



DADOS CADASTRAIS

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 [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
Nome do Responsável Alessandro Adrelle Eller Dias			CPF 031.9 [REDACTED]
CI/Órgão Exp [REDACTED] 402 SESP ES	Cargo Representante Legal	Função Presidente	
Endereço Av H [REDACTED] Musso, [REDACTED] Vila Velha ES, [REDACTED], Cep 29 [REDACTED] 1-785			CEP 29.050 [REDACTED]

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto	Período de Vigência	
19° Festival do Chopp de Ibirapu	Início 20 de fevereiro de 2025	Término 22 de fevereiro de 2025
Identificação do Objeto: Proposta Comercial entre a Prefeitura Municipal de Ibirapu, especialmente no que concerne à realização do 19° Festival do Chopp .		

1. APRESENTAÇÃO

O **19° Festival do Chope**, que acontecerá no **Parque de Exposição de Ibirapu**, representa uma celebração fundamental da cultura gastronômica, destacando o chope, no município que registra a primeira cervejaria do Estado do ES, ainda no século XVII. Este evento não apenas reforça essa tendência, mas também atua como um catalisador para o desenvolvimento social e econômico da região.

A gastronomia é um forte atrativo turístico e desempenha um papel crucial na promoção de **Ibirapu**. O pastel é certamente um atrativo e coloca Ibirapu como parada certa para todos que trafegam entre Vitória e a Bahia, pela BR 262, atraindo visitantes de todos os lugares do Brasil. Com a presença de diversas cervejarias premiadas e estações de churrasco, o festival oferece uma plataforma única para valorizar os sabores locais, estimulando o interesse de turistas e da comunidade.

Através de uma abordagem integrada que abrange cultura, desenvolvimento econômico e turismo, o evento tem o objetivo de promover as delícias da região e estabelecer uma rede de colaboração entre produtores, empresários e o público. Essa interação é vital para fortalecer os laços comunitários, fomentar o comércio local e incentivar o uso de produtos regionais.

2. JUSTIFICATIVA

Enquanto saboreia um copo de cerveja artesanal, você já se perguntou sobre a história da bebida fermentada mais popular do mundo? Muitas vezes, ouvimos essa pergunta de convidados em nossos cursos de produção de cerveja. Preparamos uma aula sobre as origens da cerveja, desde seus registros mais antigos até os dias de hoje. Então, da próxima vez que você abrir uma bem gelada, terá um entendimento mais profundo da história da cerveja.

Vamos começar com uma pequena prova: Onde no mundo e em que período a cerveja foi inventada?

Se você disse na Alemanha, na Idade Média, você não está sozinho nessa crença. Muitas pessoas associam a conhecida cultura de beber da Alemanha com o local de nascimento da cerveja.

É verdade que os estilos de cerveja modernos foram em grande parte desenvolvidos na Europa (especialmente na Alemanha). Mas, por meio de pesquisas, agora sabemos que a cerveja foi apreciada pela primeira vez na antiga Mesopotâmia.

Os alemães realmente amam sua cerveja, mas ela não foi realmente criada lá. Zum wohl!



Aqui estão algumas das principais civilizações envolvidas na criação da cerveja que conhecemos e amamos hoje.

OS SUMÉRIOS

Existem teorias de que a produção de cerveja aconteceu no assentamento de Godin Tepe (hoje no Irã moderno) já em 10.000 a.C., quando a agricultura se desenvolveu na região.

As pessoas que viviam entre os rios Eufrates e Tigre consideravam a cerveja uma parte muito importante de sua dieta. Eles a chamavam de "a bebida divina" devido ao seu efeito inebriante.

A primeira prova sólida da produção de cerveja vem do período dos sumérios por volta de 4.000 a.C. Durante uma escavação arqueológica na Mesopotâmia, foi descoberta uma tabuleta que mostrava aldeões bebendo uma bebida de uma tigela com canudos.

Arqueólogos também encontraram uma ode a Ninkasi, a deusa patrona da fabricação de cerveja. Este poema continha a receita mais antiga conhecida para fazer cerveja usando cevada do pão.

OS BABILÔNIOS

A próxima civilização conhecida pelo consumo de cerveja também era da Mesopotâmia - o povo da grande cidade da Babilônia.

Os babilônios produziram mais de 20 tipos diferentes de cerveja por volta de 3.000 a.C.

A cerveja também era considerada divina na Babilônia, um verdadeiro presente dos deuses. Também era um sinal de riqueza.

