

**ESTRATEGIAS Y  
POLÍTICAS PÚBLICAS  
PARA EL  
DESARROLLO DE  
CIUDADES  
CREATIVAS**

**Ana Carla Fonseca  
Garimpo de Soluções**



---

¿QUÉ CIUDAD CREATIVA?

# CONEXIÓN

# INNOVACIÓN

CULTURA

---

CIUDADES QUE SE REINVENTAN



VIEJOS Y NUEVOS RETOS PARA LA CIUDAD CREATIVA















ESTRATEGIAS Y  
POLÍTICAS PÚBLICAS DE  
REGENERACIÓN





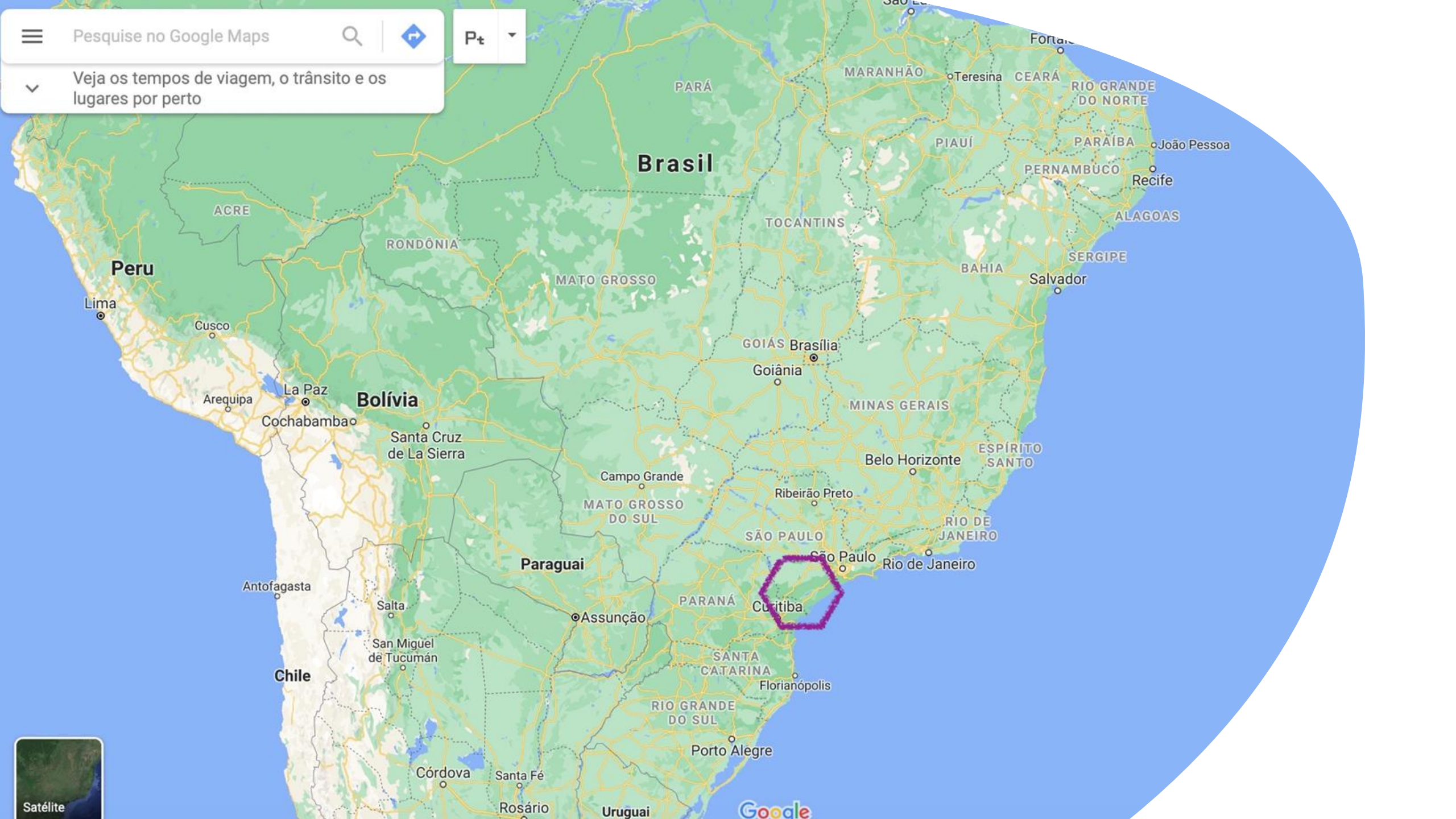
Pesquise no Google Maps



Pt



Veja os tempos de viagem, o trânsito e os lugares por perto



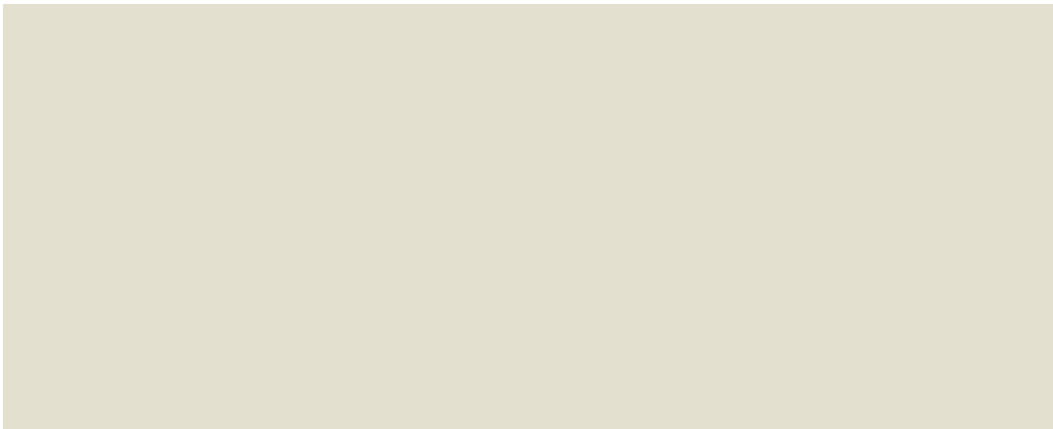
Satélite

Google









# DOS EJES INTERDEPENDIENTES

## ECONÓMICO

Mapeo de las singularidades del territorio y propuestas para convertirlas en productos y servicios con valores añadido y compartido.

