

## FORMULÁRIO DE APRESENTAÇÃO DO PROJETO

### A. IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE:

- PROponente Pessoa Jurídica:

- Nome da Entidade: ASSOCIAÇÃO DAS MICRO CERVEJARIAS DOS CAMPOS GERAIS PARANÁ

1.2. Endereço: [REDACTED] [REDACTED] bairro: Ronda

Cidade: Ponta Grossa Estado: PR CEP: 84051-490

Fone: [REDACTED]

Site: <https://www.facebook.com/amcgpr/>

1.3. CNPJ [REDACTED]

1.4. Registro Órgão: MF

1.5. Nome do Responsável: Roberto Wasilewski

1.6. Cargo: Presidente

1.7. Endereço: [REDACTED] n° [REDACTED] apto. bairro: Oficinas

Cidade: Ponta Grossa Estado: PR CEP: 84035-310

Fone: [REDACTED] Celular: (42) [REDACTED] Operadora: Tim

1.8. CPF: [REDACTED] RG: [REDACTED] Órgão Exp. SSP-PR

1.9. E-mail: [REDACTED]

- TURISMOLOGO:

- Nome: TATIANE KONIG DA SILVA

2.2. Endereço: [REDACTED] n° [REDACTED] sala. bairro: Jd Carvalho

Cidade: Ponta Grossa Estado: PR

CEP: 84016-530

Fone: [REDACTED] Celular: [REDACTED] Operadora: TIM

2.3. CPF: [REDACTED] RG: [REDACTED] Órgão Exp. SSP-PR

2.4 E-mail: [REDACTED]

### B. IDENTIFICAÇÃO:

- NOME DO EVENTO:

- – **Data: 22 de maio de 2024 a 25 de maio de 2024**
- – **Local: Centro de Eventos de Ponta Grossa**

- **DETALHAMENTO DO PLANO DE TRABALHO**

- **DESCRIÇÃO DO EVENTO / SINÓPSE:**

## **"Cervejeiros Brew Festival"**

Ponta Grossa, um nome que ressoa com força e prestígio no palco global da indústria cervejeira, representa muito mais do que uma cidade brasileira; é um emblema de qualidade, tradição e inovação no mundo da cerveja. Esta metrópole, estrategicamente ancorada nos Campos Gerais, não é apenas uma localidade geográfica, mas um epicentro vibrante de produção cervejeira que cativa o mercado global.

Detentora de um título invejável, Ponta Grossa abriga algumas das mais imponentes instalações de produção da Heineken e Ambev, empresas que, juntas, dominam uma fatia significativa do mercado cervejeiro mundial. Este fato não é uma mera coincidência, mas o resultado da excelência agrícola da região, das políticas de incentivo governamentais e de uma infraestrutura logística inigualável, elementos que convergem para garantir uma produção anual de milhões de litros de cerveja.

Mas a grandeza de Ponta Grossa não se restringe aos titãs da indústria. A cidade é também um santuário para cervejarias artesanais, onde mestres cervejeiros dedicam-se com arte e ciência à criação de sabores que conquistam paladares em todo o mundo. É esse ecossistema diversificado e inovador que coloca Ponta Grossa no mapa mundial como uma força indomável na produção de cerveja.

Com o intuito de celebrar e divulgar esta magnífica saga cervejeira, apresentamos o "Cervejeiros Brew Festival" - mais do que um evento, uma plataforma de reconhecimento internacional para Ponta Grossa. Aqui, convidados de todos os cantos do mundo não apenas degustarão uma vasta gama de cervejas excepcionais, mas também testemunharão a extraordinária cadeia produtiva que sustenta este fenômeno.

O "Cervejeiros Brew Festival" é uma jornada completa: desde os vastos campos de cevada dourada, passando pelos avançados processos de malteação, até o espetáculo sensorial de um copo de cerveja perfeitamente elaborado. Este festival é um tributo à maestria, à resiliência e à visão que impulsionam Ponta Grossa a novos patamares no cenário cervejeiro mundial.