Os templos forneciam aos trabalhadores uma ração diária de cerveja de cevada, a bebida básica da Mesopotâmia.

O Código de Hamurábi, o antigo conjunto de leis babilônico, decretava uma ração diária de cerveja para os cidadãos.

Cada cidadão tinha sua dose diária de cerveja, dependendo de sua riqueza. A bebida era tão respeitada que as pessoas às vezes eram pagas com cerveja em vez de dinheiro.

Não havia maneira de filtrar a cerveja naquela época, então sua cerveja era bastante espessa (como mingau) e difícil de beber.

Para evitar esse problema, os antigos babilônios foram os primeiros a usar canudos para beber uma bebida.

OS EGÍPCIOS

Embora sumérios e babilônios considerassem a cerveja sagrada, dificilmente houve uma civilização que adorasse tanto a cerveja quanto os antigos egípcios por volta de 1500 a.C.

A deusa egípcia da cerveja era Tenenit. Seu nome deriva de "tenemu", uma das muitas palavras na língua egípcia para cerveja.

Os egípcios eram excelentes cervejeiros, e constantemente trabalhavam no sabor da cerveja passo a passo para que ela fosse menos amarga e tivesse um gosto melhor.

A cerveja mais popular no Egito era a Heqet (ou Hecht). Esta era uma cerveja com sabor de mel, e sua palavra geral para cerveja era zytum.

A cerveja era frequentemente usada no Egito como compensação pelo trabalho. Os trabalhadores na planície de Gizé recebiam rações de cerveja três vezes ao dia, e os trabalhadores no Nilo muitas vezes eram pagos pelo seu trabalho com cerveja.

Arqueólogos encontraram cerveja até mesmo enterrada nas tumbas dos faraós, para que eles pudessem desfrutar do sabor desta deliciosa bebida na vida após a morte.

GRÉCIA ANTIGA E ROMA

Como a cerveja migrou para a Europa e se tornou popular em todo o continente? Os gregos e romanos!

As técnicas de fabricação de cerveja se espalharam do Egito para a Grécia (como sabemos pela palavra grega para cerveja, zythos, derivada do egípcio zytum), mas não foi um grande sucesso imediatamente.

Nesse momento, o vinho era tão popular que era a bebida considerada um presente dos deuses. Portanto, a



cerveja era considerada uma bebida bárbara e adequada apenas para as classes mais baixas.

Mesmo assim, os romanos fabricavam cerveja (chamada cerevisia) muito cedo, como evidenciado por descobertas no túmulo de um fabricante de cerveja e comerciante (um Cerveserius) na antiga Treveris (atual Trier).

A cerveja era uma das bebidas mais comuns nas fronteiras do império, e as legiões de Roma trouxeram a cerveja para o norte da Europa. Os soldados romanos podiam desfrutar de uma xícara refrescante de cerveja em suas longas jornadas.

IDADE MÉDIA

E então veio a Idade Média. Durante esse período, a cerveja era produzida principalmente em mosteiros em toda a Europa.

Com seu alto valor nutricional, a cerveja era uma bebida perfeita para os monges durante os períodos de jejum. Como os monges gostavam da bebida, em alguns mosteiros, os monges podiam beber até cinco litros de cerveja por dia.

A produção de cerveja ajudou os mosteiros a sobreviverem à Idade das Trevas, pois eles ganhavam dinheiro suficiente para viver vendendo sua cerveja.

INTRODUÇÃO DO LÚPULO

Por volta do ano 1000 d.C., as pessoas começaram a usar lúpulo no processo de fabricação de cerveja. Isso refinou o sabor, tornando-o muito menos amargo que o gruit usado naquela época e nos deu a cerveja como a conhecemos hoje.

O uso do lúpulo na produção de cerveja começou a se espalhar pela Europa.

PRIMEIRAS CERVEJARIAS COMERCIAIS

No século XIII, a cerveja finalmente começou a ser produzida comercialmente na Alemanha, Inglaterra e Áustria. Você sabia que chegaríamos à Alemanha em algum momento!

Os alemães fabricavam cerveja (que chamavam de ol, para 'cerveja') já em 800 a.C.

Grandes quantidades de jarras de cerveja, ainda contendo evidências de cerveja, foram descobertas em uma tumba na Vila de Kasendorf, no norte da Baviera, perto de Kulmbach.

