



SECRETARIA MUNICIPAL DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO, MINERAÇÃO E TURISMO
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAPANEMA

Ofício nº 069/2021

Capanema-PA, 22 de Julho de 2021.

A Sua Excelência
Senhor Francisco Ferreira Freitas Neto
Prefeito Municipal de Capanema

Senhor Prefeito,

Com nossos cordiais cumprimentos, solicitamos a V.Exa. parceria a Câmara de Dirigentes Lojistas de Capanema e o Município de Capanema/PA objetivando apoio ao 25º Liquida Geral, ação de incentivo ao desenvolvimento do Microempreendedor Individual, Indústria, Micro e Pequenas Empresas.

Assim solicitamos que sejam tomadas providências.

Sem mais, subscrevemos - nos

Respeitosamente,

MARCELO PIERRE RIMES ACÁCIO
SECRETARIA MUNICIPAL DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO, MINERAÇÃO E
TURISMO.



Ao
Exmo Sr. Francisco Ferreira Freitas Neto
Prefeito Municipal de Capanema

25º LIQUIDA GERAL

Toda cidade liquidando tudo

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	
EVENTO	25º Liquida Geral
LOCAL	Capanema-PA
RELEASE DO PROJETO	O Liquida Geral, criado pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Capanema ¹ , é uma ação de incentivo ao desenvolvimento do microempreendedor individual, indústria, micro e pequenas empresas, tendo como prioridade o desenvolvimento e fomento as empresas participantes para a elevação dos índices das MPE's no município, bem como outras prerrogativas.
VALOR TOTAL DO PROJETO	R\$: 123.600,00
PARCEIROS	Prefeitura Municipal de Capanema, Associação Comercial e Industrial de Capanema – ACIC, Sindicato do Comércio de Capanema e Regiões, Bragantina, Guajarina e Salgado – SINDCOMC, SEBRAE/PA, Grupo Mônaco, Governo do Estado do Pará e FECOMÉRCIO.
VALOR SOLICITADO	R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)
PÚBLICO ALVO	A comunidade capanemense (empresários, comerciários e consumidores) da zona rural e urbana, além dos consumidores que residem nos municípios vizinhos, capital e de outros estados.
PÚBLICO ESTIMADO	Sessenta mil pessoas
EMPREGOS GERADOS	Estima-se oitocentos e sessenta novos postos de trabalho
IDENTIFICAÇÃO DO PATROCINADO	
RAZÃO SOCIAL	Câmara de Dirigentes Lojistas de Capanema
CNPJ	04.854.709/0001.05
END. COMPLETO	Rua: Miguel Leite s/n (Casa do Comércio) Bairro: Igrejinha, CEP: 68.700-210 – Capanema/PA
TELEFONE	(91) 3462-1544 / (91) 3462-2660
CONTATOS	cdl.capanema@hotmail.com e www.cdlcapanema.com.br
CONTA CORRENTE	AG. 1735-3 - C/C 22995 Banco do Brasil
PROPOSENTE DO PROJETO	
NOME	Antonio Kauati
PROFISSÃO	Empresário / Presidente da CDL Capanema
Nº DA IDENTIDADE	4060186 – SSP/PA
Nº DO CPF	002.435.822-34
ENDEREÇO COMPLETO	Rua. Coronel Leandro Pinheiro, s/n Bairro: Tancredo Neves – CEP: 68.702-040 – Capanema/PA.
TELEFONE	(91) 9207-9750
ENDEREÇO ELETRÔNICO	compras@radisco.com.br

¹ Representa a classe lojista no âmbito municipal, fazendo parte de um sistema integrado e representado pela CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, uma das mais importantes forças produtivas e representativas da classe lojista na economia brasileira. A entidade possui uma visão empreendedora e dinâmica. Tem como missão, promover a aproximação entre dirigentes de empresas em geral e de serviços, visando estreitar o companheirismo e colaboração recíproca de seus usuários e associados.

01 – APRESENTAÇÃO

O empresariado do município de Capanema², buscando alternativas de melhoria para a economia da cidade, criou a feira denominada LIQUIDA GERAL onde as empresas parceiras da Câmara de Dirigentes Lojistas de Capanema ofertam seus produtos e serviços a preços promocionais com até 90% de descontos, esta ocorre durante o início do mês de Setembro, com duração de três dias. Dada a seriedade e benefícios percebidos ao longo dos anos, em 2021 chegará a 25ª edição, como uma ferramenta capaz de atender simultaneamente o interesse de todas as partes envolvidas, clientes, empresa, patrocinadores e fornecedores.

