

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA
PROGRAMA DE APOIO INSTITUCIONAL À EXTENSÃO
PROJETOS DE EXTENSÃO
Edital nº 06/2021: IF + Empreendedor

UNIDADE PROPONENTE

Campus: CAMPUS-JP
Linha Temática EMPREENDEdorISMO

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto: Escolas de Música e Produtoras Culturais da Grande João Pessoa: inserção no universo do empreendedorismo digital	
Grande Área de Conhecimento: LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES	Área de Conhecimento: ARTES
Área Temática: Cultura	Tema: Artes (cênicas, visuais, danças, musicais, audiovisuais e digitais), expressões culturais e resgate de memória e patrimônio histórico
Período de Execução: Início: 01/07/2021 Término: 11/12/2021	Possui Cunho Social: Sim

CARACTERIZAÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS

Público Alvo	Quantidade Prevista de Pessoas a Atender
Organizações de Iniciativa Pivada	6
Público Interno do Instituto	6

EQUIPE PARTICIPANTE

PROFESSORES E/OU TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS DO IFPB			
Membro	Contatos	Bolsista	Titulação
Nome: Italan Carneiro Bezerra Matrícula: 1929870	Tel.: (83) 8825-8040 / (83) 3612-1200 (ramal: 1200) E-mail: italan.bezerra@ifpb.edu.br	Sim	DOUTORADO

DISCRIMINAÇÃO DO PROJETO

<p>Objetivo Geral Objetivo Geral</p> <p>Assessorar as empresas selecionadas para promover sua efetiva inserção no “mercado digital”, através do planejamento estratégico baseado no marketing digital e das concepções da Economia Criativa.</p>
--

Objetivos Específicos

1. Apresentar as concepções da Economia Criativa para os empreendimentos selecionados, destacando as “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos” (BRASIL, 2011, p. 23).
2. Discutir a cadeia produtiva e a estrutura do mercado artístico-cultural da cidade de João Pessoa e municípios vizinhos (Bayeux, Santa Rita, Cabedelo e Conde - grande João Pessoa), enfatizando aspectos contemporâneos como a interface entre música e as tecnologias digitais.
3. Propor o desenvolvimento de um Planejamento Estratégico para empresa, com o objetivo de auxiliar os empreendedores a pensar no curto, médio e longo prazo de sua empresa. Serão desenvolvidos inicialmente conceitos e estratégias básicas como missão, visão, objetivos, metas, criação matriz SWOT e de planos de ação. Todas as ações desenvolvidas serão acompanhadas pela equipe ao longo do Projeto.
4. Discutir conceitos e apresentar ferramentas relacionadas ao Marketing digital, com ênfase em ferramentas de análise estatística de alcance; comercialização on-line de produtos; anúncios gratuitos e pagos. Inicialmente serão trabalhadas as plataformas Instagram, Facebook e YouTube.
5. Ampliar o alcance do público atingido pelas ações de marketing das empresas selecionadas.
6. Promover a vivência concreta (prática profissional) dos discentes do Instituto Federal da Paraíba com os conceitos e estratégias relacionadas à Economia Criativa; Planejamento Estratégico; Marketing Digital e novas ferramentas tecnológicas voltadas à produção e difusão da música.

Justificativa

A proposta do presente Projeto em tela nasceu dos resultados do Projeto de Pesquisa intitulado “Escolas Livres de Música de João Pessoa: desafios em tempos de distanciamento social”, fomentado pelo Edital nº 08/2020 (Programa de Bolsas do Campus João Pessoa). A partir dos dados obtidos e análises realizadas, constatamos que todas as empresas pesquisadas foram significativamente impactadas pela pandemia de Covid-19, tendo em vista a impossibilidade de realização de atividades presenciais e a pouca experiência com as ferramentas tecnológicas de apoio ao ensino remoto e ainda a pequena com as plataformas de marketing digital. Reforçando o panorama identificado, destacamos a dificuldade vivenciada pelo setor artístico, impossibilitado de realizar atividades presenciais há mais de um ano.