Os cervejeiros alemães rapidamente estabeleceram o padrão para a maioria dos fabricantes de cerveja na Europa. Sua cerveja era da mais alta qualidade, especialmente porque era mais refinada e tinha um sabor melhor.

Em 1516, surgiu a Lei Alemã de Pureza da Cerveja (Reinheitsgebot).

De acordo com esta lei alemã, a cerveja só poderia conter água, cevada e lúpulo. Na metade do século XIX, a importância do fermento foi descoberta por Louis Pasteur e foi adicionada à lista de ingredientes "aprovados". O Reinheitsgebot foi a primeira lei de proteção ao consumidor do mundo, pois regulamentava os ingredientes que podiam ser legalmente usados na fabricação de cerveja. Também garantia que houvesse um certo nível de pureza na cerveja fabricada na Alemanha, o que lhe conferia a percepção de ser segura para beber.

Como aqueles que os antecederam, os alemães também instituíram uma ração diária de cerveja e consideravam a cerveja um alimento essencial em sua dieta.

ERA MODERNA

Cervejarias surgiam uma após a outra nas colônias da América do Norte. A primeira cervejaria no Novo Continente estava em Nova Amsterdã (que mais tarde se tornaria a cidade de Nova York). Tanto George Washington quanto Thomas Jefferson produziam cerveja. George Washington até escreveu uma receita sobre como fabricava sua cerveja.

No século XIX, a cerveja era amplamente consumida como a principal bebida alcoólica do mundo. Este período da história moderna marca o início das maiores mudanças na produção de cerveja, como o uso de fermento para fermentação.



Em 1810, a Oktoberfest foi realizada pela primeira vez em Munique. Suas origens remontam às festividades de casamento que apresentavam principalmente vinho.

Os cidadãos de Munique foram convidados a participar das festividades realizadas nos campos em frente às portas da cidade para celebrar o feliz evento real.

O príncipe regente Ludwig da Baviera, o futuro rei Ludwig I, e a princesa Therese da Saxônia-Hildburghausen se casaram em 17 de outubro de 1810. A cidade inteira foi convidada às portas da cidade para comemorar e observar uma grande corrida de cavalos.

Mais de duzentos anos depois, agora é o maior festival de cerveja do mundo. Munique tradicionalmente recebe milhões de amantes de cerveja que se reúnem anualmente para desfrutar da melhor cerveja alemã. Como mencionado anteriormente, o famoso Louis Pasteur descobriu que o fermento causa fermentação. Seus escritos sobre o impacto do fermento no controle da fermentação marcaram a maior descoberta única que permitiu a replicação fiel de lotes consistentes de cerveja.

Junto com os processos recém inventados de engarrafamento automático e refrigeração, as cervejarias e a cerveja cresceram enormemente em todo o mundo. No final do século XIX, havia 3.200 cervejarias apenas nos Estados Unidos da América.

PROIBIÇÃO

E então, as Trevas caíram novamente. Mas desta vez, elas eram escuras apenas para aqueles que gostavam de uma bebida gelada agradável.

A Proibição nos Estados Unidos começou em Portland, Maine, com a chamada "Lei de Maine" escrita por Neal Dow em 1851. A nova lei proibia a fabricação e venda de todos os tipos de álcool em todo o estado.

Logo, outros estados seguiram o exemplo, e a América estava a caminho da abstinência total de álcool.

A Proibição entrou em vigor nacionalmente em 1920, e de repente todos que gostavam de uma boa bebida eram considerados criminosos. Claro, havia pessoas que lucravam com isso, principalmente mafiosos e contrabandistas que administravam cervejarias clandestinas.

A Proibição eventualmente terminou em 1933, mas seu impacto foi evidente. Das 3.200 cervejarias mencionadas anteriormente, apenas 160 ainda estavam em operação após a era da Proibição.

CERVEJA HOJE:

Hoje, podemos nos considerar incrivelmente sortudos. Vivemos em uma época em que você pode beber cerveja quando quiser e temos uma incrível variedade de cervejas diferentes para escolher.

Existem quase 9.000 cervejarias nos Estados Unidos, e elas produzem uma infinidade de estilos e sabores diferentes de cerveja.

E em nossos passeios, você pode aprender mais sobre as pessoas, os processos e os produtos que tornam a indústria da cerveja tão forte na América!

Vamos brindar a isso!