## SOCIAL

Refuerzo de la autoestima y de la pertenencia de los “Valientes”.



21  
CIUDADES

12.800  
KMS EN  
AUTO

100%  
EQUIPO  
LOCAL

# ENTREVISTAS CON

# 106

# PERSONAS REFERENTES EN EL VALLE

CARGO/INSTITUCIÓN	CIDADE
Artesão e liderança local	Itaoca
Liderança indígena	Cananeia
Instituto Rio Itariri	Pedro de Tr
Gerente, Reserva Betary	Iporanga
Gestora de Turismo (ex-Cultura)	Iguape
Liderança indígena	Regist
Secretário de Cultura e Turismo	Regist
Ex-Presidente da Cooperfloresta	Bar
Roteiro do Milho	
Presidente, Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Registro (ACIAR)	
O Boticário	
Fundadores da Associação de Jovens da Jureia - calças	
Ex-Prefeito de Ilha Comprida por quatro mandatos	
Quilombo do Ivaporundua	
Ex-Prefeito de Apiaí, Gerente Regional, Fundação Florestal	
Empresário Rural (Sítio Pinheirinho), fundador da Cooperpeixe e da Aaquaju	
ABRISA - Ass. de Moradores e Produtores do Arraial de Santo Antonio do Bairro do Ri	
Gerente Regional CETESB	
APTA	
Coopervale	
Rede de ONGs	
A Queijaria	
Cooperagua	
Búfalos, Palmito da Fazenda, Poçágua	
Produtora de amora preta	
Criador de ostras	
Presidente ABAM, Coordenador de Vendas, Coopercentral VR	
Presidente do COMTUR e empresário (pousada)	
Associação dos Artesãos do Alto Vale do Ribeira	



DÁ GOSTO SER  
DO RIBEIRA

Ex-Secretário de Meio Ambiente de Registro, ativista da piscicultura	Registro
Empresário, Golden Inn	Apiaí
Gerente Regional, DAEE	Registro
Fundador, Trossabor	Cajati
Fundador, Tropdan	Jacupirang
Criador e ex-Prefeito de Pariqueira-Açu	Pariqueir
Cooperostra	ResEx P
ACRIBUVAR	Regist
Instituto Socioambiental	Eldo
Agrônomo do SEBRAE	Re
Guará Vermelho (ostras em natureza preservada)	C
Gerente, SENAC	
Historiador	
Capivara Bar	
Diretor, Escritório de Desenvolvimento Regional do Vale do Ribeira	
Produtor, perito na história da imigração japonesa ao Vale	
Deputado Federal, ex-Prefeito de Registro e ex-Chefe da Casa Civil de Alcmin	
Coorganizadora do encontro de lideranças indígenas	
Ex-Diretora de Turismo (Cananeia) e atual Diretora de Desenvolvimento Sustentável	
Bananas	
Cofundadora, Empreendedoras do Vale	
SENAR	
Associação dos Aquicultores do Vale do Ribeira (Aquivale)	
Emprendedora do campo do chá e do turismo	
Turismo de aventura	
Diretor, ICMBio	
Analista, GPA - Caras do Brasil	
Diretor, Instituto Federal	
Prefeito de Iguape, ex-Vereador, ex-Superintendente do IBAMA	
Tenri e ACEJA	

Presidente, Confederação Nacional dos Bananicultores	Registro
Diretora-executiva, Artesol	São Paulo
Liderança indígena	Iguape
Diretor de Turismo	Itaoca
Sócio, Levitare	Sete Barras
Casa do Artesão	Apiaí
Criador, Fazenda Salto de Berrador	Jacupiranga
PETAR, Conselheiro, Reserva da Biosfera da Mata Atlântica	Eldorado
Presidente da COOPAV e Associação do Bairro Garcias	Apiaí
Palmitaria Brasil	Juquiá
Operacional e Presidente da Associação e cooperativa do Bairro Queimadas	Apiaí
Banarte	Miracatu
ARCC - Associação Caraças e Capuavas	Itaoca
Ex-gestora de cultura, hoje turismo - trabalho com ceramistas	Apiaí
Prefeito de Cajati, mentor e articulador da transformação da cidade	Cajati
Criador de búfalos, ex-Prefeito	Barra do Turvo
Fundador, kaskin	Jacupiranga
Fundadora, Café com costura	Apiaí
SOS Mata Atlântica	São Paulo
Prefeito	Itanhaém
Subsecretário de Ciência, Tecnologia e Inovação, ESP	São Paulo
Artemira	Miracatu
Associação de Artesãos de Apiaí "Custódia de Jesus da Cruz"	Apiaí
Secretária-Adjunta de Turismo MG e especialista em turismo criativo	BH
Artesã	Itaoca
Regio Matsumoto	
Artesã de sucesso	Itaoca
Professor, ITESP	Registro
Sítio Oka	Sete Barras
Ex-Prefeito, Juquiá	Juquiá

TALLERES CON

250

EMPRENDEDORES & AGENTES  
DE TRANSFORMACIÓN



CAPÍTULO 2

# Comunicação e marca-território

## Dar voz aos Valentes



### Papagaio- de-cara-roxa

*Amazona brasiliensis*

Originalmente encontrado de São Paulo ao Rio Grande do Sul, e atualmente restrito à faixa litorânea da Mata Atlântica no Sudeste e no Paraná.

Pode chegar a medir 36 cm e está ameaçado de extinção, por conta da caça e tráfico ilegais e desmatamento.



