

## MINUTA PLANO DE TRABALHO

### I. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO:

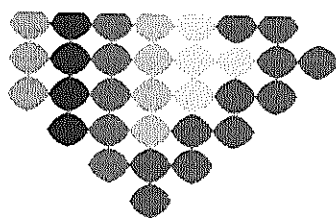
<b>NOME DA INSTITUIÇÃO:</b> Associação Empresarial de Curitiba - ACIC
<b>Endereço:</b> Av. Salomão Carneiro de Almeida, 388
<b>Cidade:CEP:</b> Curitiba/SC – 89520-000
<b>Fone:e-mail:</b> (49) 3245-1142 – <a href="mailto:executivo@acicuritiba.com.br">executivo@acicuritiba.com.br</a>
<b>CNPJ:</b> 83.453.001/0001-19
<b>Representante Legal:</b> Renato Westphal
<b>Responsável pela execução do projeto:</b> Ana Carolina Martarello Krützmann

### II. NOME DO PROJETO: “Campanha Comércio Forte, Cidade Feliz”

### III. APRESENTAÇÃO (apresentar rapidamente a Instituição e o projeto a ser desenvolvido)

A Associação Empresarial de Curitiba foi fundada em 05 de fevereiro de 1956, com o objetivo de representar o comércio, indústria e prestação de serviços, amparar e defender os interesses das classes que representa, perante poderes públicos, municipais, estaduais e federais. Além de difundir e estreitar as relações entre seus associados.

A Campanha Comércio Forte, Cidade Feliz surgiu para conscientizar a população de Curitiba e Região, sobre a importância de comprar no comércio local. A Campanha é realizada através de ações de marketing e também nas escolas em formato de palestras de conscientização.



**IV. JUSTIFICATIVA** (descrever por que o projeto é necessário, utilizar dados quantitativos e qualitativos do problema que se pretende abordar, informando a fonte)

Segundo a Fecomércio/SP, quase  $\frac{1}{4}$  da população brasileira (cerca de 48 milhões de consumidores) compraram no comércio eletrônico pelo menos uma vez em 2016 – alta de 22% perante 2015. Através de informações como esta gera certa preocupação com o comércio local. Pois os custos para manter um estabelecimento físico são muito maiores que os online, por isso existe uma grande diferença e concorrência entre eles. Por este motivo, as Entidades que representam o Comércio, precisam estar conscientizando a população para comprarem no município onde vivem, pois o que é gasto aqui volta em forma de melhorias para comunidade. Esse é o papel da ACIC em relação ao projeto apresentado.

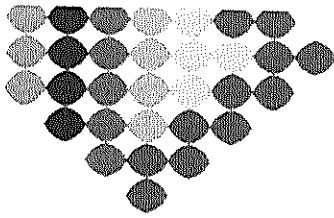
**V. OBJETIVOS:**

a) **GERAL** (a partir da justificativa apresentada, definir com clareza o que pretende alcançar.)

Conscientizar a população da cidade de Curitiba, sobre a importância de comprar e valorizar o comércio local. No atual momento, pós pandemia onde o mundo inteiro viveu, precisamos estar ainda mais comprometidos com o município que vivemos.

b) **ESPECÍFICOS** (preencher o quadro a seguir, acrescentando linhas se necessário)

<b>Objetivo Específico</b>	<b>Ações (descrever as ações necessárias para alcançar o objetivo)</b>	<b>Resultados Esperados</b>
1 - Divulgar a cidade para os visitantes e para a própria população;	<b>Campanha Publicitária:</b> De 01/11 a 30/11, serão feitas as divulgações da campanha na imprensa de Curitiba - Jornal A Semana, Portal Via Publica	Mostrar a toda comunidade o potencial do Comércio de Curitiba



