ANEXO I - PROPOSTA DE TRABALHO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 024 /2019

EDITAL DE SELEÇÃO Nº 010/2018

ORGANIZAÇÃO SOCIAL PROPONENTE: FÁBRICA CULTURAL

Fábrica Cultural

SUMÁRIO

Fábrica Cultural

ANEXOS

Fábrica Cultural

NOME DA ENTIDADE: ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL

SELEÇÃO Nº 10/2018

1. FINALIDADE DASELEÇÃO

Seleção de entidade de direito privado sem fins lucrativos, qualificada ou que pretenda qualificar-se como Organização Social para a GESTÃO dos Serviços de Qualificação dos artesãos baianos, incluindo a Promoção e a Comercialização da produção artesanal.Conforme definido neste Edital e seus Anexos.

2. CAPACIDADETÉCNICA

21CAPACIDADE TÉCNICA DA ENTIDADE:

SERVIÇO 01 (SEBRAE)

- 11 anos. Descrição do Serviço: Núcleo produtivo de moda e artesanato da Fábrica Cultural, com sede da Avenida Beira Mar – Ribeira, que acolheu costureiras e artesãos da Península de Itapagipe em uma série de cursos calendarizados e, posteriormente, na confecção de produtos encomendados, garantindo renda às pessoas atendidas pelo projeto.

Período: 01/2007 (início) a 2018 (término)

Local da Prestação do Serviço: Sede da Fábrica Cultural na Avenida Beira Mar (Ribeira)

Resultados Alcançados : Mais de 2.000 costureiras e artesãs qualificadas.

SERVIÇO 02 (ESPAÇO CULTURAL ALAGADOS)

- 11anos. Descrição do Serviço: Serviços de promoção e apoio à comercialização do artesanato baiano, qualificação profissional de jovens, promoção da educação infantil e defesa dos direitos humanos.

Período: 2007 (início) a 2018 (término)

Local da Prestação do Serviço: Sede da Fábrica Cultural na Avenida Beira Mar

SERVIÇO 03 (SALVADOR SHOPPING)

- 2 anos e 2 meses meses. Descrição do Serviço: Mercado IAÔ Itinerante, um desdobramento que manteve a essência do Multiespaço, mas com uma estrutura menor e mais barata. Em 2015 o Salvador Shopping recebeu a primeira temporada do projeto Itinerante, que atraiu um público numeroso, garantindo grande participação nas atividades e bons resultados na venda de artesanato, gerando renda para as artesãs envolvidas no processo.

Fábrica Cultural

Contratante: Projeto da Fábrica Cultural com apoio do Salvador Shopping

Período: 07/2015 (início) a 09/2017 (término)

Local da Prestação do Serviço: Sede da Fábrica Cultural no Bonfim e Salvador Shopping

Resultados Alcançados : Mais de 200 artesãos mobilizados, retorno de vendas para os artesãos de R$950.000,00.

2.2 CAPACIDADE TÉCNICA DO DIRETOR EXECUTIVO:

DIRETOR EXECUTIVO

A) IDENTIFICAÇÃO

NOME: Margareth Menezes da Purificação Costa **RG:** 1.414.200 **CARGO:** Presidente

B) FORMAÇÃOACADÊMICA

GRADUAÇÃO EM _____ INSTITUIÇÃO:_____ ANO DE CONCLUSÃO:

ESPECIALIZAÇÃO EM _____ INSTITUIÇÃO:_____ ANO DE CONCLUSÃO:

MESTRADO EM_____ INSTITUIÇÃO:_____ ANO DE CONCLUSÃO:

C) EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- 14**ANOSCARGO:** Presidente **INSTITUIÇÃO**: Associação Fábrica Cultural
  PERÍODO: 03/2004 **(INÍCIO)** – Presente **(TÉRMINO)**

- (SEBRAE)11 anos. Descrição do Serviço: Núcleo produtivo de moda e artesanato da Fábrica Cultural, com sede da Avenida Beira Mar – Ribeira, que acolheu costureiras e artesãos da Península de Itapagipe em uma série de cursos calendarizados e, posteriormente, na confecção de produtos encomendados, garantindo renda às pessoas atendidas pelo projeto.

  Período: 01/2007 (início) a 2018 (término)

  Local da Prestação do Serviço: Sede da Fábrica Cultural na Avenida Beira Mar (Ribeira)

  Resultados Alcançados : Mais de 2.000 costureiras e artesãs qualificadas.

Fábrica Cultural

2.3 CAPACIDADE TÉCNICADO DIRIGENTE MÁXIMO DO SERVIÇO:

A) IDENTIFICAÇÃO

NOME: Teresa Cristina Fernandes de Carvalho **RG**: 0797541128 **CARGO:** Diretora

B) FORMAÇÃO ACADÊMICA

GRADUAÇÃO EM PEDAGOGIA **INSTITUIÇÃO:** UNEB **ANO DE CONCLUSÃO**: 2006

ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO E POLÍTICAS CULTURAIS **INSTITUIÇÃO:** UNEB **ANO DE CONCLUSÃO:** 2009

MESTRADO EM ESTUDO DE LINGUAGENS **INSTITUIÇÃO:** UNIVERSITÁ DE GIRONA **ANO DE CONCLUSÃO:** 2017

C) EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- Mais de 10 **ANOS** **CARGO:** Gerente de Projetos de Promoção do Artesanato
  INSTITUIÇÃO: Associação Científica e Sócio Cultural PATÍ
  PERÍODO: 01/2004 **(INÍCIO)A** 06/2014 **(TÉRMINO)**

- 3 anos CARGO: Gestora de projeto de promoção e apoio a comercialização do artesanato baiano
  INSTITUIÇÃO: Espaço Cultural Alagados (SECULT)
  PERÍODO: 2014**(INÍCIO)**A2017**(TÉRMINO)**

- 1 ano CARGO: Gestora de projeto de promoção e apoio a comercialização do artesanato baiano
  INSTITUIÇÃO: SEBRAE
  PERÍODO: 2015

Fábrica Cultural

1. SOBRE A ORGANIZAÇÃO PROPONENTE

A Fábrica Cultural, Organização Social fundada em 2004 trabalha com os eixos estratégicos Educação, Cultura e Sustentabilidade. Em 14 anos de atuação, trabalhou com qualificação de jovens e adultos em áreas criativas, desenvolvimento territorial, grupos produtivos entre outras experiências que se relacionam com o objeto desse contrato. Mais explicitamente, a Organização empreende um Programa de Desenvolvimento territorial, o Mercado Iaô, que encontra o Artesanato como segmento central para sua instauração e perspectivas. Na contramão de uma produção em série como a vista no Mercado Modelo, o Mercado Iaô- Iaô em Ioruba quer dizer renovação, iniciação - surge com a desafiadora meta de se constituir como um espaço de referência para o Artesanato e para a Cultura da Bahia, conforme visto nos documentos que anexam essa proposta. A partir daí, foram investidos recursos técnicos e financeiros e conseguimos nos tornar um multiespaço de cultura que vê o artesanato como sua ação central. A ousadia e a possibilidade de reunirmos, num só evento, mais de 100 artesãos da Bahia, durante 3 anos consecutivos, com vendas extremamente expressivas mobilizando uma mídia especializada (blogueiras, revistas especializadas, páginas em cadernos de negócios, cobertura de Tvs) foi um dos fatores que contribuíram para o reconhecimento da crítica, do público, dos órgãos que trabalham com a atividade artesanal e dos próprios artesãos.

De posse dessa experiência e com um corpo técnico qualificado[1], conseguimos desenhar uma proposta metodológica capaz de reunir esse investimento já feito pela OS (estudos, planejamentos, cadastros, apresentação do "case" em seminários e palestras, estruturas físicas e lógicas para exposições de artesanato) nessa proposta ora apresentada. A expertise institucional, em já trabalhar com o artesanato baiano, em grandes proporções para uma Organização que tem subsídios para a cultura já é um grande demonstrativo de que esse é um direcionamento institucional (vide planejamentos estratégicos em portfólio anexo) que encontra nessa publicização um caminho natural para essa ação.

O equipamento de cultura Mercado Iaô, em seu projeto de reforma em estágio de captação, reforça o artesanato como ação-motriz, tendo também uma convergência com nosso histórico institucional: a sede onde funcionará esse equipamento de Cultura era, no século XIX uma antiga Fábrica de tecelagem.Nossa presidente, Margareth Menezes, por ser uma artista de renome internacional, também reúne oportunidades para a apresentação do ARTESANATO DA BAHIA como um produto de cultura em eventos internacionais, workshops e divulgações dentro e fora do país.

Posto isso apresentamos nossa proposta metodológica capaz de realizar um significativo trabalho de mídia e de promoção do Artesanato da Bahia ao tempo em que articula as possibilidades de comercialização, **propondo-se uma elevação significativa nas vendas** dessa

---

Para a elaboração dessa proposta a OS contou com uma equipe especializada em estudo e comercialização do Artesanato da Bahia. Nessa equipe, temos Mestres e especialista e pessoas responsáveis por publicações e Programas Nacionais e Internacionais na área do artesanato. Vide currículos anexo.

atividade econômica no Estado da Bahia.Essa proposta consolida um conjunto de ações voltadas ao artesanato já testadas e desenvolvidas pela Fábrica Cultural e de reconhecido êxito, ao passo que integra novos eixos de atuação sob o viés da inovação, qualificando o segmento artesanal baiano em seus processos e em seu modo de produção.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Para termos um bom desempenho no objetivo finalístico dividimos a metodologia de ação no atendimento a três áreas continuas que se relacionam:

Ilustração 1 – Esferas de atuação

Fonte: LYRA, 2018

Estas três esferas são complementares se inter-relacionam. Na primeira esfera se estabelecem as decisões sobre as estratégias identitárias e de produção, público alvo, definição das técnicas e matérias primas empregadas, divisão de etapas e tarefas etc.

A segunda esfera diz respeito as estratégias regionais, operacionais e logísticas: definição de material gráfico, embalagem, formas de escoamento, emprego de temas e participação em eventos de comercialização regionais etc.

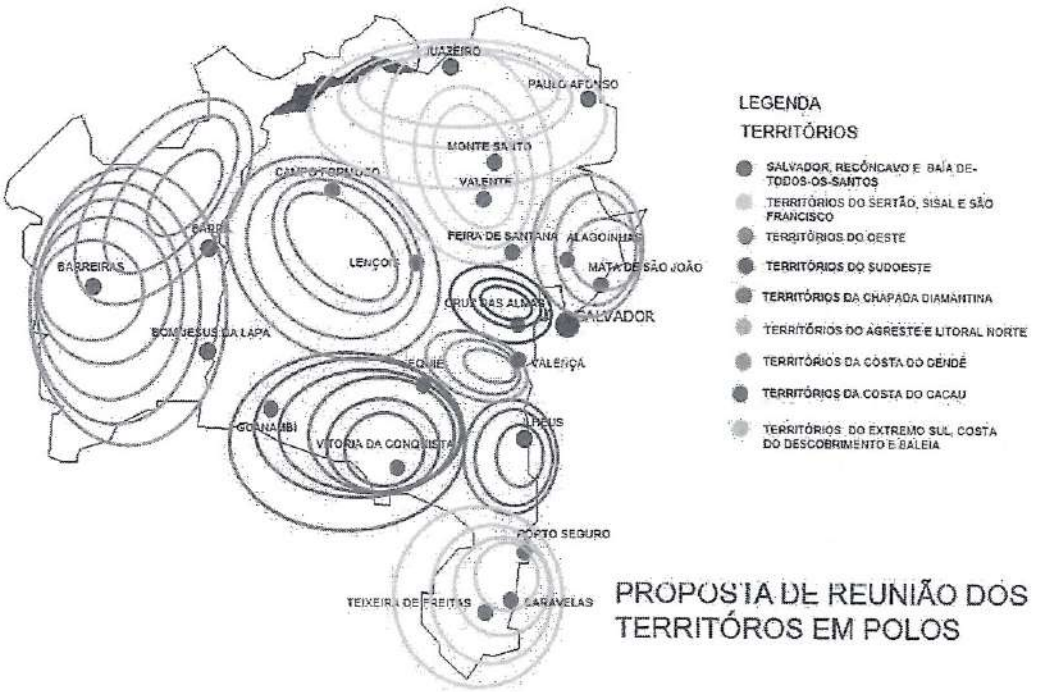
Estamos considerando Pólos, uma organização feita com base nos Territórios de Identidade do Estado da Bahia tendo em vista alguns estudos que a Organização dispõe sobre os segmentos artesanais e fluxo turístico, no sentido de otimizar o fomento, a identificação de potenciais dos pólos – sejam estes potenciais de venda ou de promoção dessa produção associada ao turismo – e da comercialização.

Como ponto de partida, é importante frisar que essa proposta tem abrangência estadual, integrando os 26 territórios de identidade do Estado da Bahia. Como estratégia, adotou-se a lógica de criação de "pólos" de atuação, que serão os pontos focais e irradiadores do conjunto

de ações que serão aqui descritos. Serão nove pólos, os quais contarão com visitas técnicas, ações de comercialização e assessoria, dentre outras, sendo o *locus* regional. Dessa forma, essa proposta cobre integralmente o Estado da Bahia, a partir de uma lógica que otimiza os recurso disponíveis e reforça o artesanato sob o viés das tipologias que caracterizam um conjunto de municípios inserido nos pólos.

A organização dos pólos se dá da seguinte forma:

Ilustração 2 – Pólos de atuação territorial



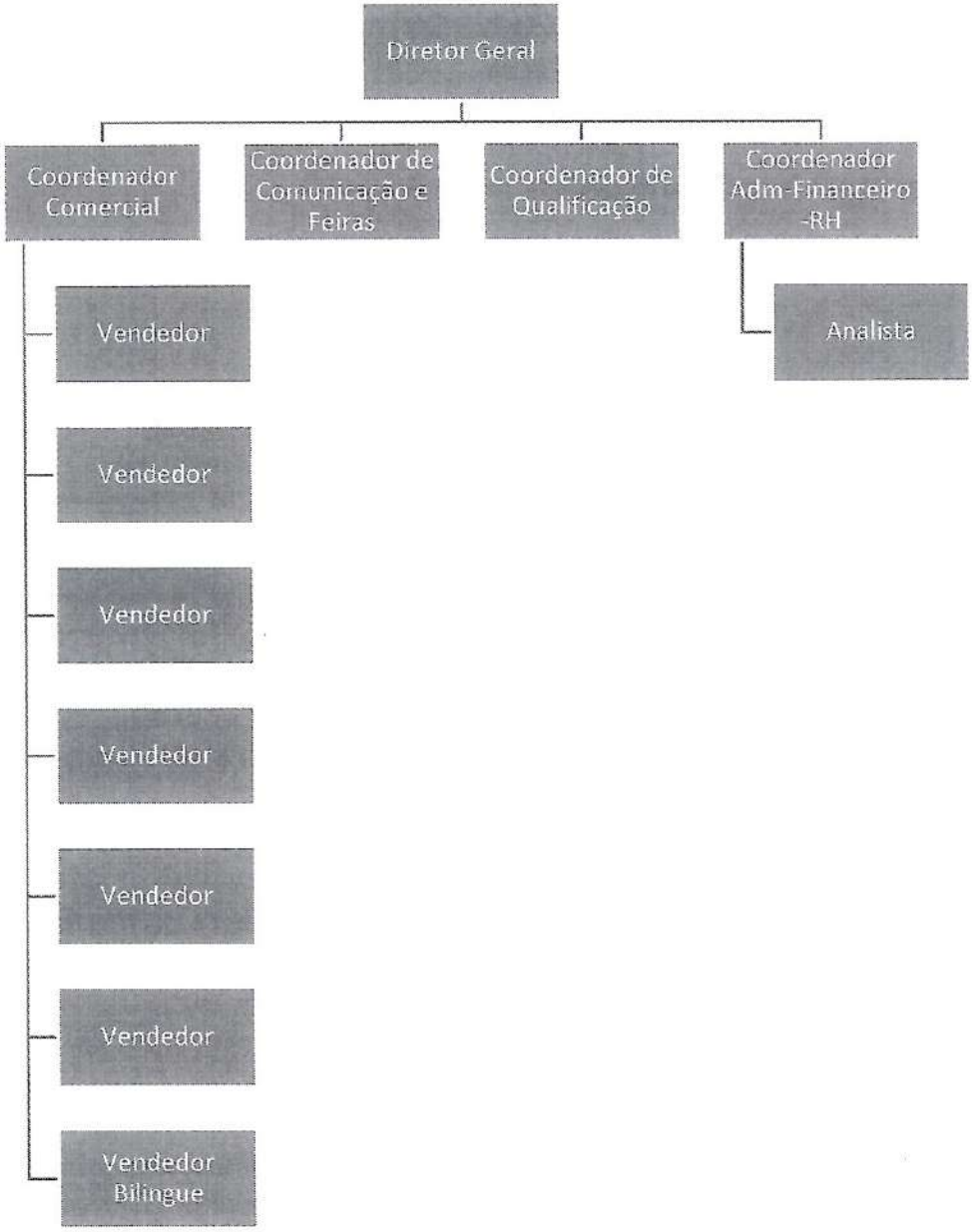
Fonte: LYRA, 2018

A terceira se realiza nos espaços de comercialização físico ou virtual, longe do local de origem, aonde não há a participação direta dos produtores no processo de comercialização, nem o auxílio emocional de estar vivenciando determinada realidade local, o produto aqui depende dos meios de contextualização para que expresse sua identidade em toda sua abrangência.

Estas três esferas também representam a interação que se pretende alcançar entre e com os grupos em sua autonomia plena com a OS responsável pela comercialização do Artesanato Baiano. O fortalecimento das produções em seu âmbito local e regional, dão amplidão para que se revelem as identidades próprias, compartilhadas e permitam que se promova as manifestações artesanais dentro do seu contexto social e que estas, ao ganharem novos mercados, levem consigo esses valores e os divulguem.

Fábrica Cultural

3. ORGANOGRAMA



Fábrica Cultural

4. DIMENSIONAMENTO DE PESSOAL

Cargo	Carga Horária	Exigências para o Cargo
Diretor Geral	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência de no mínimo 5 anos na área de atuação e 02 anos em posições de gestão, com enfoque na atividade artesanal
Coordenador Comercial	40h	Profissional com formação de nível superior e experiência de no mínimo 05 anos na área comercial e na promoção de eventos
Coordenador de Comunicação e Feiras.	40 h	Profissional com formação de nível superior e com experiência mínima de 05 anos na área de comunicação social.
Coordenador de Qualificação	40 h	Profissional com formação de nível superior e com experiência mínima de 05 anos na elaboração, execução e avaliação/acompanhamento de programas de qualificação, preferencialmente na atividade cultural e/ou artesanal
Coordenador Administrativo-Financeiro - RH	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência comprovada de no mínimo 02 anos na área administrativa/financeira – RH.
Analista	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência comprovada de no mínimo 01 ano e 6 meses
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor Bilingue	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função e fluente em 2 ou mais idiomas.

Fábrica Cultural

5. DIAGNÓSTICO INTEGRADO PARA QUALIFICAÇÃO DOS ARTESÃOS DOS TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE DA BAHIA

5.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E DEFINIÇÕES METODOLÓGICAS – *O QUE SERÁ FEITO?*

A cultura possui um caráter estratégico, seja como construtora e elo catalisador de múltiplas sociabilidades, seja como território para os embates entre as tendências homogeneizantes da globalização e as afirmações das diferenças identitárias, ou, ainda, como campo privilegiado da esfera econômica. O Estado vem alterando as formas e os mecanismos de sua intervenção no universo da cultura, acrescentando às suas obrigações de provedor de bens e serviços culturais e formulador de políticas públicas para a área, o entendimento da cultura como elemento estratégico para o desenvolvimento geral da sociedade, inclusive pela sua capacidade de estimular setores econômicos que lhe são afins, como é o caso das indústrias turísticas e do lazer. Neste contexto, a criação dos territórios de identidade pelo Governo do Estado da Bahia, baseada fortemente no sentimento de pertencimento, evidencia a centralidade da cultura e identidade, cuja manifestação tangível talvez mais clara seja o artesanato produzido nestes territórios.

A literatura sobre "territórios" sinaliza que ele é um determinado espaço com uma rede de relações sociais, definido e delimitado a partir de suas dimensões econômicas, ambientais, culturais e sociopolíticas. Desta forma, um território deve: 1) ser identificado em um espaço que possua compatibilidades e similaridades significativas; e 2) possua uma identidade que o diferencie de outras localidades. É possível falarmos de um artesanato produzido no território do sisal, com características singulares e distintas do que é produzido no território do Baixo Sul, que por sua vez se diferencia daquele produzido na Região Metropolitana de Salvador, e assim sucessivamente entre os diferentes territórios de identidade, porém a mesclagem dessas produções é o que conforma a identidade do artesanato baiano.

A compreensão do artesanato como bem cultural e fator econômico passa pela organização do setor e conhecimento do segmento. Neste sentido, um conjunto de ações que caracterizam uma etapa de diagnóstico é a premissa para a implementação futura de ações.

Nesta proposta, prevê-se a realização de um diagnóstico do artesanato produzido nos territórios de identidade com vistas à processos seguintes de qualificação dos artesãos. Este levantamento advém de perguntas orientadoras, das quais destacam-se: *1) Como mapear, sistematizar e avaliar a qualidade artesanal?; 2) Como os artesãos podem estabelecer relações mais equilibradas com os possíveis mercados?; 3) Como dar visibilidade aos artesãos baianos junto aos seus públicos de interesses?; 4) Como abordar o artesanato sob a ótica multidisciplinar da cultura em suas dimensões mais amplas, das identidades territoriais, do trabalho, da geração de renda e da sustentabilidade sociocultural e ambiental?*

A delimitação prévia destas questões é indispensável para que seja possível indicar qual é o modelo de diagnóstico estamos propondo aqui. Não se trata de uma mera etapa protocolar, mas um diagnóstico que traz em si mesmo, em seu caráter metodológico, aspectos de inovação por contemplar estudos voltados à uma aplicação e operacionalização reais, que impactarão diretamente na comercialização do artesanato.

Utiliza-se aqui o termo "integrado" associado ao diagnóstico pois este prevê um conjunto de pesquisas que se relacionam sob o viés da complementaridade.

A estratégia para o diagnóstico dos territórios de identidade ancora-se sob 3 eixos:

- Gestão do conhecimento do segmento artesanal baiano
- Inteligência de Mercado
- Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de Identidade

5.2 DETALHAMENTO DOS EIXOS DO DIAGNÓSTICO INTEGRADO

Nesta seção, serão detalhados o como fazer de cada um dos eixos. Um conjunto misto de técnicas permeiam cada um dos eixos, contemplando visitas técnicas, entrevistas com artesãos, representantes municipais de cultura, micro e pequenos empresários locais do segmento artesanal e demais atores. Atende-se com essa metodologia, os indicadores de controle previstos no edital, e, adicionalmente, geram-se também outros indicadores a partir da amplitude da metodologia proposta. A seguir, o detalhamento para cada um dos eixos propostos.

O eixo 1 "Gestão do Conhecimento do Segmento Artesanal Baiano" advém da necessidade de revisão/atualização da base de dados de artesãos baianos, tendo em vista cadastros já existentes e um efetivo tratamento desses dados para que se convertam em informação estratégica.

Estamos falando aqui de 1) tratamento de dados já existentes e sua organização-categorização; 2) da revisão/complemento de variáveis faltantes dos artesãos nestes cadastros e 3) coleta de novos dados a partir de registro autodeclaratório do artesão com validação da equipe quanto ao alinhamento conceitual previsto no Programa de Artesanato Brasileiro.

Neste sentido, prevê-se, em atendimento ao edital, o registro sobre *"gênero, faixa etária, escolaridade, ocupação econômica primária e secundária, renda per capta e familiar, principais fontes de informação, tipologias e técnicas utilizadas por município e território, principais dificuldades, se associado a alguma organização do setor artesanal, se cadastrado, quais as principais expectativas com a atividade artesanal" (EDITAL 10/2018, p.25)* cumprindo-se integralmente o que está sendo demandando no documento.

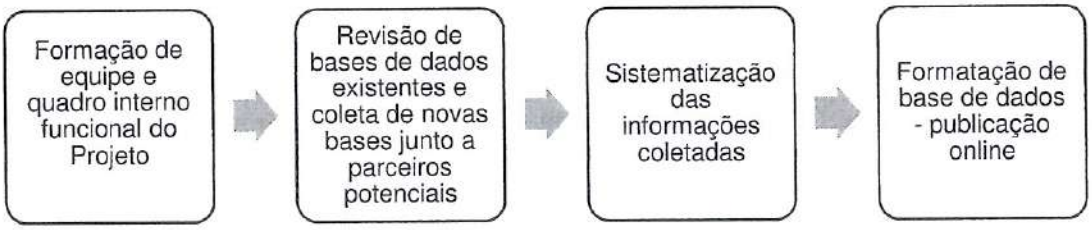
Contudo, o eixo aqui proposto vai além deste registro, propondo uma gestão do conhecimento das informações sistematizadas, a partir de uma parametrização destes dados em ambiente digital, com a possibilidade de acesso público a um conjunto desses dados tratados, evidenciando as tipologias predominantes do território, quem são estes artesãos etc. Essa gestão possui um elemento de transparência buscado pela administração pública, ao passo em que, sabendo-se quem são os artesãos, o que produzem e onde estão, estaria-se formando uma rede efetiva de artesãos do artesanato baiano. Com a revisão deste banco de dados, espera-se consolidar informações que aparentemente estão dispersas, tais como quem são os mestres artesãos já mapeado e que organizações produtivas já foram identificadas. Ou seja, tal parametrização nos conduz a segmentação dessa artesão, quanto à sua expertise (quem são os mestres? Quem são os demais artesãos?) e quanto a sua natureza jurídica (pessoa física? Organizações associativas?)

