efeitos e equalizadores) - inclusos no console digital com software atualizado. 01- Note book. 01-Microfone sem fio profissional UHF. 03-Microfones com fio sm58. 10-Pedestais para microfones tipo girafa. Obs.: Será necessário uma série de equipamentos para acompanhar e complementar os demais citados acima, como cabos conectores e outros.	Unidade	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Locação de Iluminação Cênica para ambientação do espaço do evento, contendo: • Par led 30 watts (indoor e outdoor) • Set light 200 watts (gelatinas variadas) • Par 64 200 watts (gelatinas variadas) • Rack Disjuntor 12 canais • Cabos, conectores, garras e demais acessórios • Refletor HQI 200 watts (cores variadas)	Conjunto	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
Locação de Tenda anti-chama para cobrir uma área de 400 m ²	Conjunto	1	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00
Locação de estrutura em Q30 para afixação dos banners com divulgação da programação do evento e backdrop	Metros	120	R\$ 45,00	R\$ 5.400,00
Locação de Stand com instalação elétrica para os restaurantes da praça de alimentação, Artesanato, Agroindústria	M ²	155	R\$ 150,00	R\$ 23.250,00
Estrutura da Cozinha medindo 16m ² para a realização das Aulas Show de Gastronomia durante o festival, com bancadas para manipulação medindo 3,8 de comprimento X 90cm de largura e 80cm de altura, 01 fogão cooktop de 70 cm de comprimento e equipamentos utilitários e eletrodomésticos, talheres de serviço.	Unidade	1	R\$ 11.550,00	R\$ 11.550,00
Locação de equipamento áudio visual para transmissão simultânea e on line da confecção dos pratos (Microfone Red7, TV Full HD com suporte, câmera Full HD e cabos e operador de áudio e vídeo)	Serviço	1	R\$ 9.980,00	R\$ 9.980,00
Contratação de empresa responsável pelo gerenciamento do evento: sensibilização e mobilização dos restaurantes e demais expositores e participantes, orientando-os e informando-os quanto a realização do evento, organização dos pratos, logística de entrega do material de divulgação; coordenação das atividades durante o evento, a fim de garantir o bom funcionamento da estrutura do evento, com a definição dos espaços a serem utilizados pelas cervejarias artesanais, restaurantes, artesanato, agroindústrias e espaço ao vivo, supervisão geral para o bom funcionamento do evento; Estruturação, limpeza e manutenção da cozinha onde acontecerão as Aulas de Gastronomia.	Serviço	1	R\$ 11.150,00	R\$ 11.150,00
Total Geral				R\$ 150.000,00



11. PLANO DE APLICAÇÃO (R\$ 1,00)

Natureza da despesa		Total	Concedente	Proponente
Código	Especificação			
33504100	Transferência à instituição privada sem fins lucrativos	150.000,00	150.000,00	
TOTAL		150.000,00	150.000,00	

12. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO (R\$ 1,00)

Concedente

Meta	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
		R\$ 150.000,00				

13. DECLARAÇÃO

Na qualidade de representante legal do proponente, declaro, para fins de prova junto a esta municipalidade, para os efeitos e sob as penas da Lei, que inexistem qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro Estadual ou qualquer órgão ou entidades da Administração Pública Municipal e Estadual, que impeça a transferência de recursos oriundos de dotações consignadas nos orçamentos do Estado do Espírito Santo, na forma deste Plano de Trabalho.

Pede deferimento,

Castelo-ES, 10 de junho de 2022


Alessandro Adrelle Eller Dias - Presidente
Instituto Panela de Barro - IPB

APROVAÇÃO PELA CONCEDENTE

Aprovado

Local e Data

Concedente