O LIQUIDA GERAL é uma ação de incentivo ao desenvolvimento do microempreendedor individual, indústrias, micro e pequenas empresas, tendo como prioridade o desenvolvimento e fomento as empresas participantes para a elevação dos índices das MPE's no município, bem como outras prerrogativas. Para a sua realização ao longo dos anos, conta com o apoio de algumas entidades e empresas privadas, almejando atingir novos adeptos.

02 – OBJETIVO GERAL

- Fomentar os diferentes setores da economia local, através da realização da 25ª feira Liquida Geral promovendo o desenvolvimento econômico e social.

03 – OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover a aproximação entre a oferta e demanda de mercado, servindo como fonte facilitadora das operações comerciais, recuperação de débitos e oferta de créditos;
- Oportunizar as empresas participantes da campanha melhoria no fluxo de caixa, liquidação de ponta de estoque; renovação e ampliação de seus mix de produtos e serviços;
- Estimular a criação de novos empregos, manutenção de postos de trabalho e geração de renda nos setores produtivos da economia local e regional;
- Promover a interação e integração dos segmentos empresariais e comunidade via palestras ministrados ao longo do evento;
- Estimular a inserção de novas empresas participantes a cada edição da feira.

² Município paraense, localizado na mesorregião Nordeste e microrregião bragantina, fundado em 05 de novembro de 1910.

04 - AÇÕES PLANEJADAS³

1ª AÇÃO - Lançamento da Campanha – 20/08/2021 às 19h

Serão convidados a participar do Lançamento do Liquida Geral, as associações, parceiros, patrocinadores e empresários, sendo estimada a participação de 200 pessoas. Para isso, receberão o folder/convite com sete dias de antecedência do evento, tendo sua confirmação realizada via telefone.

Na ocasião, será apresentado o layout da feira, patrocinadores, peças publicitárias, plano de mídia, plano de segurança do evento, sendo aproveitado o momento para a exposição de relatos sobre as experiências do evento no ano anterior e as atualizações da nova edição em relação às demais. O lançamento ocorrerá no Edifício Casa do Comércio, sede da Câmara de Dirigentes Lojistas de Capanema.



Lançamento do Liquida Geral, realizado virtualmente. Ano 2020

2ª AÇÃO - Palestra Motivacional com foco em Vendas – 03/09/2021 – às 19h

A ação será voltada para o público interno das empresas participantes, embora seja aberta à estudantes e comunidade em geral, sendo estimada a participação de 900 pessoas. A ação objetiva estimular os participantes em sua atuação de vendas e de atendimento com eficácia nos dias do 25º Liquida Geral sendo que para isso, será desenvolvido uma gincana entre os participantes, e entrega de brindes, sendo estes patrocinados pelas empresas participantes. A grande atração da ação, contará com a Palestra Motivacional sendo o convidado conhecido nacionalmente, este a ser definido pela comissão da CDL. A ação será realizada em espaço alugado no Ginásio do Colégio São Pio X. Ao final, será servido lanche a todos os participantes.

³ Considerando a Pandemia Covid-19, algumas ações poderão ser redirecionadas para a modalidade virtual ou terão seu público reduzido. Todos os protocolos sanitários serão considerados.



Palestra: Transformando Crise em Vendas, realizada virtualmente. Ano 2020

3ª AÇÃO - Campanha: Renove sua roupa e faça minha festa – 05/09/2021 às 7h

Para a realização desta ação, a comunidade Capanemense será sensibilizada alguns dias antes, através das diversas ferramentas utilizadas na estratégia de marketing da feira, para doação de roupas e calçados usados, sendo estes recolhidos por voluntários, que também serão estimulados através de campanhas publicitárias. A arrecadação acontecerá numa manhã de domingo, dia em que os voluntários percorrerão as ruas da cidade no intuito de coletar as peças de vestuário. Após a coleta os materiais serão entregues à Diretoria da Associação de Integração Social Sebastião Ribeiro da Silva - AISSERIS, que com o apoio de voluntários selecionarão e organizarão as roupas para venda na última quinzena de setembro de 2021. O valor arrecadado será revestido na compra de brinquedos que serão entregues às crianças carentes que residem no entorno da Associação.



