



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 Corrente 34722439	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 Av. Hugo Musso, 2000, bairro Itapuã, Vila Velha ES, apto 1801, Cep 29101-785			CEP 29.050-680

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto	Período de Vigência	
Festival Gastronômico Sabores Do Caparaó Em Irupi	Início 25/09/2025	Término 27/09/2025
Identificação do Objeto: Convênio entre a Prefeitura Municipal de Irupi e o Instituto Panela de Barro para a realização do “ Festival Gastronômico Sabores do Caparaó em Irupi ”, com foco na promoção do turismo, gastronomia e desenvolvimento local sustentável.		

1. APRESENTAÇÃO

Caparaó de Irupi: Um Tesouro Natural e Cultural do Espírito Santo

Situado em uma das regiões mais emblemáticas do Espírito Santo, o município de Irupi integra o território do Caparaó Capixaba, área reconhecida por sua exuberante beleza natural, relevância ambiental e riqueza cultural. Próximo ao Parque Nacional do Caparaó, onde se encontra o majestoso Pico da Bandeira — terceiro ponto mais alto do Brasil —, Irupi oferece aos visitantes paisagens de tirar o fôlego, trilhas ecológicas, cachoeiras cristalinas, clima agradável e uma forte conexão com a vida rural e comunitária.

A biodiversidade da Mata Atlântica está preservada em suas matas e vales, oferecendo experiências como observação de aves, ciclismo e banhos em cachoeiras como as do Rio Preto, do Escorrega e da Boa Sorte. No campo da cultura, Irupi valoriza sua tradição gastronômica, sua produção artesanal e a hospitalidade de suas comunidades, reforçando a identidade de um território autêntico e acolhedor.

A realização deste festival reforça o posicionamento estratégico de Irupi como destino turístico emergente no Espírito Santo, contribuindo diretamente para a geração de renda, fortalecimento da identidade cultural local e diversificação da economia municipal por meio da economia criativa.



Trajetória Histórica

Irupi possui uma história marcada pelo desdobramento de municípios vizinhos, como Viana e Lúna, e pelo desenvolvimento espontâneo de povoados estratégicos ao longo de rotas comerciais, como o antigo arraial de Cachoeirinha do Rio Pardo. Com a consolidação do território e o crescimento socioeconômico, o topônimo “Irupi” — de origem indígena, que remete a “amigo belo” ou “águas branquinhas pequenas” — passou a denominar o município, que hoje se consolida como um dos destinos mais promissores do sul do Estado.

2. CONTEXTO ESTRATÉGICO

2.1 Turismo Gastronômico e Desenvolvimento Regional

A gastronomia tem se consolidado como um dos principais vetores do turismo contemporâneo, promovendo não apenas experiências sensoriais, mas também o fortalecimento de vínculos culturais e territoriais. Irupi reúne os ingredientes essenciais para o crescimento desse segmento: culinária tradicional preparada em fogões a lenha, agricultura familiar ativa, café especial de montanha, agroindústrias artesanais e saberes culinários transmitidos entre gerações.

Com destaque nacional, o café de Irupi é reconhecido por sua qualidade superior, conquistando premiações e atraindo apreciadores do Brasil e do exterior. A visita às propriedades cafeeiras e o turismo de experiência se tornam cada vez mais comuns, com roteiros que integram cultivo, colheita, torra e degustação. Essa vivência singular integra o turista à realidade local e amplia a percepção do território como um polo de excelência gastronômica.

2.2 O Potencial de Irupi

Localizado a cerca de 200 km de Vitória, Irupi faz divisa com os municípios de Lúna, Ibatiba, Muniz Freire e Ibitirama. Sua localização privilegiada na Serra do Caparaó, aliada ao clima ameno e à beleza cênica, o torna um destino estratégico para o ecoturismo, o turismo rural e o turismo gastronômico.

A cidade mantém uma cultura viva, com festas religiosas, celebrações comunitárias, produção artesanal e culinária identitária, sendo também um importante ponto de acesso ao Parque Nacional do Caparaó. Além disso, iniciativas de educação ambiental e valorização dos saberes locais, como feiras, encontros e projetos intermunicipais, contribuem para o protagonismo regional.

2.3 Mercado Gastronômico Brasileiro

Desde os anos 1980, o Brasil vivencia um crescimento expressivo no setor da gastronomia, tanto em qualidade quanto em diversidade. A valorização dos ingredientes locais, o surgimento de chefs especializados, a profissionalização dos estabelecimentos e a ampliação dos canais de divulgação elevaram o nível do mercado e colocaram a gastronomia no centro das políticas de desenvolvimento do turismo nacional.



