

RELATÓRIO FINAL DE EXECUÇÃO ECONOMIA CRIATIVA COM RAIZ

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Nome do Projeto: Economia Criativa com Raiz

Organização Proponente: Instituto Darwin – Instituto de Apoio à Evolução da Cidadania

CNPJ: 09.273.825/0001-54

Endereço: Av, Dr. José Augusto Moreira, 900, sala 1905, Casa Caiada Olinda/PE CEP: 53.130-410

Responsável Legal: Patrícia Maria de Luna

Município de Execução: Olinda – PE

Período de Execução: 04/07/2024 a 27/08/2025

Abrangência: Educadores e educadoras populares que atuam em Instituições e movimentos com experiência na temática da economia popular solidária, empreendedores, trabalhadores da cultura, do turismo, do carnaval e da economia criativa de Olinda

APRESENTAÇÃO E SÍNTESE DO PROJETO

O projeto Economia Criativa com Raiz foi desenvolvido em Olinda, município que, segundo o Censo Demográfico 2022 do IBGE, conta com 349.976 habitantes e figura entre as cidades mais densamente povoadas do país, com mais de 8 mil habitantes por quilômetro quadrado. Esse adensamento urbano, somado ao fato de Olinda ser Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade desde 1982, reforça o peso da cultura, do turismo e dos serviços criativos na dinâmica econômica local.

A estrutura produtiva do município é fortemente baseada no setor de serviços, que concentra a maior parte da atividade econômica, especialmente em comércio, turismo, gastronomia, eventos e atividades culturais. Levantamentos recentes indicam que a cidade reúne dezenas de milhares de postos formais de trabalho, com predominância em ocupações ligadas ao atendimento ao público, hospedagem, alimentação fora do lar e atividades culturais e recreativas, o que evidencia a relevância da economia criativa para a geração de renda e manutenção de empregos em Olinda.

Nesse contexto, muitas pessoas tiram o sustento diretamente da cultura, do turismo, do artesanato, do carnaval e de outros fazeres criativos, mas nem sempre dispõem de ferramentas

práticas de gestão, planejamento e comunicação para consolidar seus negócios. O projeto Economia Criativa com Raiz respondeu a essa realidade ao estruturar uma trilha de formação em economia criativa, gestão e comunicação, por meio de cursos, oficinas e seminários voltados à qualificação efetiva desses empreendedores.

Ao longo da execução, foram integrados conteúdos técnicos com reflexões sobre a identidade do município, permitindo que os participantes construíssem soluções aplicáveis ao dia a dia dos seus empreendimentos. O foco foi tratar Olinda não apenas como cenário, mas como principal matéria-prima: suas cores, narrativas, manifestações populares, o sítio histórico e o carnaval foram trabalhados como base para a criação e qualificação de produtos e serviços criativos, fortalecendo a economia local e a geração de oportunidades de trabalho e renda.

OBJETIVOS PREVISTOS E ALCANÇADOS

Objetivo geral previsto

Fortalecimento da economia popular e solidária através das capacitações e assessoramento técnico de empreendedores e trabalhadores do campo da economia criativa em Olinda, promovendo qualificação profissional, fortalecimento de negócios criativos e desenvolvimento econômico local.

Situação do objetivo geral

O objetivo geral foi alcançado com êxito. A combinação entre conteúdos teóricos, práticas orientadas, consultorias empresariais e valorização da identidade de Olinda resultou em mudanças perceptíveis na forma como os participantes passaram a compreender e a cuidar dos seus negócios

Objetivos específicos e situação final

1. Melhorar a capacidade produtiva dos empreendimentos econômicos solidários.

Situação: objetivo cumprido. Foram ministrados módulos específicos sobre esses temas, com exemplos práticos e atividades aplicadas à realidade dos participantes.

2. Melhoria da renda das pessoas dos empreendimentos econômicos solidários.

Situação: objetivo alcançado, com evidências qualitativas. Diversos participantes relataram aumento de demanda, melhoria na apresentação de produtos e serviços e

ampliação de canais de venda, incluindo redes sociais, parcerias e participação em eventos.