Portanto, junte-se a nós para não apenas testemunhar, mas ser parte desta história de sucesso. O "Cervejeiros Brew Festival" é sua passagem para explorar, entender e celebrar a potência indiscutível de Ponta Grossa no palco global da cerveja. É mais do que uma experiência; é um brinde ao legado e ao futuro da arte cervejeira nesta cidade extraordinária.

- **PROGRAMAÇÃO**

### **Cronograma e Atividades do "Cervejeiros Brew Festival"**

Local: Centro de Eventos de Ponta Grossa, Paraná.

Área total de 50.000 m<sup>2</sup>

Estacionamento para 2.700 veículos

04 pavilhões separados por temáticas: Exposição e degustação, Educação e qualificação, Gastronomia e família, Entretenimento e diversão.

Datas: De 22 a 25 de maio de 2024

**Dias 22 e 23 com Foco Técnico:**

Feira de negócios, palestras, workshops, painéis, network, masterclass.

Acesso restrito para inscritos.

**Dias 24 e 25 Foco festivo:**

Exposição, degustação, competições, atrações musicais.

Acesso livre ao público em geral.

**Atividades programadas:**

**Workshops e Palestras:** Encontros com especialistas na cadeia produtiva da cerveja. Temas que incluem: aprimoramento da qualidade da cevada, inovações em técnicas de fermentação, sustentabilidade na produção cervejeira, entre outros.

**Masterclass:** Workshops avançados para entusiastas e cervejeiros caseiros sobre temas como a ciência da fermentação, seleção de ingredientes, e o desenvolvimento de novos sabores.

**Espaço Educativo:** Área dedicada a workshops e mini-cursos rápidos sobre o mundo da cerveja para o público em geral, como "A arte da degustação de cervejas", "Harmonização de cervejas e alimentos" ou "Fazendo a minha cerveja em casa".

**Painéis de Discussão:** Debates sobre tendências, desafios e oportunidades no mundo cervejeiro, sustentabilidade e inovação.

**Feira de Negócios:** Espaço dedicado para empresas e profissionais da cadeia produtiva exibirem seus produtos, serviços e inovações. Uma oportunidade para networking e negócios.

**Espaço de Inovação e competição de cerveja:** Área dinâmica para startups da cadeia produtiva da cerveja e para competição de cervejas artesanais, incluindo degustação e avaliação. Um corpo técnico fará os julgamentos e teremos ainda avaliação popular. Um destaque para cervejeiros locais exibirem e competirem com suas melhores criações.

**Área de Relaxamento:** Espaços com mesas, cadeiras e sofás para os visitantes descansarem, conversarem, apreciarem suas cervejas.

**Eco-Friendly – evento zero Resíduos:** Considerando a crescente consciência ambiental, implementaremos práticas ecológicas, como copos reutilizáveis, reciclagem e parceiros de alimentos sustentáveis.

**Área de Networking:** Um espaço especialmente projetado para profissionais da indústria cervejeira se encontrarem, discutirem e talvez iniciar colaborações.

**Espaço Sensorial:** Uma área onde os participantes são desafiados a identificar os ingredientes e sabores em cervejas misteriosas. Isso aprimorará sua capacidade de degustação e entendimento das nuances das cervejas.

**Visitas Técnicas, com agendamento prévio:** Haverá excursões para as fábricas locais para que os participantes vejam de perto os processos e técnicas aplicadas.

**Estações de Degustação:** Diversos stands de cervejarias regionais e artesanais para o público degustar e conhecer os sabores de Ponta Grossa e região.

**Zona Gastronômica:** Food trucks e stands de comida para harmonizar com as cervejas, valorizando a culinária regional além de um restaurante destinado aos expositores.

**Espaço Kids:** Um local seguro e divertido para crianças, permitindo que os pais aproveitem o festival sabendo que seus filhos estão bem cuidados.

**Lojas de Souvenirs:** Espaço para venda de produtos temáticos do evento e itens relacionados à cerveja. E espaço destinadas para a casa do Artesão com souvenirs locais.

**Atrações Musicais:** Shows ao vivo de bandas locais e artistas reconhecidos, promovendo uma atmosfera festiva nos dias 24 e 25.

**Sessões de Degustação Guiadas:** Além das degustações abertas, poderia haver sessões guiadas por especialistas, onde os participantes podem provar uma variedade de cervejas e aprender sobre suas características, histórias e processos de fabricação.