Diante do cenário apresentado, surge a necessidade de propor ações voltadas à contribuir no enfrentamento do atual contexto de distanciamento social, marcado pela redução de receitas e encerramento das atividades de diversas empresas.

Acerca das contribuições que o projeto vai trazer para a potencialização dos estudantes nas suas respectivas áreas de atuação, destacamos a necessidade de colocar os estudantes em contato com o mundo do trabalho contemporâneo, marcado por profundas transformações relacionadas com as novas tecnologias e formas de interação digital. Nesse sentido, refletindo sobre a necessidade de promover significativas atualizações na formação dos músicos, Pimentel (2011)¹ reflete que na maioria dos contextos de formação os “músicos ainda estão sendo formados apenas musicalmente, não estando preparados para assumir o mercado de trabalho”. Justificando sua preocupação, a autora defende que “o perfil do empreendedor é o ideal para atuarem na área musical e conviver com as incertezas e casualidades deste mercado de trabalho” (PIMENTEL, 2011, p. 495). Tal reflexão parte do entendimento que “o empreendedor é um agente do crescimento econômico e consequentemente do desenvolvimento social” (PIMENTEL, 2011, p. 495). Refletindo acerca deste panorama, na tentativa de indicar alternativas para uma melhor inserção laboral dos egressos dos cursos técnicos na área da música, Costa (2014, p. 31)² conclui que “é preciso empreender, negociar, articular-se em redes, prospectar possíveis públicos, conceber e realizar projetos, buscar patrocínios, atentar para as políticas culturais vigentes, dominar tecnologias de informação e de comunicação”.

Sobre a importância das atividades para a região, apontamos um relevante impacto social para o setor das atividades musicais, a partir do atendimento específico relacionado às situações de vulnerabilidade sócio-econômica, vivenciadas pelas escolas de música e produtoras culturais da grande João Pessoa. Pretendemos oportunizar a inserção de escolas de música e produtoras culturais, através do planejamento estratégico com metas e objetivos apoiados nos conceitos da economia criativa, planejamento estratégico e marketing digital.

Buscando elucidar a articulação entre Ensino, Pesquisa e Extensão, contida na presente proposta, destacamos a troca de conteúdos realizada entre o presente Projeto, Projetos de Pesquisa (como o mencionado anteriormente), e as disciplinas de Empreendedorismo, ofertadas nos Cursos Integrado e Subsequente em Instrumento Musical do Campus João Pessoa. Ilustrando as discussões que perpassam pelos três contextos, destacamos que a música, além de um fenômeno cultural – sendo uma das expressões humanas de maior pluralidade e riqueza, produto dos diversos significados, vivências, valores e crenças presentes nas diversas manifestações culturais (QUEIROZ, 2005)³ – atualmente, também é entendida como “uma indústria dinâmica do comércio mundial e um grande negócio da economia mundial, responsável por milhões de empregos e geração de renda em todo o mundo” (UNCTAD, 2012, p. 143)⁴. A cadeia de produção e a estrutura de mercado dessa indústria são extremamente complexas e envolvem além da produção, distribuição e comercialização de produtos físicos, como CDs e DVDs, instrumentos musicais, equipamentos de áudio, partituras, livros, etc.; a realização e comercialização de espetáculos; a oferta de aulas e cursos de música em diversos espaços da sociedade, presenciais ou a distância; a remuneração de direitos autorais; além da recente comercialização de produtos no formato digital (álbuns, clipes, livros, etc.). Corroborando com um entendimento multifacetado do fenômeno musical, apresentamos a categorização realizada pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) sobre a inclusão da música em diversos dos segmentos criativos:

A música é parte do subgrupo de artes cênicas das indústrias criativas, quando a consideramos em termos de apresentações ao vivo e shows. No entanto, pode também ser incluída como parte de uma ampla área de audiovisuais quando se trata da criação de registros sonoros e composições. A música também pode ser classificada no subgrupo das novas mídias quando os produtos e serviços de música são comercializados virtualmente como conteúdo criativo na forma digital (UNCTAD, 2012, p. 143).