- **COMO SERÁ FEITO?** *(eixo 1 - Gestão do Conhecimento do Segmento Artesanal Baiano)*

Para execução do eixo 1, serão categorizados e parametrizados para um sistema online o cadastro de artesãos já existente, realizado anteriormente pelo Instituto Mauá. Adicionalmente, serão buscadas outras bases, de instituições potencialmente parceiras que atuam no segmento artesanal baiano. Será desenvolvido um ambiente virtual para disponibilização dessas informações após tratamento de dados feita por uma equipe.

PRODUTO DO EIXO 1: BASE DE DADOS EM PLATAFORMA ONLINE

Ilustração 1: Síntese operacional do eixo 1



Fonte: elaboração própria, 2018

O eixo 2 "Inteligência de Mercado" é composto por duas pesquisas: 1) *"Mapeamento dos Principais Pontos de Venda do Artesanato Baiano"* e 2) *"Motivação para compra do artesanato"*.

A primeira pesquisa trata de um estudo sobre os pontos de venda do artesanato, partindo-se da necessidade de escoamento e circulação dessa produção em aeroportos, shoppings, mercados, feiras, etc. Neste sentido, o levantamento indicará que tipo de produtos estão sendo vendidos nestes pontos, a fim de compreender o posicionamento de mercado do artesanato baiano. É comum nos depararmos em alguns locais turísticos de Salvador, por exemplo, e vermos produções sendo vendidas como baianas mas que são de outros Estados. Busca-se nesta pesquisa a compreensão do "lugar do artesanato baiano" nos seus principais pontos de venda. Esse entendimento sobre os pontos de venda abrirá oportunidades também para o desenho de novas estratégias para circulação de mercadorias, reduzindo-se a necessidade de criação de lojas ou espaços físicos próprios, aproveitando-se de espaços já existentes, como por exemplo museus, cafés, cinemas etc. Como produto desta fase, teremos o ***"Relatório Situacional do Artesanato Baiano nos seus pontos de venda"***, com especial atenção às localidades de maior apelo turístico e fluxo de pessoas.

Em paralelo, propomos aqui uma segunda pesquisa integrante desse eixo de inteligência de mercado, um estudo a ser realizado junto a consumidores do artesanato, sobrequais são as motivações para a compra. Por que se compra artesanato? Qual é este perfil de quem compra? Essas informações subsidiarão estratégia de comunicação no desenho do Plano de Mídia e, em etapas seguintes, terá impacto nas próprias ações voltadas efetivamente à comercialização. Como público desta pesquisa, será definida uma amostragem a partir de um recorte feito buscando o consumidor individual de produtos que já possuem o selo "Bahia feita à Mão". Os resultados encontrados serão sistematizados no **"Relatório Pesquisa de Motivação de Compra do Artesanato Baiano"**, tendo como objetivo posterior estabelecer

estratégias para sensibilização e conscientização do mercado consumidor quanto ao valor simbólico e material do produto artesanal. Faz-se necessário sensibilizar o mercado em relação ao valor sócio-econômico-cultural da produção artesanal, sobre o aspecto de que ao adquirir um produto artesanal, está-se adquirindo história e revisitando a própria história.

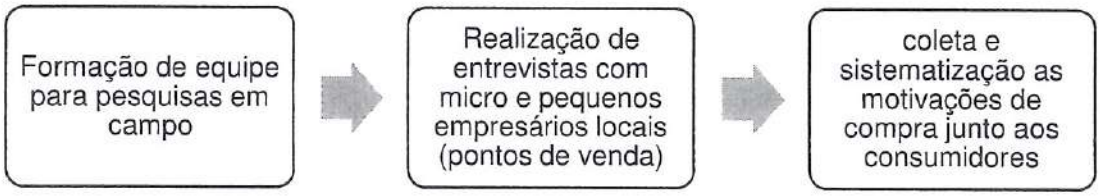
- **COMO SERÁ FEITO?** *(EIXO 2 - Inteligência de Mercado)*

A execução do eixo 2 contempla a formação de uma equipe para o trabalho em campo para atuação nas duas pesquisas propostas. Propõe-se a realização dos estudos na Capital, em Salvador/BA, como espaço de maior comercialização dos produtos dado o seu fluxo turístico e por ser a terceira maior capital do país. Adicionalmente, serão avaliados pontos de venda em locais estratégicos como aeroportos, mercados, feiras etc.

A coleta de dados sobre motivações integrarão um formulário pós-venda que o consumidor dos produtos com o selo Bahia Feita a mão receberá em seu email, tendo a possibilidade de preenche-lo também fisicamente em pontos de venda dos produtos.

PRODUTO DO EIXO 2: RELATÓRIO SITUACIONAL DO ARTESANATO BAIANO NOS SEUS PONTOS DE VENDA

Ilustração 2: Síntese operacional do eixo 2



Fonte: Soares, 2018

EIXO 3 - "Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de Identidade"

O eixo 3 **"Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de Identidade"** objetiva a realização de estudos sobre tendências, demandas e novos processos voltados para melhorar a qualidade dos produtos. A partir da base de dados levantada no eixo 1, será possível identificar grupos, mestres artesãos cujos produtos detém uma qualidade que permita estabelecer um diálogo entre tradição e inovação sem que sejam perdidos as características identitárias da produção, mas sinalizando a abertura possível destes produtos para um mercado mais amplo. Como produtos desta etapa, citam-se o desenvolvimento de coleções de novos produtos. Propõe-se nesse eixo um levantamento mais detalhado nos municípios, como será visto a seguir.

COMO SERÁ FEITO *(EIXO 3 Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de Identidade)*

A estratégia para esta etapa de diagnóstico contempla a formação de uma equipe para o trabalho em campo, formada por profissionais com expertise comprovada em pesquisa e consultoria na área. Essa equipe será formada por 3 profissionais, aqui denominados de **"especialistas em pesquisa"**. Cada especialista ficará responsável por 3 pólos, entendido aqui

como ponto de apoio para esta etapa do diagnóstico, integrando-se os 9 pólos previstos no projeto.Talpolo também será objeto de futuras ações de comercialização e promoção do artesanato da região. Neste sentido, propõe-se o trabalho em campo em municípios conforme critérios de espacialidade (cobrindo-se proporcionalmente o Estado), potencial turístico destes territórios, facilidade de escoamento da produção e capacidade produtiva já instalada.

A execução do diagnóstico contempla a realização de 1 oficina participativa em cada um destes 9 polos, com a presença de representantes municipais da cultura e artesãos. O produto de cada oficina é o documento *"Relatório da produção artesanal"* nos territórios de abrangência da oficina, em que se evidencie as principais tipologias, insumos, necessidades, informações sobre os pontos de vendas disponíveis, existência de associações ou outras organizações locais de artesanato e possíveis parceiros e apoiadores. São objetivos desse ciclo de atividades:

- levantar informações qualitativas e quantitativas sobre os diferentes produtores do artesanato nos municípios do território e entorno - pessoas físicas produtoras;

- levantar o perfil de organizações formais, grupos informais produtores de artesanato, identificando o perfil dos integrantes do grupo, aspectos legais/registro, nível de estruturação, infraestrutura, capacidade de produção, linhas de atuação, tipologia de artesanato trabalhado, aspectos de comercialização;

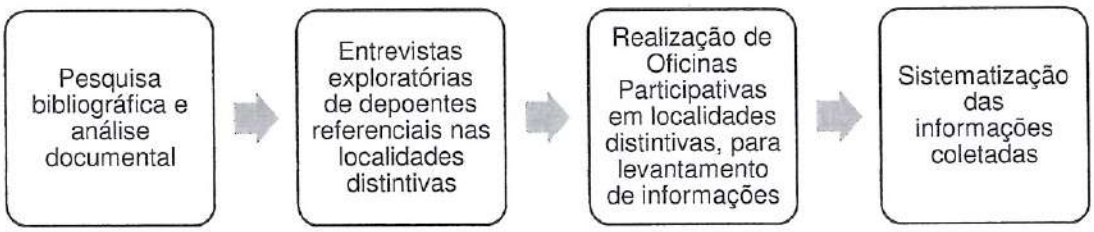
- identificar matérias-primas utilizadas e disponíveis no município, analisando os aspectos econômicos e ambientais do seu uso, bem como as especificidades do tratamento da mesma;

- produzir conhecimentos sobre as instituições e órgãos atuantes e projetos/experiências de artesanato desenvolvidas ou em desenvolvimento no município, visando parcerias locais;

- caracterizar as produções encontradas conforme Glossário vigente do PAB, conforme matéria-prima e técnica empregada na produção.

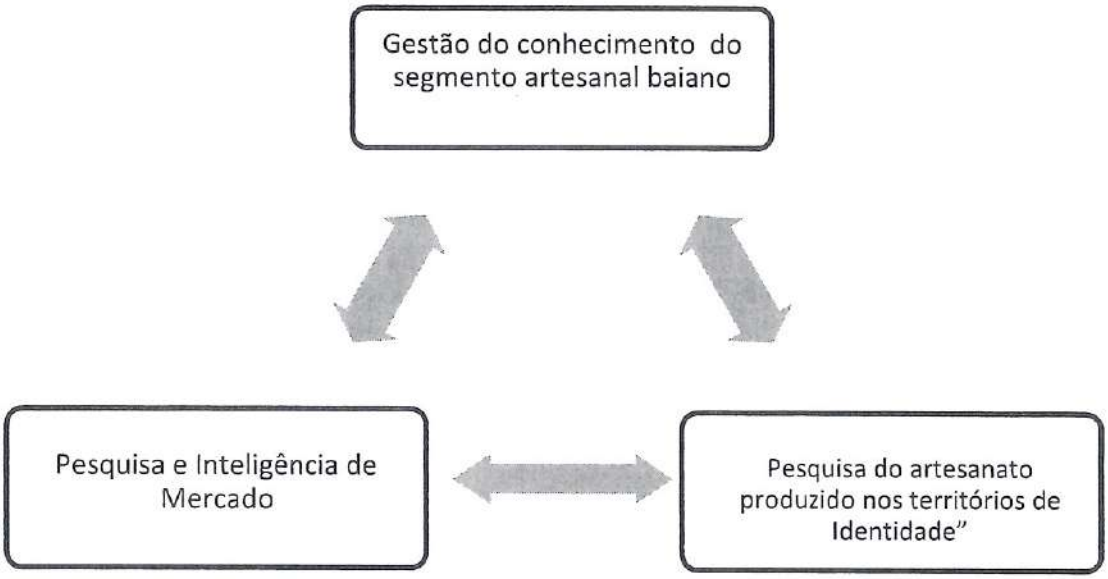
Dessa forma, parte-se do que existe já sistematizado em documentos e pesquisas anteriores sobre o artesanato baiano e atualiza-se com os dados reais do campo, além de ser um momento de aproximação com os artesãos. Serão, portanto, 9 relatórios gerados a partir das etapas aqui descritas, quais sejam:

Ilustração 3: Síntese operacional do eixo 3



Fonte: Soares, 2018

De forma resumida, o diagnóstico integrado, aqui proposto, possui a seguinte configuração.



5.3 PRODUTOS – QUE DOCUMENTOS GERADOS?

Ressalta-se que todas as ações previstas neste diagnóstico geram produtos que visam subsidiar a tomada de decisão para as demais atividades previstas nesta proposta, ressaltando-se, portanto, o caráter utilitário da pesquisa e dos dados por ela gerados.

Tratam-se de coletas de dados desenhadas para atender qualificar as etapas subsequentes e garantir o efetivo sucesso deste Projeto. O quadro seguinte exemplifica os produtos previstos para cada um dos eixos do diagnóstico integrado:

DIAGNÓSTICO INTEGRADO PARA QUALIFICAÇÃO DOS ARTESÃOS DOS TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE DA BAHIA			
EIXO	**DESCRIÇÃO**	**AÇÃO ESTRUTURANTE**	**PRODUTOS GERADOS**
1	Gestão do Conhecimento do Segmento Artesanal Baiano	Criação de banco de dados público do artesanato baiano	**PRODUTO 1 –Plataforma online contendo base da dados cadastrais dos artesãos**
2	Inteligência de Mercado	Mapeamento dos Principais Pontos de Venda do Artesanato Baiano	**PRODUTO 2 - Relatório Situacional do Artesanato Baiano nos seus pontos de venda**
		Motivação para compra do artesanato.	**PRODUTO 3 - Relatório Pesquisa de Motivação de Compra do Artesanato Baiano**

3	Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de Identidade (com base em 9 polos)	Oficinas participativas nos territórios	**PRODUTOS 4 A 12 - Relatório da produção artesanal nos polos (1 relatório para cada pólo, no total de 9)**

Após consolidados tais produtos, será revisitado o Programa de Qualificação visando expressar as reais demandas de campo e cenário atual do artesanato baiano.

Pensar sobre a formação no segmento artesanal significa considerar a existência de um efervescente mercado de bens e serviços simbólico-culturais. Dinâmico e em constante crescimento, esse mercado envolve inúmeras atividades, múltiplas possibilidades de negócios e um expressivo contingente de mão de obra ocupada, em estreita vinculação com o mundo da festa, da cultura, do lazer e do turismo.

Como antecipou Lina Bo Bardi, a grande arquiteta que influenciou decisivamente a produção estética baiana nos anos 60, a arte popular deve ser valorizada por meio de design contemporâneo e tecnologia adequada, de forma a se garantir a preservação do patrimônio imaterial, a passagem dos saberes tradicionais às novas gerações e a dignificação das pessoas. Esta proposta pretende resgatar de Lina Bo Bardi e de Rômulo Almeida, economista que, no mesmo período, formulou estratégias para o desenvolvimento de territórios baianos por meio da ativação a produção artesanal e de sua inserção em cadeias produtivas de alto valor agregado.

O programa de qualificação do artesanato baiano estrutura-se sob essas premissas de inovação, interdisciplinaridade e diálogo com as tradições locais aqui mencionadas, sob a ótica das novas estratégias de promoção e comercialização.

6. ELABORAÇÃO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO

6. 1 PREMISSAS E IDÉIA-CONCEITO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO

A capacitação de artesãos e organizações produtivas que integram o segmento do artesanato se reveste de importância fundamental com impactos diretos na comercialização e acesso a mercados. A elaboração de ações que impulsionem o setor sob a perspectiva da convergência efetiva entre inovação e tradição são princípios orientadores e transversais a esta proposta.

Este diálogo entre inovação e tradição constitui-se em elemento central na estratégia de qualificação que estamos propondo, pois se entende aqui que apenas nesse cenário é possível garantir condições de sustentabilidade aos processos já existentes, com a produção de peças dotadas da riqueza cultural do nosso Estado mas que estejam em sinergia com as tendências de mercado.

Considera-se também que, ao falarmos de qualificação, estamos incluindo indivíduos que estão próximo ou no entorno de comunidades e que poderiam colaborar com o negócio do artesanato, em área de suporte como comunicação, finanças etc. O indivíduo empreendedor no artesanato não precisa coincidir necessariamente com a figura do próprio artesão. Os ciclos de formação a serem implementados deverão contemplar evidentemente o próprio fazer artesanal, porém deverá abranger um conjunto de temas complementares de apoio ao artífice em áreas como gestão, comunicação e empreendedorismo, sendo o artesão ou outro indivíduo membro da comunidade o beneficiário deste ciclo. Ou seja, para além de um expert em uma área específica produtiva (o próprio artesanato), o entendimento em áreas em que este não domina e são essenciais sob o ponto de visa mercadológico, para quem produz e para indivíduos da comunidade.

Outro ponto que deve ser trabalhado é a necessidade de se observar o artesanato como um segmento multidisciplinar, tanto em nível de gestão, tanto no diálogo técnico entre artesãos, designer, decoradores e demais profissionais ligados potencialmente ao segmento. Com uma clara definição do que não pode ser alterado em virtude da preservação das tradições, pode-se investir no diálogo entras diversas linguagens e criação de novos produtos. Serão formatados desenhos produtivos diferenciados que precisam estar aliados aos sistemas de informação e difusão e a outros segmentos econômicos, como o turismo, a moda, a decoração e tecnologia.

6.2 OBJETIVOS DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO

- Formar continuamente artesãos conjugando tradição e modernidade e contribuindo para a inovação no setor;
- Apoiar tecnicamente e de forma especializada artesãos individuais e organizações produtivas do artesanato a partir da implementação de um conjunto de atividades adaptadas às suas necessidades e condizentes com a realidade local;
- Valorizar e reconhecer as competências adquiridas em contextos não formais a partir da promoção da passagem de saberes dos mestres artesãos para as demais gerações.

6.3 COMPETÊNCIAS A SEREM ESTIMULADAS NOS ARTESÃOS

Os artesãos, ao final do ciclo de formação, devem ser capazes de:

- Estruturar seu próprio negócio, na observância dos aspectos históricos do artesanato de sua localidade;
- Saber trabalhar em equipe e compreender o trabalho em rede;
- Aplicar conceitos e empreendedorismo, gerenciando fluxos que perpassam da criação à comercialização de objetos de artesanato.

Fábrica Cultural

7. EXECUÇÃO DE CURSOS DE QUALIFICAÇÃO
PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO

O desenho metodológico que será aqui explicitado advém da experiência da equipe e corpo profissional desta OS proponente. Contudo, ressalta-se que as especificidades sobre a criação de coleções e melhoramento de peças produzidas dependerá das informações coletadas na etapa anterior, de diagnóstico. Como fora dito, o percurso metodológico do diagnóstico fornecerá, de forma sequencial, as informações para as etapas subsequentes. O Programa de Qualificação conjuga o melhoramento no quesito técnico mas considera prioritariamente um espectro mais amplo de formação, em que o artesão concebe, inova e desenvolve seu produto a partir do reforço a aspectos identitários locais.

Ou seja, ainda que o diagnóstico a ser realizado seja o principal elemento norteador para o Programa de Qualificação, entendemos que há um viés de formação que deve conjugar conteúdos voltados a mercado e gestão. Neste sentido, a partir da experiência da equipe responsável por essa proposta, avança-se na concepção/desenho do Programa sob essa perspectiva.

Propõe-se aqui um ciclo de formação modular, que possui como focos: **1)** o entendimento do mercado (as suas tendências, cenário, perspectivas futuras); **2)** a formação para a gestão do negócio; **3)** a aceleração/desenvolvimento/melhoria do produto por meio de assessoria; **4)** o reconhecimento da maestria artesanal e fomento ao repasse de saberes e **5)** incubação de negócios e acompanhamento sistemático.

A concepção de "fazer" da produção artesanal nos remete a uma forma identitária "biográfica para o outro", na qual os indivíduos inserem-se numa espécie de linhagem de gerações, sendo culturalmente influenciados. Grande parte do que sabem produzir veio da observação, dos ensinamentos que seus antecessores lhes deram, numa relação hierarquizada entre mestre e aprendiz que na maior parte das vezes se dá de forma espontânea.

Não é foco desse ciclo de formação transformar indivíduos que nunca tiveram contato com o artesanato em artesãos, mas fortalecer organizações já existentes e qualificar artesãos que já produzem e cujo traço de sua produção esteja conectado às questões identitárias locais. Ou seja, artesãos que detém uma paixão criativa por esse fazer e que precisam melhorar os produtos que desenvolvem/criam.

7.1Detalhamento dos eixos

Os temas em cada um dos eixos podem ser realizados em seu caráter unitário (um dos temas de 8h, por exemplo) ou reagrupados de forma modular, sendo possível realizar um eixo integralmente em dois ou mais momentos. A proposição de ciclos curtos de formação são condizentes ao perfil do público e infraestruturas disponíveis nos municípios. Do ponto de vista pedagógico, este modelo propicia um tipo de formação com maior flexibilidade em sua execução.

Fábrica Cultural

EIXO 1 - O MERCADO DE ARTESANATO: Entendendo o segmento artesanal e o seu mercado (8h)
DESCRIÇÃO: O eixo apresenta questões relacionadas aos aspectos legais em ser artesão e aspectos relacionados ao contexto de mercado, objetivando fomentar a reflexão de artesãos sobre a viabilidade da sua produção e aderência ao que é esperado pelo mercado.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E PERGUNTAS ORIENTADORAS: • Aspectos formais e marco legal do artesanato – notas introdutórias | *Que formalização é necessária?* • Aspectos de identidade do produto artesanal e mercado | *O meu produto reflete características da minha comunidade/região?* • Viabilidade de mercado | *como saber se o meu produto tem mercado?* • Identificação de públicos compradores | *quem é o meu público?* • *Vendas | que pontos de venda em potencial?* • Redes e Cooperativas | *Que desenhos organizacionais são possíveis?*

EIXO 2 GESTÃO: Gerindo o meu negócio (8h)
DESCRIÇÃO: O eixo contempla a *identificação de alternativas de produção mais viáveis (matéria primas, tamanhos, acabamentos, acessórios, custo máximo, processos), sob o viés da sustentabilidade ambiental e do próprio negócio por meio de acesso a crédito / criação de ficha técnica para as peças (tamanho, materiais, cores, acabamentos, códigos, fornecedores).*
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E PERGUNTAS ORIENTADORAS: • Identificação de matéria-prima no território | *o que preciso para produzir está ao meu alcance?* • Mapeamento do processo de produção |*Como é o meu processo de produção?* • Elaboração de ficha técnica do produto |*Tenho registro de como fazer? O que preciso?* • Orçamento, precificação e controle de custos | Qual o custo do meu trabalho? • Difusão de produtos por meio das novas tecnologias de comunicação | *Como dar visibilidade ao meu produto?* • Acesso a crédito/ microcrédito | *Como financiar a minha produção?*

Para ambos os eixos, propõe-se oficinas de 2 dias (8h+8h) em cada um dos 9 pólos que integram a proposta.

O Eixo 3 prevê assessoria técnica aos grupos/artesãos identificados/mapeados, sendo tal atendimento presencial e também a distância, com uso das tecnologias disponíveis para reuniões online e demais interações. Trata-se de uma mentoria direcionada aos grupos produtivos existentes no Estados, sendo um canal aberto para troca e interações.

EIXO 3 – Assessoria técnica por grupo/artesão
DESCRIÇÃO: *O eixo contemplaa assessoria técnica especializada na criação de coleções focadas em produtos de alto valor agregado, valorizando a qualidade da produção artesanal e retratando a identidade regional/cultural.*
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E PERGUNTAS ORIENTADORAS: • Acompanhamento técnico para prototipagem e desenvolvimento de produtos | *Como associar design e inovação ao meu produto?*

O Programa de Qualificação propõe, adicionalmente, um módulo em que os artesãos/mestres já identificados pelo Governo do Estado, por mapeamentos já realizados anteriormente, e àqueles que serão identificados na etapa de diagnóstico possam ministrar oficinas nos pólos de referência dos territórios, visando fortalecer a lógica da passagem de saberes.

A passagem de saberes emerge como uma das questões fundamentais para a preservação da atividade. Deve-se garantir a transmissão do saber e fazer artesanal para que sejam apropriados e mantidos para gerações futuras. Essa passagem de saberes é muitas vezes implícita, na qual o artesão apenas relata que aprendeu a atividade região em que vive. Ou seja, não é capaz de explicar quando esse "fazer" teve início ou quais os seus principais expoentes. O "saber - fazer" é quase sempre tratado como uma herança natural, espontaneamente assimilada.

É objetivo desse eixo, portanto, ressignificar essa relação de ensino e aprendizagem, por meio do repasse de saberes dos mestres aos artesãos, tendo em vista a retroalimentação destes conhecimentos para o próprio processo de formação/assessoria.

EIXO 4 – Passagem de Saberes
DESCRIÇÃO: Realização de oficina presenciais ministradas pelos mestres-artesãos identificados nos territórios
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: • Técnicas e modos de fazer tradicionais

Por fim, como eixo complementar, propõe-se a criação do Laboratório de Criatividade Artesanal - ARTELab, com ação intinerante, com a realização de oficinas de atendimento presencial nos pólos de referência territorial. Os encontros contariam com a presença de uma equipe multidisciplinar formada por 1 designer, 1 especialista em cultura e 1 especialista em mercado.

O ARTELab realizará nestes encontros a análise e acompanhamento de tendências de mercado a partir do artesanato que está sendo produzido nos territórios, constituindo-se em um trabalho de observação sistemática.

É foco dessa estratégia discutir e refletir conjuntamente com os artesãos quais seriam as soluções para comercialização do produto e melhorias de qualidade, assemelhando-se a um processo de incubação de ideias.