A gastronomia passou a ser reconhecida como instrumento de identidade cultural, sustentabilidade, inclusão social e geração de renda, fortalecendo a economia criativa e incentivando a formação de novos públicos e empreendedores.

2.4 Expansão e Visibilidade

A presença da gastronomia na mídia — com programas, festivais, canais especializados e portais digitais — fortalece o reconhecimento do setor e impulsiona a organização de eventos segmentados, como feiras e festivais temáticos. O Espírito Santo, por sua diversidade cultural e potencial turístico, destaca-se nesse contexto com iniciativas voltadas à promoção territorial por meio da cozinha capixaba.

2.5 Indicadores Estratégicos

A gastronomia é considerada excelente por 97% dos turistas estrangeiros e por 89% dos turistas nacionais, segundo o Ministério do Turismo.

Eventos gastronômicos estão entre os principais atrativos que motivam o turismo doméstico no Brasil.

A alimentação é a segunda maior despesa dos turistas no país, atrás apenas do transporte.

3. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Consolidar o “Circuito Panela de Barro – Festival Gastronômico Sabores do Caparaó em Irupi” como uma iniciativa estruturante para o turismo regional, promovendo a cultura alimentar, o desenvolvimento sustentável e a valorização dos produtos locais, com foco na geração de renda, na inclusão social e na promoção do território de forma estratégica e integrada.

Objetivos Específicos

- Valorizar a gastronomia e os saberes tradicionais da região;
- Estimular o turismo gastronômico, cultural e de experiência;
- Fomentar a agricultura familiar, a agroindústria artesanal e o comércio local;
- Gerar oportunidades de capacitação, troca de saberes e visibilidade para empreendedores locais;
- Incentivar práticas sustentáveis no evento, como redução de resíduos e logística reversa;
- Promover a imagem de Irupi como destino turístico emergente no Espírito Santo;
- Estimular o consumo consciente de produtos locais.

4. PÚBLICO-ALVO

Segmentos diretamente beneficiados:



- Produtores rurais e agroindústrias familiares;
- Restaurantes, bares, cafés e lanchonetes;
- Artesãos e artistas locais;
- Meios de hospedagem;
- Entidades de apoio ao turismo, cultura e gastronomia;
- Comerciantes e prestadores de serviços do município.

Público visitante:

- Turistas locais e regionais, especialmente dos municípios vizinhos e da região do Caparaó mineiro;
- Apreciadores de culinária, café especial e cerveja artesanal;
- Viajantes em busca de experiências culturais autênticas e roteiros rurais;
- Influenciadores digitais e agentes de mídia turística e gastronômica.

5. RESULTADOS ESPERADOS

- 100% de ocupação da rede hoteleira formal durante o evento;
- Ampliação de 70% da ocupação dos bares e restaurantes locais;
- Aumento de 100% no consumo de produtos gastronômicos regionais;
- Redução de 90% no uso de plástico, com substituição por utensílios ecológicos;
- Destinação correta de 100% do óleo utilizado nas frituras;
- Participação de pelo menos 50 empreendimentos locais;
- Inclusão de Irupi em mídias estaduais e nacionais de gastronomia e turismo;
- Realização de no mínimo 3 oficinas temáticas de capacitação;
- Crescimento de 60% no número de visitantes em relação ao mesmo período no ano anterior;
- Geração de renda direta e indireta para empreendedores locais.
- Grau de satisfação dos visitantes acima de 80%;
- Retorno positivo de pelo menos 70% dos expositores sobre visibilidade e vendas.

6. IMPACTOS ESPERADOS

- Econômico: aumento da renda local, movimentação do comércio.
- Cultural: valorização da gastronomia tradicional, artistas regionais.
- Turístico: inserção de Irupi no mapa de turismo gastronômico.

7. INDICADORES	META ESTIMADA
Restaurantes e estabelecimentos gastronômicos participantes	10
Empreendimento envolvidos (agroturismo, agroindústria, hotéis, casas de cafés etc.)	15
Regiões envolvidas – Região do Caparaó	1



Fluxo nos empreendimentos de Alimentos e Bebidas participantes no período do evento	100%
Público participante do festival	3.000