ASPECTOS DA CERVEJARIA MODENESI

Imigração e Influência: A chegada de Modenesi ao Brasil foi parte do grande fluxo de imigrantes europeus no século XIX, que buscavam novas oportunidades. A cultura cervejeira italiana influenciou a produção local, trazendo métodos tradicionais e receitas.

Produção Local: A fábrica de Modenesi focou em produzir cervejas que atendiam ao gosto da população local, utilizando ingredientes disponíveis na região e adaptando-se às preferências dos consumidores.

Impacto na Comunidade: Além de gerar emprego, a cervejaria também teve um papel importante na formação da identidade local. Eventos e festas promovidos pela cervejaria ajudaram a integrar a comunidade.

Legado: A Cervejaria Modenesi é lembrada como uma das precursoras da indústria cervejeira na região, influenciando gerações futuras e contribuindo para o desenvolvimento da cultura cervejeira em Ibiraçu.

Esses elementos ajudam a entender como a Cervejaria Modenesi não apenas trouxe a tradição cervejeira para



Ibiraçu, mas também ajudou a moldar a identidade da cidade. Se precisar de mais detalhes ou quiser explorar outro aspecto, estou à disposição!

A realização do festival tem o potencial de gerar um legado duradouro, promovendo práticas sustentáveis e estimulando a inovação na gastronomia local. Espera-se que as parcerias formadas durante o evento continuem a beneficiar a economia e a cultura de **Ibiraçu**, contribuindo para um ambiente vibrante e acolhedor.

Por fim, o **19º Festival do Chope** servirá como um ponto de encontro não apenas para amantes da gastronomia, mas também para famílias e grupos de amigos, promovendo a integração social e o fortalecimento da identidade cultural local. Ao reunir pessoas de diferentes origens em torno de uma paixão comum pela boa comida e bebida, o festival reforça o espírito comunitário, transformando-se em uma experiência memorável que ressoará na história da cidade. Essa conexão entre os participantes, produtores e a rica cultura de **Ibiraçu** é o que tornará este evento verdadeiramente especial e significativo.

IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA

É comum ouvir histórias que evidenciam a importância da boa mesa em **Ibiraçu**, onde casamentos, festas de aniversário e outras celebrações se firmam em torno de refeições compartilhadas. O festival não só reitera essa tradição, mas também cria um espaço acolhedor onde as pessoas podem se reunir, trocar experiências e celebrar a amizade à mesa. A combinação de churrasco de qualidade, cervejas artesanais e boa música promete transformar o evento em uma verdadeira festa da gastronomia, fortalecendo laços sociais e promovendo um senso de comunidade.

Assim, o **19º Festival do Chope** se torna uma vitrine da cultura local, incentivando a valorização dos produtos regionais e estimulando a economia, ao mesmo tempo que proporciona momentos inesquecíveis e saborosos para todos os participantes. Essa celebração não apenas destaca o que **Ibiraçu** tem de melhor em termos de gastronomia, mas também solidifica o papel da cidade como um destino gastronômico importante na região.

3. MUNICÍPIO DE IBIRAÇU

Ibiraçu é um município do estado do Espírito Santo, conhecido por sua rica cultura e belezas naturais, como montanhas e cachoeiras, que atraem turistas em busca de tranquilidade e contato com a natureza. A cidade destaca-se pela sua gastronomia, que valoriza produtos locais e ingredientes frescos, evidenciada em eventos como o Festival do Pastel & Caldo de Cana e **19º Festival do Chope**. As tradições culturais são celebradas em festivais, como a Festa de **São Sebastião**, refletindo a herança dos colonizadores. Com uma economia baseada na agricultura, pecuária e comércio local, Ibiraçu se apresenta como um destino acolhedor, onde a hospitalidade de sua população fortalece os laços comunitários e promove experiências memoráveis para visitantes e moradores.

4. POPULAÇÃO E CULTURA

A vida social é marcada por festivais e eventos, como a Festa de **São Sebastião**, que celebra tradições indígenas e a herança dos colonizadores, trazendo música, danças e comidas típicas. A culinária local destaca-se por pratos que valorizam ingredientes frescos, como o famoso pão de queijo, refletindo a agricultura da região. A música e as danças folclóricas também são expressões culturais importantes, frequentemente apresentadas em eventos comunitários. Além disso, Ibiraçu possui um patrimônio natural que complementa sua cultura, promovendo ecoturismo e atividades ao ar livre. Assim, a interação entre a população e a natureza é altamente valorizada, fazendo da cidade um lugar especial onde o passado se entrelaça com a modernidade em um ambiente festivo e acolhedor.