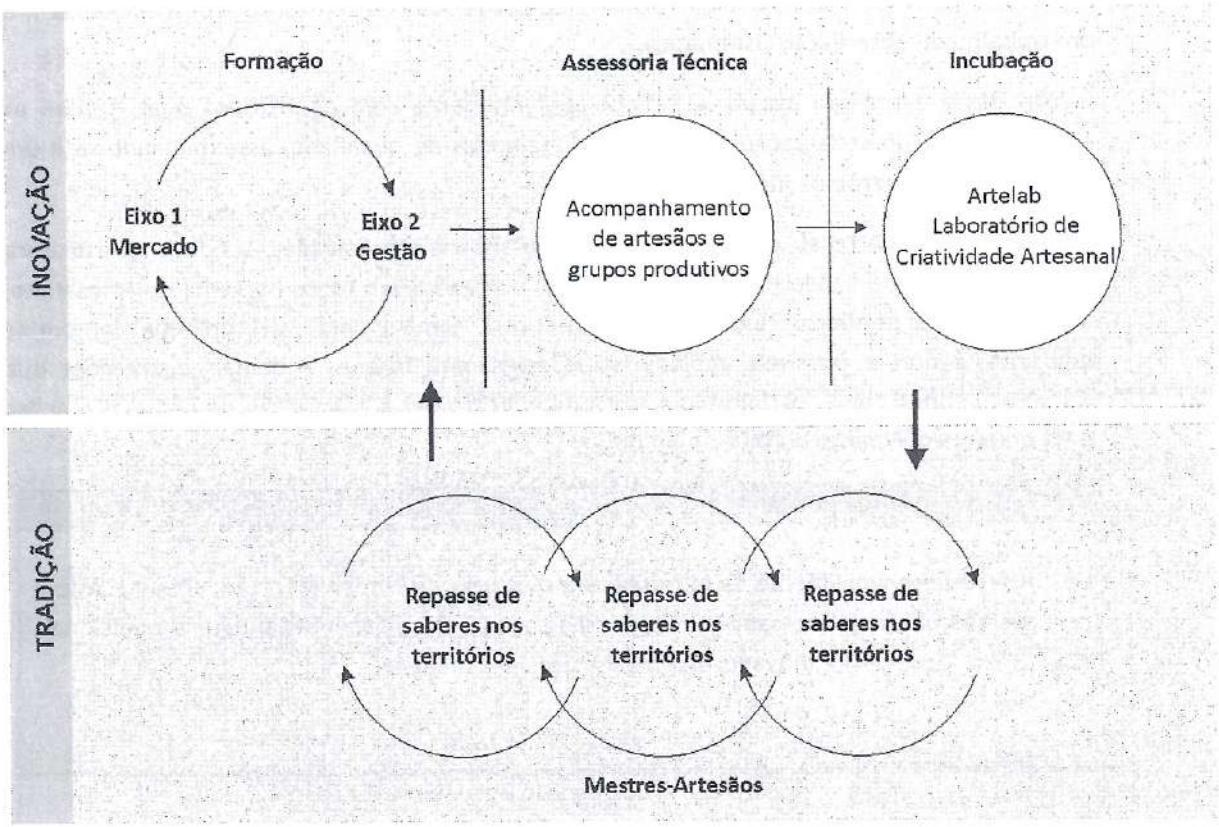
Propõe-se que o ArteLab seja um espaço de referência em Salvador, sendo uma estrutura nuclear que integre especialistas, pesquisadores e artesãos em torno do Tema do Artesanato, com encontros periódicos bimensais. Dessa forma, tem-se uma estrutura que contemple diferentes atores e possíveis apoiadores do artesanato baiano, e demais instituições que trabalhem com o tema, permitindo a troca de informações e otimização de recursos e ações para o desenvolvimento do artesanato baiano.

Eixo 5 - Laboratório de Criatividade Artesanal - ARTELab
DESCRIÇÃO:desenvolvimento de estratégias inovadoras de comercialização, comunicação e de posicionamento no mercado numa lógica de adaptação de saberes antigos e tradicionais a conceitos modernos e inovadores, sob um viés de incubação.
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: • análise de tendências • posicionamento no mercado • orientação criativa

7.2 Síntese visual da estratégia do Programa de Qualificação

Como citado anteriormente, essa proposta conjuga tradição e inovação, em observância dos aspectos identitários locais. Essa estratégia de qualificação expressa-se em seu desenho metodológico, em que as etapas formativas e de acompanhamento técnico se retroalimentam de conteúdos relacionados à maestria artesanal, a um saber que imprime a marca da cultura local aos produtos desenvolvidos.

Ilustração 3 – Estratégia do Programa de Qualificação



Fonte: SOARES, 2018

A estratégia de qualificação inicia-se após os resultados da etapa anterior de diagnóstico. Propõe-se as etapas iniciais de formação com duração de 12 meses (eixos 1 e 2), e assessoria contínua até o final do projeto para os artesãos que participarem das capacitações. Em paralelo, momentos de repasse de saberes locais feitos por artesãos previamente identificados serão realizados, bem como orientação a artesãos e grupos pautado na criatividade e soluções idealizados pela equipe multidisciplinar do Laboratório de Criatividade Artesanal ArteLab.

7.3 PÚBLICOS BENEFICIÁRIOS E LOCAIS DE REALIZAÇÃO DOS CICLOS DE FORMAÇÃO

Artesãos individuais, organizações produtivas e profissionais interessados no estabelecimento de uma atuação multidisciplinar com o segmento. O programa objetiva atingir 500 artesãos e/ou profissionais direta ou indiretamente envolvidos no segmento ao longo de 24 meses.
Os locais de realização dos cursos serão definidos quando do seu planejamento, orientando-se prioritariamente no estabelecimento de parcerias no que se refere aos espaços (centros de cultura nos municípios, escolas públicas municipais ou estaduais e demais espaços de potenciais parceiros institucionais). As atividades de formação subdividem-se em:

- formação teórico-tecnológica (na sala de aula);
- em contexto de trabalho (na unidade produtiva artesanal).

Neste cenário, o Programa de Qualificação pretende concentrar seus esforços estratégicos em

promover a interlocução dos municípios que formam os territórios de identidade e entre os pólos de referência do artesanato já identificados anteriormente na etapa de diagnóstico.

7.4 AVALIAÇÃO DOS CURSOS

A coleta sistemática de informações sobre as ações se dará como base do processo de diagnóstico e de implantação da proposta de qualificação bem como de toda a sua execução. Semestralmente ou a critério do plano de monitoramento e avaliação a ser montado pela Fábrica Cultural, considerando as informações pertinentes ao monitoramento do contrato. Os relatórios deverão conter um olhar descritivo e avaliativo sobre as ações, bem como agregar fotos, registros, instrumentos técnicos de coleta de dados.

A avaliação interna buscará medir no interior dos cursos o processo de ensino-aprendizagem dos conteúdos profissionalizantes, onde através de uma avaliação processual poderemos verificar e adaptar conteúdos e metodologias. Além desta proporemos a realização de um grupo focal para cada um dos polos que, a partir de um olhar de complementaridade e poderão provocar uma discussão sobre a revisão de metodologias de intervenção, sobre projetar ou limitar a atuação de uma área especifica .

A avaliação é o processo de elaboração, negociação e aplicação de critérios explícitos de análise, em um exercício metodológico cuidadoso e preciso, com vistas a conhecer, medir, determinar ou julgar o contexto, mérito, valor ou estado de um determinado objeto, a fim de estimular e facilitar processos de aprendizagem e de desenvolvimento de pessoas e organizações.

Dentro dessa abordagem detalharemos as etapas constituintes do processo de avaliação, a fim de melhor explicitá-las, detalhando assim, suas intenções e periodicidade.

8. ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PLANO DE MÍDIA

Vivemos em uma era pós industrial na qual a capacidade de articular a criatividade e o conhecimento pode se tornar um importe vetor de inclusão econômica e social de grupos tradicionais: quilombolas, indígenas, ribeirinhos, povos das florestas dentre outros. Os atributos imateriais associados a comercialização de produtos agregam às marcas valores intangíveis de grande peso no mercado contemporâneo.

O artesanato pela sua condição de expressão cultural possui caráter agregador, reúne trajetórias, gerações, conhecimentos ancestrais e, em sua essência, é um setor que já possui suas narrativas que formam marcas e todo um contexto que poderia ser expresso como ações de:" *Branding que se refere ao trabalho ou ao conjunto de práticas e técnicas de construção e consolidação de uma marca no mercado. A construção de uma marca forte para um produto, uma linha de produtos ou de serviços é consequência do relacionamento com o publico-alvo. Quando esta identificação positiva se torna forte o bastante, a marca passa a valer mais do que o próprio produto oferecido.*

A atividade artesanal se ordenada, bem gerida e sustentável ecologicamente possui diversidades e identidades que fazem das suas manifestações casos consistentes que o mercado busca construir de forma artificial para a sustentação de marcas que amparam produtos sem valor. Portanto, questões que se impõe como alta relevância para no mercado atual, como a consistência da imagem associada a produtos que são frutos de processos responsáveis socialmente, o artesanato já possui.

Cabe, porém, a sua identificação, levantamento e ordenamento na comunicação promoção para agregar valor ao produto artesanal. Cada vez mais consumidores buscam produtos eticamente, socialmente e ambientalmente sustentáveis que possuam identidade e se relacionem com a melhoria de vida de seus produtores e consequentemente torne nossa sociedade menos desigual.

Sendo assim temos o caminho já ordenado para a consolidação através das ações propostas da Marca do **"ARTESANATO DA BAHIA"**. Que deve ser construída com os elementos que sustentam a produção do artesanato baiano. Esta marca deve ser cultivada e revelar os diversos aspectos que relacionam o artesanato com outras manifestações locais e o fazem ser uma genuína expressão do nosso povo. Para além de ações que dêem visibilidade à certificação e selo "Bahia feita a mão" deve-se elaborar uma campanha de comunicação que contemple as ações de mídia tendo como objetivo primordial o fortalecimento do "Artesanato da Bahia" como marca, como valor que se agrega às peças produzidas.

Sendo assim, a Organização contratará ou estabelecerá uma relação de parceria com uma agencia de publicidade, de forma a criar estratégias para a estruturação dessa marca. Será necessária uma campanha conceitual, tendo clara as diretrizes da ação: a diversidade e especificidade do Produto artesanal, seu contexto de produção e as narrativas que o acompanham.

8.1 O Plano de mídia no contexto do Artesanato

O Plano de Mídia deriva-se de uma visão mais ampla de comunicação, a qual dialoga com todas as suas áreas correlatas, tais como marketing, relações públicas, publicidade e propaganda. Portanto, estamos aqui nos referindo a uma estratégia de comunicação integrada, da qual as ações de mídias a serem consolidadas em um Plano são parte de uma concepção de comunicação mais ampla, tendo como norte a aplicação de ferramentas que darão a visibilidade necessária ao artesanato, como negócio e/ou como expressão cultural.

Neste contexto, o plano de mídia é um instrumento de gestão, e, como tal, facilitará a coordenação dos esforços de promoção dos produtos e qualificará a relação com os diversos públicos. A noção de "públicos" considera as especificidades intrínsecas a cada um.

Como exemplo, a difusão de informações deverá considerar a divulgação adequada de conteúdos junto aos artesãos; ao trade turístico; aos consumidores baianos e turistas e aos veículos de mídia locais.

O plano de mídia a ser elaborado deverá contemplar, de forma clara, o que tais públicos deverão receber em termos de mensagens/publicidade, seu tempo de exposição, quais canais de comunicação serão utilizados para difusão dessas informações, com que periodicidade etc.

Ou seja, os meios de comunicação selecionados deverão atender aos objetivos de alcance, frequência e continuidade, sendo direcionados a públicos específicos.

A escolha dos meios de comunicação que farão parte do plano de mídia deverá ser orientada pela análise dos seguintes itens 1) Características meios de comunicação; 2) Cobertura Geográfica; 3) Perfil dos consumidores.

Adicionalmente, ressalta-se que este plano contemplará a utilização plena das novas tecnologias de informação e comunicação. Neste quesito, ressalta-se a importância das redes sociais, que se estabeleceram nos anos recentes como uma alternativa de contato direto entre as organizações e os seus públicos, sendo de grande importância para a divulgação de uma marca ou produto e, sobretudo, para a circulação de informações.

Aliado ao fator da instantaneidade e da rapidez da comunicação, ressalta-se o custo bem menor deste tipo de mídia se comparada às mais tradicionais como rádio, televisão, outdoor etc.

O Plano de Mídia será produzido a partir de elementos que surgirão em etapas anteriores, sobretudo as informações referentes ao mercado, pontos de venda etc. A estratégia de mídia nasce da análise qualitativa do mercado, definindo-se onde anunciar e quando anunciar. Este Plano integra uma estratégia mais ampla de comunicação integrada, por entendermos a importância de cada área/subárea da comunicação e o seu potencial de contribuição neste momento.

Ilustração 4– Relação entre o Plano de Mídia e os resultados alcançados

Fonte: SOARES, 2018

Caberá à Coordenação de Comunicação explicitada nessa proposta, conceber a referida estratégia, realizar brieffing com agência de publicidade para criação das peças bem como monitorar sistematicamente a eficácia da comunicação. Será buscada a melhor combinação de veículos, cuja qualidade de audiência coincida com o perfil do público.

9. Disponibilização de uma plataforma digital para divulgação do artesanato baiano

Após a elaboração do Plano de Mídia, a Organização propõe a criação de um site para a divulgação do artesanato, além de uma loja virtual para ampliação das vendas. Essa estratégia está intimamente ligada ao Plano de Mídia e as estratégias descritas na Comercialização.

A comunicação ocupa um papel de centralidade nessa proposta, uma vez que a comercialização depende da visibilidade e alcance do trabalho em todo o Estado da Bahia. Nesse sentido, ressalta-se que o a plataforma digital terá uma dupla função: 1) gestão do conhecimento e promoção do artesanato e 2) incremento de vendas.

10. Desenvolvimento de meios de apoio à comercialização da produção artesanal

10.1 Contextualização do cenário da Comercialização do Artesanato Baiano

Entre as dificuldades encontradas no setor artesanal, é mencionada de forma recorrente pelos artesãos a questão de acesso a mercados. Historicamente, as relações de produção e comercialização artesanal se estabeleciam localmente em torno da moradia do artesão, pessoalmente por ele, se estendendo para os centros comercias mais próximos através de feiras. Para alcançar distâncias mais longas, a sua comercialização se dava através de terceiros, comerciantes que detinham meio de transporte capazes de identificar demandas e alcançar mercados mais distantes.

As necessidades imediatas hoje por utensílios e demais produtos são supridas por meios de distribuição eficientes que integram sistemas que abrangem grandes áreas e territórios. Sejam pequenas ou grandes empresas, dominam questões logísticas que integram através do marketing as diversas etapas de produção manufaturada ou industrial que permitem através do despertar dos desejos, criar demandas, e responder a estas de forma efetiva.

Cabe ao setor compreender estes mecanismos que envolvem o consumo e trazê-los para o universo dos produtores artesanais de concepção tradicional ou contemporâneo; de produção coletiva ou individual, mas que compartilham as mesmas dificuldades de acessar mercados sejam locais ou regionais. Reconhecer a lógica predatória de consumo de bens baratos, sem qualidade e descartáveis e que são produzidos mediante condições de trabalho penosas e que com os princípios neoliberais da globalização contam com distribuição sem fronteiras é uma questão primordial. Ao compreendermos essa lógica podemos subverte-la de forma a integrar os consumidores como parceiros através dos ideais do consumo consciente e entre os artesãos de questões de produção justa, solidária e do trabalho decente, são questões éticas e cidadãs.

10.2 Estratégia do Programa de Comercialização do Artesanato Baiano

Que desenho estratégico?

- **Fortalecimento de grupos locais de relevância cultural**

A partir do levantamento das vocações, expressões das identidades locais e dos grupos e produtores individuais em cada região/pólo, será elaborado um "dossiê" com abrangência dos territórios de identidade que integram/estão no entorno deste pólo. Serão apoiados também a realização de encontros regionais para a integração entre os produtores locais para a reflexão e geração de alternativas locais de comercialização e apoio e que diversifiquem suas relações, anteriormente apoiadas na capital, Salvador.

Os grupos serão identificados por região/território, tipologia e técnica e classificação quanto a identidade da produção e relevância cultural: tradicional, contemporânea, quilombola, indígena. E forma de produção coletiva ou individual. Quanto ao estágio de organização e qualidade técnica da produção.

Para cada região deverá ser apoiada uma seleção inicial de grupos que reflitam a diversidade regional apontada na pesquisa e que sejam representativos das expressões locais.

Os critérios para a comercialização devem responder a questões de qualidade de organização e devem ser estabelecidos de forma a tornar os processos operacionais e de gestão um aprendizado continuo através do protagonismo do artesão. Através dos resultados da pesquisa serão identificadas as tradições e vocações regionais. Os espaços de comercialização devem também estar disponíveis para testes de mercado e inserção de novos produtos oriundos das ações de capacitação realizadas no âmbito do projeto e/ou de parcerias e que estejam inseridos nas dinâmicas regionais estabelecidas em parceria com produtores e representações locais.

- Território/ Região;
- Relevância Cultural;
- Diversidade e Qualidade Técnica.

Vemos como de grande importância o agrupamento dos Territórios de identidade a partir das suas convergências identitárias em regiões que fortaleçam seus vínculos culturais e que se relacionem com as regiões turísticas do estado que possuem já ações de promoção e divulgação de seus atrativos aos quais deve ser fortalecido as manifestações artesanais ampliando assim o mercado para os equipamentos e fluxos de turistas regionais.

Atestar seu valor cultural e a relevância das técnicas tradicionais do artesanato que se configuram dentro de um universo de práticas e valores específicos é necessário para que estas manifestações sejam compreendidas em toda a sua complexidade e requer a ação conjunta das ações de proteção cultural e mercado, devendo este reconhecer o domínio destes saberes pelos seus detentores, apoiar e promover a produção de outra forma tende a desaparecer pelas dificuldades normalmente que estes grupos isolados encontram em acessar o mercado:

No cenário jurídico nacional, o Decreto n°.3.551/2000 instituiu o registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, criando o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial, viabilizando a efetiva proteção administrativa dos bens culturais intangíveis que se relacionam à identidade e a ação de grupos sociais. O Registro nada mais é do que a identificação e produção de conhecimento sobre o bem cultural pelos meios técnicos

mais adequados e amplamente acessíveis ao público, permitindo a continuidade dessa forma de patrimônio.

Patrimônio cultural imaterial é uma concepção que abrange as expressões culturais e as tradições que um grupo de indivíduos preserva em homenagem à sua ancestralidade, para as gerações futuras. São exemplos de patrimônio imaterial: os saberes, os modos de fazer, as formas de expressão, celebrações, as festas e danças populares, lendas, músicas, costumes e outras tradições. O procedimento adotado para o registro de bens culturais em livros se assemelha ao processo de tombamento, nos chamados Livros de Registro, mas não produz os efeitos restritivos que são próprios daquele.

A proteção que o registro é capaz de oferecer se expressa mediante o reconhecimento da existência e valor de determinada manifestação cultural. Registrar documentalmente a existência da manifestação cultural é ato protetivo na medida em que constitui prova capaz de dar suporte a ações que visem a impedir posterior utilização indevida dos conhecimentos e práticas envolvidos na manifestação cultural.

Apesar de diversos estudos e textos que atestam a singularidade e importância cultural do artesanato do estado, não há ainda o registro de nenhuma técnica reconhecendo as manifestações do artesanato como patrimônio da Bahia. Esta situação enfraquece as manifestações tradicionais perante o setor e fragiliza a inserção destes produtos no mercado além de dificultar o acesso a políticas públicas de apoio ou captação de recursos através de lei de incentivos fiscais que requerem estas chancelas.

- **Fortalecimento da Marca ARTESANATO DA BAHIA**

Conforme indicado no Plano de mídia esta OS já prevê a necessidade de criação de uma marca denominada "ARTESANATO DA BAHIA". Esta marca deve ser cultivada e revelar os diversos aspectos que relacionam o artesanato com outras manifestações locais e o fazem ser uma genuína expressão do nosso povo. É importante frisar que não se trata de um selo, pois já existe o selo Bahia Feita à mão, o qual será fortalecido. O que coloca aqui é uma dimensão do simbólico (o Bahia feito a mão está numa dimensão da conformidade técnica). Trata-se de um reforço discursivo do artesanato feito na Bahia, o que implica em última instância no fortalecimento de aspectos.

- **Fortalecimento do selo Bahia Feito à Mão**

Além do selo Bahia Feita a Mão, que deve ter seus critérios incorporados para que se alcance a capilaridade necessária para divulgação da organização necessária para a sustentabilidade econômica da atividade, há outras certificações que atestam a autenticidade e qualidade do produto. Como a indicação geográfica:

O termo "indicação geográfica" identifica produtos que apresentam uma qualidade única, explorando as características naturais, tais como geográficas (solo, vegetação), meteorológicas (clima) e humanas (cultivo, tratamento, manufatura), e que indicam de onde são provenientes são bens que possuem um certificado de qualidade atestando sua origem e garantindo o controle rígido de sua qualidade. Nos mercados nacionais e internacionais, muitos produtos são caracterizados não apenas pela marca que ostentam, mas também pela indicação da sua

verdadeira origem geográfica. Essa indicação lhes atribui certa reputação, valor intrínseco e identidade própria que os distinguem dos demais produtos de igual natureza disponíveis no mercado.

- Indicação de procedência: nome geográfico (país, cidade, região ou localidade) reconhecido pela produção, fabricação ou extração de determinado produto ou serviço.
- Denominação de origem: nome geográfico que identifica produto ou serviço dotado de características devidas, exclusivamente, ao meio geográfico (fatores naturais e humanos).

Deve-se fomentar os processos de identificação das formas como se apresentam as manifestações no território baiano se por atividade ou região a exemplo: *Richelieu* da Bahia ou Artesanato da Região Sisaleira.

10.3 Execução do Programa de Comercialização do Artesanato Baiano

Como Faremos?

- **Pontos de Venda**

Os pontos de venda devem refletir esse caráter plural e buscar ferramentas de organização dos espaços que informem ao cliente, parceiro consumidor o contexto da produção dos objetos em expostos a venda, para isso precisamos sistematizar a organização,o produção do artesanato baiano como um todo, seguindo as convergências indenitárias que possuam, seja pela região de onde provem, seja pelo emprego da técnica ou matéria prima. Há ainda a questão que corresponde ao segmento de mercado que é precedido pelo habito do cliente e segue seu uso: Acessórios feminino, cama, mesa e banho, decoração, lúdico etc...

- **Feiras e eventos para comercialização**

Eventos para comercialização como exposições, pop up stores (lojas temporárias por eventos ou datas festivas) e formação de coleções e curadoria definidas por temas específicos estão substituindo as antigas feirinhas de artesanato que por ser fragmentada e de alto custo tendo em conta as dimensões do território baiano se tornaram insustentáveis e não possibilitam a visibilidade adequada a produção e a sua contextualização. Estas feiras devem ser apoiadas em caráter local, onde o artesão não necessite se deslocar por grandes distancias e por muito tempo.

No que se refere às feiras, e importante ressaltar a realização das nossas próprias feiras como também o apoio a feiras que já se estabeleceram territorialmente(ver Incremento de Meta e Serviço) Neste sentido, esta ação contempla não apenas os formatos inovadores de feiras locais a serem criadas, como também a inserção a feiras existentes nos territórios de identidade baianos.

Além disso, é importante frisar a participação em feiras de âmbito local e a predisposição da equipe na participação em feiras nacionais e também internacionais. Feiras/eventos com infraestrutura adequada em ambientes cobertos, de caráter nacional como FENEARTE em Recife e Brasil Original em São Paulo, são excelentes espaços para a promoção da produção

estadual.

O Mercado Iaô , em 6 anos de projeto e em mais de 60 edições realizadas, conseguiu interagir e fomentar o artesanato da Bahia, em sua pluralidade de tipologias e territórios de identidade. Em 50 temporadas na Ribeira e em 10 temporadas do Iaô Itinerante, o Projeto se constituiu como principal referência para o artesanato, nesse tempo de extinção do Mauá. O Mercado Iaô já tem mais de 500 expositores cadastrados e, a cada domingo, trabalha com 150 expositores das mais diferentes tipologias e é um espaço bastante demandado por grupos e empreendimentos.

Além dos artesãos de Salvador, que ainda constituem grande maioria, o Mercado já contou com coletividade os do Recôncavo Baiano, Chapada Diamantina, Sisal, Costa do Dendê e Costa do Descobrimento[2]. Na temporada de verão, tendo atrações culturais e artísticas, gastronomia e outras linguagens da Economia Criativa, o Artesanato prevaleceu e se constituiu como referência para o público e mídia.

Inúmeras matérias em sites, revistas e blogs pautaram o artesanato, já que esse é o espaço no verão da Bahia preocupado com variedade e originalidade dos produtos, vendidos sempre pelos seus produtores, numa relação direta com os consumidores e com o mercado. (vide portfólio anexo)

Sendo assim, acreditamos que a comercialização se dê também pela realização dessas "Feiras" na temporada Verão e na temporada "São João", articulada aos eventos que tem outros atrativos e uma importante força na mídia. Na última temporada do Mercado Iaô, tivemos a cobertura de todas as TVs, capas de jornal e um espaço de mídia imprensa de R$ 954.091,00 correspondente a mais de 230 veiculações. Através do Mercado Iaô, alguns grupos conseguiram fazer exportações, vendas internacionais e ampliação da venda de artesanato para lojistas.

A cada edição do Mercado Iaô são comercializados, em média R$110.000,00 (cento e dez mil reais) em artesanato, sendo este, avaliado pelos próprios artesãos um número bastante expressivo.

Também devido ao retorno positivo que tivemos com a experiências de comercialização de artesanato no Shopping, sendo esta experiência a ocupação de uma praça central em Shopping durante 30 dias, o **Mercado Iaô Itinerante** foi realizado numa praça central do Shopping Salvador por 3 anos, com excelentes resultados [3] já pelo investimento que já tivemos (Projeto Arquitetônico, mobiliário, de funcionamento e monitoramento da ação) acreditamos que essa ação consegue alcançar maiores resultados nas vendas, com um projeto de baixo investimento por parte da OS.

---

[2] A Organização já possui um cadastro de mais de 500 pessoas, empreendimentos e grupos cadastrados na Rede Iaô

[3] O Mercado Iaô Itinerante é realizado durante um período de 30 dias numa praça no Shopping. O retorno dessa temporada foi mais de R$200.000,00 (duzentos mil reais) em vendas diretas.

- **Comércio Eletrônico**

É importante destacar a importância da plataforma virtual, tanto para promoção quando para a venda de produtos, selecionados a partir dos critérios de qualidade, representatividade cultural e tradição das peças.

- **Ampliação dos canais de comercialização**

A partir do levantamento previsto na fase de diagnóstico, será possível identificar novos canais de comercialização. Um exemplo disso é a possibilidade de inserção de produtos em museus do estado, considerando a similaridade de públicos, uma vez que arte e artesanato mantém uma relação de proximidade técnica conceitual.

Ilustração 5: Síntese das Ações de Comercialização conforme desenho estratégico

Fonte: SOARES, 2018

10.4 A Gestão do Programa de Comercialização do Artesanato Baiano

Como Faremos?

A gestão da comercialização também passa por mudanças. Na esfera estadual havia a compra de grandes quantidades por grupos por parte de órgãos de apoio, esta ação deslocava a responsabilidade da comercialização do artesão e ou sua comunidade para o estado o que por um lado possibilitou a manutenção da produção para diversos grupos, acarretou na atrofia da capacidade e autonomia destes em se atualizar em questões operacionais, logísticas e gestão das vendas.