Campanha: Renove sua roupa e faça minha festa. Ano 2018

4ª AÇÃO - Carreata do Liquida Geral – 08/09/2021 – 19h

Esta ação é pensada com uma das estratégias de promoção do 25º Liquida Geral cujos participantes percorrerão em carreata pela cidade a fim de promover a feira e os produtos em destaques. Na ocasião, fogos de artifícios serão usados e um trio elétrico será contratado, tendo um animador que exporá as empresas, os patrocinadores, parceiros, etc. A concentração será na Av. Barão de Capanema.



Carreata da Campanha.

5ª AÇÃO – 25º Liquida Geral – 09, 10 e 11/09/2021 – Horário Comercial

Nesta ação, foco principal do projeto, as empresas locais dos setores da indústria, comércio e serviços, preferencialmente caracterizadas como MPE's de diversos seguimentos, com destaque para: Supermercados/mercadinhos, Sapatarias, Bar e Restaurantes, Bancos/Financeira, Óticas, Armarinhos, Panificadoras, Farmácias, Postos de combustíveis, Lojas de informática, Materiais de Construção, Joalheria e Folheados, Lojas de Antenas/Acessórios/Equipamentos Celular, Vidraçarias, Lanchonetes, Ind. Mármore e Fibras, Ind. de Tecidos, Produtos Agropecuários, Automotivo/ Consórcios, Moveis/Eletrodomésticos/Colchões e Barbearias/Salões de Beleza ofertarão ao público visitante, produtos e serviços bem abaixo do preço praticado em períodos normais do comércio, chegando neste caso em descontos que variam de 5% a 90% , sendo também negociado a recuperação de débitos com descontos de até 100% nos juros e oferta de novos créditos. Os empreendimentos participantes terão oportunidade de melhorar seus fluxos de caixa, promover o giro de produtos em estoque, bem como renovar seus mix de produtos e serviços.

A feira terá duração de três dias, tendo seu início sempre nos primeiros dias do mês de setembro. Durante este período os colaboradores estarão identificados com a blusa e as empresas com os cartazes e balões do Liquida Geral. Cada empresa participante deverá aderir ao pacote da promoção que será fornecido pela CDL a preço de custo.

O público estimado para esta edição é de 60.000 pessoas, sendo eles: candidatos a empresários e pessoas interessadas em abrir novos negócios, tendo nesse sentido o Sebrae como principal agente deste serviço, consumidores de todas as faixas de idades e renda, dirigentes de entidades de classes e imprensa local e regional, conforme registros fotográficos abaixo:



Empresas e logradouros públicos nos dias do Liquida. Ano 2020.

05 - RESULTADOS ESPERADOS

Os objetivos propostos e os resultados alcançados nas edições anteriores do evento Liquida Geral, permite ratificar o favorecimento direto do microempreendedor individual, indústria, micro e pequenas empresas e a clientela em geral. Para o ano de 2021, o projeto continuará priorizando a inserção de novas empresas no evento, esforços serão direcionados para o fortalecimento do plano de

mídia na área de influência econômica do Pólo de Capanema, com abrangência em 16 municípios da região e a capital do Estado.

Manutenção da programação social, tais como: palestra direcionada aos empresários, palestra motivacional destinada a um número superior de participantes e a ação de arrecadação de roupas destinadas à Associação de Integração Social Sebastião Ribeiro da Silva.

Espera-se, que o 25º Liquida Geral promova o surgimento de novas oportunidades de trabalho, melhore o rendimento das empresas durante os três dias do evento, oportunize aos patrocinadores maior visibilidade às suas marcas, que a clientela renegocie suas dívidas, e ainda realize inúmeras compras satisfazendo os seus desejos enquanto consumidores, promovendo assim o desenvolvimento econômico e social do município.