5. TURISMO

Ibiraçu é um destino turístico atraente no Espírito Santo, conhecido por suas belezas naturais e rica cultura. O município oferece diversas opções para os visitantes, como trilhas ecológicas, cachoeiras e áreas para prática de esportes ao ar livre. A Serra de Ibiraçu é um dos pontos de destaque, proporcionando vistas panorâmicas e oportunidades para o ecoturismo.

A culinária de Ibiraçu é outro atrativo, com pratos típicos que refletem a herança cultural e os ingredientes locais, oferecendo experiências autênticas aos visitantes. Com uma população acolhedora e um ambiente que mistura natureza e cultura, Ibiraçu se apresenta como um destino promissor para quem busca tranquilidade e autenticidade.

6. IMPACTOS DESTE FESTIVAL GASTRONÔMICO NO TURISMO LOCAL E REGIONAL

O **19º Festival do Chope** pode ter um impacto profundo no turismo de Ibiraçu e na região. Ao atrair pessoas de diferentes partes, o festival aumenta o número de visitantes, ajudando a posicionar Ibiraçu como um destino



gastronômico atrativo. Isso não apenas destaca a culinária local, mas também estimula os turistas a conhecerem mais sobre a gastronomia da região.

Além disso, o evento tem um papel importante no fortalecimento da economia local. Ele traz benefícios para comerciantes, restaurantes e produtores, gerando receitas e criando empregos temporários, o que dá um impulso significativo ao comércio. À medida que o festival ganha visibilidade, ele contribui para construir uma imagem positiva da cidade como um centro de cultura e gastronomia, aumentando seu reconhecimento no cenário turístico.

A colaboração entre produtores, empresários e o público durante o evento cria oportunidades para novas iniciativas e eventos, promovendo um turismo mais sustentável. As experiências culturais, como shows e atividades, enriquecem a vivência dos visitantes, tornando a experiência ainda mais memorável.

Além disso, o festival incentiva o uso de ingredientes e produtos locais, ajudando a fortalecer a agricultura e a produção artesanal da região. Dessa forma, o evento não só beneficia a economia, mas também promove a integração comunitária e valoriza as tradições culturais de Ibirapu.

7. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do **19º Festival do Chope** é promover e valorizar a cultura gastronômica de Ibirapu, estimulando o desenvolvimento econômico e turístico da região por meio da interação entre produtores, empresários e visitantes, enquanto proporciona uma experiência enriquecedora que celebra os sabores locais e fortalece a identidade cultural da comunidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Destacar a Gastronomia Regional:** Apresentar pratos típicos e bebidas locais, promovendo a culinária de Ibirapu.
- **Gerar Oportunidades de Negócio:** Facilitar a interação entre produtores, empresários e consumidores para estimular parcerias e colaborações.
- **Aumentar o Fluxo Turístico:** Atrair visitantes de outras regiões, contribuindo para o fortalecimento do turismo local.
- **Promover a Sustentabilidade:** Incentivar o uso de produtos locais e práticas sustentáveis entre os expositores e participantes.
- **Fomentar a Cultura Local:** Integrar atividades culturais, como música e arte, para enriquecer a experiência dos visitantes e valorizar as tradições locais.
- **Criar Espaços de Interação:** Oferecer áreas para networking entre empresários, produtores e a comunidade, fortalecendo laços e colaborações.

9. METAS/PRODUTOS

METAS	PRODUTOS	RESULTADOS ESPERADOS
Fomentar a cadeia produtiva da gastronomia em Ibirapu.	Realizar o 19º Festival do Chope com, Música, cerveja artesanal e Gastronomia.	Geração de mídias de vários canais de divulgação; Expectativa de 20.000 visitantes consumindo os pratos e produtos oferecidos; 08 restaurantes/churrascarias e estabelecimentos gastronômicos participantes do festival; 05 Cervejarias; 01 Drinkleria; 4 Artesanato; 7 Agroindustrias; Ocupação de 100% nos hotéis da região; 100% de Fluxo nos empreendimentos de alimentos e bebidas participantes no período do evento;