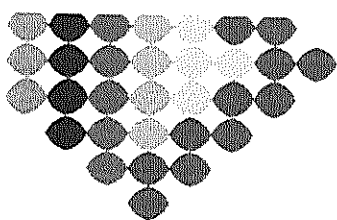
	e Movimento FM. Além da imprensa serão confeccionados materiais impressos, como adesivos, cartazes, folders e vídeos.	
2 - Mostrar que tudo que se precisa, encontra-se aqui;	Campanha Publicitária	Ter um comércio atrativo, através de bons produtos e bom atendimento
3-Desenvolver cursos/palestras para os comerciários.	<b>Treinamentos/Palestras:</b> Em novembro, acontecerá um treinamento para os funcionários das lojas do Comércio de Curitiba. Esse treinamento será de Vitrines Natalinas.	Formar equipes eficientes de trabalho
4-Realizar um pedágio, para interagir com a comunidade	<b>Pedágio:</b> O pedágio acontecerá em um sábado do mês de novembro, neste dia serão distribuídos panfletos e adesivos pelos diretores da ACIC e envolvidos na Campanha.	Envolvimento na comunidade local

**VI. PERFIL DA POPULAÇÃO ATENDIDA PELO PROJETO** (informar a área de abrangência do projeto, bairros, escolaridade média do público atendido, faixa etária, número de pessoas, meta a ser atingida)

Toda a população consumidora e não consumidora de Curitiba.

**VII. METODOLOGIA** (quais as atividades que serão desenvolvidas? Onde ocorrerá o projeto? Como serão desenvolvidas as ações?)

Serão realizadas campanhas publicitárias durante os dias da Campanha e juntamente com a divulgação, será feita ação no centro da cidade para fomentar as vendas do comércio



Serão confeccionadas camisetas com a logo da Campanha e seus realizadores, folder informando os impostos e frases de conscientização, adesivos e cartazes.

#### XI. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS (preencher o quadro abaixo)

<b>Objetivos</b>	<b>Indicadores quantitativo/qualitativo de resultados:</b>	<b>Meios de verificação</b> (importante descrever com clareza todo o projeto, inclusive, os meios)
1 - Divulgar a cidade para os visitantes e para a própria população;	Atingir 60% da população local.	Através de pesquisa para saber se a população tem conhecimento da campanha.
2- Mostrar que tudo que se precisa, encontra-se aqui;	Aumento de 20% nas vendas.	Através de dados obtidos no CDL sobre o aumento das vendas no comércio local.
3- Desenvolver cursos/palestras para os comerciários.	Curso/palestra realizado presencialmente.	Através de pesquisa de satisfação durante a palestra. As comprovações poderão ser por fotos e lista de presença.

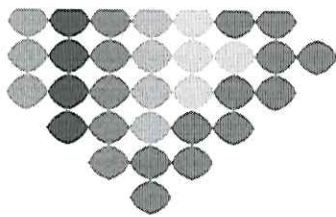
#### XII. ORÇAMENTO DO PROJETO

Total do projeto: R\$ 10.000,00

Contrapartida da entidade: 50%

Valor do Recurso da Parceria: R\$ 5.000,00

<b>Itens</b>	<b>Descrição (com a quantidade)</b>	<b>Valor unitário ou por hora</b>	<b>Valor total</b>
Fundação Frei Rogério (176 inserções). Coroadó FM e Movimento FM	88 inserções em cada rádio durante 1 mês	R\$ 21,59	R\$ 3.800,00
Jornal A Semana	4 Publicidades seguida de matérias. Jornal impresso, site e redes sociais.	R\$ 987,00	R\$ 3.948,00




Via Pública (1 publicidade)	1 Publicidade seguida de matérias	R\$ 450,00	R\$ 359,00
SEBRAE – Curso de Vitrine	4 horas	R\$ 473,25	R\$ 1.893,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.000,00</b>

**XIII. CONOGRAMA DE DESEMBOLSO** (completar o quadro abaixo ampliando ou reduzindo o número de colunas, conforme desembolso)

	<b>10</b>	<b>11</b>											
100%	X	X											

Curitibanos/SC, 15 de agosto de 2022.

  
Ana Carolina Martarello Krützmann  
Responsável Técnico

  
Renato Westphal  
Presidente da ACIC