Hoje se impõe a ação compartilhada, aonde o produto posto em consignação em remessas com itens reduzidos, que possibilita o cálculo dos custos, a formação do seu preço e com unidades definidas de acordo com a duração e local do evento, etiquetados, embalados e acompanhados de nota fiscal e *packing list*. Custos operacionais que antes eram incorporados pelas instituições, hoje integram os custos fixos ou variáveis do grupo, tornando assim necessário o domínio pelo artesão ou grupo de conhecimentos básicos sobre os custos desde a produção até a chegada do seu produto no ponto de venda.

A necessidade de controle e gestão da produção que deve passar por uma avaliação de viabilidade técnica e econômica possibilita o melhor controle na compra ou aquisição dos insumos e matéria prima, a gestão e faz com que o artesão crie maior domínio de sua produção e possa controlar, identificar deficiências para que se possa realizar adequações caso necessário, durante as etapas.

A interface virtual de divulgação, promoção e comercialização deve estar alinhado com os critérios de identificação e classificação proposto para a participação nos espaços de comercialização e eventos, além de contar as histórias, narrativas e trajetórias dos grupos e expressões do artesanato baiano; possibilitar também o reordenamento e promoção das produções mediante curadorias virtuais expressas através de textos e imagens referente ao universo iconográfico do tema escolhido como eixo narrativo e ensaios fotográficos em cenários montados abordando o universo da narrativa.

10.5 Agenciamento de Vendas

Esta proposta ancora-se, do ponto de vista da gestão da comercialização, a partir da criação de um núcleo/estrutura responsável pelo que estamos chamando aqui de Agenciamento de vendas que tem como objetivo fazer uma interlocução entre artesanato e mercado. Pretende-se atuar fortemente na lacuna existente entre a demanda e oferta, articulando essas pontas as vezes distantes.

A partir da pesquisa realizada, pretendemos direcionar determinadas produções artesanais, orientando-as para o mercado: padrões de qualidade, quantidade de produção, etc. Sabemos, de acordo com a experiência técnica desta Organização que a falta de uma relação sólida entre lojistas, grandes lojas de departamento e grupos artesanais se dá pela falta de condições técnicas de determinado grupo e/ou artesão. Acreditamos que a criação de uma consultoria especializada em ouvir o Mercado, determinando referencias e suporte para as vendas

Em âmbito geral, as ações de gestão da comercialização acompanhará o desempenho de mercado dos produtos expostos de forma a identificar os pontos forte e deficiências das produções contempladas. Assim há a possibilidade de adequação dos produtos ou melhoria na sua forma de promoção de forma a melhor revelar o seu universo de origem ou possibilidades de uso, agregando assim maior valor.

11. IMPLANTAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS

Como pontos estratégicos de vendas e divulgação do Artesanato da Bahia a OS Fábrica Cultural propõe uma atualização na apresentação e gestão das lojas do Porto da Barra e Mercado do Rio Vermelho (Ceasinha). A loja do Porto da Barrapassará por uma pequena adequação de espaço e terá uma nova sinalização interna e externa. Os produtos deverão ser expostos por tipologias e as vitrines e expositores deverão ser montados por um curador, a cada 4 meses. Essa intermitência é importante para valorizar as produções novas e para manter a característica de dinâmica e inovação.

Fábrica Cultural

Acompanhando o trabalho das tipologias, teremos, ao lado dos produtos, um pequeno display contando um pouco a origem do mesmo e do artesão ou grupo que o originou, de acordo com o trabalho pensado no plano de mídia, o objetivo aqui é valorizar a riqueza dessa produção a partir de sua história, origem e atributos. Essa orientação já foi utilizada pela Fábrica Cultural em outras oportunidades de ação e teve uma boa aceitação por parte dos consumidores, despertando maior interesse pelos produtos.

A equipe de vendas será treinada para prestar o máximo de informações sobre a composição do produto e/ou informações sobre o grupo produtivo. Em se tratando de uma produção comumente associada ao turismo, considera-se também a necessidade de haver uma pessoa que fale inglês.

A logística de compra, estoque e saída de produtos deverá ser feito por um software especializado(a ser identificado pela organização) , capaz de monitorar:

- Controle de clientes com gerenciamento de relacionamento (Customer Relationship Management – CRM)
- Criação de mala-direta com impressão de envelopes ou etiquetas;
- Geração de etiquetas com código de barras para os produtos;
- Personalização do perfil do cliente para gerar recomendação de venda, de acordo com as preferências do cliente;
- Controle de fornecedores com histórico de compras;
- Relação de produtos e controle de estoque;
- Controle de estoque automático através de compra/venda;
- Listagem de preços;
- Leitura de códigos de barras;
- Controle de produtos promocionais;
- Contas a pagar;
- Controle de despesas;
- Contas a receber ou crediário;
- Controle bancário (taxas, tarifas, cheques já compensados, etc.);
- Fluxo de caixa;

A loja contará com um espaço especial para o Selo Bahia Feita à mão, de forma a identificar essa produção.

O espaço da Loja da Barra sediará na alta temporada alguns workshops e oficinas, a fim de promover o fluxo continuo de pessoas entorno da atividade artesanal. Ainda, no espaço da Loja da Barra montar-se-á um escritório, para orientação técnica dos artesãos, onde, uma vez por semana, haverá atendimentos presenciais e/ou virtuais, de forma a se tornar um dos pontos de referência para esta atividade, além do espaço de escritório da OS , que será situado na Ribeira, sede da instituição.

Fábrica Cultural

12. REALIZAÇÃO DE RODADAS DE NEGÓCIO

A OS pretende realizar a Rodada de Negócios em parceria com o SEBRAE-Bahia, precursor dessa ação exitosa, e nosso parceiro de trabalho. Estivemos presentes com grupos de Itapagipe por 2 anos consecutivos e nos fez dialogar e compreender sua estratégia e metodologia. A Rodada de Negócios de Artesanato é dos mais importantes eventos de comercialização do artesanato baiano, dentre as inúmeras ações de acesso a mercado propostos. Um evento de dois dias que gera resultados significativos para o público-alvo, tem proporcionado também o posicionamento e a promoção do artesanato da Bahia em canais de distribuição de elevado valor agregado em todo o país. Busca-se trazer uma experiência criativa para os compradores dos canais, vinculando-o ao uma visita a lugares da Bahia com um jantar num restaurante temático onde uma Chef fará uma apresentação da Gastronomia Baiana e suas particularidades no contexto iconográfico. Conceitualmente pretende-se uma inserção do comprador dentro do universo Bahia nas suas singularidades e pluralidades e também repetir o sucesso das vendas do produto artesanal. Nesse formato, pretende-se associar gastronomia ao artesanato, integrando-se segmentos tão afins e tão conectados a ideia de Bahia.

Ações propostas- Rodada de Negócios

Previsão Ações	Ação Proposta
1º dia	. Chegada dos compradores em Salvador/BA; . Visita à monumento em Salvador: 15 – 18 h. . Jantar no restaurante com palestra temática sobre a Gastronomia Baiana.
2º dia	. Abertura da Rodada de Negócios - Horário: 08:30 h. . Rodada de Negócios - Horário: 08:30 – 19:00 h.
3º dia	. Rodada de Negócios - Horário: 08:30 – 19:00 h.
4º dia	. Retorno compradores.

Artesãos representados em cooperativas, associações e empreendedores individuais, trazendo 30 compradores de fora da Bahia.

O evento é uma excelente oportunidade de comercialização do artesanato da Bahia como também de inserir e divulgar o artesanato em canais de distribuição de elevado valor agregado, assim como proporcionar visibilidade e vendas aos artesãos da Bahia.

Fábrica Cultural

13. INCREMENTO DE METAS E SERVIÇOS

Propomos o acréscimo de duas ações relacionadas à gestão dos Pólos com o intuito de garantir o aumento da comercialização previsto nos critérios para avaliação da Proposta de Trabalho item 2.3 CF 3.1.2 (Incremento de 21% no percentual de produtos comercializados),bem como a proposição de outras atividades relevantes com base no escopo de serviços previstos no Componente Finalístico.

13.1 PROPOSIÇÃO DE OUTRAS ATIVIDADES RELEVANTES AO OBJETO DO CONTRATO DE GESTÃO ALÉM DAS CONSTANTES NO ESCOPO DOS SERVIÇOS PREVISTOS:

A) Rodada de Negócios para o segmento do turismo

Com o objetivo de inovar as práticas de rodadas de negócios e atendermos um importante mercado de compras, propomos realizar uma rodada de negócios, no interior da Bahia (local a ser definido) para o setor de turismo, especialmente o ramo de hotéis e pousadas. Faremos um estudo de mercado e convocaremos os artesãos específicos para que possam atender a demanda da cadeia, gerando volume de negócios durante a rodada e encomendas durante um ano.

B) Editais Territoriais para os 9 pólos de atuação do Programa

Os grupos e artesãos individuais que se interessarem em expor seus produtos para venda nos espaços e feiras/eventos de comercialização deverão responder aos editais de convocação. Os critérios serão estabelecidos em consonância com os objetivos destas ações em abranger o maior número de territórios possíveis, agrupados em pólos. Os grupos que se engajarem nas ações de comercialização serão orientados e, em contrapartida, deverão pôr em prática os conteúdos transmitidos nas ações de capacitação e ou orientação de forma a responderem com autonomia e responsabilidade no processo de relação para que se estabeleçam vínculos consistentes com os clientes da marca.

13.2 PROPOSIÇÃO DE INCREMENTO NO QUANTITATIVO DE METAS DO INDICADOR Nº CF3.1.2 - PERCENTUAL DE PRODUTOS COMERCIALIZADOS:

Incremento das vendas em 21%

A produção artesanato baiano que hoje se apresenta intermitência e desarticulada nos aspectos gerenciais e domínio de conteúdos hoje imprescindíveis para uma presença constante no cenário de mercado será alavancado a partir da articulação das ações acima relacionadas [(i) Rodada de Negócios para o segmento do turismo; (ii) Editais Territoriais para os pólos mais importantes de atuação do Programa , além do implemento de pesquisa, capacitação, plano de mídia e mercado e do gerenciamento das informações resultantes que irão compor o sistema de inteligência de mercado.

Estas atividade e ações permitirão a OS em conjunto com os artesãos, a identificação das fragilidades e potenciais para atuar de forma precisa nas soluções, o que resultará para o artesão em maior controle dos custos de produção e otimização dos processos produtivos. Além disso contando com o mapeamento dos principais pontos de venda do artesanato Baiano e dos resultados da pesquisa de motivação para compra do artesanato. Assim a identificação das novas oportunidades e alcance de novos mercados por mídias digitais estarão asseguradas pela organização da logística de envolve mercados que estão distantes da realidade vivenciada por muitos artesões em seus núcleos produtivos.

Sendo assim, a proposta apresentada será responsável pela construção compartilhada de uma base solida e transparente de trocas e intercâmbios que permitirá um crescimento responsável e sustentável. A oferta artesanal dentro de um contexto organizado de suporte será capaz, portanto de responder as demandas **e alcançar o incremento das vendas em 21%.**

14. DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS- COMPONENTES DE GESTÃO

O próprio Edital estabelece, expressamente, as entregas esperadas, agrupando-as em componentes: Componente Finalístico - CF, Componente de Gestão - CG e Componente de Implantação - CI, contemplando os requisitos necessários para a sua realização e os indicadores vinculados.

O Edital estabelece, ainda, o Objetivo Superior, que é o **objetivo maior** a que o serviço se propõe a contribuir, caracterizado **pela promoção e apoio à comercialização do artesanato baiano**, almejando como resultado **o incremento da renda de artesãs/ãos no exercício do seu oficio**.

No sentido de alcançar o resultado maior, esperado pelo Edital, a Organização Social se compromete a desenvolver os serviços abaixo descritos:

- Avaliação do volume de negócios ao longo do contrato, averiguando o impacto e significância das Ações executadas neste Contrato;

- Elaboração de diagnóstico, conforme descrito na proposta metodológica apresentada por esta Organização, demonstrando as necessidades de qualificação para o artesãs/ãos, realizando um levantamento das necessidades de qualificação em todos os territórios de identidade, em conformidade com diretrizes estabelecidas pela CFA. Será produzido um banco de dados que permita gerir informações sobre a base social do Artesanato Baiano, devendo identificar faixa etária, escolaridade, ocupação econômica primária e secundária, renda per capta e familiar, principais fontes de informação, tipologias e técnicas utilizadas por município e território, principais dificuldades, se associado a alguma organização do setor artesanal, se cadastrado,

quais as principais expectativas com a atividade artesanal, quais as principais barreiras, se já participa de feiras ou outros espaços de comercialização, dentre outros;

- Elaboração de um programa de qualificação do Artesanato Baiano, conforme descrito na proposta metodológica apresentada por esta Organização, contemplando, no mínimo, o conjunto de cursos já oferecidos pela CFA, composto de: Gestão, Qualidade dos produtos, Designer dos produtos, Formação de preço e Técnicas de embalagens;

- Realização dos cursos previstos no Programa de Qualificação, conforme descrito na proposta metodológica apresentada por esta Organização, contemplando o período de vigência do contrato de gestão (período de dois anos). Os referidos cursos serão avaliados quanto ao nível de satisfação dos seus participantes em relação aos cursos. Ao final do evento de qualificação a OS verificará o percentual de evasão dos participantes no curso, devendo apresentar um Plano de Melhorias (quando aplicável), tendo em vista aprimorar o Programa de Qualificação;

- Divulgação do artesanato baiano, através de Execução de Plano de Mídia, conforme descrito na proposta metodológica apresentada por esta OS, considerando as especificidades do público-alvo, do local e o período da realização dos eventos, dentre outros aspectos, demonstrando cronograma com planejamento, estratégia adotada, veículos e recursos a serem utilizados e, sempre que possível, os métodos de mensuração dos resultados da ação de mídia a ser executada;

- Disponibilização de uma plataforma digital para divulgação do artesanato baiano, onde se permita manipulação de recursos de texto, imagem, áudio e vídeo sem limites de acesso. A plataforma será constantemente atualizada no que se refere às ferramentas e ao conteúdo;

- Desenvolvimento de meios de apoio à comercialização da produção artesanal, através da: (i) realização de feiras de artesanato, conforme descrito na proposta apresentada,; (ii) implantação de lojas físicas previstas no Edital, conforme descrito na proposta metodológica apresentada por esta OS, dotadas de infraestrutura e equipe necessárias para atender a atividade de comercialização dos produtos artesanais, através de consignação;

- Avaliação da receita obtida com a comercialização dos produtos nas lojas físicas, seguindo os critérios estabelecidos pelo Edital;

- Realização de rodadas de negócio do artesanato baiano, conforme apresentado na Proposta da OS, realizando uma rodada de negócio anual, prioritariamente, na cidade de Salvador/ Bahia, com a participação de compradores de todo o território nacional e importadores. A OS acompanhará a receita proveniente de encomendas realizadas nas rodadas;

- Cumprimento execução do Orçamento previsto, no que se refere à previsão dos recursos financeiros, executando despesa de pessoal respeitando o limite contratual, estabelecido na cláusula décima do Contrato de Gestão. Afim de aumentar a sua

capacidade de investimento, a Organização Social poderá obter recursos advindos de outras fontes que não o repasse financeiro realizado pela CONTRANTE e o rendimento de suas aplicações. Esses deverão subvencionar parte das atividades previstas no contrato;

- Aplicação do Regulamento de Compras proposto pela OS, o qual contem regras e procedimentos a serem adotados para contratações de obras e serviços, bem como para compra, alienação e locação de bens móveis e imóveis;

- Contratação de Pessoal de Acordo com os Requisitos Exigidos no Regulamento de Seleção de Pessoal e Plano de Cargos, apresentado pela OS, que será conduzido de forma pública e objetiva, com observância dos princípios da publicidade, da isonomia, da eficiência, da moralidade e da impessoalidade e nos termos do referido regulamento. A OS manterá o regulamento de seleção e contratação de pessoal disponível na internet no sítio eletrônico vinculado ao objeto contratual;

- A Organização Social estabelecerá um Plano Anual de Capacitação para seu corpo funcional, envolvendo atividades contínuas e específicas nas áreas administrativas e afins ao objeto do contrato. O Plano Anual de Capacitação considerará o levantamento das necessidades de capacitação do quadro funcional da OS para a execução do serviço e atenderá as exigências constantes do Edital ;

- Cumprimento das Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias (Encargos e Salários), inclusive rescisões, para as quais serão provisionadas, mensalmente, os valores correspondentes. Para tanto, a OS apresentará nas prestações de contas trimestrais os comprovantes de regularidades trabalhista, previdenciária e fiscal e quando do encerramento contratual a Declaração de Recolhimentos das Obrigações Previdenciárias e Trabalhistas, demonstrando que efetuou todos os recolhimentos e pagamentos relativos as obrigações trabalhistas e previdenciárias de seus funcionários;

- Execução de Manutenção Preventiva e Corretiva dos Bens Públicos, de forma contínua, até a sua restituição ao Poder Público, contratando seguros prediais e de responsabilidade civil, e responsabilizando-se, inclusive, pela segurança patrimonial do imóvel;

- Disposição de Equipamentos, Instalações Adequadas à Realização das Atividades e instrumentos para a gestão, operacionalização e execução das ações pactuadas, avaliando se as instalações disponíveis estão em condições de uso;

- Realização de Prestação de Contas do Contrato de Gestão, apresentando à Contratante, até o 5° dia útil após o termino do trimestre, relatório pertinente à execução do Contrato de Gestão, contendo comparativo específico das metas propostas com os resultados alcançados, acompanhado dos respectivos demonstrativos financeiros sobre a movimentação dos recursos recebidos e movimentados pela Organização Social para execução das atividades e serviços;

Fábrica Cultural

- A OS, ao final de cada exercício financeiro, consolidará os Relatórios de Prestação de Contas Trimestral no Relatório de Prestação de Contas Anual, que será encaminhado, no prazo máximo de 30 (trinta) dias do encerramento do exercício, à Unidade de Monitoramento e Avaliação/Setre/CFA, após aprovação do Conselho Deliberativo e Fiscal da OS, conforme previsto no Edital;

- Execução do Plano de Melhoria de Gestão, contendo ações para mitigar as não conformidades identificadas nos processos de monitoramento e avaliação, conforme previsto no Edital;

- Cumprimento das Obrigações Legais e Contratuais pactuadas, executando exigências estabelecidas pelos Órgãos de controle, conforme previsto no Edital;

- Aquisição dos bens necessários à implantação e funcionamento do serviço, disponibilizando os meios adequados para a execução dos serviços nos padrões pactuados envolvendo estrutura, instalações, equipamentos, processos de trabalhos, sistemas, pessoas, etc seguindo Regulamentos propostos pela OS;

Nº	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADORES				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		PRESSUPOSTOS				
		CÓDIGO	NOME	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIODICIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTOS	DESCONTO MÁXIMO		VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	
															1
COMPONENTE FINALÍSTICO - CF															
1	OSU1.	OSU1.1	Promover e apoiar a comercialização do artesanato bainao e contribuir para o incremento da renda dos artesãos no exercício do seu ofício		Durante todo o período do contrato										
2	OSE1.	OSE1.1	Volume de negocios em reais durante o contrato	Volume de negocios em reais durante o contrato	Final do contrato	NA	NA	NA	NA	NA	Ampliação da comercializaçã o de artesanato	Volume de negócios em reais prrevistos	Valor monetário	Relatório final de atividades	
CF1															
		CF1.1.1	Diagnóstico das necessidades de qualificação elaborado	Quantidade de diagnóstico elaborado	única (no 4º mês do ano 1)	Sim = 10; Não = 0	2	20	20 pontos = 0%; 0 ponto = 1%	1%		Diagnóstico das necessidade s de qualificação previstas	Número	Questionários aplicados e relatório analítico da pesquisa	NA
4	CF 1.2	CF1.2.1	Elaborar programa de qualificação do artesanato baiano	Programa de qualificação validado pela CFA	única (no 5º mês do ano 1)	Sim = 10; Não = 0	2	20	20 pontos = 0%; 0 ponto = 1%	1%		Programa de qualificação previsto	Número	Relatório mensal de atividades	NA
5	CF 1.3	CF 1.3.1	Percentual de cursos realizados	Número de cursos realizados/número de cursos previstos no programa de qualificação X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	3	30	27 ou 30 pontos = 0% de desconto; 24 pontos = 0,5% de desconto; 0 porto = 1%	1%		Percentual de cursos previstos		Lista de presença, Certificado de Conclusão emitidos e Relatório de atividades	100%

6	CF 1.4	CF 1.4.1	Percentual de avaliações positivas	Número de avaliações positivas/número de avaliações aplicadas X 100	Trimestral	<100% e > 90%= 10 pontos; <90% e >=80% = 9 pontos; <80% e >=75% = 8 pontos; <75% = 0 ponto	2	20	18 ou 20 pontos = 0% de desconto; 16 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		percentual de avaliações positivas previsto		Relatórios de pesquisa	NA
		CF 1.4.2	Percentual de evasão dos cursos	Número de não concluintes/Número de inscritos X 100	Trimestral	100% e > 60%= 0 ponto; <60% e >=50% = 8 pontos; <50% = 10 pontos	2	20	20 pontos = 0% de desconto; 16 pontos = 0,25% de desconto; 0 ponto = 0,5%	1%		Percentual de evasão dos cursos previstos		Relatório de atividades	NA
CF2															
7	CF 2.1	CF 2.1.1	Percentual de execução do plano de mídia	Número de ações do Plano de Mídia executadas/Número de ações do Plano de Mídia previstas X 100	trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	2	20	18 ou 20 pontos = 0% de desconto; 16 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Percentual de execução do Plano de Mídia	Percentual	Relatório analítico	NA
8	CF 2.2	CF 2.2.1	Plataforma digital ativa e atualizada	Plataforma digital ativa	Semanal, após implantada	Sim = 10; Não = 0	2	20	20 pontos = 0%. 0 ponto = 1%	1%		Plataforma digital prevista	Número	Endereço de internet ativo	NA NA
CF3															
9	CF 3.1	CF 3.1.1	Quantidade de feiras realizadas	Número de feiras realizadas	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=67% = 9 pontos; <67% e >=33% = 8 pontos; <33% = 0 ponto	3	30	27 ou 30 pontos = 0% de desconto; 24 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Quantidade de feiras previstas	Quantidade	Relatório de atividades	NA
		CF 3.1.2	Percentual de produtos comercializados	Número de produtos vendidos/Número de produtos ofertados X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=60% = 9 pontos; <60% e >=30% = 8 pontos; <30% = 0 ponto	3	30	27 ou 30 pontos = 0% de desconto; 24 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Percentual de produtos comercializados	Percentual	Relatório de atividades	NA
10	CF 3.2	CF 3.2.1	Número de lojas implantadas	Número de lojas implantadas	Semestral	2 = 10 pontos; 1 = 5 pontos; 0 = 0 pontos	3	30	30 pontos = 0% de desconto; 15 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Número de lojas previstas	Número	Relatório de atividades	NA

		CF 3.2.2	Receita de vendas nas lojas	Receita de vendas obtida	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=60% = 9 pontos; <60% e >=30% = 8 pontos; <30% = 0 ponto	3	30	27 ou 30 pontos = 0% de desconto; 24 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Receita de vendas prevista	percentual	Relatório comercial	NA
11	CF 3.3	CF 3.3.1	Rodadas de negócios realizadas	Número de rodadas realizadas	Anual	1= 10 pontos; 0 = 0 pontos	2	20	20 pontos = 0% de desconto; 10 pontos = 0,5% de desconto; 0 ponto = 1%	1%		Rodadas de negócio previstas	Número	Relatório de atividades	NA
		CF 3.3.2	Receita prospectada	Total de receita prospectada	Trimestral	NA	NA	NA	NA	NA		Receita prevista	Valor monetário	Relatório de atividades	NA
COMPONENTE DE GESTÃO - CG															
CG1															
12	CG 1.1	CG 1.1.1	Conformidade das despesas efetuadas pela OS	Total de despesas em conformidade/Total de despesas efetivadas no Relatório de Prestação de Contas	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% = 0 pontos	1	10	NA	NA		Percentual de conformidade das despesas	Percentual	Relatório de prestação de contas	100%
13	CG 1.2	CG 1.2.1	Limite de gastos com pessoal	Percentual do orçamento de pessoal execcutado em relação ao orçamento total previsto/limite percentual de execução do orçamento de pessoal X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% = 0 pontos	1	10	NA	NA		Limite percentual de execução do orçamento de pessoal	Percentual	Relatório de prestação de contas	NA
14	CG 1.3	CG 1.3.1	Captação de recursos	Percentual de captação de recursos financeiros em relação ao orçamento/Percentual previsto para captação de recursos X 100	Anual	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual previsto para captação de recursos	Percentual	Relatório de prestação de contas	NA

CG2															
15	CG 2.1	CG 2.1.1	Aplicação do regulamento de compras	Nº de processos de compras concluídos com aplicação do Regulamento aprovado/Nº de processos de compras verificados no período X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% = 0 pontos	1	10	NA	NA		Percentual de processos de compras conformes	Percentual	Processos de compras	100%
CG3															
		CG 3.1.1	Aplicação do regulamento de seleção e contratação de pessoal	Nº de processos de seleção e contratação de pessoal concluídos com aplicação do regulamento aprovado/Nº de processos de seleção e contratação de pessoal concluídos X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% = 0 pontos	1	10	NA	NA		Percentual de processos de seleção conformes	Percentual	Processos de contratação de pessoal	100%
		CG 3.1.2	Pessoal contratado de acordo com os requisitos quali quantitativos exigidos	Nº de postos de trabalho ocupados de acordo com o perfil exigido/Nº de postos de trabalho verificados X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de postos ocupados de acordo com o perfil exigido	Percentual	Processos de contratação de pessoal	100%