# DÁ GOSTO SER DO RIBEIRA



Apresentação dos nichos do  
Dá Gosto Ser do Ribeira

# ARTE REGIONAL



ribeira  
**HUB**  
coworking

## Leilão Virtual de Artesanato do Vale do Ribeira será realizado no dia 23

*Participantes fazem parte de grupos de artesãos do Projeto Dá Gosto Ser do Ribeira*

16/11/20 às 14:00 - Por: Redação

Divulgação



Um grupo de artesãos participantes do **Projeto Dá Gosto Ser do Ribeira** vai realizar um **Leilão Virtual de Artesanato do Vale do Ribeira** no dia 23 de novembro, a partir das 9h. Serão ofertadas mais de 50 peças e os lances serão feitos por meio de um grupo de WhatsApp que será criado para a ação. Os interessados podem se inscrever no link <https://bit.ly/artesanatoVR>.



Realização

**SEBRAE**

**GARIMPO  
DE SOLUÇÕES**

Plano  
Estratégico  
de Economia  
Criativa



Apoio



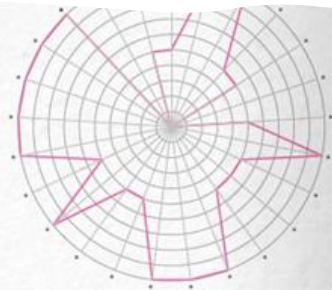
## Quadro Resumido de Ações

					
	Alimentação	Artesanato	Turismo	Complementar	Governança
100% Ribeira – programa de promoção do turismo interno	✓	✓	✓		
Animal Parade – arte pública como instrumento de promoção		✓	✓	Comunicação	
Casa da Memória e dos Afetos do Vale do Ribeira – arquivo Histórico, Escritório Técnico e Centro do Patrimônio	✓	✓	✓		
Casa do Ribeira – atração temática e ponto de venda na BR-116	✓	✓	✓		
Cobranding e associações entre negócios – ações para promoção de marca-território, destinos turísticos...	✓	✓	✓	Comunicação	
Da Floresta à mesa – programa de incentivo à produção orgânica e sustentável	✓		✓		
Dos roteiros aos pacotes e dos pacotes à venda – estratégias para a comercialização de produtos...	✓	✓	✓		✓
Embaixadores do Ribeira – promoção, visibilidade e referenciamento do território	✓	✓	✓	Comunicação	
Encantos do Ribeira – webséries para promoção de atrativos locais	✓	✓	✓	Comunicação	
Fórum Mundial da Banana – visibilidade para a indústria bananeira local e incrementos para a produção	✓				
Gente Valente – programa de Educação Patrimonial	✓	✓	✓		
Geoparque do Alto Vale do Ribeira – excepcionalidade do patrimônio geológico como fator...	✓	✓	✓		
Infovia Ribeira Conectado – ampliação do acesso à Internet				Telecom	
Juntos – <i>matchfunding</i> de investimento em negócios de impacto				Finanças	✓
Latitude 24 – liofilização de frutas e demais produtos tropicais <i>in natura</i>	✓				
Moda evangélica – criação de polo produtivo voltado ao segmento				Moda	
Observatório de Turismo Sustentável – inteligência para impulsionar as políticas e negócios do setor			✓		✓
Parque Fluvial Recreativo Águas do Ribeira – atividades lúdicas, desportivas e culturais p/ a conservação...			✓		
Polo de finanças verdes e de economia circular – recebimento de fundos internacionais ambientais...			✓	Finanças	
Ribeira na palma da mão – diretório georreferenciado de singularidades criativas	✓	✓	✓	Outros serviços	
Rótulos, embalagens e displays – qualificação na apresentação de produtos locais	✓	✓		Comunicação	
Sabores do Ribeira – promoção da Gastronomia dentro e fora do Vale	✓		✓		
Selo Consorciado Intermunicipal – inclusão de pequenos produtores de insumos de origem animal	✓				
Turismo do Bem-estar – É lindo. É simples. É natural.	✓	✓	✓		
Viva o Ribeira – vivências autênticas pelos saberes e fazeres dos povos do Vale	✓	✓	✓		

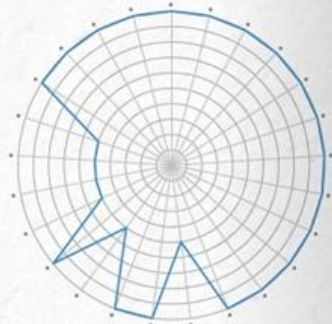
# Ações

	Articulação Externa	Articulação Interna	Comunicação / Difusão	Comercialização / Distribuição
MODA EVANGÉLICA	2	1	2	1
POLO DE FINANÇAS VERDES E DE ECONOMIA CIRCULAR	2	2	1	0
GEOPARQUE DO ALTO VALE DO RIBEIRA	2	2	1	1
SELO CONSORCIADO INTERMUNICIPAL	2	1	2	2
CASA DA MEMÓRIA E DOS AFETOS DO VALE DO RIBEIRA	2	1	1	2
100% RIBEIRA	2	0	1	1
GENTE VALENTE	2	1	0	2
VIVA O RIBEIRA	2	2	1	2
PARQUE FLUVIAL RECREATIVO ÁGUAS DO RIBEIRA	2	1	1	2
LATITUDE 24	2	1	2	1
DA FLORESTA À MESA	2	1	2	2
CASA DO RIBEIRA	2	2	2	2
FÓRUM MUNDIAL DA BANANA	1	2	1	2
JUNTOS	2	2	0	0
TURISMO DO BEM-ESTAR	2	1	2	1
ANIMAL PARADE	1	1	1	2
SABORES DO RIBEIRA	2	2	2	2
ENCANTOS DO RIBEIRA	1	1	0	2
EMBAIXADORES DO RIBEIRA	1	2	1	2
RÓTULOS, EMBALAGENS E DISPLAYS	1	2	2	1
INFOVIA RIBEIRA CONECTADO	1	2	1	0
COBRANDING E ASSOCIAÇÕES ENTRE NEGÓCIOS	2	2	2	2
DOS ROTEIROS AOS PACOTES E DOS PACOTES À VENDA	2	2	2	2