Diante desse complexo panorama e considerando que “historicamente, as ações na área de cultura não possuem tradição de monitoramento e avaliação, bem como os mecanismos para realizar as atividades” (PINTO; AFONSO, 2013, p. 3)⁵, surgiram iniciativas governamentais entre as quais destaca-se a criação da Secretaria da Economia Criativa, atrelada ao extinto Ministério da Cultura (MinC), criada com a missão de “conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros” (BRASIL, 2011, p. 39)⁶.

Ainda caracterizando o potencial de aproximação entre os conhecimentos trabalhados na Extensão, Pesquisa e Ensino, ressaltamos que a economia criativa lida diretamente com a interação entre diversos setores que variam de “atividades consolidadas nos conhecimentos tradicionais e patrimônio cultural, como artesanato e festividades culturais, a subgrupos mais tecnológicos e mais voltados à prestação de serviços, como audiovisuais e as novas mídias” (UNCTAD, 2012, p. 7). Refletindo acerca das novas parcerias entre o Ministério da Educação (MEC) e o Ministério da Cultura (MinC), nas quais a produção em cultura tende a vincular-se cada vez mais à educação profissional, Costa (2012, p. 15)⁷ evidencia a relação entre música e economia criativa salientando que “novas pesquisas são fundamentais de forma a articular a investigação acadêmica, o espaço real de trabalho e a música entendida como parte da Economia Criativa presente no país”.

Referências

- 1 PIMENTEL, Maria Odília de Quadros. A inserção da disciplina “Produção Cultural e Empreendedorismo” nos Cursos Técnicos do Conservatório Estadual de Música Lorenzo Fernández. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA, 21., 2011, Uberlândia. Anais... Uberlândia: UFU, 2011, p. 499-505. Disponível em: <http://www.anppom.com.br/anais/anaiscongresso_anppom_2011/ANAIS_do_CONGRESSO_ANPPON_2011.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2021.
- 2 COSTA, Cristina Porto. Educação Profissional Técnica de Nível Médio em Música - formação de instrumentistas e inserção laborativa na visão de seus atores: o caso do CEP- Escola de Música de Brasília. 2014. 336f. Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/16890>>. Acesso em: 11 fev. 2021.
- 3 QUEIROZ, Luis Ricardo Silva. A música como fenômeno sociocultural: perspectivas para uma educação musical abrangente. In: MARINHO, Vanildo Marinho; QUEIROZ, Luis Ricardo Silva (orgs.). Contexturas: o ensino das artes em diferentes espaços. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2005. p. 49-66.
- 4 UNCTAD. Relatório de Economia Criativa 2010: Economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf . Acesso em: 14 abr. 2021.
- 5 PINTO, Gabriel Bicharra Santini; AFONSO, Marcio Felipe de Araujo Lima. O Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil. Redige, v. 4, jul. 2013
- 6 BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014. 2. ed. rev. Brasília: MinC, 2011.
- 7 COSTA, Cristina Porto. Música: a Educação Profissional Técnica de Nível Médio na interseção das políticas públicas. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA, 3., 2012, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: CEFET-MG, 2012.