Fortalecer a cultura italiana, por meio das manifestações artísticas culturais, como teatro, dança, música, enfatizando a contribuição do imigrante para identidade cultural de Ibirapu.	Apresentação musicais, dança, etc.	- Apresentações artísticas realizadas durante o evento; - No mínimo 8 apresentações musicais;
Resgate das tradições e da gastronomia local, com a valorização da história de Ibirapu.	Apoiar e incentivar, dando condições para a participação de Famílias tradicionais diretamente no evento, para despertar os restaurantes locais na valorização da gastronomia típica.	Dar visibilidade aos grupos já constituídos, principalmente os grupos vinculados as tradições italianas e ações promovidas pela municipalidade.
Estimular o olhar da imprensa para ampliar a promoção do destino e atrativos turísticos e culturais da região por meio de matérias de jornal, blogs, publicações em mídias eletrônicas, internet e redes sociais, visando atrair formadores de opinião e jornalistas para conhecer a gastronomia local e os atrativos turísticos e culturais da região.	Matérias e postagens	Expectativa superada com diversas publicações, postagens, matérias online e impressas, relatadas no Clipping .
Realizar o Festival Gastronômico no mês de fevereiro de 2025, com a participação de pasteleira e demais serviços/ produtos de Ibirapu	Realização do 19º Festival do Chope	Evento realizado.
Garantir o acesso universal aos locais onde acontecerão as atrações.	Acessibilidade	A área do evento acessível, Praça de alimentação e atividades culturais.
Garantir a sustentabilidade ambiental do Festival	Sustentabilidade Ambiental	Utilização e recolhimento de 100% de todo o óleo gerado, oriundo da fritura durante o evento; Adoção de copo ecológico para mitigar 90% do impacto deste resíduo; Adoção de pratos de papel reciclável para mitigar o impacto ambiental; Utilização de sacos biodegradáveis para coleta do lixo do evento; Aquisição de créditos de sustentabilidade para mitigar em zero o impacto ambiental- Carbono zero.



10. RESULTADOS ESPERADOS

- Expectativa de ocupação de 100% da Rede Hoteleira formal;
- Expectativa de 100% da ocupação nos bares e restaurantes participantes;
- Aumento do fornecimento e consumo da gastronomia local em 80%;
- Exposição de Ibirapu 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;
- Estímulo ao consumo no segmento gourmet com identidade local;
- Estimulo ao consumo de produtos locais e da agricultura familiar;
- Agregação de conhecimento pelos empresários, produtores rurais e profissionais que atuam no setor;
- Melhoria dos produtos ofertados, dado a relação direta entre o produtor e o empresário que processa o produto;
- Divulgação das riquezas gastronômicas e culturais do estado;
- Divulgação e promoção dos estabelecimentos e dos produtos locais.

INDICADORES	META
Restaurantes e estabelecimentos gastronômicos participantes	8
Empreendimentos envolvidos (Agroturismo, Agroindústria, Artesanato, Cervejaria, etc.)	30
Ocupação nos Hotéis da Região	100%
Fluxo nos empreendimentos de Alimentos e Bebidas participantes no período do evento	80%
Região Turística dos Imigrantes	1
Público participante do festival	20.000

11. 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, com postagens de envolvimento para 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 de atrações **MUSICAIS** de boa qualidade e gratuitas; **ENCONTRO CAPIXABA DE CERVEJAS ARTESANAIS, ENTRETENIMENTO INFANTIL- ESPAÇO KIDS;**

FEIRA 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; Realização de reunião de avaliação junto aos Stakeholders e anotação das lições aprendidas;

Apresentar o relatório de impacto e finalização do projeto.



12. CRONOGRAMA FÍSICO		
ETAPAS	DATA	
	Início	Término
<p>Ações Preparatórias: Sensibilizar os stakeholders para estruturação e envolvimento do trade local; Realizar oficinas junto aos parceiros para planejamento, desenvolvimento e validação das ações; Acompanhar 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;</p>	JAN/2025	FEV/2025
<p>Execução do projeto com a construção das ferramentas 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 “19º Festival do Chope de Ibiracú”, 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; atrações MUSICAIS de boa qualidade e gratuitas; ENCONTRO CAPIXABA DE CERVEJAS ARTESANAIS; Realização do evento. 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; Monitoramento das ações</p>	FEV/2025	FEV/2025
<p>Avaliação e monitoramento dos impactos do projeto: Monitoramento das ações; Realização de reunião de avaliação junto aos stakeholders e anotação das lições aprendidas; Apresentar o relatório de impacto e finalização do projeto com inserção de fotos.</p>	FEV/2025	MAR/2025