8. METASMETODOLOGIA/ESTRATÉGIA DE AÇÃO

METAS	PRODUTOS	RESULTADOS ESPERADOS
Realizar o Festival Gastronômico Sabores do Caparaó em Irupi com estrutura adequada para receber o público visitante e os expositores.	Montagem da estrutura do evento (tendas, palco, estandes, iluminação, sonorização, banheiros, sinalização).	Realização do evento em ambiente seguro, confortável e acessível, com infraestrutura que valorize os produtos e a experiência do público.
Promover a valorização da gastronomia local, com foco na culinária tradicional, no café especial e em produtos da agricultura familiar.	Espaço gastronômico com estandes para comercialização de alimentos, bebidas e produtos locais.	Maior visibilidade para os produtores e empreendedores locais, ampliando o consumo e fortalecendo o reconhecimento da identidade da região.
Promover ações culturais integradas ao evento gastronômico.	Programação cultural com shows e participação de grupos locais.	Fomento à economia criativa, geração de oportunidades para artistas da região e fortalecimento da identidade cultural do Caparaó Capixaba.
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 e pratos ecológicos;
Aumentar a divulgação dos atrativos turísticos e culturais da região através de matérias de jornal, blogs, publicações em mídias eletrônicas, internet e redes sociais falando sobre Irupi visando atrair formadores de opinião e jornalistas para conhecer a gastronomia local e os	Matérias	Expectativa superada com diversas matérias online e impressas, conforme Clipping anexo.



atrativos turísticos e culturais da região.		
Realizar o Festival Gastronômico em 2025 com a participação dos Restaurantes de Irupi	Festival	Evento realizado.
Garantir o acesso universal aos locais onde acontecerão as atrações.	Acessibilidade	Locais: Toda a área do evento 100% acessível, Praça de alimentação e palco para atrações culturais e musicais.

9. CRONOGRAMA

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

Objetivo: Estruturar o projeto de forma participativa, com envolvimento dos agentes locais, planejamento técnico e sensibilização do território.

Atividades:

Sensibilização e mobilização dos stakeholders do turismo, gastronomia, cultura e comércio local;

Realização de oficinas com parceiros e lideranças locais para construção coletiva das ações;

Apoio à elaboração do Plano de Comunicação, definição das peças gráficas, identidade visual e conteúdos promocionais;

Orientação aos empreendedores participantes quanto à identidade gastronômica do Caparaó Capixaba, padrão de apresentação e informações técnicas;

Planejamento e cronograma logístico do evento (estrutura, programação, fornecedores, segurança, limpeza e ordenamento urbano);

Monitoramento inicial das atividades e ajustes operacionais.

2ª ETAPA – EXECUÇÃO DO PROJETO

Objetivo: Colocar em prática as ações previstas, garantir a execução técnica das atividades e promover o festival com qualidade, segurança e atratividade.

Atividades:

Contratação e supervisão de fornecedores para montagem da estrutura do evento (palco, estandes, sinalização, som e iluminação);

Lançamento das ações de comunicação: plano de mídias sociais, distribuição de material gráfico e divulgação dos atrativos, pratos e empreendimentos participantes;

Monitoramento da montagem e da aplicação dos layouts, garantindo alinhamento com a identidade visual do projeto;

Oficinas práticas com os empreendedores participantes, abordando:

Técnicas gastronômicas e apresentação de pratos;

Uso estratégico das mídias sociais para alavancagem de vendas;

Atendimento ao público e estratégias de fidelização de clientes;

Elaboração de cardápios e posicionamento de marca;



Realização do Festival Gastronômico com pratos promocionais preparados por empreendedores locais sob orientação de chefs convidados;

Encontro Capixaba de Cervejas Artesanais com degustação e interação com mestres cervejeiros;

Feira do Agroturismo, da Agricultura Familiar, Agroindústria e Artesanato, com

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

Objetivo: Avaliar os impactos sociais, econômicos e culturais do projeto, com foco na continuidade e replicabilidade da ação.

Atividades:

Sistematização das informações e indicadores de desempenho do projeto;

Aplicação de instrumentos de avaliação com expositores, visitantes, empreendedores e parceiros;

Elaboração do Relatório Final com os resultados alcançados, aprendizados e sugestões para as próximas edições;

Apresentação pública do relatório à Prefeitura de Irupi e às entidades envolvidas.

10. CRONOGRAMA FÍSICO

ETAPAS	DATA	
	Início	Término
Ações Preparatórias: Sensibilização e mobilização dos stakeholders do turismo, gastronomia, cultura e comércio local; Realização de oficinas com parceiros e lideranças locais para construção coletiva das ações; Apoio à elaboração do Plano de Comunicação, definição das peças gráficas, identidade visual e conteúdos promocionais; Orientação aos empreendedores participantes quanto à identidade gastronômica do Caparaó Capixaba, padrão de apresentação e informações técnicas; Planejamento e cronograma logístico do evento (estrutura, programação, fornecedores, segurança, limpeza e ordenamento urbano); Monitoramento inicial das atividades e ajustes operacionais.	Agosto/2025	Setembro/2025
Execução do projeto Contratação e supervisão de fornecedores para montagem da estrutura do evento (palco, estandes, sinalização, som e iluminação); Lançamento das ações de comunicação: plano de mídias sociais, distribuição de material gráfico e divulgação dos atrativos, pratos e empreendimentos participantes;	Outubro/2025	Outubro/2025