Abrangência da Proposta

O presente Projeto relaciona-se diretamente com a área da Indústria Cultural, de modo particular com a Música, numa perspectiva empreendedora a partir das concepções da Economia Criativa, anteriormente mencionadas. Diante dessa proposta, o perfil esperado para os bolsistas aproxima-se dos Cursos de Instrumento Musical, dando ênfase àqueles estudantes que já cursaram as disciplinas de empreendedorismo dos seus respectivos Cursos e possuem alguma vivência com as plataformas digitais elencadas para o trabalho com marketing digital (em princípio, Instagram, Facebook e YouTube). Acerca da natureza das empresas que beneficiadas com o Projeto, pretendemos atuar junto a micro e pequenas empresas, atuando no ramo do ensino e produção musical, sendo estas: escolas de música, produtoras culturais, estúdios de gravação e ensaios, dentre outras. Sobre a região geográfica a ser atendida, vislumbramos duas possibilidades: 1. Caso as atividades possam vir a ser desenvolvidas presencialmente (ainda em que parte), a depender das condições sanitárias determinadas pelos órgãos competentes, pretendemos assessorar empresas localizadas na grande João Pessoa (João Pessoa, Bayeux, Santa Rita, Cabedelo e Conde); 2. Caso o Projeto venha a ser desenvolvido exclusivamente de forma remota, o que evitaria a necessidade de deslocamentos físicos, destacamos a possibilidade de expansão dessa área de abrangência, sendo possível o acompanhamento de empresas localizadas em maiores distâncias físicas, a exemplo de empresas situadas no interior do estado.

Metodologia

Na primeira etapa do Projeto, após definida a composição da equipe, serão realizadas reuniões de planejamento buscando um alinhamento conceitual com todos os membros envolvidos no Projeto. Prevemos a realização de quatro reuniões realizadas pela plataforma Google Meet, realizadas nas duas semanas iniciais do Projeto, objetivando a apresentação e discussão dos conceitos relacionados à Economia Criativa, Planejamento Estratégico e Marketing Digital. Ao término desse ciclo de encontros, ao longo da terceira semana de execução do Projeto estruturaremos os materiais a serem utilizados nos momentos de capacitação (formação) com os membros das empresas selecionadas. Durante a quarta semana, realizaremos contato com as empresas previamente identificadas, buscando definir quais empresas serão efetivamente assessoradas pela Equipe. Após a definição das empresas, realizaremos o planejamento das atividades a serem desenvolvidas com cada empresa a partir das demandas apontadas pelos seus respectivos gestores. Prevemos a utilização de duas semanas para a definição de como serão realizadas as atividades previstas em nossas metas.

Na segunda etapa, prevista para a metade do segundo mês do cronograma, prevemos a realização de reuniões com os gestores (e demais colaboradores por eles selecionados) buscando apresentar as concepções da Economia Criativa (incluindo a discussão acerca da cadeia produtiva e a estrutura do mercado artístico-cultural da cidade de João Pessoa e municípios vizinhos), as ações do Planejamento Estratégico e propostas relacionadas ao Marketing Digital. Ao longo dos encontros, previstos em um quantitativo de quatro para cada empresa, além da apresentação e discussão dos conteúdos, estaremos realizando as aproximações e contextualizações com as especificidades do contexto de cada empresa. Desse modo, ao final de quatro semanas de reuniões, pretendemos ter desenvolvido (ou aperfeiçoado) os conceitos de missão, visão, objetivos, e metas a curto, médio e longo prazo das empresas. Pretendemos ainda realizar diagnóstico a partir da elaboração da matriz SWOT (pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças) de cada empresa.

A partir dos diagnósticos identificados, daremos início à terceira etapa do Projeto, na qual elaboraremos os planos de ação buscando garantir a realização de ações concretas voltadas à maior inserção das empresas no cenário do “mercado digital”. Faremos uso de ferramentas relacionadas ao Marketing Digital, com ênfase em mecanismos de análise estatística de alcance; comercialização on-line de produtos; anúncios gratuitos e pagos. Inicialmente serão trabalhadas as plataformas Instagram, Facebook e YouTube. Essa etapa tem previsão de duração de duas semanas.

A quarta e última etapa do Projeto, iniciada no terceiro mês do Projeto, será caracterizada pelo início do assessoramento. Nesse momento, a equipe possivelmente será dividida em duplas ou trios que, de acordo com o planejamento realizado, acompanharão especificamente determinadas empresas. Nossa previsão é que a equipe seja dividida em três duplas. As três duplas atenderão um quantitativo provável de seis empresas, ficando assim cada dupla responsável por acompanhar duas empresas até o final do Projeto. O assessoramento prevê o contato diário dos bolsistas com as empresas selecionadas, ficando estes responsáveis por acompanhar o desenvolvimento de todas as estratégias previstas.