Estimular a formação de redes colaborativas entre artesãos, produtores culturais, carnavalescos e empreendedores do turismo.

Situação: objetivo cumprido. Ao final do projeto, permaneceram grupos ativos de articulação, com propostas de ações conjuntas, participação em feiras e colaborações que continuaram para além da vigência formal.

3. Fortalecer os Fóruns de Economia Popular Solidária Pernambuco.

Situação: objetivo alcançado. Foram realizadas atividades que ajudaram os membros dos Fóruns a se **capacitarem** em gestão, vendas e organização, tornando seus empreendimentos mais sustentáveis.

PÚBLICO ATENDIDO

O projeto alcançou diretamente um público de:

- ➔ Mobilização com **03 instituições** (CEAAL - Conselho de Educação Popular da América Latina e Caribe, EQUIP - Equipe de Formação Quilombo dos Palmares e Sindicato dos Bancários de Pernambuco)
- ➔ Participação de **156 (cento e cinquenta e seis) pessoas**, no seminário de EPS (Economia Popular Solidária), sendo 77 (setenta e sete) presenciais e 79 (setenta e nove) pessoas que acompanharam online
- ➔ Assessoramento técnico, com visita presencial, de **150 (cento e cinquenta)** Empreendimentos de Economia Popular Solidária

- Público Direto atendido: 306 (trezentos e seis) pessoas

- Público Indireto atendido: 362 (trezentos e sessenta e duas) pessoas

Perfil predominante do público atendido

- Faixa etária: principalmente entre 18 e 50 anos.
- Gênero: participação expressiva de mulheres, além de homens e pessoas LGBTQIA+.

- Segmentos: artesãos e artesãs, produtores e agentes culturais, prestadores de serviços, profissionais do turismo, representantes de agremiações carnavalescas, jovens e adultos em processo de início ou consolidação de negócios na economia criativa.
- Territórios de origem: Sítio Histórico de Olinda, bairros centrais e outras áreas com forte vocação cultural e turística.

Esse perfil demonstra que o projeto conseguiu atingir o núcleo da economia criativa de Olinda, contemplando tanto empreendedores com trajetória consolidada quanto pessoas em fase inicial de estruturação de seus negócios.

METAS E ATIVIDADES EXECUTADAS

A seguir, apresenta-se o resumo das principais metas do plano de trabalho e a síntese da execução de cada uma.

Meta 1: Divulgação e mobilização do público

- Previsto: desenvolver e executar uma estratégia de divulgação abrangente e condizente com o público-alvo.
- Executado: foi criada a identidade visual do projeto, produzidas peças para redes sociais com linguagem clara e acessível, enviados convites por meio de listas de transmissão e grupos de WhatsApp, estabelecido contato com as instituições parceiras (CEAAL - Conselho de Educação Popular da América Latina e Caribe, EQUIP - Equipe de Formação Quilombo dos Palmares e Sindicato dos Bancários de Pernambuco), associações de artesãos, agremiações carnavalescas, coletivos culturais e empreendimentos turísticos, além da divulgação em canais institucionais do Instituto Darwin.
- Situação: meta cumprida. A procura pelas atividades foi consistente, com formação de lista de interesse para possíveis edições futuras.

Meta 2: Capacitação da equipe técnica e pedagógica

- Previsto: alinhar metodologicamente a equipe responsável pela execução do projeto.

- Executado: foram realizadas reuniões de planejamento com definição de objetivos, metodologias, conteúdos por módulo e instrumentos de avaliação. Também foram organizados os procedimentos de registro, como lista de presença, fichas e relatórios de atividades.
- Situação: meta cumprida, com equipe integrada e coerência entre os diferentes momentos formativos.

Meta 3: Organização e execução da trilha formativa

- Previsto: estruturar e executar uma trilha de oficinas, cursos e seminários em economia criativa.
- Executado: foi elaborado um cronograma distribuído ao longo do ano, com ajustes pontuais para adequação ao calendário cultural de Olinda. Os encontros presenciais foram realizados em horários regulares e organizados em módulos temáticos, incluindo economia criativa, gestão de negócios, comunicação, precificação e construção de marca.
- Situação: meta cumprida, com a trilha formativa concluída dentro do período previsto.