06 - COORDENAÇÃO DO PROJETO

O projeto ficará sob a coordenação dos representantes legais da CDL Capanema e do responsável técnico do projeto, sendo pertinente as responsabilidades:

- Efetuar a mobilização da classe empresarial, comerciária e consumidores;
- Articular o **Apoio Logístico**: Associação Comercial e Industrial de Capanema – ACIC e Sindicato do Comércio de Capanema e Regiões Guajarina, Bragantina e Salgado – SINDCOMC;
- Articular junto aos **Patrocinadores** em potencial: Prefeitura Municipal de Capanema, Governo do Estado do Pará, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE-PA, Grupo Mônaco, Banco da Amazônia, Sicoob e Fecomércio.
- Elaborar e gerenciar todas as informações necessárias para a eficaz realização do evento;
- Divulgar a imagem dos patrocinadores, proporcionando visibilidade da marca, antes e durante o evento, através da mídia escrita, falada e televisada, bem como em qualquer outro material relativo ao evento;
- Organizar o evento;
- Divulgar junto à imprensa local assuntos referentes ao evento antes, durante e depois de sua realização;
- Prestar contas do evento no prazo determinado pelos patrocinadores.

Durante as ações mencionadas, o responsável técnico pelo projeto, realizará supervisão das atividades, sendo checado todos os tópicos abordados no check-list, bem como serão agendadas reuniões trimestrais para planejamento e acompanhamento das ações do projeto.

Com a finalidade de realizar um balanço da feira para posterior intervenções de melhorias nas edições do projeto, serão realizadas reuniões de avaliação, tendo contribuições da classe empresarial participante, além de pesquisa de satisfação aplicada à clientes e empresas.

07 - PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE

A comunidade terá um papel relevante nos resultados almejados com este projeto, sendo estes estabelecidos da seguinte forma:

- Na condição de consumidores, poderão comprar produtos e serviços a preços diferenciados, bem como renegociar suas pendências liquidando os débitos existentes, garantindo satisfação de suas necessidades e desejos, tendo também opções de escolha do estabelecimento que lhe for mais conveniente, de acordo com suas prioridades e exigências;
- Participação na campanha Renove Sua Roupa e Faça Minha Festa através da condição de voluntários e na condição de doador de roupas e calçados;
- Acesso gratuito a capacitação em diferentes palestras programadas para o evento;
- Participação da classe empresarial e comerciária no momento da carreta alusiva ao evento.

08 – SUSTENTABILIDADE DO PROJETO

O desenvolvimento do projeto ao longo dos anos conseguiu alcançar adeptos que abraçaram a proposta, e esta relação vem se fortalecendo ao longo dos anos. Prova disso é o comparativo feito através do histórico das três últimas edições, cujo os números são apresentados na tabela a seguir:

	2018	2019	2020
Nº. DE EMPRESAS PARTICIPANTES*	240	260	270
Nº. DE CONSUMIDORES	40.000	45.000	40.000
Nº. DE PALESTRAS	03	03	02
Nº. DE PATROCINADORES	04	05	14

**Somente empresas credenciadas, exceto outras que são indiretamente beneficiadas como lanchonetes, hotéis, taxistas, moto-taxistas, comércio de feira, etc.*

Pelo presente exposto, percebe-se que o projeto possui capacidade de sustentabilidade para futuras novas edições. Muito embora haja a participação dos patrocinadores: Sebrae, Governo do Estado do Pará. Prefeitura Municipal de Capanema, Banco da Amazônia, Fecomércio, Grupo Mônaco e empresas parceiras, a CDL Capanema tem arcado com grande parte das despesas para realização do projeto. Por este motivo tem necessitado de aporte financeiro de novos stakeholders para garantir a implementação de novos mecanismos capazes de elevar os resultados almejados.

Como contrapartida aos envolvidos, o principal retorno obtido com os investimentos no projeto é a garantia da divulgação de imagem, aliados a contrapartida social proporcionados através de seu plano de mídia e ações do projeto.

09 – ESTRATÉGIAS DE MÍDIA

Para garantir a execução dos objetivos traçados, o 25º Liquida Geral terá a sua disposição um diversificado número de veículos de comunicação, possibilitando maior divulgação do evento.

O público alvo – empresários, patrocinadores e parceiros, serão convocados para o lançamento da campanha através de folder convite onde terão conhecimento dos objetivos, ações e plano de marketing da campanha, bem como dos stakeholders envolvidos, tendo os mesmos um espaço na programação para apresentarem seus cases de sucesso enquanto participantes da campanha em edições anteriores. A divulgação na cidade e nos demais municípios da região bragantina será realizada através de mídia veiculada em rádio, tv, voz de poste, carro-som e outdoor.