		CG 3.1.3	Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido	Nº de postos de trabalho ocupados/Nº de postos de trabalho previstos X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	Desconto referente a despesa relativa ao posto de trabalho vago	remuneração relattiva ao posto de trabalho não ocupado X nº de meses que a posição ficou desocupada		Percentual de ocupação dos postos de trabalho	Percentual	Folha de pagamento de pessoal e quadro de dimensionamento de pessoal	100%
17	CG 3.2	CG 3.2.1	Capacitação dos trabalhadores	Nº de eventos de capacitação dos trabalhadores realizados de acordo com o plano de capacitação/Nº de eventos de capacitação previstos no Plano de Capacitação X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de realização do Plano de Capacitação	Percentual	Registros de eventos do Plano de Capacitação	100%
18	CG 3.3	CG 3.3.1	Provisionamento das obrigações trabalhistas e previdenciárias	Valor monetário dos provisionamentos realizados/Valor monetário dos provisionamento devidos X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de provisionamento de pessoal	Percentual	Demonstrativo financeiro / Relatório de prestação de contas	100%
		CG 3.3.2	Cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias	Valor monetário das obrigações trabalhistas e previdenciárias (encargos e salários) pagas/Valor monetário das obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% = 0 pontos	1	10	NA	NA		Percentual das obrigações trabalhistas pagas	Percentual	Folha de pagamento	100%

CG4															
20	CG 4.1	CG 4.1.1	Manutenção preventiva dos bens públicos	Nº de ações de mautenção executadas/Nº de ações de manutenção previstasa no Plano de Manutenção X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de ações de manutenção executadas	Percentual	Registro de execução da manutenção	100%
	CG 4.2	CG 4.2.1	Condição de uso dos equipamentos públicos	Nº de equipamentos em condições de uso/Nº de equipamentos vistoriados X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de equipamentos em condição de uso	Percentual	Relatório de vistoria	100%
		CG 4.2.2	Condição de uso das instalações	Nº de instalações em condições de uso/Nº de instalações vistoriadas X 100	Trimestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de instalações em condições de uso	Percentual	Termos do contrato de gestão	100%
CG5															
21	CG 5.1	CG 5.1.1	Prestação de contas do contrato de gestão	Nº de relatórios de prestação de contas tempestivo	Trimestral	1 = 10 pontos; 0 = 0 pontos	1	10	NA	NA		Nº de Relatórios de Prestação de Contas	Número	Protocolo de recebimento do relatório pela Contratante	NA
22	CG 5.2	CG 5.2.1	Manifestação dos Conselhos da OS	Nº de Relatórios de Prestação de Contas Anual submetidos aos Conselhos da OS	Anual	1 = 10 pontos; 0 = 0 pontos	1	10	NA	NA		Nº previsto de Relatórios de Prestação de Contas Anual	Percentual	Manifestação favorável dos Conselhos da OS	NA
23	CG 5.3	CG 5.3.1	Implementação do plano de ação da melhoria da Gestão	Nº de ações de melhoria concluídas/Nº de ações de melhorias previstas no Plano para conclusão no período X 100	Semestral	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Percentual de execução de ações de melhoria	Percentual	Relatório de prestação de contas	100%

		CG 5.4.1	Cumprimento de cláusula contratual	Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual	Trimestral	1 = 10 pontos; 0 = 0 pontos	1	10	NA	NA		Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual	Número	Relatórios Técnicos e registros da comissão M&A	0
24	CG 5.4	CG 5.4.2	Responsabilização de regularidade pelos órgãos de controle	Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle como AGE, Ministério Público, TCE, etc	Trimestral	1 = 10 pontos; 0 = 0 pontos	1	10	NA	NA		Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle	Número	Relatórios dos órgãos de controle	0
COMPONENTE DE IMPLANTAÇÃO - CI															
25	CI 1.1	CI 1.1.1	Adquirir bens para o funcionamento do serviço	Nº de itens adquiridos conforme Plano de Aquisição/Nº de itens previstos no Plano de Aquisição X 100	Única (no terceiro mês do ano 1)	100% = 10 pontos; <100% e >=90% = 9 pontos; <90% e >=80% = 8 pontos; <80% = 0 ponto	1	10	NA	NA		Itens adquiridos conforme previsto	Percentual	Notas Fiscais	NA

META																							
ANO 1												ANO 2											
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
NA	NA	01	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	01	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	80%	NA	NA	80%	NA	NA	80%	NA	NA	80%	NA	NA	90%	NA	NA	90%
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	50%	NA	NA	50%	NA	NA	40%	NA	NA	40%	NA	NA	40%	NA	NA	40%
NA	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
NA NA	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01
NA	01	01	NA	NA	NA	NA	NA	01	01	01	01	01	01	01	NA	NA	NA	NA	NA	01	01	01
NA	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%	51%
NA	NA	02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

NA	NA	NA	23.000	17.000	21.000	36.000	24.000	28.000	22.000	23.500	39.000	42.100	24.300	33.200	25.300	18.700	23.100	39.600	26.400	30.800	24.200	25.900
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	01	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	01	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	RG	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	RG	NA
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
NA	NA	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	5%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	5%

100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01	NA	NA	01
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	01	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	01
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NA	100%	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Despesas com Mobiliário, materiais e equipamentos mínimos							
ÁREA	ITEM	TIPO	EXIGIDO PORTE II	ENCONTRADO	NECESSIDADE	Valor Cotado	Valor Total
Área de Recepção	Bebedouro	Acessório	0	0	3	R$ 600,00	R$ 1.800,00
	ar condicionado split	Mobiliário	0	0	4	R$ 1.200,00	R$ 4.800,00
	Balcão de atendimento com espaço para computadores e impressoras*	Mobiliário	0	0	3	R$ 2.000,00	R$ 6.000,00
	Cadeira estofada fixa	Mobiliário	0	0	20	R$ 200,00	R$ 4.000,00
	Cesto de lixo	Acessório	0	0	5	R$ 40,00	R$ 200,00
	Armário fechado com divisórias	Mobiliário	0	0	0		R$ -
	Computador	Acessório	0	0	10	R$ 2.500,00	R$ 25.000,00
	Impressora	Acessório	0	0	4	R$ 2.000,00	R$ 8.000,00
	Cadeiras para sala de espera (longarina)	Mobiliário	0	0	2	R$ 1.800,00	R$ 3.600,00
	Mesa de escritório	Mobiliário	0	0	3	R$ 2.500,00	R$ 7.500,00
	Estante expositora	Mobiliário	0	0	2	R$ 2.000,00	R$ 4.000,00
	Mesa para impressora	Mobiliário	0	0	4	R$ 700,00	R$ 2.800,00
	Mesa para computador	Mobiliário	0	0	7	R$ 700,00	R$ 4.900,00
	TV	Acessório	0	0	1	R$ 2.500,00	R$ 2.500,00
	Suporte de TV	Acessório	0	0	1	R$ 200,00	R$ 200,00
							R$ 75.300,00

QUADRO ORÇAMENTÁRIO ANALÍTICO - 1º Semestre

DESCRIÇÃO DO ITEM	Valor	
1. PESSOAL, ENCARGOS E PROVISÕES		
1.1. Folha de Pagamento	R$	32.196,00
1.1.2. Encargos/ Benefícios	R$	6.439,20
1.1.3. Encargos e Contribuições Patronais	R$	13.625,35
1.1.4. Aprovisionamento - 13 e Férias Acrescidas de 1/3	R$	8.027,11
1.1.5. Provisão de Verbas Rescisórias	R$	5.597,59
1.2.1. Tributos/ Outros	R$	-
SUB-TOTAL (1)	**R$**	**65.885,24**
2. MATERIAL DE CONSUMO		
2.1. Limpeza	R$	400,00
2.2. Material de Expediente/ Material Gráfico	R$	2.000,00
2.3. Alimentação	R$	500,00
2.4. Combustível	R$	1.000,00
2.5. Suprimentos de Informática	R$	300,00
SUB-TOTAL (2)	**R$**	**4.200,00**
3. TERCEIROS/ APRIMORAMENTO / PROGRAMAS		
3.1. Instalação e manutenção Física	R$	7.000,00
3.2. Elaboração e Manutenção de Plataforma Digital	R$	7.000,00
3.3. Taxas condominiais e locação	R$	2.000,00
3.4. Material didatico	R$	1.000,00
3.5. Água	R$	400,00
3.6. Energia elétrica	R$	2.000,00
3.7. Telefonia/ Banda Larga/ Sistema de Informação	R$	2.000,00
3.8. Locações de Veiculos e serviços de transporte	R$	3.000,00
3.9. Assessoria Contábil	R$	1.500,00
3.10. Diárias de serviço	R$	1.500,00
3.10. Diárias de hotel	R$	3.375,00
3.11. Passagens aéreas/terrestres	R$	2.100,00
3.12. Licenças software	R$	1.000,00
3.11. Assessoria e Consultoria em Geral (gestão, jurídica, comunicação, etc)	R$	8.000,00
3.12. Elaboração de diagnostico/programa de qualificação	R$	35.176,00
3.13 Elaboração e execução de plano de midia	R$	10.000,00
3.14 Realização de rodadas de negocios	R$	5.000,00
3.15 Elaboração e execução do plano de eventos	R$	9.000,00
3.16 Elaboração e Execução de Plano de Melhoria de Gestão	R$	1.500,00
3.17 Incremento de Metas de comercialização	R$	6.000,00
3.18. Despesas Administrativas	R$	5.000,00
SUB-TOTAL (3)	**R$**	**113.551,00**
VALOR MENSAL (SUB-TOTAL 1 + SUB-TOTAL 2 + SUB-TOTAL 3)	**R$**	**183.636,24**
VALOR TOTAL ESTIMADO PARA 1° SEMESTRE	**R$**	**1.101.817,46**
ESTIMATIVA PARA INVESTIMENTO COM AQUISIÇÃO DE MÁQUINAS/ EQUIPAMENTOS	**R$**	**75.300,00**
VALOR TOTAL ESTIMADO PARA 1° SEMESTRE	**R$**	**1.177.117,46**

QUADRO ORÇAMENTÁRIO ANALÍTICO - 2º/3º/4º Semestres

DESCRIÇÃO DO ITEM	Valor	
1. PESSOAL, ENCARGOS E PROVISÕES		
1.1. Folha de Pagamento	R$	32.196,00
1.1.2. Encargos/ Benefícios	R$	6.439,20
1.1.3. Encargos e Contribuições Patronais	R$	13.625,35
1.1.4. Aprovisionamento - 13 e Férias Acrescidas de 1/3	R$	8.027,11
1.1.5. Provisão de Verbas Rescisórias	R$	5.597,59
1.2.1. Tributos/ Outros	R$	-
SUB-TOTAL (1)	**R$**	**65.885,24**
2. MATERIAL DE CONSUMO		
2.1. Limpeza	R$	400,00
2.2. Material de Expediente/ Material Gráfico	R$	2.000,00
2.3. Alimentação	R$	500,00
2.4. Combustível	R$	1.000,00
2.5. Suprimentos de Informática	R$	300,00
SUB-TOTAL (2)	**R$**	**4.200,00**
3. TERCEIROS/ APRIMORAMENTO / PROGRAMAS		
3.1. Instalação e manutenção Física	R$	5.000,00
3.2. Elaboração e Manutenção de Plataforma Digital	R$	3.000,00
3.3. Taxas condominiais e locação	R$	2.000,00
3.4. Material didatico	R$	1.000,00
3.5. Água	R$	400,00
3.6. Energia elétrica	R$	2.000,00
3.7. Telefonia/ Banda Larga/ Sistema de Informação	R$	2.000,00
3.8. Locações de Veiculos e serviços de transporte	R$	3.000,00
3.9. Assessoria Contábil	R$	1.500,00
3.10. Diaria de serviço	R$	1.500,00
3.10. Diárias de hotel	R$	3.375,00
3.11. Passagens aereas	R$	1.833,33
3.12. Licenças software	R$	1.000,00
3.11. Assessoria e Consultoria em Geral (gestão, jurídica, comunicacão, etc)	R$	8.000,00
3.12. Elaboração de diagnostico/programa de qualificação	R$	4.000,00
3.13 Elaboração e execução de plano de midia	R$	10.000,00
3.14 Realização de rodadas de negocios	R$	5.000,00
3.15 Elaboração e execução do plano de eventos	R$	9.000,00
3.16 Elaboração e Execução de Plano de Melhoria de Gestão	R$	1.500,00
3.17 Incremento de Metas de comercialização	R$	6.000,00
3.18. Despesas Administrativas	R$	5.000,00
SUB-TOTAL (3)	**R$**	**76.108,33**
VALOR MENSAL (SUB-TOTAL 1 + SUB-TOTAL 2 + SUB-TOTAL 3)	**R$**	**146.193,58**
VALOR TOTAL ESTIMADO PARA 2° SEMESTRE	**R$**	**877.161,46**
VALOR GLOBAL ESTIMADO DO CONTRATO (PARA 12 MESES)	R$	2.054.278,92

Detalhamento - Despesas com pessoal

CATEGORIA	C.H. SEMANAL	QTD	SALÁRIO (R$)	TOTAL	ÁREA DE TRABALHO	TOTAL
Diretor	40h	1	R$ 6.000,00	R$ 6.000,00	ESCRITÓRIO	R$ 6.000,00
Coordenação	40h	4	R$ 4.000,00	R$ 4.000,00	ESCRITÓRIO	R$ 16.000,00
Auxiliar Administrativo	40h	0	R$ 1.066,00	R$ 1.066,00	ESCRITÓRIO	R$ -
Assistente	40h	0	R$ 1.250,00	R$ 1.250,00	ESCRITÓRIO	R$ -
Analista	40h	1	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	ESCRITÓRIO	R$ 2.000,00
Vendedor bilingue	40h	1	R$ 1.800,00	R$ 1.800,00	PONTO DE VENDA	R$ 1.800,00
Vendedor	40h	6	R$ 1.066,00	R$ 1.066,00	PONTO DE VENDA	R$ 6.396,00
	TOTAL	13				R$ 32.196,00

CUSTO TOTAL DA FOLHA COM ENCARGOS PATRONAIS	
Salário Base:	**32.196,00**
Adicional noturno	4.829,40
Total da Folha de Pagamento:	37.025,40
ENCARGOS SOCIAIS E TRABALHISTAS (73,6%)*	27.250,04
TRANSPORTE DE PESSOAL (ESTIMADO)	R$ 1.609,80
TOTAL DESPESA CLT	65.885,24

DESCRIÇÃO / GRUPO /	%
TOTAL GRUPO A (ENCA	36,80%
RAT	2,00%
INSS	20,00%
OUTRAS ENTIDADES	5,80%
PIS	1,00%
FGTS	8,00%
TOTAL GRUPO B (PROV	21,68%
ABONO FÉRIAS	2,78%
13º SALÁRIO	8,33%
ADICIONAL NOTURNO	2,24%
FÉRIAS	8,33%
TOTAL GRUPO C (PROV	6,14%
AVISO PRÉVIO INDENIZA	1,50%
AVISO PRÉVIO TRABALH	0,11%
FGTS RESCISÕES SEM JU	4,20%
INDENIZAÇÃO ADICIONA	0,33%
TOTAL GRUPO D (incidê	**7,98%**
RESERVA TÉCNICA (PRC	**1,00%**
TOTAL ENCARGOS	**73,60%**

QUADRO ORÇAMENTÁRIO SINTÉTICO

ANO 1

DESPESAS DE CUSTEIO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12
1. RECURSOS HUMANOS	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24
2. SERVIÇO DE TERCEIROS	R$ 99.151,00	R$ 99.151,00	R$ 99.151,00	R$ 99.151,00	R$ 99.151,00	R$ 99.151,00	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33
3. DESPESAS GERAIS	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00
4. DESPESAS COM MANUTENÇÃO	R$ 7.000,00	R$ 7.000,00	R$ 7.000,00	R$ 7.000,00	R$ 7.000,00	R$ 7.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00
TOTAL GERAL DAS DESPESAS DE CUSTEIO	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58
DESPESAS DE INVESTIMENTOS												
1. AQUISIÇÃO DE BENS	R$ 75.300,00											
TOTAL GERAL DAS DESPESAS DE INVESTIMENTO	R$ 75.300,00											
TOTAL GERAL DAS	R$ 258.936,25	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 183.636,24	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58
TOTAL 12 MESES	**2.054.278,92**											

ANO 2

DESPESAS DE CUSTEIO	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7	MÊS 8	MÊS 9	MÊS 10	MÊS 11	MÊS 12
1. RECURSOS HUMANOS	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24	R$ 65.885,24
2. SERVIÇO DE TERCEIROS	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33	R$ 63.708,33
3. DESPESAS GERAIS	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00	R$ 11.600,00
4. DESPESAS COM MANUTENÇÃO	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00	R$ 5.000,00
TOTAL GERAL DAS DESPESAS DE CUSTEIO	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58
DESPESAS DE INVESTIMENTOS												
1. AQUISIÇÃO DE BENS PERMANENTES	R$ -											
TOTAL GERAL DAS DESPESAS DE INVESTIMENTO	R$ -											
TOTAL GERAL DAS DESPESAS	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58	R$ 146.193,58
TOTAL 12 MESES	**R$ 1.754.322,91**											
TOTAL GERAL PARA 24 MESES	**R$ 3.808.601,83**											

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

ANO 1	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 550.908,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.978.978,91
	INVESTIMENTO	R$ 75.300,00	0	0	0	R$ 75.300,00
	TOTAL	R$ 626.208,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 2.054.278,92

ANO 2	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
	INVESTIMENTO	0	0	0	0	0
	TOTAL	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
		TOTAL GLOBAL				**R$ 3.808.601,83**

Fábrica Cultural

17. DIMENSIONAMENTO MÍNIMO DE PESSOAL

Cargo	Carga Horária	Exigências para o Cargo
Diretor Geral	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência de no mínimo 5 anos na área de atuação e 02 anos em posições de gestão, com enfoque na atividade artesanal
Coordenador Comercial	40h	Profissional com formação de nível superior e experiência de no mínimo 05 anos na área comercial e na promoção de eventos
Coordenador de Comunicação e Feiras.	40 h	Profissional com formação de nível superior e com experiência mínima de 05 anos na área de comunicação social.
Coordenador de Qualificação	40 h	Profissional com formação de nível superior e com experiência mínima de 05 anos na elaboração, execução e avaliação/acompanhamento de programas de qualificação, preferencialmente na atividade cultural e/ou artesanal
Coordenador Administrativo-Financeiro - RH	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência comprovada de no mínimo 02 anos na área administrativa/financeira – RH.
Analista	40 h	Profissional com formação de nível superior e experiência comprovada de no mínimo 01 ano e 6 meses
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função
Vendedor Bilingue	40h	Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de um ano na função e fluente em 2 ou mais idiomas.

Fábrica Cultural

18. PLANOS DE CARGOS, SALÁRIOS E BENEFÍCIOS

1. Introdução

Este Plano de Cargos, Salários e Benefícios contempla todas as Áreas e Equipamentos da Associação Fabrica Cultural e visa a orientar todos os níveis de gestão, quanto às deftnlçi5as, normas e procedimentos. Todas as decisões, portanto, deverão nortear-se pelos princípios e diretrizes aqui estabelecidas.

O processo de Gestão de Pessoas é dinâmico, especialmente no que se refere aos programas de Remuneração e Desenvolvimento de Carreiras. Por Isso, este Plano está sujeito a revisões e complementações de forma a adequar-se às contingências de mercado, estratégias, padrões e valores culturais da Fabrica Cultural.

Com o objetivo de atender à realidade e necessidades da Organização Social, este Plano abrange a Estrutura de Cargos Operacionais, Administrativos, Técnicos e de Gestão.

Esta Plano está alinhado com a Missão, Valores, Objetivos e Estratégias da Fabrica Cultural.

2. Políticas, Normas e Procedimentos de Administração de Cargos e Salários.

2.1. Objetivos

a. Fixar critérios que possibilitem a Gestão de Cargos e Salários da Associação Fabrica Cultural de forma racional, profissional e impessoal.

b. Atrair, reter e desenvolver os profissionais com real capacidade para atender as necessidades e prioridades da Fabrica Cultural frente ao mercado.

c. Estimular o autodesenvolvimento dos colaboradores, possibilitando seu aperfeiçoamento profissional na Organização Social, por meio de políticas de aproveitamento interno.

d. Aumentar o grau de comprometimento dos colaboradores com a Fabrica Cultural e a satisfação com a remuneração e perspectivas de ascensão interna.

e. Administrar e controlar os gastos com pessoal.

f. Proporcionar melhor relacionamento entre a Fabrica e seus colaboradores, por meio:

   - do estabelecimento dos cargos a partir das necessidades da Organização Social e da compatibilidade entre as atividades realizadas, formação e experiências necessárias;

   - do agrupamento dos cargos com níveis de responsabilidade semelhantes, de forma que pertençam à mesma faixa Salarial;

- da fixação de salários consistentes internamente e competitivos externamente.

3. Diretrizes Gerais

A. Cabe à área de Recursos Humanos, a responsabilidade pela definição de procedimentos para a gestão de cargos e salários dos colaboradores, dos diversos níveis hierárquicos, assim com o as alterações que se fizerem necessárias, que podem envolver a criação, a extinção ou a reclassificação dos cargos, de acordo com o estabelecido neste Plano.

B. Os colaboradores devem se sentir estimulados a traçarem planos de desenvolvimento e participarem de avaliações para ocuparem outras posições.

C. As verbas destinadas aos aumentos salariais coletivos e/ ou individuais (espontâneos) serão estabelecidas pela Diretoria , com base na situação financeira da Fabrica Cultural, Convenção Coletiva e Política Salarial Vigente.

D. Os níveis salariais de cargos existentes poderão ser ajustados periodicamente, em relação ao mercado, por meio de pesquisas salariais junto a Organizações Sociais que atuam no mesmo segmento e/ ou Organizações Sociais de outros segmentos, mas que concorram pelos mesmos profissionais.

E. A identificação dos cargos com o mercado se dará pela comparação das atividades exercidas, níveis hierárquicos e requisitos exigidos (formação, experiência e conhecimentos específicos) dos cargos da Fabrica Cultural, comparando- os com os cargos das Organizações Sociais selecionadas.

F. O aproveitamento interno deve ser interpretado com o um a ferramenta de desenvolvimento e este esforço fará com que a Organização Social aproveite ao máximo seu investimento na retenção dos melhores profissionais.

4. Administração de Cargos

4.1 Definição e Conceituação

A.Cargo : Agrupamento de atividades e responsabilidades preestabelecidas, que são realizadas por um ou m ais colaboradores da área e que contribuem para a obtenção de objetivos definidos.

B.Responsabilidades: Relaciona as principais responsabilidades que compõem um cargo, identificando, descrevendo a forma de execução, finalidade e formas de acompanhamento e controle.

C.Qualificação: É a escolaridade mínima necessária ao cargo. Ex: Formação Superior em Letras ou em Artes.

D. Experiência: É o tempo mínimo necessário para que uma pessoa possa desempenhar as atividades do cargo.

E.Conhecimentos Técnicos: São conhecimentos técnicos específicos necessários ao cargo, adquiridos por meio de treinamentos formais ou pelo aprendizado no exercício do trabalho. Ex: Pedagogia / Processos educacionais – Nível intermediário.

F.Habilidades e Competências: São as habilidades, atitudes e características pessoais necessárias ao ocupante para o pleno exercício das atividades e responsabilidades que compõem o cargo. Ex: Relacionamento Interpessoal, Comunicação, liderança e gestão de equipes, Comprometimento / Responsabilidade etc.

4.2. Estrutura de Cargos

A Estrutura de Cargos da apresenta os seguintes níveis, conforme responsabilidades envolvidas:

4.2.1. Vendedor

Responsável por executar atividades relacionadas à venda de produtos ou serviços.

Demonstrar os produtos, avaliar o perfil dos clientes, orientar, informar, entender o produto ou serviço, analisar os dados do público-alvo, para elaborar assim uma estratégia de venda, organizar uma agenda de principais clientes, organizar pedidos negociar prazos e condições de pagamentos, além de possíveis descontos ou pacotes promocionais que podem ser oferecidos.

Capacidade de se comunicar com as pessoas, ter paciência, responsabilidade, honestidade, simpatia flexibilidade, agilidade, raciocínio rápido, capacidade de comunicação e visão de projeto.

Pré-requisito: Ensino Médio completo e experiência mínima de 01 ano em vendas.

4.2.2. Auxiliar

Atua em diversas áreas administrativas e operacionais.

Realiza trabalhos rotineiros preestabelecidos.

Recebe orientação e supervisão constante

Pré-requisito: Ensino Médio completo e não exige conhecimento ou experiência específica.

4.2.3. Assistente

Atua em uma das diversas áreas administrativas e/ ou técnicas.

Realiza trabalhos que requeiram conhecimento de normas e procedimentos/ fluxos internos de uma determinada área, além de inter- relacionamentos com áreas outras da Organização Social.

Recebe orientação e supervisão periódica.

Pré-requisito: Requer formação de Ensino Médio ou Cursando Superior e experiência de 1 ano.

4.2.4. Analista

Elabora estudos, pesquisando, analisando e produzindo dados e resultados completos, possibilitando tomadas de decisão.

Trabalha sob orientação global, em atividades complexas, planejando e respondendo pelos resultados técnicos apresentados, bem com o define fontes e recursos necessários.

Pode recomendar alterações em rotinas, visando a obter melhores resultados quantitativos e/ ou qualitativos.

Capacidade em correlacionar fatos.

Domina conhecimentos da área em que atua, orientando tecnicamente profissionais de menor experiência.

Pré-requisito: Requer nível superior completo. Experiência de 1 ano e meio na área necessária.

4.2.5. Coordenador

Coordena as atividades realizadas em áreas da Organização Social.

Detém poder sobre a utilização de recursos disponíveis, define prioridades, acompanha os trabalhos, assegurando o cumprimento do planejado e garantindo os resultados esperados.

Capaz de liderar equipes formadas por analistas e/ ou produtores e/ ou assistentes de coordenação e/ ou técnicos que realizem atividades especializadas e/ ou pessoal operacional.

Responde pela administração de pessoal de sua área no que se refere a: Contratações, Avaliações, Promoções, Desligamentos, Programação de Férias, Abonos etc.