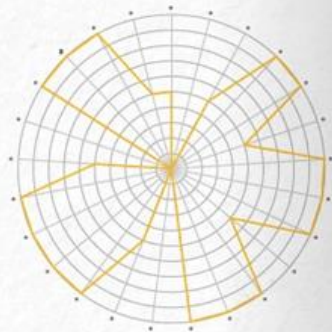
## Articulação Externa



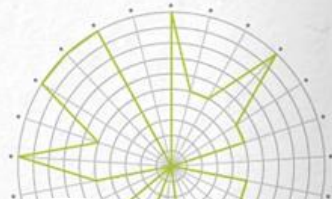
## Articulação Interna



## Comunicação / Difusão



## Comercialização / Distribuição



## Articulação Externa

## Articulação Interna

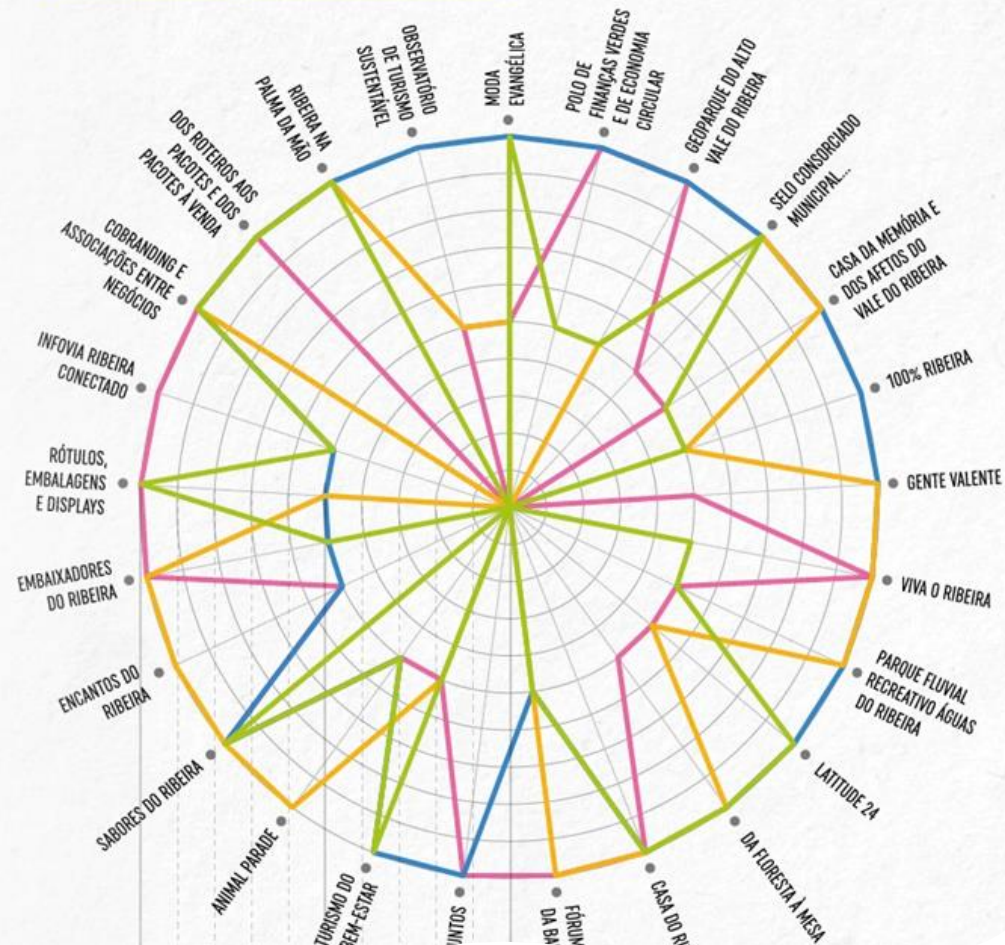
## Comunicação / Difusão

## Comercialização / Distribuição

## Pontuação



A pontuação indica o grau de aderência em relação ao eixo



# Casa da Memória e dos Afetos do Vale do Ribeira

## arquivo Histórico, Escritório Técnico e Centro do Patrimônio

A consultoria Garmpo de Soluções realiza o projeto "Dá Gosto Ser do Ribeira", com apoio do Codivac. Trata-se de iniciativa pioneira no Vale do Ribeira que tem por objetivo a produção de Plano Estratégico de Economia Criativa para a região, com foco no desenvolvimento de negócios a partir da valorização de singularidades, potencialidades e oportunidades locais.

... centro das identidades, dos registros e das memórias, etimizadas ou vividas, que percorrem e conformam as terras do Vale.

Essas histórias transmitem o suporte do papel ou digital para a reaviberação de relatos de famílias, personagens folclóricos e referências territoriais e ecoam testemunhos ainda vivos, sejam eles relativos a pessoas, edifícios, locais públicos ou espaços lembrados.

Sua constituição traz os seguintes objetivos:

- Organizar, revelar e difundir a riqueza histórica do Vale do Ribeira, internamente a ele e como ponto de apoio à difusão para fora dele;
- Respaldar a promoção do pertencimento e a valorização de uma identidade regional sistêmica e compartilhada entre os municípios e os povos do Vale do Ribeira;
- Facilitar e estimular a preservação patrimonial edificada por parte dos proprietários públicos e privados desses bens;
- Atingir o desenvolvimento de atividades voltadas ao incremento da autoestima do cidadão do Vale do Ribeira.

Tendo em vista a concentração de edifícios tombados pelas três esferas (municipal, estadual e federal) em Iguape, recomenda-se que a Casa da Memória e dos Afetos do Vale do Ribeira seja constituída em uma das pérolas patrimoniais desse município. Mais especificamente, sugere-se que se destine a esse fim o emblemático "Prédio do Corneio Velho", tendo em vista a recente e celebrada [conclusão de suas obras do restauro](#) e o fato de seu projeto de uso, apresentado quando do PAC das Cidades Históricas, ter previsto justamente que o edifício [viria a abrigar um arquivo público](#).

Em termos conceitualísticos, propõe-se que a Casa da Memória e dos Afetos do Vale do Ribeira seja composta por três eixos estruturantes.