Ao longo da realização do Projeto, prevemos a realização de reuniões semanais de acompanhamento para (re)planejamento das atividades, buscando uma maior adequação das propostas às dificuldades identificadas pelos bolsistas ao longo do Projeto. Além do encontro síncrono semanal entre bolsistas e coordenador do Projeto, haverá interação diária assíncrona por meio de grupo criado no aplicativo WhatsApp, buscando uma efetivo acompanhamento de todas as atividades desenvolvidas.

Destacamos ainda que utilizaremos a plataforma Trello para organização e acompanhamento de todas as atividades a serem desenvolvidas pelos bolsistas ao longo do Projeto. Ao longo do Projeto serão produzidos relatórios que contemplem os resultados alcançados, assim como promovam a sistematização

das estratégias empregadas. A partir dos relatórios produzidos pela equipe, serão produzidos textos para para apresentação em Congressos e publicação em periódicos das áreas de Empreendedorismo, Educação e Música, promovendo assim a disseminação dos resultados obtidos pelo Projeto.

Metas e indicadores

Partindo do objetivo geral de “assessorar as empresas selecionadas para promover sua efetiva inserção no ‘mercado digital’, através do planejamento estratégico baseado no marketing digital” e do seu desdobramento em objetivos específicos, indicamos abaixo as metas e indicadores relacionados com cada objetivo específico, sendo estes os instrumentos de aferição do cumprimento das metas propostas.

OBJETIVO 1: Apresentar as concepções da Economia Criativa para os empreendimentos selecionados, destacando as “dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos”.

METAS: Socializar materiais eletrônicos (documentos do SEBRAE, MEC, MinC, FIRJAN, SENAC, etc.) com as empresas assessoradas; Realizar reuniões semanais nas quais serão discutidos os conceitos centrais dos materiais selecionados.

INDICADORES: Avaliação dialógica acerca da compreensão dos conceitos por parte dos empreendedores selecionados.

OBJETIVO 2: Discutir a cadeia produtiva e a estrutura do mercado artístico-cultural da cidade de João Pessoa e municípios vizinhos (Bayeux, Santa Rita, Cabedelo e Conde - grande João Pessoa), enfatizando aspectos contemporâneos como a interface entre música e as tecnologias digitais).

METAS: Socializar materiais eletrônicos (documentos do SEBRAE, MEC, MinC, FIRJAN, SENAC, etc. com as empresas assessoradas; Realizar reuniões semanais nas quais serão discutidos os conceitos centrais dos materiais selecionados.

INDICADORES: Avaliação dialógica acerca da compreensão dos conceitos por parte dos empreendedores selecionados.

OBJETIVO 3: Propor o desenvolvimento de um Planejamento Estratégico para empresa, com o objetivo de auxiliar os empreendedores a pensar no curto, médio e longo prazo de sua empresa. Serão desenvolvidos inicialmente conceitos e estratégias básicas como missão, visão, objetivos, metas, criação matriz SWOT e de planos de ação. Todas as ações desenvolvidas serão acompanhadas pela equipe ao longo do Projeto.

METAS: Desenvolver e/ou aperfeiçoar os conceitos missão, visão, objetivos, e metas das empresas. Criar matriz SWOT buscando discutir os pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas com cada empresa. Elaborar planos de ação pautados nas concepções do Planejamento Estratégico, buscando garantir a realização de ações concretas voltadas à maior inserção das empresas no cenário do “mercado digital”.

INDICADORES: Construção dos documentos: planejamento estratégico, Matriz SWOT.

OBJETIVO 4: Discutir conceitos e apresentar ferramentas relacionadas ao Marketing Digital, com ênfase em ferramentas de análise estatística de alcance; comercialização on-line de produtos; anúncios gratuitos e pagos. Inicialmente serão trabalhadas as plataformas Instagram, Facebook e YouTube.

METAS: Familiarizar os empreendedores selecionados com ferramentas de Marketing Digital.