Meta 4: Produção de materiais didáticos e de apoio

- Previsto: produzir materiais de apoio às formações.
- Executado: foram elaborados apostilas e materiais em formato digital (PDF) para facilitar o acesso dos participantes, bem como impressos certificados, listas e fichas padronizadas com a identidade visual do projeto.
- Situação: meta cumprida, com uso equilibrado de materiais físicos e digitais, otimizando recursos.

Meta 5: Realização do Seminário de Economia Popular Solidária

- Previsto: Realizar 02 Seminários, sendo 01 online e 01 presencial com transmissão ao vivo online, atendendo 150 (cento e cinquenta) participantes em atividades relacionadas à economia criativa.
- Executado: foram realizados os dois seminários previstos, nos dias 23 e 24 de julho de 2025, no bairro do Varadouro em Olinda, onde foram desenvolvidos módulos com temas como conceitos de economia criativa e cadeias produtivas, planejamento e gestão de pequenos negócios, comunicação e uso de redes sociais, precificação e noções básicas de finanças, além de identidade de marca inspirada em Olinda. As atividades incluíram

exercícios práticos para revisão de produtos e serviços, bem como espaços de troca de experiências e de formação de redes entre os participantes.

- Situação: meta cumprida, com número de participantes compatível com o previsto no plano de trabalho.

Meta 6: Assessoramento técnico, com visita presencial, de 150 (cento e cinquenta) Empreendimentos de Economia Popular Solidária

- Previsto: atender 150 Empreendimentos de Economia Popular Solidária, com consultoria de 02 (duas) horas por empreendimento
- Executado: foram executada 300 (trezentas) horas técnicas de consultoria a 150 empreendedores em EPS.
- Situação: meta cumprida, com número de participantes compatível com o previsto no plano de trabalho.

METODOLOGIA ADOTADA

A metodologia foi desenhada para garantir consistência técnica e, ao mesmo tempo, proximidade com a realidade dos participantes. Os principais elementos foram:

- Abordagem participativa, com encontros organizados em formato de rodas de conversa, compartilhamento de experiências e estudo de casos reais trazidos pelos empreendedores.
- Equilíbrio entre teoria e prática, vinculando cada conceito a exemplos concretos, como feiras, blocos carnavalescos, ateliês, bares, pousadas e roteiros turísticos de Olinda.
- Centralidade da identidade olindense, com uso do carnaval, do patrimônio, do artesanato, da gastronomia e das memórias da cidade como base para criar produtos, serviços e narrativas de marca.
- Linguagem acessível, com explicação de termos técnicos de forma clara, retomando e aplicando os conceitos ao longo dos encontros, respeitando diferentes níveis de escolaridade e experiência.
- Foco em redes e colaboração, incentivando que os participantes se reconhecessem como parte de uma cadeia criativa mais ampla, e não apenas como negócios isolados.

RESULTADOS E IMPACTOS

Resultados quantitativos:

- 306 participantes atendidos diretamente.
- 362 participantes atendidos indiretamente
- Trilha formativa concluída, com encontros regulares ao longo do período de execução.
- Frequência considerada satisfatória, com manutenção das turmas até a conclusão dos módulos.

Resultados qualitativos:

Os impactos qualitativos foram observados na mudança de percepção e de postura dos participantes em relação aos seus próprios empreendimentos. Pessoas que antes se identificavam apenas como “artesãos”, “donos de barraca” ou pequenos comerciantes passaram a se reconhecer como agentes da economia criativa local.

Foram registradas:

- Parcerias entre participantes para desenvolvimento de produtos em conjunto e realização de ações em eventos e feiras.
- Melhoria na apresentação visual de produtos, no atendimento ao público e na clareza quanto à definição de preços.
- Maior compreensão sobre a importância da organização financeira básica, definição de metas de venda e planejamento mínimo.
- Manifestação de interesse em participar de formações mais avançadas, especialmente em temas como marketing digital, acesso a editais e instrumentos de fomento.