Obra do Prédio do Corneio Velho



segundo o [Mapa da Gestão Documental Paulista](#), somente os municípios de **Apiaí** e **Canahela** dispõem de arquivo histórico, no Vale do Ribeira e tão somente no que se refere à Prefeitura (não à Câmara). Os demais municípios da região, sempre segundo a mesma fonte, não possuem arquivo histórico regulamentado, organizado e de consulta, para reunir os preciosos documentos que, hoje, encontram-se, via de regra, reclusos em arquivos mortos das diversas prefeituras, câmaras, foral e instituições eclesásticas, além de dispersos em acervos privados.

Sugere-se transformar esse conjunto de 22 câmaras em um arquivo pública, unificado, catalogado e tratado com o devido respeito, pela história e pelos cidadãos passados, presentes e futuros, e possibilitando a transparência de acesso a um conteúdo de coleções cartográficas, iconográficas e hemerográficas, em conformidade com a Lei de Acesso à Informação (LAI). Note-se que, segundo o Mapa da Gestão Documental Paulista, a LAI não foi regulamentada pelas Prefeituras do Vale do Ribeira, como Barra do Chapéu, Eldorado, Iha Comprida, Iporanga, Itaoca, Itapirapuã Paulista, Jacupiranga, Juquiá, Miracatu, Pedro de Toledo, Ribeira; dentre todos os municípios, somente Barra do Turvo e Registro teriam sua LAI regulamentada pela Prefeitura e pela Câmara.

Nesse aspecto, vale ressaltar que o Arquivo Público do Estado de São Paulo, ao atribuir a si a

Municipais, visando à:

- Instituição de Arquivos Públicos Municipais;
- Formulação e implementação de políticas municipais de arquivo, gestão documental e acesso;
- Implementação de sistemas municipais de arquivo;
- Elaboração de diagnósticos, projetos e ações, em especial quanto aos aspectos pertinentes à gestão, preservação e acesso aos documentos e informações municipais;
- Regulamentação da Lei de Acesso à Informação em âmbito municipal.

Estima-se, dadas as proximidades histórica e geográfica com Santos, que a [Fundação Arquivo e Memória de Santos](#) também poderia, eventualmente, auxiliar no processo de montagem e no treinamento de pessoal.

## 2) Escritório Técnico do Patrimônio Vivo

Há uma diversidade de leis e instituições que incidem e vigem sobre os edifícios tombados no Vale do Ribeira, considerando-se as esferas municipal, estadual e federal.

Além dos imóveis eventualmente tombados por lei municipal, conforme site do Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico – [Condephaat](#), há oito municípios do Vale do

No relação abaixo, as datas entre parênteses representam os anos das resoluções de tombamento de alguns dos municípios numerados.

### 1) Apiaí:

Artigo Fórum e Cadela (2017)

### 2) Canahela:

Artigo Fórum e Cadela – conjuntos e sítios urbanos (1969)

OMEF Profa. Jacyra Landim Stori (2010)

### 3) Eldorado:

Capela Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos (1972)

### 4) Iguape:

Casa Térrea à Rua São Miguel (1981)

Centro Histórico de Iguape – sítio paisagístico (1975)

E.E. Vaz de Caminha (2010)

### 5) Iporanga:

Centro Histórico – conjuntos e sítios urbanos (1980)

### 6) Jacupiranga:

Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição (2016)

### 7) Registro:

Kaigai Kogyo Kabushiki Kaisha – KKKK (1987)

### 8) Ribeira:

GE Diógenes Ribeiro de Lima (2010)

Note-se que, destes, três municípios tiveram conjuntos urbanos tombados: Canahela, Iguape e Iporanga. Ressalte-se que, por lei, qualquer intervenção realizada nas fachadas externas ou coberturas de bens situados em um perímetro de **300 metros** de um bem tombado pelo Condephaat, que implique, ainda que de forma indireta, em alterações das mesmas, também deve receber aprovação do órgão. Somente em Iguape, o sítio urbano compreende cerca de 70 edifícios.

*compreendida num raio de 300 (trezentos) metros em torno de qualquer edificação ou sítio tombado, sem que o respectivo projeto seja previamente aprovado pelo Conselho, para evitar prejuízo à visibilidade ou destaque do referido sítio ou edificação.*

99

(Artigo 137 do Decreto Estadual 13.426/1979)

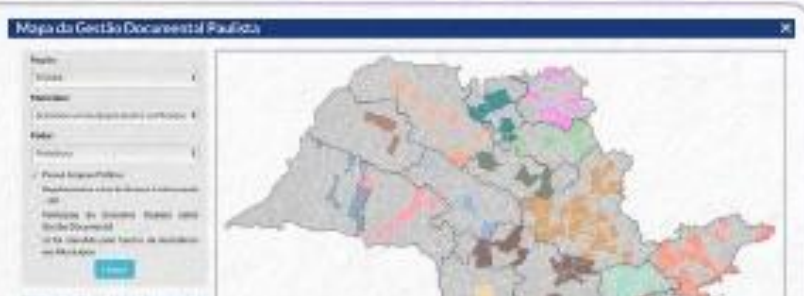
A área envoltória de bens tombados a partir de 2003 é regulamentada caso a caso. Note-se que os três conjuntos urbanos tombados no Vale o foram em data anterior a 2003.

Complementarmente, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan também tombou imóveis no Centro Histórico de Iguape e dez imóveis erigidos em técnica construtiva japonesa tradicional, em Registro.

Tradicionalmente, o proprietário de imóvel tombado, ou de sua área envoltória, quando o mesmo se encontra tombado nas três esferas, necessita dar entrada em três processos de análise – municipal, estadual e federal –, sendo que o órgão municipal só se manifesta uma vez os demais dois ao concluir suas análises, e o estadual aguarda o parecer do federal, para então proceder à sua. Por decorrência, além de moroso (cada pedido pode levar meses até ser concluído), o processo penaliza o proprietário de imóveis tombados e desincentiva eventuais interessados em adquiri-los ou mantê-los à risca das regras de preservação.