Nos dias do evento, todos os colaboradores e empresários estarão identificados com a blusa do Liquida Geral e os estabelecimentos decorados com cartazes e bandeirolas.

As mídias sociais serão utilizadas para facilitar a comunicação entre empresas e clientes, servindo como um espaço democrático de interação e divulgação do liquida



Outdoor utilizado na edição 2020



Bandeira e cartaz utilizados na edição 2020

10 – GERAÇÃO DE EMPREGO

Um dos pontos positivos do Liquida Geral é a ampla possibilidade de acesso ao mercado de trabalho, pois nesse período, as empresas apresentam uma quantidade elevada de vagas para quem deseja ser um profissional do comércio. Tendo o aumento nas vendas desse período, as empresas participantes do evento, necessitam somar trabalhadores ao seu quadro de funcionários absolvendo do mercado profissionais disponíveis nas mais variadas funções.

Segundo dados coletados entre as empresas participantes da campanha no ano de 2020, foi possível mensurar cerca de 400 novos postos de trabalho nas funções a seguir: operador de caixa, vendedor, repositor de mercadorias, empacotador, estoquista, cartazista, atendente de farmácia, segurança de loja, atendente de ótica, cobrador, entregador, motorista, montador de móveis, técnico em serviços eletrônicos, assistente administrativo e promotor de vendas.

O nível de qualificação para o exercício dessas funções para o início não é alto, no entanto as empresas investem em treinamento para todos os profissionais que estarão desenvolvendo alguma função na empresa. Muitas empresas priorizam profissionais capacitados pelo Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC e outras empresas com expertise em Educação Profissional.

Durante as edições do Liquida Geral, percebe-se casos de profissionais que iniciam suas carreiras durante os dias do evento e aos poucos conquistam seu espaço, permanecendo por um período mais longo na empresa, com carteira assinada e demais direitos previstos em lei.

Pela planilha exposta, percebe-se que com a realização deste projeto o aumento no número de profissionais admitidos pelas empresas aumenta com o passar dos anos, sendo que para esta edição que ora o projeto apresenta, **estima-se que o 25º Liquida Geral possibilite a criação 860 novas oportunidades de trabalho** nos diversos segmentos do comércio, serviço e indústria no ano de 2021, comprovando sua eficiência ao longo dos anos e como reflexo deste, sua importância para o desenvolvimento social e econômico do município e regiões adjacentes.

11 – ORÇAMENTO

DETALHAMENTO DOS RECURSOS FINANCEIROS - ORÇAMENTO				
Discriminação	Unidade	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
1. Divulgação / Serviços de Terceiros				
TV SBT (Capanema)	segundos	105 inserções de 30"	10,00	1.050,00
TV SBT (Bragança)	segundos	105 inserções de 30"	10,00	1.050,00
TV Liberal (Nordeste Paraense)	segundos	40 inserções de 30"	350,00	14.000,00
TV Amazônia - BAND (Capanema)	segundos	105 inserções de 30"	10,00	1.050,00
Rádio Princesa FM	segundos	170 inserções de 30"	8,00	1.360,00
Rádio Antena C FM (Capanema)	segundos	170 inserções de 30"	6,00	1.020,00
Rádio Educativa FM (Capanema)	segundos	170 inserções de 30"	6,00	1.020,00
Rádio Litoral FM (Região do Salgado)	segundos	100 inserções de 30"	10,00	1.000,00
Rádio Educadora FM (Bragança)	segundos	100 inserções de 30"	10,00	1.000,00
Rádio Pérola FM (Bragança)	segundos	100 inserções de 30"	10,00	1.000,00
Rádio Resistência (Bonito)	segundos	170 inserções de 30"	6,00	1.020,00
Rádio Cury (Santa Luzia - Km 47)	segundos	170 inserções de 30"	6,00	1.020,00
Jornal de Capanema	página	1	1.300,00	1.300,00
Outdoor	unidade	25 (medindo 3x9m.)	350,00	8.750,00
Voz de Poste	horas	100	4,00	400,00
Carro Som	horas	100	40,00	4.000,00
Mini-trio	horas	08	1.500,00	1.500,00
SUB TOTAL (1)				41.540,00
2. Material de Apoio e Promocional				
Blusas	unidade	1.500	11,00	18.000,00
Folder/Convite	unidade	500	0,50	250,00
Fichas de inscrição para palestras	unidade	1300	0,50	350,00
Cartazes	unidade	4000	1,10	4.400,00
Banner	unidade	02	80,00	160,00
Backtrop	unidade	01	500,00	500,00
Balões	pacotes	3000	3,30	10.900,00
SUB TOTAL (2)				34.560,00
3. Serviço de Terceiros				
Grupo Cultural	grupo	1	1.000,00	1.000,00
Serviços de sonorização	unidade	4	1.000,00	3.000,00
Palco para Palestra Motivacional	unidade	1	1.000,00	1.000,00
Iluminação	unidade	2	1.000,00	2.000,00
Palestrante Motivacional	unidade	1	20.000,00	20.000,00
Banda Instrumental	unidade	1	2.000,00	2.000,00
Serviços de Produção e Edição de VT	unidade	1	650,00	650,00
Serviços de Produção de Spot's	unidade	1	250,00	250,00
Serviços Fotográficos	unidade	1	2.000,00	2.000,00
Serviços de criação da arte publicitária	unidade	1	600,00	600,00
Serviços de fornecimento coffee break e lanches	unidades	1000	10,00	10.000,00
Sub Total (3)				42.500,00
4. Outras Despesas				
Aluguel de Ginásio para palestra motivacional.	unidade	1	3.000,00	3.000,00
Fogos de artifícios	caixas	5	400,00	2.000,00
Sub Total (4)				5.000,00
TOTAL (1)+(2)+(3)+(4)				123.600,00