Pré-requisito: Requer Ensino Superior Completo. Experiência de 5 anos na área.

4.2.6. Gerente

Gerencia um a ou várias áreas, cujas atividades se correlacionam ou envolvem aplicação de planos táticos para alcance das metas preestabelecidas pela Organização Social e/ ou nos Contratos de Gestão, tendo sob seu com ando coordenadores e/ ou supervisores e profissionais técnicos e especializados.

Define os planos operacionais para atingir os resultados de cada área, alinhando- os aos da Organização Social.

Garante a aplicação das políticas da O.S., bem com o de seus negócios, participando das decisões e atuando sob orientação geral.

Define e assegura o cumprimento de metas de sua área de atuação, alinhando- as às demais metas da O.S., provendo os recursos necessários.

Interfere nos procedimentos operacionais das atividades, buscando melhorias nos processos.

Identifica necessidades de desenvolvimento das equipes e de seus processos.

Pré-requisito: Requer superior completo, com Pós- Graduação. Experiência de 03 anos na área de atuação e 02 anos em posições de gestão

4.2.7. Diretor

Define as diretrizes, estratégias e modelo de gestão a ser adotado pela Organização Social e seus equipamentos, estabelecendo os objetivos de curto, médio e longo prazo, assegurando os resultados propostos.

Dirige as várias áreas da Fabrica Cultural, cujas atividades se correlacionam ou envolvem alta complexidade, recursos expressivos e grandes grupos de profissionais e/ ou Especialização, apoiando as diretorias dos equipamentos nos assuntos de sua especialização.

Monitora o cumprimento de metas contratuais.

Detém amplos conhecimentos sobre políticas da Fabrica Cultural e seus objetivos, participando da definição de um modelo de excelência de gestão.

Garante a prática e disseminação da Missão, Visão e Valores da organização.

Representa a Associação institucionalmente perante as esferas Governamentais e entidades de classe.

Pré-requisito: Requer Pós- Graduação. Experiência de 5 anos na área de atuação e 02 anos em posições de gestão.

5. Alterações de Cargo

5.1. Politica

A criação, extinção ou reclassificação dos cargos deverá ser criteriosa, ficando sob a responsabilidade da Área de Recursos Humanos em conjunto com as Áreas e os Equipamentos envolvidos e sujeitos à aprovação da Diretoria.

As alterações de Cargos som ente deverão ser efetivadas, depois de comprovada sua real necessidade.

Fábrica Cultural

5.2. Normas

As alterações de cargos poderão ocorrer devido à:

Criação de Cargos

Será criado um novo cargo, quando passar a existir novas atividades relativas a mudanças ou inovações de processos, rotinas, equipamentos, tecnologia ou, ocorrer reagrupamento delas, as quais deverão ser desenvolvidas dentro de um mesmo cargo, em áreas existentes, recém - criadas ou reorganizadas.

Deverão ser submetidas à avaliação da área de Recursos Humanos, ficando sob sua responsabilidade a análise e definição do cargo, assim com o sua reclassificação na Tabela Salarial.

Reclassificação de Cargos

Ocorrerá quando o nível de exigência de um cargo for alterado em função de um maior ou menor grau de responsabilidades, complexidade das atividades, formação ou experiência.

Constatada a alteração o cargo deverá ser reclassificado na Tabela Salarial.

Extinção de Cargos

Um cargo será extinto quando as responsabilidades que o com põe forem absorvidas por um ou m ais cargos, devido à criação, reorganização, extinção de um a área ou reestruturação interna.

5.3. Procedimentos

As Áreas ou Equipamentos que apresentarem necessidade de Criação, Reclassificação ou Extinção de cargos, deverão solicitar a análise da área
Recursos Humanos.

A área de Recursos Hum anos coletará os dados sobre as alterações a serem executadas junto ao solicitante e/ ou responsável.

As informações serão analisadas pela área de Recursos Hum anos e, se justificada a alteração, em conjunto com a Área ou Equipamento solicitante, avaliarão o novo cargo, bem com o seu nível de responsabilidade, para definir sua posição na tabela salarial, garantindo a manutenção do equilíbrio interno.

6. Alterações Salariais

Cabe a área de Recursos Humanos operacionalizar as solicitações de aumentos salariais após aprovação da Diretoria.

Fábrica Cultural

Alterações salariais poderão ser motivadas por:

6.2.1 Aumento de caráter geral:

Será concedido em função de Convenções Coletivas, Política Salarial ou por liberalidade da Organização Social.

6.2.2 Mérito:

Aumento salarial concedido ao colaborador, com o forma de reconhecimento pelo alto desempenho apresentado na execução das tarefas, pertinentes ao cargo que ocupa.

A solicitação de aumento por mérito, deverá ser acompanhada por avaliação de desempenho do colaborador, formalizada pelo solicitante.

O percentual para concessão de aumentos de mérito est á limitado a um grau da faixa salarial, na qual o cargo estiver inserido. O colaborador deverá estar ocupando o cargo há 01 (um) ano no mínimo.

Os aumentos por mérito som ente serão concedidos após 6 (seis) meses do últim o aumento real individual (promoção/ mérito) .

Poderá ser destinada verba anual de até 3% da folha nominal da área parareajustes por mérito, sendo que não poderá contemplar m ais 1/ 3 do quadro de colaboradores da Área ou do Equipamento.

6.3. Procedimentos

Anualmente cada colaborador terá seu desempenho avaliado segundo processo a ser implementado.

Quando couber, com base na avaliação de desempenho, o superior imediato poderá propor aumento por mérito.

O responsável pela Área ou pelo Equipamento deverá preencher formulário específico, colher a aprovação da Diretoria, e encaminhar a solicitação à área de Recursos Humanos, que analisará e providenciará as aprovações subsequentes requeridas.

7. Promoção

Aumento salarial concedido aos colaboradores que passarem a cargo com maior responsabilidade e classificado num grupo salarial superior, em relação ao cargo ocupado anteriormente.

7.1 Normas

A. A promoção som ente se efetivará se o colaborador tiver o perfil exigido para cargo vago e que, portanto, reúna condições para exercer as atividades do mesmo, com nível de desempenho satisfatório e não devendo ocorrer em caráter transitório (cobertura de férias, auxílio doença, afastamento temporário etc) .

B. Caso a diferença entre o salário atual do colaborador e a faixa inicial do cargo para o qual será promovido seja superior a 20% , este reajuste deverá ser parcelado trimestralmente até que alcançar o valor adequado. O salário proposto não pode ser superior aos de outros colaboradores que já ocupem o cargo.

C. A promoção somente será concedida, no mínimo, após 1 (um) ano da última promoção, caso tenha ocorrido, e no mínimo 6 (seis) meses após o úllimo aumento por mérito.

D. O nível de desempenho deverá ser avaliado pelo superior imediato.

E. No caso de recrutamento interno, os colaboradores se submeterão a um processo seletivo sob a responsabilidade da área de Recursos Humanos.

F. O requisitante deverá preencher formulário específico e enviar à área de Recursos Humanos. Esta analisará a viabilidade de concessão de aumento e alteração do título do cargo.

G. Caso atenda as políticas e procedimentos, a área de Recursos Humanos solicitará aprovação final da Diretoria. Posteriormente efetuará o processo de comunicação à Área ou Equipamento envolvido.

7.1. Procedimentos

A área de Recursos Humanos divulgará a existência de vagas em aberto e os perfis exigidos para os cargos.

Os colaboradores interessados deverão informar ao seu superior imediato o desejo de participar do processo seletivo em aberto.

Os candidatos deverão procurar a área de Recursos Humanos e submeter- se ao processo seletivo.

A área de Recursos Humanos manterá informados as Áreas ou os Equipamentos envolvidos (cedente e requisitante) , agindo com o facilitador na troca de informações sobre os candidatos.

Após aprovação do candidato no processo seletivo, a área de Recursos Humanos cuidará da operacionalização da transferência e substituição do colaborador na Área ou Equipamento cedente, buscando com um acordo de datas entre as Áreas ou Equipamentos.

Os candidatos, aprovados ou não, serão informados sobre o resultado da seleção.

O período de treinamento na nova função não deverá ser superior a 3 (três) meses, quando deverá ser executada a alteração de cargo e salário do colaborador.

8. Enquadramento

Compreende o reajuste salarial do colaborador que esteja com seu salário abaixo do valor inicial da faixa salarial do cargo que ocupa.

8.1. Normas

O enquadramento ocorrerá em consequência de alterações na estrutura salarial.

A Diretoria determinará prioridades em relação à verba disponível e ao tempo necessário para o devido enquadramento.

8.2. Procedimentos

A área de Recursos Hum anos processará o enquadramento após a aprovação da Diretoria da Área ou do Equipamento.

9. Benefícios

Os benefícios concedidos pela Fabrica Cultural aos seus funcionários são:

9.1 Vale Transporte:

Benefício legal utilizado para deslocamento de ida e volta ao trabalho, em todas as formas de transporte coletivo público municipal e intermunicipal, caso o empregado faça a opção pelo benefício, por meio de formulário específico.

Empregados em férias e afastados por doença/acidente e licença maternidade não receberão o vale transporte.

Quando o profissional trabalhar, por solicitação da Fabrica Cultural, em dias não contemplados pelo vale transporte, receberá o valor correspondente.

O vale transporte será custeado pelo funcionário no valor equivalente a 6% de seu salário base, excluídos quaisquer adicionais ou vantagens. Será operado desconto proporcional nos casos de admissão, desligamento (pedido de demissão ou dispensa) e férias.

A distribuição dos vales será no primeiro dia útil do mês.

9.2 Vale Alimentação:

Benefício oferecido aos funcionários da Fabrica Cultural, utilizado para compra de alimentos em supermercados, padarias e outros estabelecimentos do gênero que mantiverem convênio com a operadora selecionada.

Fábrica Cultural

Terão direito ao benefício, todos os funcionários contratados em regime CLT.

Este benefício não tem natureza salarial.

No caso de perda ou roubo do cartão, o funcionário deverá providenciar o bloqueio e solicitar a segunda via ao setor de Recursos Humanos. O funcionário será responsável pelo custo de reposição, que será descontado na folha de pagamento.

A Fabrica Cultural é responsável pelo pagamento integral do benefício, que é distribuído até o dia 20 de cada mês.

10. Treinamento e desenvolvimento de pessoal

10.1. O programa de formação, treinamento e desenvolvimento estabelecerá ações de capacitação interna ou externa, conforme identificação de necessidade, como forma de valorização do seu quadro de pessoal, que visa agregar aos colaboradores mais conhecimento, atualização e habilidades no desempenho de suas funções.

11. Oportunidades de Acesso e Carreiras

11.1. Definição

Subsistema que define os possíveis trajetos de carreira que o ocupante de um cargo pode seguir dentro da Fabrica Cultural, tendo com o parâmetro a semelhança de atividades ou requisitos básicos requeridos para a ocupação do cargo (níveis de conhecimento, formação e experiência) .

11.1.1. Trajetória

A trajetória da carreira poderá ocorrer tanto no sentido vertical com o horizontal da estrutura de cargos da Organização Social.

Vertical – ocorre quando o colaborador é promovido para outro cargo de maior nível na estrutura hierárquica de cargos da organização.

Horizontal – quando o colaborador amplia seu campo de conhecimento por meio de atividades correlatas e/ ou complementares, podendo optar por cargos "pares" não representando necessariamente um a promoção, apenas um a transferência.

11.1.2. Políticas

A. Nos casos de preenchimento de vagas em aberto deve ser estimulado o aproveitamento interno.

B. Caso a decisão seja pelo recrutamento externo, os funcionários da Fabrica Cultural poderão se candidatar a participar do processo.

C. Os candidatos deverão preencher os requisitos mínimos do cargo e perfil especificados, não possuir advertências consideradas graves em seu prontuário, ou ainda fatos que contra indiquem seu aproveitamento interno.

D. O candidato interno não selecionado continuará a exercer suas funções e a sua Coordenação/ Gerência/ Diretoria deverá ter cuidado de não constranger e/ ou inibir novas participações, tendo em vista os efeitos positivos que esta política traz para a Fabrica Cultural e as Áreas e Equipamentos.

E. Caso a vaga em questão apresente considerável exigência técnica e de experiência, o início do processo seletivo poderá contar com candidatos externos, garantindo o atendimento e a agilidade na seleção do perfil especificado.

F. O Quadro de Oportunidades de Carreiras será aberto aos Colaboradores, devendo ser divulgado em todas as Áreas e Equipamentos, cabendo aos superiores imediatos e à área de Recursos Humanos, prestarem informações quanto aos critérios e políticas do plano.

G. As possibilidades de acesso não são restritas, podendo haver outras oportunidades além das previstas no Quadro de Acesso, dependendo das circunstâncias e preparo dos candidatos.

12. Vigência do Plano de Cargos, Salários e Beneficios

12.1 Vigência

Este Plano tem vigência a partir de xx/xx/xx, após aprovação do Conselho de Administração. Os casos não previstos neste Plano de Cargos e Salários deverão ser submetidos à apreciação da área de Recursos Humanos, que analisará a questão do ponto de vista global da Fabrica Cultural e emitirá parecer sobre a oportunidade de inclusão do procedimento no Plano ou ainda, de um a ação localizada. A decisão será tomada pela Diretoria.

ANEXO I

Tabela Salarial – (regime CLT – 40h Semanais)

CARGO	SALARIO
Vendedor	R$ 1.066,00
Vendedor Bilingue	R$ 1.800,00
Auxiliar	R$ 1.066,00
Assistente	R$ 1.250,00
Analista	R$ 2.000,00
Coordenador	R$ 4.000,00
Gerente	R$ 5.500,00
Diretor	R$ 6.000,00

Fábrica Cultural

19. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

ANO 1	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 550.908,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 1.978.978,91
	INVESTIMENTO	R$ 75.300,00	0	0	0	R$ 75.300,00
	TOTAL	R$626.208,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 2.054.278,92

ANO 2	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
	INVESTIMENTO	0	0	0	0	0
	TOTAL	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
TOTAL GLOBAL						**R$ 3.808.601,83**

Fábrica Cultural

20. PROCEDIMENTO PARA ACOLHIMENTO DE MANIFESTAÇÕES

Fabrica Cultural	Código: 01	Data: 01/02/2018	Revisão: 01
TÍTULO: Procedimento para acolhimento de Manifestações			Página: 66 / 85

1. OBJETIVO

Estabelecer e manter procedimento para o recebimento, tratamento e monitoramento de sugestões, elogios e reclamações recebidas.

2. APLICAÇÃO

Aplica-se a todas as manifestações recebidas pela Fabrica Cultural, no que diz respeito à execução do Contrato de Gestão nºxx., seja de usuário ou de outras partes.

3. ÁREAS ENVOLVIDAS

- Executante: Diretoria Executiva.
- Participantes: Coordenações de todas as áreas

4. DOCUMENTOS DO SISTEMA DA QUALIDADE ENVOLVIDOS

Reclamação	FOR-0XX
Ação Corretiva	PQ-00X
Ação Preventiva	PQ-00X

5. DEFINIÇÕES

5.1. RECLAMAÇÃO

Qualquer manifestação oral ou por escrito manifestada pelo usuário e sobre a não aceitação da identidade ou qualidade do produto ou serviço prestado pela Fabrica Cultural, em qualquer parte do processo ou manifestação sobre quaisquer transtornos causados pelo processo da Fabrica Culturala outras partes, tais como vizinhos, funcionários etc.

6. PROCEDIMENTOS

6.1. RECEBIMENTO E REGISTRO

Para recebimento de uma reclamação, a **Fabrica Cultural** disponibiliza diversos canais, tais como:

- e-mail;
- Telefone;
- Balcão de atendimento;
- Técnicos em serviços externos;

Todos os colaboradores são informados em treinamento que qualquer reclamação manifestada deve ser passada imediatamente para a Coordenação de Comunicação para que seja dada a devida tratativa. Após o recebimento da reclamação, a mesma é registrada no **FOR-0XX-Reclamação.** Toda reclamação deve receber um código sequencial seguido barra e o ano. Por exemplo: 01/12 – Primeira de 2018. Este código deve ser registrado no **FOR-0XX-Reclamação.**

Fábrica Cultural

Caso uma reclamação seja classificada como não procedente, o reclamante deverá ser notificado. Caso não seja notificado, o motivo deve ser documentado.

6.2. INVESTIGAÇÃO E TRATAMENTO

Após o registro da reclamação, uma breve investigação deve ser feita para analisar a procedência da reclamação. Além da investigação, deve-se definir juntamente com a área envolvida a ação a ser tomada. Além de ações especificas relacionadas a cada reclamação e que podem ser definidas como ação a ser tomada, pode-se abrir uma ação corretiva ou preventiva que serão tratadas conforme o PQ-00X ou PQ-00X, respectivamente. Tanto a ação a ser tomada quanto a investigação devem ser documentadas no FOR-00X-Reclamação.

6.3. RESULTADOS E FECHAMENTO

Após a documentação da reclamação, um retorno deve ser dado ao reclamante. Caso não seja notificado, o motivo deve ser documentado.

Uma reclamação e suas ações decorrentes é considerada fechada quando as ações necessárias já foram implementadas e existe evidências dessa implementação. Entre os registros, pode haver:

- Listas de presença;
- Fotografias;
- Documentos elaborados/revisados;
- Outras necessárias.

7. RESPONSABILIDADES

ITEM DO PROCEDIMENTO	RESPONSÁVEL
7 1 – Recebimento de Reclamação	➢ Todos
7.2 – Registro de Reclamação	➢ Coordenador de Comunicação
7.3 – Investigação da Reclamação	➢ Representante da Direção
7.4 – Acompanhamento da Reclamação	➢ Coordenador de Comunicação e Representante da Direção

Fábrica Cultural

8. CONTROLE DAS REVISÕES

Revisão N°	*Data*	Descrição da Revisão	**Responsável**
00	dd/mm/aa	Emissão Inicial	Tereza Carvalho

Data
dd/mm/aaaa

Aprovado por
Fulano de Tal

Fábrica Cultural

21. Regulamento para Compra e Aluguel de Bens, Locação e Contratação de Obras e Serviços

Capítulo I - INTRODUÇÃO

Art.1° O presente regulamento tem por finalidade estabelecer normas, rotinas e critérios para compras e alienações de bens, locação e contratação de obras e serviços terceirizados e especializados pela Associação Fabrica Cultural, a seguir denominada simplesmente de Fabrica, no âmbito do Contrato de Gestão nº

Art.2° A Fabrica, para aquisição de bens e a contratação de serviços e obras necessários às suas finalidades, observará os princípios da isonomia, da legalidade, da publicidade, da impessoalidade, da moralidade, da eficiência e da economicidade.

Parágrafo único: O presente regulamento aplica-se somente quando as compras e alienações de bens e a contratação de obras e serviços terceirizados e especializados forem realizadas com recursos públicos.

Capítulo II - DA SELEÇÃO DE FORNECEDORES

Art.3° - A aquisição e a contratação de serviços e obras efetuar-se-ão mediante Seleção de Fornecedores.

Parágrafo único: Fica dispensado o procedimento de Seleção de Fornecedores, mediante prévia autorização por escrito da Diretoria Executiva, nos seguintes casos:

I - aquisição de bens ou contratação de serviços diretamente do produtor, empresa ou representante comercial exclusivo;

II - contratação de serviços técnicos profissionais especializados, definidos **no Art 46°** deste Regulamento;

III- inexistência de interessados na seleção regularmente realizada;

IV - compra ou locação de imóvel destinado ao atendimento das finalidades essenciais da Fabrica, cujas necessidades de instalação e localização condicionem a sua escolha, bem como para a realização das adaptações necessárias para seu pronto uso;

V - complementação de serviços ou obras e aquisição de bens para substituição ou ampliação, já padronizados pela Fabrica;

VI - divulgação em mídia, desde que o setor requisitante justifique o veículo escolhido;

VII - suprimento de energia elétrica, água, gás, telefonia, internet ou similar cujo fornecedor seja exclusivo;

VIII - compras de bens ou contratação de serviço ou obra de pequeno valor, assim consideradas aquelas cujo valor total não ultrapasse 01 (um) salário mínimo, de acordo com o **Art. 19°** desde Regulamento, vedada a aplicação dessa hipótese para fracionamento de compras ou contratações;

IX- vistoria, amostras, orçamento prévios de serviços para os quais exista a cobrança de confecção/produção/ visita técnica ou entrevista, sem os quais não se obterá certeza da melhor contratação ou do melhor preço;

X – compras de peças, serviço de manutenção e combustíveis para abastecimento de veículos próprios, utilizados exclusivamente para deslocamento de funcionários no exercício das atividades da Fabrica;

XI- transporte e hospedagem de funcionários no caso de realização de viagens curtas a serviço, justificadas pelo setor requisitante e não previstas no planejamento anual da Fabrica;

XII - despesas relativas à execução de atividades, dinâmicas, feiras, comemorações, premiações e cursos, bem como para pagamento de despesas relativas à inscrição e participação de seus funcionários em palestras e seminários, nacionais ou internacionais, de interesse da Fabrica;

Art 4º Para os seguintes bens e serviços continuamente necessários às atividades da entidade, aí incluídos e não limitados: fornecimento de lanches, transporte aéreo e terrestre, materiais gráficos, serviços de iluminação, sonorização e locação de estrutura para eventos, fardamentos e acessórios, dentre outros não mencionados e aí incluídos, a Fabrica poderá realizar credenciamento anual de fornecedores, através de Seleção Presencial de Prestadores de Serviço e Fornecedores ou outro instrumento similar;

§1° Caberá à Fabrica a prática de todos os atos de controle e administração da modalidade de Seleção Presencial e de Credenciamento de Fornecedores e Prestadores de Serviços, praticada e ainda o seguinte:

- elaborar Edital, publicar no site da Fabrica, convidar mediante correspondência eletrônica ou outro meio eficaz, as empresas para participarem da concorrência;

- promover todos os atos necessários à instrução processual para a realização do procedimento seletivo pertinente, inclusive a documentação das justificativas nos casos em que a restrição à competição for admissível pelo Regulamento Para Compra e Alienação de Bens e Para Contratação de Obras e Serviços da Fabrica.

§1º Os fornecedores celebrarão contrato, cuja minuta deverá prever que o credenciamento não obriga a Fabrica a solicitar quaisquer bens ou serviços dos credenciados.

Art.5° A realização de Seleção de Fornecedores não obriga a Fabrica a formalizar o contrato, podendo a mesma ser anulada pela Diretoria ou pela pessoa a quem ela delegar poderes para isto.

Art. 6º Para as demais compras e contratações de serviços que não enquadrarem no paragrafo único do Art. 3º ou Art. 4º, será realizado o procedimento normal previsto nos Capítulos III e V deste regulamento.

Capítulo III - DAS COMPRAS

Título I - Definição

Art.7° Para fins do presente regulamento considera-se compra toda aquisição de bens de consumo e materiais permanentes, com a finalidade de suprir a Fabrica com os materiais necessários ao desenvolvimento de suas atividades. O fornecimento poderá ocorrer de forma total ou parcial.

Título II - Do procedimento de compras

Art.8° O procedimento de compras compreende o cumprimento das etapas a seguir especificadas:

I - solicitação de cotação;

II- seleção de fornecedores;

III - apuração da melhor oferta;

IV - emissão de ordem de despesa.

Art.9° O procedimento de compras terá início com o recebimento da solicitação de compra, que deverá conter as seguintes informações:

I - descrição pormenorizada do bem que deve ser adquirido;

II- especificações técnicas;

III - quantidade a ser adquirida;

IV - regime de compra: rotina ou urgente;

Art.10° Considera-se de urgência a aquisição de material inexistente no estoque, com imediata necessidade de utilização.

§ 1° O Setor requisitante deverá justificar satisfatoriamente a necessidade de adquirir o bem em regime de urgência.

§ 2° O Setor de Compras poderá dar ao procedimento de compras o regime de rotina, caso conclua não estar caracterizada a situação de urgência.

Art.11° A Coordenação Administrativa deverá selecionar criteriosamente as empresas que participarão da seleção, considerando idoneidade, qualidade e menor custo, além de garantia de manutenção, reposição de peças e atendimento de urgência, quando for o caso.

§ 1º - Os diferentes setores da entidade poderão criar manuais contendo os parâmetros relativos à aquisição de bens, contendo as especificações dos produtos (marcas, modelos) adequados às atividades da Instituição, os quais deverão ser observados em conjunto com as normas deste Regulamento e aprovados pela Coordenação Administrativa e pela Direção Institucional.

§ 2º Para fins do disposto no "caput" deste artigo, considera-se menor custo aquele que resulta da verificação e comparação do somatório de fatores utilizados para determinar o menor preço avaliado, que além de termos monetários, encerram um peso relativo para a avaliação das propostas envolvendo, entre outros, os seguintes aspectos:

1 - custos de transporte até o local da entrega, incluindo seguro, se houver;

2 - forma de pagamento;

3 - prazo de entrega;

4 - custos para operação do produto, eficiência e compatibilidade;

5 - durabilidade do produto;

6 - credibilidade mercadológica da empresa proponente;

7 - disponibilidade de serviços;

8 - eventual necessidade de treinamento de pessoal;

9 - qualidade do produto.

Art. 12° O processo de seleção compreenderá a cotação entre os fornecedores que deverá ser feita, no mínimo, na seguinte quantidade:

I - compras no valor de até R$ 10.000,00 (dez mil reais) - 03 (três) cotações com diferentes fornecedores;

II- compras acima do valor de R$ 10.000,00 (dez mil reais) - 04 (quatro) cotações com diferentes fornecedores.

§ 1° Para as compras realizadas em regime de urgência serão feitas três cotações, através de fax, telefone ou email.

§ 2° Quando não for possível realizar o número de cotações estabelecido no presente artigo, a Diretoria da Fabrica autorizará a compra com o número de cotações que houver, mediante justificativa.

Art. 13° O Pedido de Cotação poderá ser feito por todos os meios válidos de comunicação, tais como Internet, fax, email, carta ou, no caso de emergência, telefone, levando-se a termo as cotações obtidas.