Em 2011, Iguape implementou o [Escritório Técnico de Licenciamento e Fiscalização de Iguape – Eteli](#) pelo qual a análise dos projetos de restauro em Iguape eram analisados conjuntamente pelos técnicos das três esferas (Conselho do Estado, Prefeitura e Instituto do Patrimônio), facilitando e agilizando os processos. Com reuniões mensais, o Eteli também possibilitava a criação de uma agenda para que os técnicos patrimoniais comu-

## Municípios do Vale do Ribeira que dispõem de Arquivo Público



tadual e o federal, conforme a pertinência de sua participação.

### 3) Ancoradouro do Ribeira – Centro do Patrimônio Vivo

O patrimônio só faz sentido quando professado pela comunidade da qual deriva. Em fins da década de 2000, o Iphan instituiu uma rede de Casas do Patrimônio – que buscava articular centros de pesquisa, produção literária, de cultura, técnicas artísticas e métodos construtivos tradicionais, Brasil adentro.

Sua espinha dorsal conceitual era a Carta de Nova Orleães, que congregou na cidade cearense, em 2009, as várias Casas do Patrimônio. Se em Santiago do Iguaçu, na Bahia, os encontros eram acolhidos aos pés de uma frondosa árvore, no Centro Histórico de Iguaçu ela funcionava em uma estrutura edificada, a Casa do Patrimônio de Iguaçu.

A proposta do Ancoradouro do Ribeira – sendo o ancoradouro uma imagem comum a todos os municípios que surgiram em função do Rio Ribeira, embora nem mesmo esse marco integre a memória de seus atuais habitantes – tem como inspiração as Casas do Patrimônio, embora, nesse caso, seja voltada a todo o Vale do Ribeira. O ancoradouro será o local de convergência do patrimônio imaterial do Vale do Ribeira e oferecerá múltiplas atividades, como oficinas de causas, mapeamentos históricos, relatos orais, varal das lembranças (onde cada pessoa pendura a sua) e encontros nos quais o patrimônio pode ser vivido. Em suma, um porto seguro para afetos e histórias das pessoas do Ribeira, em seus aspectos não documentais que, ao serem transmitidos pelas pessoas que frequentam o espaço, dão feições às aflições.

Antiga Casa do Patrimônio de Iguaçu



Fonte: Atlas do Patrimônio Imaterial do Brasil



## PROFISSIONAIS POTENCIALMENTE DEMANDADOS

Historiadores, trabalhadores da cultura e da economia criativa.

## ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

Todos os municípios do Vale do Ribeira.

## DIRECIONAMENTO SEBRAE

Conexões institucionais sugeridas

• Prefeitura Municipal de Iguaçu • Câmara Municipal de Iguaçu • Fórum da Comercio de Iguaçu • Basílica do Bom Jesus de Iguaçu, Paróquias da região e Mitra Diocesana do Vale do Ribeira • Prefeituras e Câmaras Municipais dos demais municípios do Vale do Ribeira • Arquivo Público do Estado de São Paulo • Fundação Arquivo e Memória de Santos • Iphan • Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo • Codivar.

Programas e projetos vinculados

• Jovens Empreendedores Primeiros Passos – Jepp • Solução Setorial – Artesanato.

Aderência com atuação no território

Aderente:

Fator crítico de sucesso

• Identidade do artesanato local – Marca DGSR.  
• Recursos das Estâncias e MIT (Dadebur).

Indicadores de desempenho

• Adesão às propostas.  
• Detalhamento das propostas.  
• Assinatura de convênios.  
• Promulgação das leis municipais correspondentes.

## DIRECIONAMENTO CODIVAR

Ante as limitações orçamentárias e dificuldade de trabalho, apesar da relevância da proposta, há baixa possibilidade de engajamento a curto prazo.

# Viva o Ribeira

## vivências autênticas pelos saberes e fazeres dos povos do Vale

O projeto se propõe a identificar vivências autênticas que possam se converter em propostas de experiências turísticas singulares, na lógica da economia criativa, favorecendo o turismo da região e a geração de renda de empreendedores de ofícios tradicionais ou autorais, dinamizando a economia, e também incrementando a autoestima e promovendo a valorização da cultura local.

Fonte: Expedia Group Media Solutions

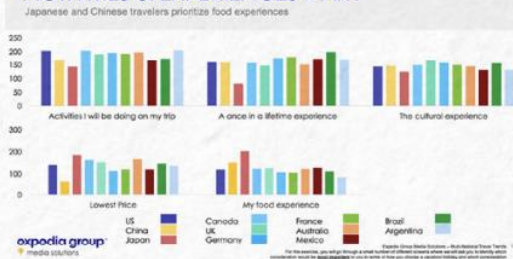
Cada vez mais o turismo em massa cede passo as das experiências autênticas, em todo o mundo – e o Brasil não é exceção. Um estudo realizado em 2018 pela Expedia, mapeando as motivações e os comportamentos de turistas de 11 países, entre os quais o Brasil, concluiu que os três fatores mais importantes na decisão por uma viagem são “atividades que podem ser realizadas durante a viagem”, “ter uma experiência inesquecível” e “experiência cultural”.

### ACTIVITIES & EXPERIENCES DRIVE TRAVEL DECISIONS

While price is important, people make travel decisions based more on their heart than their wallet



### ACTIVITIES & EXPERIENCES VARY



Segundo o mesmo levantamento, o brasileiro é especialmente voltado a experiências únicas e está entre os que mais valorizam vivenciar atrativos culturais.

Os resultados corroboram pesquisa desenvolvida em 2016 pela Expedia, em parceria com a Future Foundation, consultoria global de tendências de consumo, tendo por foco jovens de 20 a 40 anos (os chamados millennials) de oito países, incluindo o Brasil. Segundo o levantamento, 74% dos brasileiros nessa faixa etária valorizam em uma viagem, em primeiro lugar, uma experiência cultural única, baseada na cultura local.