INDICADORES: Construção dos planos de ação de marketing digital.

OBJETIVO 5: Ampliar o alcance do público atingido pelas ações de marketing das empresas selecionadas.

METAS: Promover uma maior divulgação dos serviços e/ou produtos ofertadas pelas empresas selecionadas.

INDICADORES: Dados apresentados pelas ferramentas de marketing digital indicando o quantitativo de contas alcançadas. Aumento na comercialização de serviços e/ou produtos oferecidas pelas empresas.

OBJETIVO 6: Promover a vivência concreta (prática profissional) dos discentes do Instituto Federal da Paraíba com os conceitos e estratégias relacionadas à Economia Criativa; Planejamento Estratégico; Marketing Digital e novas ferramentas tecnológicas voltadas à produção e difusão da música.

METAS: Qualificar os estudantes selecionados, enriquecendo sua trajetória escolar a partir de aproximações com o mundo do trabalho contemporâneo.

INDICADORES: Avaliação dialógica acerca da compreensão das situações e conceitos por parte dos estudantes selecionados.

Estratégia de Atração para os Micro e Pequenos Negócios

Como primeira estratégia de prospecção, utilizaremos os dados obtidos no Projeto de Pesquisa “Escolas Livres de Música de João Pessoa: desafios em tempos de distanciamento social”, fomentado pelo Edital n° 08/2020 (Campus JP). Neste trabalho foram identificadas quatro Escolas de Música que vêm passando por dificuldades financeiras desde o início da Pandemia de Covid-19 (março/2020). Conforme relatos dos gestores dessas empresas, várias dificuldades relacionadas ao universo digital foram encontradas, estando relacionadas desde ao ensino de forma não-presencial até às estratégias de captação de novos alunos. Será oferecido aos gestores dessas escolas todo o portfólio de ações e estratégias discriminadas neste Projeto.

Além de abordar as empresas já identificadas, estaremos entrando com as oito produtoras culturais e quatro estúdios de gravação localizados na grande João Pessoa, buscando identificar quais dessas empresas possuiriam interesse em receber assessoramento.

Também será consultada a base de dados, sistematizada pela Instituição, das empresas cadastradas como interessadas em participar do Programa.

Cronograma de Atividades

Atividades	Meses 2021											
	Jun.			Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.			
Reuniões iniciais de planejamento	X	X										
Estruturação os materiais a serem utilizados nos momentos de capacitação junto às empresas			X									
Contato com as empresas				X								
Planejamento das atividades a serem desenvolvidas com cada empresa				X								
Encontros com os gestores (e demais colaboradores por eles selecionados) buscando apresentar as concepções da Economia Criativa, ações do Planejamento Estratégico e propostas relacionadas ao Marketing Digital					X	X						
Desenvolvimento (ou aperfeiçoado) dos conceitos de missão, visão, objetivos, e metas a curto, médio e longo prazo das empresas. Elaboração de matriz SWOT						X						
Elaboração dos planos de ação							X					

Assessoramento das empresas										X	X	X	X
Reuniões semanais de acompanhamento para (re)planejamento das atividades										X	X	X	X
Elaboração de relatórios sistematizando os resultados alcançados e estratégias empregadas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Disseminação dos resultados											X	X	X

Impacto Social/ Resultados Esperados

Diante do complexo cenário ocasionado pela pandemia de Covid-19, no qual empresas de diversos setores vêm passando por significativas dificuldades, esperamos contribuir para minimizar os efeitos financeiros dessa crise nas empresas atendidas. Buscamos promover uma maior inserção das empresas ligadas ao cenário artístico-cultural no contexto do mercado digital. Compreendemos que a partir das bases da Economia Criativa, e fazendo uso do planejamento estratégico, estaremos trazendo novas perspectivas para os empreendedores atendidos, garantindo a reestruturação dos seus negócios numa perspectiva contemporânea, atrelada ao marketing digital. Desse modo, acreditamos que o presente Projeto pode promover um relevante impacto social no contexto das micro e pequenas empresas que serão assessoradas, assim como também na trajetória escolar e profissional dos estudantes envolvidos no Projeto.