**Passeios Virtuais por Cervejarias:** Com a tecnologia de realidade virtual, os visitantes poderão fazer um "tour" pelas principais cervejarias da cidade, entendendo os processos e vendo os interiores das fábricas.

**Aplicativo do Festival:** haverá um aplicativo móvel para que os participantes pudessem planejar seu dia, fazer reservas para workshops, palestras, painéis, visitas a fábricas, conexões com demais participantes do evento, ver o mapa do local, e avaliar as cervejas que provaram.

**Cerveja ao Vivo:** Uma área onde os cervejeiros produzem cerveja em tempo real, mostrando ao público o processo desde a moagem dos grãos até o produto final.

**Concursos e Brindes:** Haverá competições para os participantes com prêmios relacionados ao mundo da cerveja.

**Feedback em Tempo Real:** através do aplicativo os visitantes poderão dar feedback sobre o evento, ajudando a melhorar futuras edições.

- **RESPONSABILIDADE SÓCIO AMBIENTAL**

Implementaremos medidas sustentáveis que resultem em zero resíduos e promova a reciclagem de pelo menos 80% do lixo gerado pelo evento. Todo lixo orgânico será destinado à usina de lixo existente em Ponta Grossa para geração de energia.

- **RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Das Ações Culturais, de Produção Artística, Esportivas e de Lazer: Atraves da cultura da cerveja na cidade de Ponta Grossa, por ser um dos principais polo cervejeiros do País. Bem como a produção artística trazendo entreterimento e lazer para o município. disponibilizando um espaço para a Casa do Artesão vender seus souvenirs locais.

Das Visitas Técnicas, Palestras e Estudos; através de treinamento e possibilitando a visita tecnica, palestras e estudos.

Das Ações Sociais, Políticas e Econômicas; será disponibilizado um espaço para a SETUR

( secretaria de turismo de Ponta Grossa) e para o CVB ( *CONVENTION VISITORS BUREAU*).

- **CONTRA PARTIDA PARA O TURISMO**

As ações para fomentar o turismo no município será trabalho das seguintes maneiras:

- Divulgação no calendário do CVB
- No site do evento terá o video promocional do município, e um link que direciona para a pagina da secretaria de turismo de Ponta Grossa.
- A logo do município e da Comtur estará em todo material de midia, assim como dos hotéis parceiros.
- Durante o evento: O video promocional da cidade será passado.

Será disponibilizado um espaço para o Núcleo do artesanato, espaço para o Convention Visitors Bureau e para a secretaria de turismo, para expor e divulgar o trade e os souvenirs locais.

Será realizado um Tour nas Industrias Cervejeira onde nos onibus será guiados por Guias de Turismo Regionais.

- Será realizado a pesquisa de demanda turistica.

## 2. OBJETIVOS:

### 2.1 Geral

**Exposição e Valorização da Cerveja produzida Ponta Grossa:** Teremos espaço de destaque para cervejarias com produção local exibirem seus produtos e compartilharem suas histórias.

**Educação e Conhecimento:** Proporcionaremos aos visitantes a oportunidade de entender todo o processo de produção de cerveja.

**Celebração Integrada da Cadeia Produtiva:** Destacar todos os componentes e etapas que compõem a jornada da cerveja.

**Estimular a Economia Local:** Impulsionar negócios locais e promover a economia da região.

**Promoção da Cultura Cervejeira:** Nosso ambiente será técnico (2 dias), festivo e cultural (2 dias) para celebrar a tradição cervejeira de Ponta Grossa.

**Engajamento:** Atrair um mínimo de 10 mil visitantes no primeiro ano e aumentar esse número em pelo menos 15% a cada ano subsequente.

**Diversidade de Cervejas:** Oferecer uma seleção de no mínimo 30 cervejarias diferentes, incluindo opções locais, regionais e nacionais.

**Feedback Positivo:** Obter uma classificação média de pelo menos 4,5/5 nas avaliações dos visitantes.

**Impacto Ambiental:** Implementaremos medidas sustentáveis que resultem em zero resíduos e promova a reciclagem de pelo menos 80% do lixo gerado pelo evento. Todo lixo orgânico será destinado à usina de lixo existente em Ponta Grossa para geração de energia.