13. MEMÓRIA DE CÁLCULO

nº	Descrição	Unidade	Qtd. item	Preço	
				Unit.	Total
1	Realização de despesas com publicidade com a criação dos layouts (Identidade visual do evento, banners, etc.).	Serviço	1	R\$ 8.520,00	R\$ 8.520,00
2	Impressão de Flyer em formato 4/4 cores 115gr em papel Colchê, formato 14 X 21 cm sobre o evento	Unidades	5000	R\$ 0,41	R\$ 2.065,00
3	Confecção de Camisas alusivas ao Festival	unidades	200	R\$ 55,00	R\$ 11.000,00
4	Assessoria de imprensa durante e depois do evento (com geração de conteúdo para a imprensa e as redes sociais oficiais do evento matérias, notícias, divulgação, pratos, receitas, dicas, etc.)	Serviço	1	R\$ 12.345,00	R\$ 12.345,00
5	Contratação de produtora para filmagem e edição de vídeos para promoção do evento	Produtora	1	R\$ 13.500,00	R\$ 13.500,00
6	Banner em lona 340 gr. sem verniz e com ilhós	Unidade	85	R\$ 89,00	R\$ 7.565,00
7	Confecção de adesivos para comunicação visual do evento (cardápios, testeiros, etc) com serviço de instalação e logística	Unidade	100	R\$ 115,00	R\$ 11.500,00
8	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\$ 15.790,00	R\$ 15.790,00
9	Decoração da área do evento com o fornecimento de mobília para os expositores, decoração das principais ruas da cidade com temática carnavalesca	Conjunto	1	R\$ 24.250,00	R\$ 24.250,00
10	Locação de Tenda 5x5 antichama para abrigar os expositores	unidade	9	R\$ 1.350,00	R\$ 12.150,00
11	Locação de Tenda antichama para cobrir uma área de 800 m ²	m ²	800	R\$ 59,99	R\$ 47.992,00
12	Locação de Standes em Octanorm TS com servido de montagem e desmontagem	m ²	240	R\$ 240,00	R\$ 57.600,00
13	Locação de Standes em Pallets para o Artesanato, Agroindústria e Agricultura familiar e Cervejarias com servido de montagem e desmontagem	m ²	250	R\$ 190,00	R\$ 47.500,00
14	Serviço de internet com distribuição para os Expositores com técnico disponível durante todo o evento	Serviço	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
15	Conjunto composto por Palco 8x6m (médio porte) Coberto com lona antichama na cor cinza ou preta em uma água e caída mínima de 100 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\$ 12.560,00	R\$ 12.560,00
16	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-	Conjunto	1	R\$ 14.980,00	R\$ 14.980,00

	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.				
17	Serviços de Iluminação de médio porte. 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 complementar os demais citados acima, como cabos conectores e outros.	Conjunto	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
18	Locação de estrutura em Q30 para afixação dos banners com divulgação da programação do evento e backdrop.	Metros	120	R\$ 69,79	R\$ 8.374,80
19	Piso em madeira naval com estrutura de ferro para a praça de alimentação	M²	1200	R\$ 54,00	R\$ 64.800,00
20	Locação Paineis de Led formato 5x1 Front Palco	Diária	3	R\$ 2.501,00	R\$ 7.503,00
21	Serviço de instalação elétrica para os Expositores e estruturas do evento	Conjunto	1	R\$ 13.700,00	R\$ 13.700,00
22	Locação de Banheiros Container com cabines independentes e assento sanitário (3 dias)	Conjunto	2	R\$ 9.790,00	R\$ 19.580,00
23	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, equipe de limpeza composta por no mínimo 6 pessoas por dia e equipe de segurança composta por 5 pessoas por dia) manutenção da cozinha onde acontecerão as Aulas de Gastronomia.	Serviço	1	R\$ 22.700,00	R\$ 22.700,00
Total					R\$ 460.974,80

13. PLANO DE APLICAÇÃO (R\$ 1,00)

Natureza da despesa		Total	Concedente	Proponente
Código	Especificação			
33504100	Transferência à instituição privada sem fins Lucrativos	R\$460.974,80	R\$ 460.974,80	
TOTAL		R\$460.974,80	R\$ 460.974,80	

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

Meta	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
						R\$ 460.974,80

15. 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 quaisquer débitos 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, 09 de janeiro de 2025

APROVAÇÃO PELA CONCEDENTE


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