Objetivo(s) de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030

A realização do evento pretende contribuir com a agenda 2030 da ONU em relação aos seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):

3. Saúde e bem-estar - Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;

4. Educação de qualidade - Assegurar a educação inclusiva, e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

8. Trabalho de decente e crescimento econômico - Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos;

17. Parceria em prol das metas - Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Metas

- 1 - Planejamento
- 2 - Capacitação das empresas
- 3 - Elaboração dos planos de ação para assessoramento
- 4 - Assessoramento das empresas
- 5 - Elaboração de relatórios
- 6 - Disseminação dos resultados

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Meta	Atividade	Especificação	Indicador(es) Qualitativo(s)	Indicador Físico		Período de Execução
				Qtd.	Início	Término
1	1	Reuniões iniciais de planejamento	Reuniões	4	01/07/2021	17/07/2021
1	2	Estruturação os materiais a serem utilizados nos momentos de capacitação junto às empresas	Reuniões	3	18/07/2021	24/07/2021
1	3	Contato com as empresas	Contatos/Reuniões	20	25/07/2021	31/07/2021
1	4	Planejamento das atividades a serem desenvolvidas com cada empresa	Reuniões	4	25/07/2021	31/07/2021

Meta	Atividade	Especificação	Indicador(es) Qualitativo(s)	Indicador Físico		Período de Execução
				Qtd.	Início	Término
2	1	Encontros com os gestores (e demais colaboradores por eles selecionados) buscando apresentar as concepções da Economia Criativa, ações do Planejamento Estratégico e propostas relacionadas ao Marketing Digital	Encontros (reuniões)	24	01/08/2021	14/08/2021
2	2	Desenvolvimento (ou aperfeiçoado) dos conceitos de missão, visão, objetivos, e metas a curto, médio e longo prazo das empresas. Elaboração de matriz SWOT	Planejamento Estratégico	6	15/08/2021	21/08/2021
3	1	Elaboração dos planos de ação para assessoramento	Planos de ação	6	22/08/2021	04/09/2021
4	1	Realização diárias das atividades previstas para cada bolsista junto às empresas selecionadas	Assessoramento	100	05/09/2021	11/12/2021
4	2	Reuniões semanais de acompanhamento para (re)planejamento das atividades entre Bolsistas e Coordenador do Projeto	Reuniões	16	05/09/2021	11/12/2021
5	1	Sistematização os resultados alcançados e estratégias empregadas.	Relatórios	20	01/07/2021	11/12/2021
6	1	Participação da equipe em eventos profissionais e acadêmicos	Eventos	8	01/11/2021	11/12/2021
6	2	Publicação de textos em eventos e Periódicos Acadêmicos	Publicações	4	01/11/2021	11/12/2021

PLANO DE APLICAÇÃO

Classificação da Despesa	Especificação	PROEXC (R\$)	Campus Proponente (R\$)	Total (R\$)
339018	Auxílio Financeiro a Estudantes	0	0	0
339020	Auxílio Financeiro a Pesquisadores	0	0	0
TOTAIS		0	0	0

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

Despesa	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
339018 - Auxílio Financeiro a Estudantes	2400.00	2400.00	2400.00	2400.00	2400.00	2400.00	0	0	0	0	0	0
339020 - Auxílio Financeiro a Pesquisadores	1050.00	1050.00	1050.00	1050.00	1050.00	1050.00	0	0	0	0	0	0

Anexo A

MEMÓRIA DE CÁLCULO

CLASSIFICAÇÃO DE DESPESA	ESPECIFICAÇÃO	QUANT.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
339018 - Auxílio Financeiro a Estudantes	Bolsas para Estudantes	36	400.00	14400.00
339020 - Auxílio Financeiro a Pesquisadores	Bolsas para Coordenação do Projeto	6	1050.00	6300.00
TOTAL GERAL				20.700,00