**Engajamento Digital:** Atingir um mínimo de 30 mil seguidores nas redes sociais do festival antes do evento. Incluindo Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn.

**Missão do "Cervejeiros Brew Festival":** Proporcionar uma experiência imersiva que celebre e valorize a rica tradição cervejeira de Ponta Grossa, desde o grão inicial até o brinde final, fortalecendo a conexão entre produtores, consumidores e todos os envolvidos na cadeia produtiva.

**Visão do "Cervejeiros Brew Festival":** Tornar-se o evento cervejeiro de referência no Brasil, reconhecido por sua capacidade de integrar, educar e celebrar a cultura cervejeira, impulsionando negócios e fortalecendo a identidade da cidade no cenário cervejeiro mundial.

**Valores do "Cervejeiros Brew Festival":**

- **Paixão pela Cerveja:** A cerveja é o nosso núcleo, e celebramos todas as suas nuances, histórias e sabores.
- **Comunidade:** Valorizamos a união da comunidade cervejeira e promovemos um ambiente inclusivo e acolhedor para todos.
- **Educação:** Acreditamos no poder do conhecimento e na educação contínua sobre a cerveja, seus métodos de produção e sua história.
- **Sustentabilidade:** Reconhecemos a importância da sustentabilidade e nos esforçamos para garantir que nosso evento tenha o menor impacto ambiental possível.
- **Inovação:** Estamos sempre em busca de novas ideias, tecnologias e abordagens que possam enriquecer a experiência do nosso público.

**Integridade:** Nos comprometemos a operar com transparência, honestidade e responsabilidade em todas as nossas ações.

## 2.2 Específicos

### 1. Demográfico:

**Idade:** 25 a 50 anos.

Jovens adultos e adultos em idade produtiva, com poder de compra e interesse em experiências cervejeiras.

**Gênero:** Ambos os gêneros, com ligeira inclinação para o público masculino, dada a tendência observada em eventos similares.

**Renda:** Classe média e classe média-alta.

Indivíduos com renda disponível para gastar em eventos e produtos premium.

**Educação:** Ensino médio completo, ensino técnico ou ensino superior.

Pessoas com um certo grau de educação tendem a ter maior interesse em cervejas artesanais e experiências gourmet.

### 2. Psicográfico:

**Estilo de Vida:** Pessoas que valorizam experiências gastronômicas, viagens, cultura e eventos sociais.

**Interesses:** Amantes de cerveja, gastronomia, música ao vivo e networking.

**Valores:** Valorizam produtos artesanais, autênticos e locais. Também têm um interesse crescente em práticas sustentáveis e consumo consciente.

### **3. Comportamental:**

**Hábitos de Compra:** Estão dispostos a pagar mais por produtos de qualidade, experiências exclusivas e valor agregado.

**Frequência:** Participam de festivais, feiras e eventos gastronômicos pelo menos uma vez por trimestre.

**Engajamento:** Ativos nas redes sociais, especialmente no Instagram e Facebook, onde compartilham suas experiências, buscam recomendações e interagem com marcas.

**Loyalty:** Tendência a retornar a eventos que ofereçam uma boa experiência e a recomendar para amigos e familiares.

- **METAS:**

- Proporcionar uma experiência imersiva que celebre e valorize a rica tradição cervejeira de Ponta Grossa, desde o grão inicial até o brinde final, fortalecendo a conexão entre produtores, consumidores e todos os envolvidos na cadeia produtiva. Dentro do cenário de desenvolvimento de Ponta Grossa, a qual possui o maior polo cervejeiro do país e com o crescimento deste segmento, trazendo este evento para a cidade mostrando a importância da cerveja no desenvolvimento do município buscando o título de capital da cerveja.
- Tornar-se o evento cervejeiro de referência no Brasil, reconhecido por sua capacidade de integrar, educar e celebrar a cultura cervejeira, impulsionando negócios e fortalecendo a identidade da cidade no cenário cervejeiro mundial.
- Tornar a cidade reconhecida nacionalmente como a capital da cerveja e assim alevancar o turismo do município.
- Participação de palestrantes reconhecidos internacionais e nacionais:

**Lista de PALESTRANTES e PAINELISTAS para consulta e convites:**

*NOTA: apenas uma lista de sugestões que deverá ser formatada com auxílio de patrocinadores e expositores.*

**Palestrantes nacionais:**

- Estácio Rodrigues (Sommelier, consultor)
- Leonardo Botto (Fundador da Botto Bier)
- Paula Yunes (especialista em harmonização)
- Carlo Lapolli (Presidente da Associação Brasileira de Cerveja Artesanal - ABRACERVA)
- Edu Pelizzon (mestre cervejeiro, medalhista em campeonatos)
- Guilherme Hoffmann (mestre cervejeiro, professor)
- Artur de Araújo (Consultor e juiz de concursos de cerveja)
- Tito Guedes (empreendedor, cervejeiro)
- Rodrigo Louro (CEO e fundador da WeBrew Brasil)
- André Junqueira (cofundador da Morada Cia Etlíca)
- Cristiane Maron (juíza de concursos de cerveja)
- João Becker (engenheiro químico, especialista em fermentação)
- Ana Lúcia Silva (especialista em ingredientes cervejeiros)
- Ricardo Rosa (mestre cervejeiro, consultor)
- Fabiana Arreguy (jornalista, radialista, sommelière)

- Rodrigo Silveira (diretor e mestre cervejeiro da Invicta)
- Leonardo Sewald (CEO da Seasons)
- Tony Saldanha (cofundador da Perro Libre)
- Bruno Vegini (pesquisador, consultor)
- Livia Barbosa (antropóloga, pesquisadora da cultura cervejeira)
- João Filho (Biólogo, especialista em leveduras)
- Diego Gomes (cofundador da Protótipo Cervejas)
- Gil Lebre (CEO da Allegra)
- Larissa Guerini (sommelière internacional de cervejas)
- Marcus Dapper (fundador da Dádiva)
- Gustavo Renha (sommelier, crítico)
- Nina Paula Goulart (Microbiologista, especialista em controle de qualidade)
- Lucas Miranda (fundador da Fermi, especialista em tecnologia cervejeira)
- Aline Araújo (especialista em marketing de cerveja, sommelière)
- Tiago Falcone (especialista em equipamentos cervejeiros)

**Palestrantes internacionais:**

- Jim Koch (cofundador e presidente da Boston Beer Company - Samuel Adams)
- John Palmer (autor de "How to Brew")
- Stan Hieronymus (jornalista e autor de "For the Love of Hops")
- Sam Calagione (fundador e presidente da Dogfish Head Craft Brewery)
- Dr. Brad Smith (fundador da BeerSmith, autor)

Estes nomes representam uma mistura de especialistas em cerveja, empreendedores, sommeliers, mestres cervejeiros, e pesquisadores, cada um dos quais poderia contribuir com uma perspectiva única e insights valiosos para os participantes do festival. Eles são reconhecidos por suas contribuições à indústria da cerveja e têm o poder de atrair entusiastas de cerveja, cervejeiros aspirantes, e veteranos da indústria.

- JUSTIFICATIVA:

Para o festival o intuito é de reconhecimento da cultura da cerveja e tornar o evento grande e de referencia nas proximas edições, para que o festival e o municipio se torne modelo de referênciã em tecnologia e inovaçãõ na área da indústria cervejeira. Fomentando novas empresas no ramo.

Para a cidade de Ponta Grossa em geral, o Festival vem para despertar, fomentar e incentivar a cultura, a arte e a educação, e também desenvolver ainda mais o turismo. Proporcionará a vinda de grupos de fora da cidade, que se utilizarão de hospedagem, alimentação e traslado. Além disso, as ações do projeto e suas peculiaridades trarão grande visibilidade para a cidade, de forma que o investimento via renúncia fiscal, retorne para o município através da contratação de mão-de-obra, serviços, impostos e oportunidade no trade turístico.