DIFICULDADES E ESTRATÉGIAS ADOTADAS

Durante a execução, alguns desafios se fizeram presentes:

- Horários de trabalho irregulares, com participantes atuando em fins de semana e no período noturno, o que demandou flexibilidade na agenda.
- Interferência do calendário cultural de Olinda, com eventos que impactaram a disponibilidade do público em determinadas datas.

- Diferentes níveis de familiaridade com temas de gestão e uso de ferramentas digitais, exigindo adaptações de ritmo e linguagem.

Para mitigar esses desafios, foram adotadas as seguintes estratégias:

- Reprogramação pontual de encontros, sempre com comunicação antecipada.
- Uso de canais como WhatsApp e outras plataformas digitais para envio de lembretes, materiais e orientações.
- Reforço de conceitos-chave com exemplos variados, favorecendo a compreensão progressiva.
- Atendimento individualizado a dúvidas e necessidades específicas, evitando que participantes fossem excluídos ou ficassem para trás.

EXECUÇÃO FINANCEIRA – SÍNTESE NARRATIVA

A execução financeira do projeto seguiu rigorosamente o plano de trabalho aprovado e o instrumento firmado com o poder público.

Os recursos foram aplicados em serviços técnicos especializados, equipe, materiais de consumo, materiais didáticos e apoio logístico, em conformidade com as rubricas previstas. As contratações foram precedidas de pesquisa de preços, assegurando economicidade e compatibilidade com o mercado.

Todas as despesas estão documentadas por meio de notas fiscais, recibos e comprovantes que acompanham este relatório. Não houve desvio de finalidade, e eventuais ajustes pontuais entre itens permaneceram dentro dos limites autorizados, sem ultrapassar o valor total aprovado e preservando o objeto do projeto.

A planilha detalhada de execução financeira segue anexada, com discriminação por natureza de despesa, valores unitários e totais, fornecedores, justificativas e parâmetros de preço, de modo a facilitar a análise pela equipe técnica do órgão concedente.

MONITORAMENTO, AVALIAÇÃO E REGISTROS

O acompanhamento do projeto foi realizado de forma contínua, com os seguintes instrumentos:

- Listas de presença em todas as atividades.
- Relatórios internos de cada módulo, com síntese das ações, percepções da equipe e pontos de atenção.

- Registro fotográfico dos encontros, para fins de comprovação de execução e memória institucional.
- Materiais produzidos pelos participantes, como planos de ação, reformulação de produtos e propostas de parcerias.
- Avaliações qualitativas, formais e informais, sobre conteúdos, metodologia e impactos do projeto na trajetória dos empreendedores.

Esse conjunto de documentos compõe o acervo de comprovação do projeto, articulado à documentação financeira, assegurando transparência e rastreabilidade da execução.

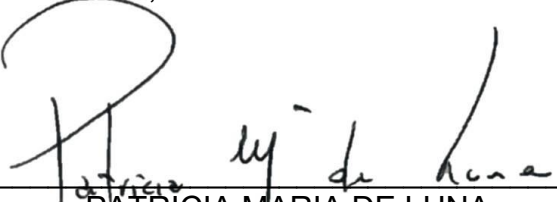
CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto **Economia Criativa com Raiz** cumpriu o propósito de oferecer uma formação sólida em economia criativa a partir da realidade de Olinda e de quem vive da cultura, do turismo e do artesanato no município.

A iniciativa contribuiu para reorganizar a visão de muitos empreendedores sobre seus negócios, reforçou a compreensão de que cultura, turismo, artesanato e carnaval são também estratégias de desenvolvimento econômico e estimulou redes de colaboração que permanecem ativas após o encerramento das atividades.

O Instituto Darwin permanece à disposição para esclarecimentos adicionais e reafirma o compromisso com a gestão responsável de recursos públicos, com a transparência na prestação de contas e com a continuidade de ações que fortaleçam a economia criativa e a cidadania em Olinda.

Olinda, 20 de setembro de 2025.



PATRÍCIA MARIA DE LUNA
DIRETORA PRESIDENTE
INSTITUTO DARWIN