Art.14° A melhor oferta será apurada considerando-se os procedimentos contidos no art. 8° do presente Regulamento e será apresentada ao Diretor, a quem competirá, exclusivamente, aprovar a realização da compra.

Art. 15° Após aprovada a compra, o Coordenador Administrativo emitirá a Ordem de Despesa, em duas vias, distribuindo as vias da seguinte forma:

I - uma via para o fornecedor;

II- uma via para a Diretoria.

Art.16° A Ordem de Despesa corresponde ao contrato formal efetuado com o fornecedor e encerra o procedimento de compras, devendo representar fielmente todas as condições em que foi realizada a negociação.

§ 1° A Ordem de Despesa deverá ser assinada pela Direção Geral ou Executiva da Fabrica.

§ 2° Para as compras efetuadas através de meio eletrônico serão emitidos os documentos obtidos nas negociações eletrônicas, contendo as condições do negócio realizado.

§ 3° As compras realizadas através de processo de importação serão formalizadas em conformidade com a legislação em vigor.

Art.17° O recebimento dos bens e materiais será realizado pela Coordenação Administrativa, responsáveis pelo recebimento da Nota Fiscal do fornecedor e conferência dos materiais, consoante às especificações contidas na Ordem de Despesa. O acompanhamento das ordens de compra será diário, realizado pela Diretoria, que acionará a Coordenação de compras caso haja atraso nos prazos de entrega.

§ 1° Caberá à Coordenação Administrativa a responsabilidade pela conferência da autenticidade da Nota Fiscal, mediante consultas aos sites das Receitas Federal e Estadual.

§ 2° Caso seja constatada irregularidade na emissão da Nota Fiscal ou na situação legal do Fornecedor, a Coordenação Administrativa deverá comunicar imediatamente a Direção Geral e Executiva e proceder ao cancelamento da compra e devolução do material.

Título IV - Das compras de pequeno valor

Art. 18° Para fins do presente Regulamento considera-se compra de pequeno valor a aquisição de bens de consumo inexistentes no estoque e sem previsão de consumo, adquiridas através de nota fiscal ao consumidor, cujo valor total não ultrapasse R$200,00 (duzentos reias).

Art.19° As compras de pequeno valor estão dispensadas do cumprimento das etapas definidas nos incisos II e III do artigo 8° do presente Regulamento.

Art.20° As compras de pequeno valor serão autorizadas pelo Diretor Geral e deverão ser comprovadas através de Nota Fiscal, aplicando-se as condições previstas nos § 1° e § 2° do Art. 18° deste Regulamento.

Art.21° A Fabrica poderá dispor de um caixa para pequenas despesas, no valor de R$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos reais) ao mês, para pagamento em espécie de itens e serviços, aí incluídos e não limitados, tais como deslocamentos locais, material de papelaria e escritório, serviços gráficos, correspondências, despesas de cartório e bens de consumo. Este caixa será controlado pela Coordenação Administrativa da Fabrica e sua utilização deverá obedecer às normas abaixo descritas:

a) O caixa deverá ser necessariamente ser lançado em nome de um funcionário da Fabrica, sendo de responsabilidade da Coordenação Administrativa a definição deste funcionário;

b) O pagamento da despesa somente pode ser efetuado após o recebimento do numerário por parte do funcionário da Fabrica;

c) As despesas deverão ocorrer no prazo máximo de até 90 dias consecutivos, a partir da data do crédito do numerário ao funcionário, prazo limite para apresentação da prestação de contas;

d) É vedada a transferência de responsabilidade para aplicação de adiantamento ou seu saldo;

e) A abertura de novo numerário somente poderá ser feita após encerramento do anterior, com devida apresentação de todos os respectivos comprovantes de despesa;

f) Até 20% do valor do adiantamento poderá ser utilizado com a aquisição de bens permanentes, obedecendo à obrigatoriedade de incorporação ao patrimônio público dos bens eventualmente adquiridos com recursos públicos;

g) Poderá ser aberto, mais de um caixa para cada fonte de recursos (Contrato de Gestão, projetos captados, convênios com repasse de recursos, etc.). Cada caixa deverá conter apenas despesas relativas ao respectivo projeto/fonte e deverão ser observadas as normas de prestação de contas especificas de cada fonte.

Título V - Do fornecedor exclusivo

Art.22° A compra de bens de consumo e materiais permanentes fornecidos com exclusividade por um único fornecedor está dispensada das etapas definidas nos incisos II e III do art. 8°, conforme estabelecido no inciso I, Parágrafo Único, Art. 3° deste Regulamento.

Art.23° A condição de fornecedor exclusivo será comprovada através de carta de exclusividade apresentada pelo fornecedor, renovada a cada seis meses.

§ 1° A Diretoria da Fabrica comprovará a veracidade da carta de exclusividade apresentada pelo fornecedor. Em caso de suspeita de falsidade oficiar-se-á o Ministério Público para providências cabíveis.

§ 2° A condição de fornecedor exclusivo deverá ser avalizada pela Diretoria da Fabrica.

Capítulo IV- DA CONTRATAÇÃO DE OBRAS

Título I - Definição

Art.24° Para fins do presente Regulamento considera-se obra toda construção, reforma, recuperação ou ampliação, realizada por terceiros.

Título II - Da contratação

Art.25° Para a realização de obras deverão ser elaborados previamente os projetos básicos e executivos, bem como o cronograma físico-financeiro, a seguir definidos:

I - projeto básico: conjunto de elementos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado, para caracterizar a obra ou o complexo de obras, elaborado com base nas indicações dos estudos técnicos preliminares, que assegurem a viabilidade técnica e o adequado tratamento do impacto ambiental do empreendimento, e que possibilite a avaliação do custo da obra e a definição dos métodos e do prazo de execução;

II - projeto executivo: conjunto de elementos necessários e suficientes à execução completa da obra, de acordo com as normas pertinentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT;

III - cronograma físico-financeiro: documento contendo a previsão de prazo de execução de cada etapa da obra e respectivo desembolso financeiro.

Art.26° Na elaboração dos projetos básico e executivo deverão ser considerados os seguintes requisitos:

I - segurança;

II- funcionalidade e adequação ao interesse público;

III - economia na execução, conservação e operação;

IV- possibilidade de emprego de mão-de-obra, materiais, tecnologia e matérias-primas existentes no local para execução, conservação e operação;

V - facilidade na execução, conservação e operação, sem prejuízo da durabilidade da obra ou do serviço;

VI- adoção das normas técnicas adequadas;

VII - avaliação de custo, definição de métodos e prazo de execução.

Art.27° O início da execução da obra será obrigatoriamente precedido da conclusão e aprovação, pela Diretoria da Fabrica, das etapas previstas no artigo 29°.

Art.28° As obras poderão ser executadas nos seguintes regimes:

I - empreitada global - quando se contrata a execução da obra e fornecimento de materiais por preço certo e global;

II - empreitada de lavor - quando se contrata apenas mão de obra por preço certo de unidades determinadas.

Parágrafo único: Caberá à Diretoria da Fabrica determinar o regime de contratação da obra.

Art.29° O processo de contratação da empresa deverá obedecer as seguintes etapas:

I - seleção;

II- apuração da melhor proposta;

III - celebração do contrato.

Art.30° A Diretoria da Fabrica deverá selecionar criteriosamente as empresas que participarão da seleção, considerando o regime de contratação, a idoneidade da empresa, a qualidade e o menor custo, definido no parágrafo segundo do Art. 11° deste Regulamento.

Art.31° A empresa selecionada deverá apresentar proposta de execução da obra nos moldes do projeto de execução, indicando o prazo de execução da obra e o custo total. Deverá, também, apresentar os seguintes documentos:

I - cópia do contrato social registrado na junta comercial ou no órgão competente;

II – cadastro nacional de pessoa jurídica (CNPJ)

III- certidões públicas de inexistência de débito:

a) municipais, estaduais e federais;

b) certificado de regularidade do FGTS.

c) certidãoNegativadeDébitosTrabalhistas(CNDT)

Parágrafo único: Somente participará da seleção a empresa que atender todos os requisitos do presente artigo.

Art.32° O processo de seleção compreenderá sempre que possível a cotação entre, no mínimo, três diferentes empresas do ramo.

Art.33° A melhor proposta será apurada considerando-se os princípios contidos no Art. 2° e requisitos especificados no Art. 25° do presente Regulamento e será apresentada à Diretoria da Fabrica, a quem competirá, exclusivamente, aprovar a realização da obra.

Art.34° - Não poderá participar do processo de seleção, direta ou indiretamente:

I - o autor do projeto básico ou executivo, pessoa física ou jurídica;

II- empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou executivo ou da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto ou controlador, responsável técnico ou subcontratado;

III - empregado ou dirigente da entidade.

§ 1° É permitida a participação do autor do projeto ou da empresa a que se refere o inciso II deste artigo, na seleção do empreiteiro ou na execução da obra, como consultor ou técnico, nas funções de fiscalização, supervisão ou gerenciamento, exclusivamente a serviço da entidade.

§ 2° Considera-se participação indireta, para fins do disposto neste artigo, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o empreiteiro.

Título III - Do contrato

Art.35° O contrato de empreitada regular-se-á pelas suas cláusulas, pelo direito civil e pelos princípios da teoria geral dos contratos.

Parágrafo único: O contrato deve estabelecer com clareza e precisão as condições para sua execução, expressas em cláusulas que definam os direitos, obrigações e responsabilidades das partes.

Art.36° São cláusulas necessárias ao contrato de empreitada:

I - o objeto e seus elementos característicos;

II - o regime de execução;

III- o preço e as condições de pagamento, os critérios, data-base e periodicidade do reajustamento de preços, os critérios de atualização monetária entre a data do adimplemento das obrigações e a do efetivo pagamento;

IV- os prazos de início e término;

V - as garantias oferecidas para assegurar sua plena execução, quando exigidas;

VI - os direitos e as responsabilidades das partes, as penalidades cabíveis e os valores das multas;

VII- os casos de rescisão;

VIII - a obrigação do empreiteiro de manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições existentes na seleção.

Título IV - Da Fiscalização

Art.37° A execução da obra deverá ser fiscalizada de modo sistemático e permanente, de maneira a fazer cumprir rigorosamente os prazos, condições e especificações previstas no contrato e no projeto de execução.

Art.38° A fiscalização poderá ser executada por pessoa física ou jurídica, especialmente contratada para esta finalidade.

Art.39° Caberá à fiscalização:

I - rejeitar os serviços ou materiais que não correspondam às condições e especificações estabelecidas;

II- verificar se os valores cobrados correspondem aos serviços efetivamente executados;

III - acompanhar o ritmo de execução da obra, informando à Diretoria Executiva as irregularidades detectadas;

IV - emitir parecer final, ao término da obra, recomendando ou não sua aceitação.

Título V - Dos controles

Art.40° A Diretoria da Fabrica deverá exigir a atualização das certidões mencionadas no Art. 31° e somente poderá autorizar o pagamento das faturas mediante a apresentação da seguinte documentação:

I - cópia autenticada da folha de pagamento de salários, férias e décimo terceiro salário, elaborada separadamente para os empregados que trabalham na obra;

II - cópia autenticada da Guia de Recolhimento da Previdência Social correspondente à folha de pagamento;

III - cópia autenticada da guia de recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.

Parágrafo único: A Diretoria da Fabrica deverá reter o pagamento caso a empresa não apresente os documentos mencionados no presente artigo.

Capítulo V - DA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

Título I - Definição

Art.41° Para fins do presente Regulamento considera-se serviço a prestação de qualquer trabalho de qualquer natureza, quando não integrantes de execução de obra, aí incluídos, mas não limitados: serviços artísticos, hospedagem, alimentação, produção artística, serviços gráficos, transporte, locação de bens, publicidade, seguro, consultoria, assessoria, serviços técnicos especializados, demolição, conserto, instalação, montagem, operação, conservação, reparação, adaptação, manutenção.

Título II - Da contratação

Fábrica Cultural

Art.42° Aplicam-se à contratação de serviços terceirizados, no que couber, as regras estabelecidas nos Arts. 8°, 9°, 11º a 17°, do Capítulo III do presente Regulamento.

Parágrafo único: Para a contratação de serviços técnicos especializados, definidos de acordo com o Art.45° desde Regulamento, é dispensada a Seleção de Fornecedores, de acordo com o inciso II, Parágrafo Único, do Art. 3° deste Regulamento.

Art.43° O procedimento de contratação de serviços terá início com o recebimento da solicitação de cotação, que deverá conter as seguintes informações:

I - descrição pormenorizada do serviço que deve ser contratado;

II- especificações técnicas;

III - condições de pagamento e prazo de realização do serviço.

Art.44° Considera-se de urgência o serviço, de natureza comum, cuja execução seja de necessidade imediata para garantir o bom funcionamento das atividades da Fabrica e para o qual, por motivos de força maior, não haja prazo suficiente para realizar o procedimento padrão de cotação.

Parágrafo único: Para contratação de serviço em regime de urgência aplicam-se, no que couber, os mesmos procedimentos previstos para compras.

TÍTULO III - Dos Serviços Técnicos Especializados

Art.45° Para fins do presente Regulamento consideram-se serviços técnicos especializados os trabalhos relativos a:

I. Estudos técnicos, planejamentos e projetos básicos ou executivos;

II. pareceres, perícias e avaliações em geral;

III. assessorias ou consultorias técnicas, jurídicas e auditorias financeiras;

IV. Fiscalização, supervisão ou gerenciamento de obras ou serviços;

V. Patrocínio ou defesa de causas judiciais ou administrativas;

VI. Treinamento e aperfeiçoamento de pessoal;

VII. Prestação de serviços de assessoria ou consultoria técnica ou pedagógica em áreas específicas;

VIII. Informática, inclusive quando envolver aquisição de programas e gerenciamento de sistema.

IX. Profissionais da área artístico-cultural, diretamente ou por meio de empresário, ligados à produção técnica específica da área cultural.

X. Contratação de artesão, para prestação de serviços artesanais.

XI. Assessoria de imprensa especializada, com comprovação da expertise e experiência na área.

Art.46° A Diretoria da Fabrica deverá selecionar criteriosamente o prestador de serviços técnicos profissionais especializados, que poderá ser pessoa jurídica ou física, considerando a idoneidade, a experiência e a especialização do contratado, dentro da respectiva área.

Fábrica Cultural

Art. 47° Nos casos em que a contratação de serviço implicar a alocação de mão de obra nas dependências da Associação, fica a pessoa jurídica prestadora dos serviços obrigada a apresentar, mensalmente, a guia de recolhimento do FGTS e da contribuição ao INSS incidente sobre o salário desses funcionários, sob pena de retenção do pagamento.

CAPÍTULO VI - DA ALIENAÇÃO

Art. 48° A alienação de bens pertencentes à Fabrica será sempre precedida de avaliação de seu valor de mercado, efetuada por comissão indicada para este fim pela Diretoria Executiva ou a quem este delegar.

Art. 49° Fica dispensada a Seleção de Fornecedores para alienação de bens pertencentes à Fabrica nas hipóteses previstas no Parágrafo Único do artigo 3° deste Regulamento, no que couber, e para:

I - dação em pagamento;

II - doação, permitida exclusivamente para órgãos públicos, entidade sem fins lucrativos de interesse social, educacional ou científico ou às crianças e adolescentes participantes das atividades desenvolvidas pela Fabrica.

Art. 50° É vedada a alienação de bens imóveis pertencentes ao Instituto sem prévia autorização do Conselho de Administração, caso em que os recursos oriundos da alienação somente poderão ser empregados em investimentos na própria entidade.

CAPÍTULO VII - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 51° A Fabrica poderá utilizar a modalidade de Pedido de Cotação para a contratação de serviços e obras e a aquisição e alienação de bens, de qualquer valor, realizadas com recursos que não sejam de origem pública.

Art.52° Os casos omissos ou duvidosos na interpretação do presente Regulamento serão resolvidos pela Diretoria da Fabrica, com base nos princípios gerais de direito.

Art.53° Os valores estabelecidos no presente regulamento serão semestralmente revistos e atualizados pela Diretoria da Fabrica, se necessário.

Art.54° O presente Regulamento entrará em vigor a partir da data de sua aprovação pelo Conselho de Administração e será publicado no site Fabrica Cultural.

Fábrica Cultural

22. REGULAMENTO DE SELEÇÃO DE PESSOAL

1. OBJETIVO

Definir as premissas para captação, seleção e contratação de recursos humanos, objetivando suprir as demandas das vagas previstas na Associação Fabrica Cultural, incluídas aquelas oriundas de relações contratuais, convênios ou outras avenças firmadas com órgãos públicos ou empresas privadas, através de técnicas que visam avaliar os conhecimentos gerais, competências e potencialidades dos candidatos, em conformidade com o perfil exigido para o preenchimento das vagas, observando os princípios da impessoalidade, da moralidade, da boa fé, da probidade, da economicidade, da eficiência, da isonomia, da publicidade e do julgamento objetivo.

2. APLICAÇÃO

As regras dispostas no presente regulamento se aplicam a todas as contratações da Associação Fabrica Cultural.

3. DAS ATIVIDADES

3.1 Observações gerais

a) Não é permitida discriminação de cor, estado civil, religião, nacionalidade, credo político, sexo, orientação sexual e idade;

b) O processo seletivo respeitará as exigências definidas como perfis para ocupação da vaga, podendo sofrer alterações decorrentes de obrigações oriundas de pactos firmados com entidades públicas ou privadas e/ou do demandante;

c) O recrutamento poderá acontecer, a depender da origem da demanda, através de divulgação em edital ou anúncio de vaga em sites (CATHO, Currículum, INFOJOBS, etc.) e/ou nos sistemas de intermediação de mão de obra como Casa do Trabalhador e SINE – Sistema Nacional de Emprego, dentre outros;

d) Não há limite de número de candidatos para participação no processo seletivo, no entanto, apenas serão indicados para a entrevista individual, caso
corresponda à última fase da seleção, até 06 (seis) candidatos classificados a
mais da quantidade de vagas disponíveis, e assim sucessivamente, até o encerramento, com sucesso, da seleção;

e) O quantitativo de vagas disponíveis será definido pelo demandante;

f) A aprovação no processo seletivo apenas classificará o candidato para futura
contratação. A Fabrica Cultural reserva-se o direito de proceder às contratações conforme a necessidade do serviço;

g) Poderá ser responsabilidade de consultoria externa contratada o processo de recrutamento para captação e triagem dos candidatos conforme exigência da vaga e requisitos estabelecidos pela Fabrica Cultural

h) Para a contratação dos serviços de consultoria externa especializada será realizado o processo de cotação, nos termos do Regulamento próprio da Fabrica Cultural, sendo escolhida a que apresentar melhor relação custo x benefício;

3.2 Responsabilidades do demandante

a) Solicitar a Abertura de Vaga, definindo o perfil específico da vaga;

b) Justificar a necessidade da vaga através de relatório, de acordo com o tipo de contratação, e enviá-lo ao RH;

c) Participar da seleção quando a análise exigir conhecimento técnico conforme perfil solicitado;

d) Realizar entrevistas individuais com os candidatos informando em seu parecer final, observadas, se for o caso, as exigências contidas no edital de seleção;

e) Informar ao RH o(s) nome(s) do(s) candidato(s) aprovado(s) e data(s) de admissão, para que seja dada continuidade no processo de contratação.

3.3 Responsabilidades do RH (Coordenadoria ADM-Financeiro-RH):

a) Cobrar do setor responsável todos os impressos necessários para o início doprocesso de recrutamento;

b) Complementar o termo de referência para seleção, base para o edital, quando for o caso;

c) Providenciar meios de anúncio elaborando edital, quando necessário, e/ouprovidenciando divulgação em outros meios (sites, consultoria externa, jornaise/ou sistema de intermediação de mão de obra), conforme exigênciascontratuais e perfil da vaga;

d) Orientar e acompanhar recrutamento quando houver contratação de consultoria externa;

e) Aplicar teste psicológico específico, conforme perfil da vaga;

f) Elaborar, com o solicitante da vaga, a descrição de função, que deverá nortear os processos seletivos de substituição;

g) Coordenar o agendamento das entrevistas com cada candidato;

h) Encaminhar ao demandante os finalistas e reservar um dia para que ocorram as entrevistas;

i) Coordenar o agendamento das entrevistas dos finalistas;

j) Manter atualizados os candidatos participantes, preferencialmente através dee-mail, conforme o andamento da seleção;

k) Seguir o plano de remuneração estabelecido para o contrato de gestão emquestão;

l) Realizar estudo de remuneração junto a Diretoria da área solicitante, para cargos de liderança, considerando a última ou a atual remuneração e benefícios do candidato aprovado, comparando a remuneração e benefícios oferecidos;

m) Informar ao candidato a modalidade de contratação em período de experiência de 90 dias;

n) Obedecer aos seguintes prazos para todos os processos de recrutamento, seleção e admissão:

i. máximo de 30 dias, a contar da data da solicitação da vaga, para aumento de quadro;

ii. máximo de 20 dias para substituição de quadro.

4. SELEÇÃO

a) O processo seletivo respeitará as exigências definidas como perfis para ocupação da vaga, podendo sofrer alterações decorrentes de obrigações oriundas de pactos firmados com entidades públicas ou privadas e/ou do demandante;

b) O RH poderá se valer de todos os meios regulares de captação de candidatos, dentre os quais: seleção pública mediante publicação de edital; anúncios em sites, jornais e serviços de intermediação de mão de obra; contratação direta, etc;

c) As seleções realizadas mediante seleção pública com publicação de edital seguirão rotina específica indicada no **ANEXO I** deste Regulamento;

d) Os textos integrais dos editais serão publicados no sítio da Fabrica Cultural na rede mundial de computadores, além de outros veículos indicados;

e) Será de responsabilidade do RH acompanhar o processo seletivo juntamente com o demandante da vaga;

f) Poderão ser utilizadas as seguintes formas de avaliação, separada ou simultaneamente, a depender das exigências que lastrem a contratação:

I. Avaliação escrita, objetiva e/ou subjetiva;

II. Avaliação oral;

III. Avaliação prática;

IV. Avaliação curricular;

V. Avaliação psicológica;

VI. Avaliação através de dinâmica de grupo;

VII. Avaliação através de entrevista individual por competência.

g) As avaliações poderão ter caráter eliminatório e/ou classificatório, dependendo das exigências que lastrem a contratação, incluídas aquelas constantes de pactos firmados com entes públicos ou empresas privadas, e/ou perfil da vaga.

h) Todo processo seletivo promovido pela Fabrica Cultural terá caráter classificatório e/ou eliminatório conforme exigências para o preenchimento das vagas.

5. INSTRUMENTOS

a) Avaliação Escrita

A Avaliação Escrita poderá conter questões objetivas e/ou subjetivas e tem afinalidade de avaliar o conhecimento técnico do candidato na área de atuaçãoescolhida.

Poderão ser utilizados conteúdos de conhecimentos gerais (português, matemática, informática, outros) e conhecimentos específicos em conformidade com a vaga.

A Avaliação escrita poderá ser utilizada nas vagas destinadas a qualquer nível de escolaridade, conforme o caso.

A Avaliação escrita poderá ser utilizada em caráter eliminatório/classificatório.

Será exigida pontuação mínima de 50% (cinquenta por cento) do total da avaliação para aprovação.

b) Avaliação prática

A Avaliação Prática destina-se a avaliar a adequabilidade do candidato na execução das tarefas típicas da vaga escolhida.

Os critérios de avaliação serão estabelecidos conforme as habilidades exigidas pela vaga.

A Avaliação Prática poderá ser utilizada nas vagas destinadas a qualquer nível de escolaridade, conforme o caso.

A Avaliação Prática poderá ser utilizada em caráter eliminatório/classificatório.

c) Avaliação curricular

A Avaliação Curricular compreende a análise de cursos realizados, títulos, experiências de trabalho e produção científica, com contagem de pontos conforme tabelas específicas para cada cargo.

Os critérios de apresentação dos documentos deverão ser especificados na divulgação do processo seletivo.

Poderá ser utilizada para as vagas de nível médio/técnico e/ou nível superior.

A Avaliação Curricular poderá ser utilizada em caráter classificatório/eliminatório.

d) Avaliação Psicológica

A Avaliação Psicológica é um processo realizado através do emprego de instrumentos científicos que possibilitam a identificação de aspectos psicológicos do candidato, objetivando um prognóstico do desempenho nasatividades referentes à vaga almejada.

Os critérios para definição do tipo de instrumento a ser utilizado basear-se-ãono perfil da vaga. Poderão ser utilizados instrumentos científicos devidamentereconhecidos pelo CFP – Conselho Federal de Psicologia.

A Avaliação Psicológica poderá ser utilizada para seleção de profissionais dequalquer nível de escolaridade.

A Avaliação Psicológica sempre terá caráter classificatório.

e) Avaliação através de dinâmica de grupo

A Dinâmica de Grupo é um conjunto de técnicas para identificação dos comportamentos e relações dos indivíduos no meio em que vive.

Poderá ser utilizada na fase classificatória e/ou eliminatória do processo seletivo, sendo utilizada para levantamento das características comportamentais necessárias à vaga.

Os critérios de avaliação da dinâmica de grupo serão estabelecidos conformecomportamentos e atitudes identificadas no perfil da vaga.

f) Avaliação através de entrevista individual por competência

É um instrumento que busca avaliar a capacidade do candidato, em sua declaração comportamental, fornecer resposta estruturada conforme uma situação que tenha ocorrido em seu histórico profissional e/ou pessoal.

A entrevista individual por competência poderá ser utilizada para seleção de candidatos de qualquer nível de escolaridade e tem caráter classificatório e/ou eliminatório.