Monitoramento da montagem e da aplicação dos layouts, garantindo alinhamento com a identidade visual do projeto; Oficinas práticas com os empreendedores participantes, abordando: Técnicas gastronômicas e apresentação de pratos; Uso estratégico das mídias sociais para alavancagem de vendas; Atendimento ao público e estratégias de fidelização de clientes; Elaboração de cardápios e posicionamento de marca; Realização do Festival Gastronômico com pratos promocionais preparados por empreendedores locais sob orientação de chefs convidados; Encontro Capixaba de Cervejas Artesanais com degustação e interação com mestres cervejeiros; Feira do Agroturismo, da Agricultura Familiar, Agroindústria e Artesanato, com expositores regionais; Acompanhamento técnico e institucional presencial durante o evento para garantir a execução conforme planejamento e participação efetiva da comunidade.		
Avaliação e Monitoramento: Sistematização das informações e indicadores de desempenho do projeto; Aplicação de instrumentos de avaliação com expositores, visitantes, empreendedores e parceiros; Elaboração do Relatório Final com os resultados alcançados, aprendizados e sugestões para as próximas edições; Apresentação pública do relatório à Prefeitura de Irupi e às entidades envolvidas.	Novembro/2025	Novembro/2025

11. MEMÓRIA DE CÁLCULO

	Descrição	Unidade	Qtd. do item		
				Preço Unit.	Total
1	Realização de despesas com publicidade com a criação dos layouts (Identidade visual do evento, banners etc.). Criação e Manutenção das redes sociais do evento. Gerenciamento dos veículos de comunicação, interlocução com jornalistas e blogs.	Serviço	1	R\$ 10.500,00	R\$ 10.500,00



2	Despesa com produtora de áudio e vídeo e edição de imagens para promoção e divulgação do evento.	Serviço	1	R\$ 9.500,00	R\$ 9.500,00
3	Assessoria de imprensa antes, 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\$ 8.500,00	R\$ 8.500,00
4	Banner em lona 340 gr. sem verniz para o pórtico, banners.	M²	55	R\$ 89,50	R\$ 4.922,50
5	Impressão de Flyer 14x21cm 4/4 fosco, 115gr para divulgação do evento	Unidade	15000	R\$ 0,48	R\$ 7.200,00
6	Adesivos para identidade visual dos expositores	M²	65	R\$ 95,00	R\$ 6.175,00
7	Conjunto composto por Palco 6x6m Coberto com lona antichama 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, piso em compensado naval de 20mm cintado com pés com regulagem; 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\$ 9.250,00	R\$ 9.250,00
8	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\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00



9	Serviços de Iluminação de médio porte. DESCRIÇÃO: 04 –moving bean. 01- Mesa de luz digital 04 saídas dmx. 12 -par led 12watts. 01 –Ventilador 01-máquina de fumaça 3000, 01-rack disjuntor 12 canais, 01 -splinter 5 entradas 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\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
10	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\$ 12.300,00	R\$ 12.300,00
11	Locação de Tenda antichama para cobrir uma área de 900 m²	M²	900	R\$ 55,00	R\$ 49.500,00
12	Piso em madeira naval	M²	350	R\$ 40,00	R\$ 14.000,00
13	Serviço de instalação elétrica para no mínimo 30 Expositores e demais estruturas do evento	Conjunto	1	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00
14	Serviço de internet com distribuição para os Expositores	Serviço	1	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00
15	Locação de stands em Octanorm para a praça de alimentação e expositores com logística e montagem	M²	225	R\$ 200,00	R\$ 45.000,00
16	Locação de stands em Pallets para os expositores com logística	M²	140	R\$ 160,00	R\$ 22.400,00
17	Locação Painel de Led formato e 6x1 metros	Conjunto	1	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
18	Locação de Gerador 200KVA para 3 dias do evento	Diária	3	R\$ 3.500,00	R\$ 10.500,00
19	Locação de Banheiro trailer Masculino e Feminino com assento	Conjunto	2	R\$ 8.240,00	R\$ 16.480,00
20	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	Serviço	1	R\$ 21.500,00	R\$ 21.500,00



do evento; Estruturação, limpeza e manutenção				
Total				R\$ 299.727,50

12 . PLANO DE APLICAÇÃO (R\$ 1,00)

Natureza da despesa		Total	Concedente	Proponente
Código	Especificação			
33504100	Transferência à instituição privada sem fins lucrativos	R\$ 299.727,50	R\$ 299.727,50	
TOTAL		R\$ 299.727,50	R\$ 299.727,50	

- **CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO (R\$ 1,00)**
Concedente

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 inexistente 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- E.S, 22 de julho de 2025.


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