Se essa era uma tendência clara, que se acirrava nos últimos anos, parece ser ainda mais pronunciada em decorrência do impacto da quarentena no Covid-19 em nossas sociedade. Ao que apontam as tendências, sai o consumismo, entra a autenticidade; sai a massificação, entra o customizado; sai o “passatempo”, entra a valorização de

Fonte: Expedia Group Media Solutions

# Moda evangélica

criação de polo produtivo voltado ao segmento

**D**iante do alto percentual de população evangélica presente no Vale do Ribeira e do grande crescimento do mercado nacional voltado ao segmento, a ação propõe fomentar a criação de um polo de moda pensado, de forma específica, para esses públicos, possibilitando o surgimento de novos negócios na área e a consequente geração de emprego e renda.

Segundo o Censo de 2010, cerca de 22,2% dos brasileiros e 24,1% dos paulistas se declararam evangélicos, uma fatia de mercado que já despertava a atenção do [Sebrae](#), em 2015. Já em 2019, pesquisa do [Datafolha](#) apontou que 31% da população brasileira se considerava evangélica, 58% da qual, mulheres. De fato, o Brasil desponta no mundo como o país de [maior crescimento](#) no número de evangélicos, nos últimos anos.

No Vale do Ribeira, os evangélicos já representavam 34,05% da população de 2010, contemplando-se os municípios da tabela abaixo. Note-se que no caso de Cajati, Jacupiranga e Juquiá, já constituíam a maioria dos residentes.

População evangélica, população (real/projetada) e taxa de crescimento populacional nos municípios do Vale do Ribeira, 2010/2019

Municípios	2010			2019		
	Evangélicos	População	% pop.	Evangélicos	População	Tx. cr. pop. %
APIAÍ	6.861	25.191	27,24%	9.270	24.374	-3%
BARRA DO CHAPÉU	1.816	5.244	34,63%	2.768	5.724	9%
BARRA DO TURVO	2.548	7.729	32,97%	3.526	7.659	-1%
CAJATI	12.231	28.372	43,11%	17.186	28.549	1%
CANANEIA	3.873	12.226	31,68%	5.547	12.540	3%
ELDORADO	4.628	14.641	31,61%	6.839	15.494	6%
IGUAPE	8.744	28.841	30,32%	13.064	30.857	7%
ILHA COMPRIDA	2.124	9.025	23,53%	3.670	11.166	24%
IPORANGA	1.415	4.299	32,91%	1.939	4.218	-2%
ITAOCA	636	3.228	19,70%	916	3.328	3%
ITAPIRAPUÃ PAULISTA	1.238	3.880	31,91%	1.890	4.241	9%
ITARIRI	4.769	15.471	30,83%	7.505	17.436	13%
JACUPIRANGA	7.197	17.208	41,82%	10.434	17.866	4%
JUQUIÁ	7.894	19.246	41,02%	10.775	18.812	-2%
MIRACATU	7.179	20.592	34,86%	9.629	19.779	-4%
PARIQUERA-AÇU	6.219	18.446	33,71%	9.250	19.648	7%
PEDRO DE TOLEDO	3.153	10.204	30,90%	4.889	11.331	11%
REGISTRO	19.595	54.261	36,11%	28.402	56.322	4%
RIBEIRA	1.002	3.358	29,84%	1.392	3.340	-1%
SETE BARRAS	4.037	13.005	31,04%	5.562	12.832	-1%
TAPIRAÍ	2.643	8.012	32,99%	3.596	7.807	-3%
<b>VALE DO RIBEIRA</b>	<b>109.802</b>	<b>322.479</b>	<b>34,05%</b>	<b>158.047</b>	<b>333.323</b>	<b>3%</b>
SOROCABA	162.922	586.625	27,77%	263.476	679.378	16%
ITAPETININGA	38.030	144.377	26,34%	60.286	163.901	14%

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados de Datafolha e IBGE.



# Selo Consorciado Intermunicipal

## inclusão de pequenos produtores de insumos de origem animal

**P**romover, no Vale do Ribeira, a inclusão produtiva de pequenos produtores a partir da criação de um selo consorciado intermunicipal para os produtos de origem animal, em equivalência aos Serviços de Inspeção Municipal (SIM), ausentes na grande maioria dos municípios da região – resolvendo, dessa forma, um dos maiores gargalos para a comercialização dos itens.

A legislação brasileira que versa sobre selos de certificação para produtos de origem animal (carnes, pescados, leite e seus derivados, ovos, méis e cera de abelha), visa a garantir alguns fatores mais importantes:

- A identidade, a qualidade, a conformidade, a idoneidade e a segurança higiênico-sanitária e tecnológica dos produtos;
- A padronização dos métodos e procedimentos da inspeção.

Na esfera federal, a inspeção é de competência do Serviço de Inspeção Federal (SIF) do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (Dipoa) do [Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento](#) (Mapa). Sua base é o Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal – Riispoa, aprovado pelo Decreto Federal 30.691/52. Os produtos com o selo SIF podem ser comercializados em todo o território nacional, bem como ser exportados.

A Lei Federal 7.889/1989 atribuiu aos estados e municípios a competência pela inspeção higiênico-sanitária e tecnológica de produtos e subprodutos de origem animal. Posteriormente, o Decreto 5.741/2006 autorizou Estados e municípios a editar normas específicas relativas às condições gerais de instalações e equipamentos e as práticas operacionais de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte, destinado exclusivamente ao processamento de produtos de origem animal, com instalações para abate ou industrialização de animais produtores de carne, ou para o processamento de pescados, leite, ovos, produtos das abelhas e derivados; e com não mais de 250 m<sup>2</sup> de área construída.

No Estado de São Paulo, o [Sisp – Serviço de Inspeção do Estado de São Paulo, é regido pela Lei 8.208/92](#) e regulamentado pelo Decreto 36.964/93, e reza sobre a comercialização dos produtos certificados no território estadual. Seguindo a mesma lógica, o SIM – Serviço de Inspeção Municipal permite a venda dos produtos certificados nos limites municipais da sede da fa-



Fonte: Shutterstock.com



## PLANO DE AÇÃO

# Turismo do Bem-estar

É lindo.  
É simples.  
É natural.