#### 5. PRAZO DE REALIZAÇÃO DO EVENTO

INÍCIO: Setembro de 2023

FINAL: junho de 2024

#### • METODOLOGIA / CRONOGRAMA:

1. Agendamento de pauta – setembro 2023
2. Confirmação participação dos profissionais – outubro e novembro de 2023
3. Definição da programação da mostra oficial – novembro e dezembro 2023
4. Definição das palestras e debates – janeiro e fevereiro 2024
5. Contratação de profissionais e serviços – novembro 2023 até maio de 2024
6. Definição dos termos da convocatória (programação alternativa) – março 2024
7. Definição das estratégias de comunicação – março 2024
8. Definição da programação alternativa – fevereiro 2024
9. Elaboração e produção dos materiais de comunicação – março 2024
10. Divulgação e promoção das atividades – abril e maio 2024
11. Assessoria de imprensa, clíping a valorização mídia espontânea – março, abril e maio 2024
12. Realização do festival, registro de vídeo e fotos – maio 2024

## 7. PLANO DE MIDIA:

### Canais de Mídias:

- Redes Sociais
  - Estratégia robusta nas principais plataformas (Facebook, Instagram, Twitter).
  - Uso de vídeos promocionais, entrevistas com Cervejeiros e Posts interativos.
  - Anúncios pagos segmentados para alcançar público específico.
- Imprensa Local:
  - Comunicados de Imprensa para Jornais locais, revistas especializadas e blogs e canais de entretenimento.
  - Colaborações com jornalistas para artigos exclusivos do evento.
  - Canais de interatividade online locais.
- Publicidade Exterior:
  - Cartazes e banners estrategicamente posicionados em locais de alto trafego.
  - 20 outdoors dentro do município e outros 15 nos municípios vizinhos
  - Adesivos para veículos.
  - Banners e brindes.
- Parcerias com Influenciadores:
  - Colaborações com blogueiros de comida e cerveja para avaliações e cobertura pré-evento.
  - Participação de influenciadores no dia do evento para cobertura em tempo real.
  - Mídia de expectativa posicionando adesão ao evento.
  - Mídias espontâneas.
- Inserções em Rádios:
  - Serão em torno de 1 (um) mil inserções em rádios FM com maior audiência na

região.

- Participações em programas ao vivo.
- Mídias televisivas :
  - Participações em programação ao vivo.
  - Inserções nas programações diárias em emissoras com maior audiência.
- Marketing de Conteúdo:
  - Criação de conteúdo envolvente no site do evento, incluindo guias de degustação, histórias de cervejarias participantes e receitas.
  - Uso de blogs e newsletters para manter o interesse antes e após o evento.

Calendário:

- 6 meses antes: Início da campanha nas redes sociais.
- 4 meses antes: Envio de comunicados de imprensa.
- 2 Meses antes: Publicidade Exterior.
- 1 Mês antes; Intensificação de parcerias com influenciadores.

Conteúdo:

Vídeos promocionais:

- Destaque para Cervejarias participantes e seus processos de Fabricação.
- Guia prático sobre como degustar diferentes estilos de cerveja.

Entrevista com palestrantes:

- Entrevistas com palestrantes e representantes do setor abordando tendências do cenário mundial cervejeiro e suas vertentes.

Entrevistas com Cervejeiros Locais:

- Emocionante entrevista com mestres cervejeiros sobre as tendências do setor, abordando cervejas exclusivas do evento, harmonizações, workshop e outras dinâmicas.

Parcerias e Patrocínios:

Cervejarias Locais:

- Destaque nas redes sociais e materiais promocionais.
- Apresentar História das Marcas locais.
- Criação do Selo Campos Gerais.

Patrocinadores:

- Logotipos em todos os materiais de marketing.
- Áreas de Destaque na infra do evento.
- Vinculação da marca em kit mídia do evento.
- Espaço para ações institucionais e comerciais dentro do evento.

**Avaliação de Desempenho:**

- Métricas de Redes Sociais:

Engajamento, alcance e conversões.

- Cobertura de Mídia:

Número de artigos, entrevistas e menções.

- Participação no evento:

Comparação de registro e efetividade na performance do evento.

- Equipe de Mídia:

Coordenador de Mídias Sociais, Relações Públicas, Coordenador de Parcerias.

- Follow-up Pós Evento.

Galeria de fotos e vídeos: Compartilhamento nas redes Sociais.