12 – CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ANO 2021				
FASES	ESPECIFICAÇÕES			
	Período	Dia	Turno	Horário
1ª Reunião virtual de Planejamento	Janeiro	06	Tarde	15h
Reunião virtual com parceiros em potencial	Fevereiro	08	Manhã	8h
Criação da arte publicitária	Junho	04	Manhã	8h
Reunião com fornecedores	Junho	15	Manhã	8h
2ª Reunião de Planejamento	Julho	09	Tarde	15h
Lançamento do “Liquida Geral”	Agosto	20	Noite	19h
Início da Divulgação	Agosto	23	Manhã	08h
Palestra Motivacional	Setembro	03	Noite	19h
Campanha “Renove sua roupa e faça minha festa”	Setembro	05	Manhã	07h
Entregas dos pacotes de adesão	Setembro	06	Manhã/Tarde	8h às 18h
Carreata	Setembro	08	Noite	19h
Realização do Liquida Geral	Setembro	09, 10 e 11	Manhã/Tarde	8h às 19h
Prestação de contas com Patrocinadores	Set/Out	01/09 a 29/10	-	-
Reunião de Avaliação Final do Projeto	Novembro	01	Tarde	15h

13- CONTRAPARTIDAS MÍNIMAS

- Inserção da logomarca do patrocinador em todo o material de divulgação do projeto, inclusive nos convites de lançamento da campanha;
- Citação verbal do patrocínio em todas as entrevistas à imprensa, no lançamento e encerramento da campanha;
- Exibição do banner do patrocinador nos espaços destinados a palestras e lançamento da campanha, e disponibilizar espaço para fixação de material promocional do patrocinador;
- Exibir vídeo institucional do patrocinador na abertura da campanha;
- Entregar fotos de todos os eventos realizados durante a campanha, assim como demais necessários à prestação de contas;
- Cumprir demais contrapartidas descritas no edital de patrocínios.

14 – CONTRAPARTIDA SOCIAL

A Câmara de Dirigentes Lojistas realiza anualmente com o apoio de voluntários uma campanha de arrecadação de roupas e calçados usados, destinadas ao projeto Brinquedos & Brincadeiras. Coordenado pela Associação de Integração Social Sebastião Ribeiro da Silva – AISSERIS a campanha Renove sua Roupas e Faça Minha Festa é realizada com muito compromisso, onde os voluntários seguem pelas de casa em casa, recolhendo diferentes peças de vestuário.

Após as arrecadações, todo o material é selecionado e higienizado para posteriormente serem vendidos em uma Feira da Pechincha montada na quadra de esportes da AISSERIS, no bairro Almir Gabriel. Com a venda dos produtos, os valores são revertidos na compra de brinquedos a serem doados a crianças carentes que residem no entorno do bairro.

Capanema (PA), 15 de maio de 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Antonio Kauati".

Antonio Kauati
Proponente do Projeto
Presidente da CDL Capanema