**A**postar em um dos segmentos turísticos mais promissores, o bem-estar, organizando a oferta de atividades e pacotes, que mesclam vivências na natureza, experiências artísticas, alimentação saudável e eventualmente terapias naturais para estética antistress. Apiaí reúne todos os elementos para iniciar um piloto.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

“

*O segredo da saúde mental e corporal está em não se lamentar pelo passado, não se preocupar com o futuro, nem se adiantar aos problemas, mas viver sábia e seriamente o presente.*

”

Se durante décadas o mundo e o Brasil associaram saúde a ausência de doença, nos últimos anos a concepção de saúde como estado de bem-estar proposta por Buda (acima) tem reverberado no entendimento até mesmo da Organização Mundial da Saúde (OMS), que passou a [defini-la](#) como “um estado completo de bem-estar físico, mental e social”, em diálogo com a proposta de qualidade de vida. Para dar-lhe contornos mais precisos e demonstrar a complexidade do conceito, a OMS desenvolveu um instrumento de avaliação multidimensional de qualidade de vida, o [WHOQOL-100](#), que inclui saúde física e psicológica, nível de autonomia, relações sociais, crenças pessoais e meio ambiente, entendendo que as relações com o entorno afetam visceralmente a forma como nos organizamos internamente.

Fruto desse mesmo contexto é a geração de inúmeros nichos de mercado associados ao bem-estar e à qualidade de vida. Um dos mais visíveis deles é o de spas, que, em que pese a imagem de sofisticação e exclusividade que têm, podem assumir diferentes categorias. Em comum, trazem a proposta de uma [atitude saudável](#) para o corpo e a mente.

O maior spa urbano do Brasil, por exemplo, elenca entre seus [benefícios](#):

- Espairar a mente e o corpo da rotina corrida;
- Distanciar-se das dores no corpo e das sensações de mal-estar;
- Eliminar as toxinas presentes no corpo, por meio da transpiração;
- Presentear-se com uma nova e relaxante experiência;
- Estar em contato com os melhores tratamentos de beleza;
- Iniciar-se em uma vida com hábitos saudáveis.

No Brasil, o número de pessoas que procuram tratamentos para o condicionamento do corpo e alívio do stress vem aumentando visivelmente e nas mais diversas faixas etárias – que o diga a tendência, [adotada por escolas de diferentes perfis](#), de incluir aulas de meditação em seu currículo oficial, com vistas a diminuir o stress, promover empatia e favorecer a cultura de paz. O mesmo ocorre no ambiente corporativo, com imersões oferecidas no Schumacher College ou [atividades de mindfulness](#); e na sociedade de modo geral, como se nota pelo sucesso crescente de encontros como a Virada Zen e de atividades oferecidas pela [UMAPaz](#). Cada vez mais se defende a busca de qualidade de vida e o que conecta o ser humano, sua cultura e seu meio.



## PLANO DE AÇÃO

# Encantos do Ribeira

## webséries para promoção de atrativos locais

Os vídeos online representam um dos conteúdos mais atrativos para os consumidores, com potencial de promoção de marcas e de impactos na geração de negócios. As webséries Encantos do Ribeira visam a congregar as principais riquezas e atrativos da região – história e cultura – em suas diversas manifestações materiais e imateriais, meio ambiente e empreendedorismo, promovendo os destinos e atrativos turísticos, bem como os produtos e quem os faz.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

A recomendação de abordagem de promoção do Vale do Ribeira por meio de vídeos online está asentada em recentes dados que indicam o crescimento, a penetração, o impacto e a efetividade desse tipo de conteúdo junto ao público em geral e especificamente em relação aos consumidores:

- 78% das pessoas assistem a vídeos todas as semanas, 55% diariamente ([HubSpot](#));
- 72% dos consumidores preferem aprender sobre um produto ou serviço por meio de vídeos ([HubSpot](#));
- Espectadores retêm 95% da mensagem em vídeo, em comparação com 10% quando leem em texto ([Insivia](#));
- 92% dos espectadores de vídeos nos dispositivos móveis compartilham esses conteúdos com outras pessoas ([Wordstream](#));
- 6 de cada 10 pessoas preferem assistir a vídeos online em vez de na TV ([Google](#));
- O consumo de vídeo nas plataformas móveis cresce 100% a cada ano ([Insivia](#));
- Em geral, 73% dos consumidores em todo o mundo preferem assistir a vídeos nas mídias sociais que sejam “divertidos” ([HubSpot](#));
- A América Latina tem a maior demanda por conteúdo de vídeo do mundo ([HubSpot](#)).

Ao olharmos especificamente para o comportamento do consumidor brasileiro, os números são ainda mais animadores. A [6ª pesquisa Video Viewers \(2019\)](#), encomendada pelo Google e realizada pela Provokers, revela que o consumo de vídeo na web cresceu 165% no país nos últimos cinco anos, em comparação com 24% da programação de TV.

- 95% dos entrevistados assistem a vídeos online;
- 80% está em busca de conteúdos que a televisão não oferece;
- O share de vídeos assistidos aponta empate técnico entre YouTube (18%) e Globo (15%);
- 60% afirmam ter considerado comprar produtos por causa de vídeos.

As estimativas são corroboradas pelo [Índice de Maturidade Digital](#), conduzido pela McKinsey para o Google e apresentada também em 2019, com números discretamente mais modestos e alguns dados adicionais sobre a conectividade:

- 7 em cada 10 brasileiros estão conectados ou acessam alguma rede social (volume 45% acima da média mundial);
- 67% da população brasileira têm smartphones;
- Os brasileiros gastam em média mais de 9 horas por dia na Internet.

O que há por trás da história de cada negócio?

# Pessoas...

E foi pensando nelas que surgiu Pepitas do Ribeira. Pessoas inspirando outras pessoas com suas histórias empreendedoras.







[anacarla@garimpodesolucoes.com.br](mailto:anacarla@garimpodesolucoes.com.br)

[garimpodesolucoes.com.br](http://garimpodesolucoes.com.br)