Pesquisa de satisfação: Avaliação e pesquisa com participantes.

Informativo de valores trafegados em negócios no evento.

- **Material promocional**

- Logo do evento o material ainda esta em elaboração.



**D. PLANILHA ORÇAMENTÁRIA:**

ITEM	Detalhamento	Quant.	Unidade	Nº dias	Va
Logística e Transportes	Rodovan e IAPÓ	1	1	1	50
Hospedagem	PREMIUM E SLAVIERO	40	40	2	
Turismólogo	Tatiane Konig	1	1	1	
Pesquisa de Demanda	Konig Assessoria	5	5	4	

Palestrantes e moderadores	Diversos	1	1	1	
Workshops e Masterclasses	Diversos	1	1	1	
Alimentação	Garden Golf	40	40	2	
Guias de Turismo	Diversos	3	3	1	
<b>TOTAL</b>				<b>SUB-TOTAL</b>	
<b>2. Recursos Materiais</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unidade</b>	<b>Nº dias</b>	<b>Valor</b>
Projeto e execução do evento	Diversos	1	1	1	
				<b>SUB-TOTAL</b>	
<b>3. Espaço</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unidade</b>	<b>Nº dias</b>	<b>Valor</b>
Aluguel do Centro de Eventos	PREFEITURA DE PONTA GROSSA	4	1	4	
				<b>SUB-TOTAL</b>	
<b>4. Estimativa Estrutura</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unidade</b>	<b>Nº dias</b>	<b>Valor</b>
Estruturas Temporárias	ADEGA E DIVERSOS	1	1	1	
GUARDA VOLUME	DIVERSOS	1	1	1	
Sinalização e decoração	Diversos	1	1	1	
				<b>SUB-TOTAL</b>	
<b>4. Estimativa Ambientação</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unidade</b>	<b>Nº dias</b>	<b>Valor</b>
Iniciativa eco-friendly ( copos reutilizáveis, gestão de resíduos, etc)	Diversos	1	1	1	
Parcerias com provedores de alimentos sustentáveis	Diversos	1	1	1	
Segurança e primeiros socorros	Diversos	1	1	1	
Ambulatório e ambulância	Diversos	1	1	1	
Limpeza e Manutenção	Diversos	1	1	1	
				<b>SUB-TOTAL</b>	
<b>5. Som / equipamentos</b>	<b>Detalhamento</b>	<b>Quant.</b>	<b>Unidade</b>	<b>Nº dias</b>	<b>Valor</b>
EQUIPAMENTOS DE SOM	ariel som	1	1	1	
Fones de Ouvido, Tradução simultanea	diversos	1	1	1	
				<b>SUB-TOTAL</b>	



Venda de Merchandising/Souvenirs	50.000,00
Estacionamento	60.000,00
Comissão sobre a venda direta de todos os produtos comercializado na feira	250.000,00

#### **F- OUTRAS INFORMAÇÕES OU ANEXOS**

- Será destinado espaço específico para divulgação de produtos turísticos municipais e regionais, estabelecendo parceria com o Núcleo de Artesanato e CVB.
- Carta de apoio do CVB
- Agendamento do centro de eventos ( protocolo 62830/2023)
- Carta de apoio do Premium Vila Velha Hotel
- Carta de apoio do Slaviero Ponta Grossa Hotel
- Carta de apoio do Planalto Select Hotel
- Carta de apoio da Cervejaria Brasser
- Carta de apoio da Cervejaria Bierhrr
- Carta de apoio da Cervejaria Estação do Chopp
- Carta de apoio da Cervejaria Lobos
- Carta de apoio da Cervejaria 4Hops

#### **G- DECLARAÇÃO E TERMOS DE COMPROMISSO**

Conforme Decreto nº 13.805/2017 e 13.913/2018, declaro, sob as penas da Lei, conhecer e estar de acordo com as condições da Lei nº 12.066/2014 e Lei Municipal nº 12.937/2017 – Art. 8, reconhecendo como verdadeiras as informações aqui prestadas, tanto no projeto como em seus anexos.

Assinatura  
Roberto Wasileswki  
Presidente da AMCCG

Ponta Grossa, 22 de novembro de 2023