Fábrica Cultural

6. ADMISSÃO/CONTRATAÇÃO

a) O processo de admissão/contratação será realizado mediante convocação do RH da Fabrica Cultural, obedecendo o interesse e a conveniência do Instituto e as regras constantes do edital de seleção, quando for o caso;

b) Na hipótese de seleção realizada mediante edital público, decorrente de exigência constante de avenças firmadas entre a Fabrica Cultural e entes públicos, antes da publicação do resultado final, o processo deverá ser remetido ao Departamento Jurídico da Fabrica Cultural a fim de analisar a regularidade do processo, devendo se manifestar no prazo máximo de 24h;

c) Após finalização do processo seletivo, o RH deve solicitar que candidato entregue os documentos descritos no **ANEXO II**. Deverá informar o período de experiência, que será de 60 dias, prorrogável por mais 30 dias totalizando o período máximo de 90 dias;

d) No momento da entrega dos documentos o candidato será encaminhado para a realização dos exames admissionais, conforme a atividade a ser desempenhada, de acordo com o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO. O médico que realiza os exames faz a análise e emiteparecer final quanto às condições de saúde para a contratação.

Nenhum colaborador poderá começar a exercer suas atividades profissionais,antes de realizar todos os exames;

e) Havendo incompatibilidade insanável, atestada por junta médica, entre o cargo pretendido e a patologia porventura identificada no candidato aprovado,este não poderá ser contratado.

f) O primeiro dia de trabalho do novo colaborador deverá ocorrer em dias úteis em sistema diário (SD).

g) Os colaboradores deverão ser cadastrados no sistema de ponto, sendo deresponsabilidade do RH fazer o cadastro e orientar a rotina do Ponto.

h) É papel do RH averiguar se o colaborador possui conta bancária. Se positivo, solicitar todos os dados da conta. Caso não tenha, o RH deverá entregar ao colaborador a solicitação de abertura de conta.

i) O colaborador deve comparecer a uma agência, conforme carta de encaminhamento, munido da solicitação para realizar a abertura da conta.
Após a abertura o colaborador deve entregar documento contendo os dadosda conta, ou cópia do cartão do banco ao RH.

Fábrica Cultural

7. CUSTOS

a) Todos os custos referentes ao processo de recrutamento e seleção de profissionais devem ser previstos, acordados e faturados no centro de custoda área requisitante.

b) Material a ser utilizado em recrutamento e seleção, será solicitado com antecedência, com a autorização da Coordenação de RH.

8. OBSERVAÇÕES GERAIS

A contratação de colaboradores para ocupar cargos de direção,coordenação e assessoramento superior não se submetem às regras do presente Regulamento, sendo livremente escolhidos pela Diretoria da Fabrica Cultural.

9. ANEXOS

ANEXO I - Modelo de Edital
ANEXO II - Documentos para Admissão

Fábrica Cultural

MODELO DE EDITAL DE PROCESSO SELETIVO

ANEXO I

MERAMENTE ILUSTRATIVO
SEU CONTEÚDO PODE VARIAR DE ACORDO COM AS EXIGÊNCIAS DO CARGO, FORMA DE SELEÇÃO, EXIGÊNCIAS DO CONTRATO DE GESTÃO, CONVÊNIO OU OUTRAS AVENÇAS.

PROCESSO SELETIVO
EDITAL N.º ____/ 20____

A Fabrica Cultural, no uso de suas atribuições, tendo em vista o que estabelece o (colocar o número do contrato de gestão ou do convênio), faz saber que será realizado PROCESSO SELETIVO, visando contratação de profissionais para desempenhar atividades _____ no âmbito do (informar o local), tendo como entidade responsável pela operacionalização da seleção a _____,(no caso de consultoria externa) conforme previsto em seu Regulamento de Contratação de Pessoal.

1 DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1 O processo seletivo será regido pelas disposições contidas no (colocar o número do contrato de gestão ou do convênio) e pelas regras do presente edital.

1.2 O processo seletivo será realizado na cidade de _____.

1.3 A nomenclatura do cargo, a quantidade de vagas, os requisitos mínimos, as atribuições, a forma de seleção, o salário básico, a jornada de trabalho e todas as demais informações sobre o perfil exigido para o preenchimento das vagas estão disposta no ANEXO ___ deste edital.

1.4 O candidato portador de necessidade especial que necessitar de qualquer tipo de atendimento diferenciado, para a realização das etapas desse Processo Seletivo, deverá solicitá-lo no ato da inscrição, anexando à ficha de inscrição requerimento explicitando o tipo de atendimento diferenciado e laudo médico que o justifique

1.5 A solicitação será atendida obedecendo a critérios de viabilidade e razoabilidade.

1.6 Os candidatos Portadores de Necessidades Especiais terão assegurados o pleno exercício dos direitos, desde que compatíveis com as atribuições técnicas, físicas e psicológicas do cargo.

1.6.1 Serão consideradas Pessoas Portadoras de Necessidades Especiais, aquelas que se enquadrarem nas categorias discriminadas nos arts. 3º e 4º do Decreto Federal n.º 3.298/99.

1.6.2 No ato da inscrição, juntamente com a ficha de inscrição já devidamente preenchida, o candidato Portador de Necessidades Especiais deverá:

a) anexar Laudo Médico, atestando a espécie e o grau ou nível da deficiência de que é portador, com expressa referência ao código correspondente da Classificação Internacional de Doença – CID, bem como a provável causa da deficiência;

b) requerer, se necessário, tratamento especial para realização de sua prova, exceto a realização da prova fora do local previamente designado.

1.6.3 Após a avaliação inicial do Processo Seletivo, o candidato Portador de Necessidades Especiais, quando convocado para contratação deverá, no prazo de 05 (cinco) dias, se submeter a exame médico,cuja decisão será

terminativa sobre essa condição, bem como sobre a compatibilidade da deficiência com o exercício das atribuições do cargo pleiteado.

1.6.4 O candidato portador de necessidades especiais deverá fazer sua opção, com o correto preenchimento, do campo próprio da ficha de inscrição, realizando sua inscrição nas mesmas formas estabelecidas para os demais candidatos, vedada qualquer alteração posterior.

2 DAS INSCRIÇÕES NO PROCESSO SELETIVO

2.1 As inscrições serão realizadas nos dias úteis, no período de ____ a _____ de _____ de _____, nas modalidades Presencial e pela Internet.

2.2. A inscrição Presencial será realizada em Posto fixo instalado na _____ – Rua _____, das 9:00h às 17:00h.

2.2.1 A inscrição pela internet será realizada pelo site www._____.com.br. até às 23:59:59 do dia ___/___/___.

2.4 Para realizar a inscrição o candidato deverá pagar a taxa de inscrição, preencher o formulário de inscrição e entregar os documentos solicitados: cédula de identidade, comprovantes dos pré-requisitos e comprovantes dos títulos, cursos, habilitações e experiências declaradas.

2.4.1. Todos os documentos devem ser entregues em fotocópias autenticadas.

2.5 Ao realizar a inscrição pela internet, o candidato deverá encaminhar a documentação solicitada, via SEDEX, em nome _____- Rua _____

2.5.1. Só serão aceitos os documentos postados até o dia ___/___/___.

2.6. No momento da inscrição, o candidato deverá optar por apenas um cargo e, na hipótese de duplicidade de inscrições será considerada aquela que tiver sido realizada primeiro.

2.2.7 É vedada a inscrição condicional ou extemporânea.

2.8 Antes de realizar a inscrição, o candidato deverá certificar-se de que preenche todos os requisitos exigidos para a contratação.

2.9 As informações prestadas no formulário de inscrição serão de inteira responsabilidade do candidato, dispondo a Fabrica Cultural do direito de excluir do processo seletivo aquele que não preencher o formulário de forma completa, correta e legível.

2.10 Não serão aceitas as solicitações de inscrição que não atenderem rigorosamente ao estabelecido neste Edital.

2.11. Os candidatos que não apresentarem os documentos exigidos e não atenderem os requisitos constantes deste edital e seus anexos não terão pontuação no item correspondente.

2.12 Na inscrição o candidato deverá entregar os documentos comprobatórios dos pré-requisitos sem os quais não terá sua inscrição no Processo Seletivo acatada ou validada.
2.13 O comprovante de inscrição deverá ser mantido em poder do candidato e apresentado nos locais de realização de cada etapa desse Processo Seletivo.

3 DO PROCESSO SELETIVO

3.1 O Processo Seletivo, conforme descrito na TABELA ___ do ANEXO I do presente edital compreenderá as seguintes etapas e fases:
(aqui devem ser indicadas as fases e etapas)

3.2 A PROVA ESCRITA/ ORAL será realizada com base no conteúdo programático informado no ANEXO I deste edital e ainda as seguintes regras:
3.2.1 _____
3.3 A PROVA PRÁTICA será realizada com base no BAREMA informado no ANEXO I deste edital e ainda as seguintes regras:
3.3.1 _____
3.4 A ANÁLISE CURRICULAR será realizada com base no BAREMA informado no ANEXO I deste edital e ainda as seguintes regras:
X._____
3.5 A AVALIAÇÃO PSICOLÓGICA
X._____
X.X (OUTRAS FORMAS DE SELEÇÃO)
X._____
X DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E DE CLASSIFICAÇÃO DA ETAPA DE AVALIAÇÃO INICIAL
3.6 A classificação dos candidatos far-se-á em ordem decrescente (maior para o menor) de pontos resultantes da soma dos pontos obtidos conforme quadro de pontuação apresentado no item XXX

4 DOS CRITÉRIOS DE DESEMPATE

4.1 Em caso de empate, na etapa de avaliação inicial do Processo seletivo, terá preferência o candidato que, sucessivamente:

a) O que obtiver maior pontuação na _____;
b) Tiver maior tempo de experiência na função;
c) Tiver maior tempo de formado _____;
e) _____

4.1.1 Persistindo o empate, vencerá o candidato mais idoso, observando ano, mês e dia de nascimento.

4 2. DOS RECURSOS (pode não ser admitido recurso)

4.2.1 Só será admitido recurso contra a avaliação das provas escritas ou da avaliação curricular.

X.1.1 O recurso, protocolado na _____, na Rua _____, na forma do modelo fornecido no local, no prazo de 01 (um) dia útil contado a partir do primeiro dia útil da publicação do ato no _____.

X.2 Não serão aceitos recursos via postal, via fax ou via correio eletrônico, sob pena de serem preliminarmente indeferidos.

X.3 Se da análise do recurso resultar anulação de item integrante de prova objetiva, a pontuação correspondente a esse item será atribuída a todos os candidatos,independentemente de terem recorrido.

X.4 Serão preliminarmente indeferidos recursos extemporâneos, inconsistentes, que estejam fora de qualquer uma das especificações e/ ou não atendam às exigências estabelecidas neste Edital.

X.5 Os recursos não terão efeito suspensivo.

Fábrica Cultural

5 DISPOSIÇÕES FINAIS

5.1. A inscrição do candidato implicará na aceitação das normas para o processo seletivo contidas nos Comunicados, neste Edital e em outros a serem publicados ou fornecidos diretamente ao candidato.

5.2 É de inteira responsabilidade do candidato acompanhar a publicação de todos os atos, Editais e comunicados referentes a este processo seletivo no _____ e nos quadros de avisos da _____.

5.3 A aprovação no Processo seletivo gera para o candidato apenas a expectativa de direito de contratação. A Fabrica Cultural reserva-se o direito de proceder às contratações conforme a necessidade do Serviço.

5.4 Este processo seletivo terá validade de 1 (um) ano contado a partir da data da publicação da homologação de seu resultado no _____, podendo ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério da Fabrica Cultural.

5.5 A convocação dos candidatos para contratação será realizada de acordo com a necessidade do serviço, observando-se a ordem de classificação.

5.6 Os candidatos serão contratados, por meio da celebração de contrato sob REGIME CELETISTA.

5.7 O (autoridade competente)_____ poderá, a seu critério, antes da publicação do resultado final, suspender, revogar ou invalidar o Processo Seletivo, não assistindo aos candidatos direito à reclamação de qualquer natureza.

5.8 O resultado do processo seletivo será homologado pelo _____ e publicado no _____, contendo os nomes dos candidatos aprovados e classificados por cargo, obedecendo rigorosamente à ordem de classificação, separada em listas distintas para a ampla concorrência e para os PNE.

5.9 Após a publicação do resultado do Processo Seletivo obriga-se o candidato a comunicar à _____ qualquer alteração de endereço e telefone, através de formulário protocolado no Setor_____.

5.10 O candidato, por ocasião da sua contratação, declarará sua condição relativa à acumulação de cargos públicos (se for o caso).

5.11 A inexatidão das declarações, as irregularidades de documentos ou as de outra natureza, ocorridas no decorrer desse processo seletivo, mesmo que só verificada posteriormente, inclusive após a entrada em exercício no cargo, eliminará o candidato, anulando-se todos os atos e efeitos decorrentes de sua inscrição.

5.12. Os itens deste Edital poderão sofrer eventuais alterações, atualizações ou acréscimos, enquanto não consumada a providência do evento que lhes disser respeito, circunstância que será mencionada em Edital ou Aviso a ser publicado no xxxxxx

5.13 Os candidatos poderão obter informações referentes a esse processo seletivo nos sites www. _____.ba.gov.br , ou pelos telefones (___) ____.

5.14 Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria da Fabrica Cultural.

5.15 São requisitos básicos exigidos para a contratação:

a)Ter sido aprovado no processo seletivo;

b) Ter certificado de reservista ou de dispensa de incorporação, em caso de candidato brasileiro, do sexo masculino;
c) Possuir nível de escolaridade exigido para o exercício do cargo, estabelecido neste edital;
d) Ter aptidão física para o exercício das atribuições do posto de trabalho;
e) Cumprir as determinações deste edital;
f) Ter registro no órgão de fiscalização da profissão, quando cabível.

5.16 Não poderão ser contratados:

a) Aquele que possuir cargo ou emprego ou função pública, exceto os permitidos na Constituição Federal, na Constituição Estadual;
b) O ocupante de cargo em comissão ou estar em exercício de função gratificada em órgãos ou entidades públicas;
c) O servidor público, nos casos de acumulação lícita, que seja lotado a unidade...;
d) O colaborador de empresa terceirizada que atue dentro da unidade.

5.17 Fazem parte integrante deste edital os seguintes anexos:
a)
b)
c)
d)
_____, ___ de _____ de 2019.
(nome)
(Diretor Presidente/ Superintendente Técnico Científico/ Superintendente Regional)
(nome)
(responsável pelo RH)

Fábrica Cultural

ANEXO II
DOCUMENTOS PARA ADMISSÃO

Nome:_____
Setor:_____
Cargo:_____
Data admissão:_____
Telefone:_____

DOCUMENTOS

- CARTEIRA PROFISSIONAL (ORIGINAL E XEROX)
- 2 CÓPIAS DO RG
- 2 CÓPIAS DO CPF/CIC
- 2 CÓPIAS DE COMPROVANTE DE RESIDÊNCIA (LUZ, ÁGUA OU TELEFONE)
- 1 CÓPIA DO PIS OU PASEP
- 1 CÓPIA DO TÍTULO DE ELEITOR
- 1 CÓPIA DO CERTIFICADO MILITAR
- ATESTADO DE ANTECEDENTES CRIMINAIS-ORIGINAL
- 02 FOTOS 3X4 (RECENTES/COLORIDAS)
- 1 CÓPIA DA CARTEIRA DE VACINAÇÃO (P/ SAÚDE OCUPACIO NAL)
- 1 CÓPIA HISTÓRICO ESCOLAR DA FORMAÇÃO (ENSINO MÉDIO /GRADUAÇÃO/PÓS GRADUAÇÃO)
- 2 CÓPIAS DA CARTEIRA DO CONSELHO REGIONAL OU FEDERATIVO
- COMPROVANTE DE REGULARIDADE NO CONSELHO
- 2 CÓPIAS DO DIPLOMA DO CURSO TÉCNICO
- 1 CÓPIA DO CERTIDÃO DE CASAMENTO, AVERBAÇÃO JUDICIAL OU DECLARAÇÃO OU CARTÓRIO
- 1 CÓPIA COMPROVANTE DE VACINAÇÃO DOS FILHOS ATÉ 07
- ANOS
- 1 CÓPIA DA CERTIDÃO DE NASCIMENTO DOS FILHOS MENORES DE 14 ANOS
- 1 CÓPIA COMPROVANTE DE FREQUÊNCIA Á ESCOLAR PARA OS FILHOS A PARTIR DE 07 ANOS DE IDADE
- DECLARAÇÃO DE REFERÊNCIA PROFISSIONAL (ÚLTIMO EMPREGO)
- CURRÍCULO
- OBSERVAÇÕES:
- EXAME: ____/_____/____ HORÁRIO: _____
- _____
- TREINAMENTO DE SEGURANÇA DO TRABALHO: ____/_____/
- ___ HORÁRIO:
- AGÊNCIA/CONTA NO BANCO _____
- _: AG: _____ C/C:_____
- VALE TRANSPORTE: SIM ( ) NÃO ( )

CADASTRO NO RELÓGIO DE PONTO:

Fábrica Cultural

23. PROPOSTA METODOLÓGICA PARA AFERIÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS

PROPOSTA METODOLOGICA PARA AFERIÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS

Para que se possa alcançar os resultados e metas propostos pelo Estado da Bahia, constantes do Edital de Seleção nº 10/2018, é imprescindível que se estabeleça metodologias para aferição de satisfação dos usuários que tangenciam o Contrato proposto.

A Execução de práticas de aferição de satisfação estabelece um canal de diálogo com os usuários (artesãos e trabalhadores), que passam a se sentir mais considerados e contemplados; e a Instituição ganha mais chances de acertar no oferecimento dos seus produtos e serviços, atendendo às demandas reais dos seus usuários. Sabendo de que o usuário pensa e espera da Instituição, os erros tendem a diminuir, os processos são melhor direcionados e os ajustes são realizados partindo de dados concretos sobre o que deve ser aperfeiçoado.

Segue abaixo metodologias a serem empregadas pela organização na execução do Contrato de Gestão nº xxx, a fim de cumprir esse requisito e também trazer informações estratégicas para o crescimento do negócio – artesanato da Bahia:

01. Pesquisas de satisfação: O objetivo da Pesquisa de Satisfação de Usuários é mensurar o que os clientes estão pensando, sentindo e fazendo sobre os processos, produtos e serviços da organização.

As pesquisas serão realizadas por meio da aplicação de questionários referentes à satisfação dos usuários relacionado ao Contrato de Gestão nº xxx . Com os dados levantados, será feita uma análise com gráficos e tabelas cruzadas, para diagnosticar a eficácia do serviço que vem sendo executado.

Proposta de pesquisa e indicadores de satisfação:

Exemplo de questionário 01:

Ao preencher o questionário tenha em conta que o grau de satisfação:

- 1 = Muito Insatisfeito, 2 = Insatisfeito, 3 = Pouco Satisfeito, 4 = Satisfeito e 5 = Muito Satisfeito.

Nº	Indicador	Grau de Satisfação					O que falta para que o seu grau de satisfação seja 5?
		1	2	3	4	5	
1.	Modo de prestação do serviço						
2.	Tempo de resposta às solicitações						
3.	Gentileza no atendimento						

Fábrica Cultural

4.	Acessibilidade à informação						
5.	Qualidade da Informação disponibilizada						
6.	A Instituição vem atendendo à expectativa do usuário?						
7.	Os canais e fluxos de distribuição do artesanato estão adequados?						
8.	Os locais de venda dos produtos estão adequados?						
9.	Contribuição desta Instituição para a venda do seu produto						
10.	Atendimento telefónico						
11.	Atendimento por e-mail						
12.	Avaliações periódicas para aferir o índice de satisfação						
13.	Consulta aos usuários (participação em decisões, melhorias ao serviço, etc.)						
14.	Satisfação global com o desempenho da organização/departamento que está a ser avaliada(o)						
15.	Observações:						

02. Reuniões periódicas direcionadas com usuários: Ferramenta importante para a captação de informações com o objetivo de aproximar os usuários ligados à Instituição, corrigir os rumos com base em sugestões e críticas para aumentar o conhecimento mútuo entre as partes a partir de temas pré-estipulados.

03. Relatórios gerenciais de equipes de vendas: A equipe de vendas é um grande termômetro do escopo contratual e por isso periodicamente deve fornecer relatórios de comportamentos de venda, feedback dos clientes, informações sobre perdas de negócios, atendimento à meta comercial estabelecida, entre outros. Essas informações integram a cadeia de informações estratégicas da empresa a fim de mensurar a satisfação do cliente.

04. Implantação de Ouvidoria: Este serviço de atendimento visa assegurar a comunicação eficaz com o cliente a fim de evitar e indicar um canal de comunicação para que ele possa expressar suas considerações e sentimentos sobre a empresa e seus produtos.

05. Reivindicações de garantia: Servem como informações estratégicas sobre processos frágeis e falhos que impactam negativamente a satisfação do usuário (incluímos também nesse item índices de devolução e recall).

06. Realização de Pesquisas de pós-vendas: Programas para medir a satisfação do atendimento e realizar a mensuração da percepção que os clientes possuem da qualidade do produto – serviço adquirido.

Fábrica Cultural

24. VALOR GLOBAL E DESEMBOLSO

ANO 1	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 550.908,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 1.978.978,91
	INVESTIMENTO	R$ 75.300,00	0	0	0	R$ 75.300,00
	TOTAL	R$ 626.208,73	R$ 550.908,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 2.054.278,92

ANO 2	RECURSO	1° PERÍODO	2° PERÍODO	3° PERÍODO	4° PERÍODO	TOTAL
	CUSTEIO	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
	INVESTIMENTO	0	0	0	0	0
	TOTAL	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 438.580,73	R$ 1.754.322,91
TOTAL GLOBAL						**R$ 3.808.601,83**

A proposta orçamentária da Organização Fábrica Cultural é no valor de **R$ 3.808.601,83 (três milhões, oitocentos e oito mil, seiscentos e um reais e oitenta e três centavos)**, sendo válida pelo prazo de dois anos.

DECLARAÇÃO DO PROPONENTE

Na qualidade de representante legal do proponente, declaro, para fins de prova junto a Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, para os efeitos e sob penas da Lei, que inexiste qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro Estadual ou qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Federal ou Estadual, que impeça a transferência de recursos de dotações consignadas nos orçamentos da União e do Estado na forma deste Plano de Trabalho.

Salvador, 08 de outubro de 2019.

MARGARETH MENEZES DA PURIFICAÇÃO COSTA
ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL

APROVAÇÃO PELA CONCEDENTE

Aprovado

SALVADOR-BA, 08/10/2019
Local e data

DAVIDSON DE MAGALHÃES SANTOS
SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE – SETRE

ANEXO II
SISTEMÁTICA PARA AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE GESTÃO DA ORGANIZAÇÃO SOCIAL
CONTRATO DE GESTÃO Nº_____/2019
EDITAL Nº 010/2019

A avaliação de desempenho da organização social será realizada por meio da **AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE GESTÃO**, considerando-se os parâmetros estabelecidos no ANEXO I, item I.b – Quadro de Indicadores e metas, Parâmetros de Avaliação de Desempenho e de Aplicação de Desconto. Com frequência mínima trimestral, o desempenho da CONTRATADA nas atividades e serviços contratados será aferido pela Comissão de Monitoramento e Avaliação - CMA designada pela CONTRATANTE, por meio dos indicadores e metas estabelecidos.

A Avaliação da Capacidade de Gestão será refletida no Índice de Desempenho Anual da OS (**ID anual**), que se constitui na média aritmética dos ID trimestrais apontados nos relatórios técnicos produzidos pela Comissão de Acompanhamento, Monitoramento e Avaliação - CMA, em atendimento ao art. 27, da Lei nº.8.647/2003. Os ID trimestrais servirão de referencial para a aplicação das regras previstas nos §§2º e 3º do art. 27, da Lei Estadual 8.647/2003.

ID anual = Média aritmética dos ID trimestrais

O ID trimestral considera a ponderação de 30% do sub-índice da Componente de Gestão (ICG) e de 70% do sub-índice da Componente Finalística (ICF), sendo composto da seguinte forma:

ID trimestral = (ICF*0,7) + (ICG*0,3)

Onde:
ID trimestral = Índice Trimestral de Desempenho da OS
ICF = Índice da Componente Finalística
ICG = Índice da Componente de Gestão

Os índices ICF e ICG serão calculados a cada trimestre após a valoração dos indicadores. Os indicadores estão organizados por componentes: Componente Finalística – CF, Componente de Gestão – CG e Componente de Implantação – CI. A CF reúne os indicadores relacionados às atividades e entregas associadas à finalidade de atender ao público, atingindo os objetivos definidos. Englobam ainda os indicadores vinculados ao Objetivo Superior - OSU e ao Objetivo do Serviço - OSE, que se constituem na componente finalística ampliada. A CG contempla os indicadores relacionados às atividades e entregas associadas à gestão orçamentária, dos recursos humanos, dos bens patrimoniais, etc. A CI envolve os indicadores afetos às atividades por vezes necessárias à disponibilização dos meios para execução do serviço nos padrões pactuados, envolvendo estrutura, instalações, equipamentos, sistemas, processos de trabalho, pessoas, etc. Os indicadores vinculados à CI serão acompanhados trimestralmente, entretanto, não integram as avaliações trimestrais (ID trimestral) e anuais (ID anual).

A valoração dos indicadores será realizada com base nos parâmetros para avaliação de desempenho definidos no Quadro de Indicadores e Metas, Parâmetros para Avaliação de Desempenho e Aplicação de Desconto e será realizada da seguinte forma:
(a) aplica-se a relação percentual entre o resultado alcançado e a meta vinculada à variável pactuada;
(b) verifica-se o parâmetro de avaliação de desempenho do indicador, o qual determina a quantidade de pontos de acordo com o percentual de alcance da meta e
(c) multiplica-se a quantidade de pontos obtida com o peso previsto para o indicador, conforme exemplo abaixo:

Codigo do Indicador / Nome do Indicador: CF 1.1.1 Diagnóstico das necessidades de qualificação elaborado						
Objetivo: Avaliar se o diagnóstico foi elaborado de acordo com as diretrizes estabelecidas						
Fórmula de Cálculo: Quantidade de diagnóstico elaborado						
Periodicidade de medição:	Única (no quarto mês do ano 1)					
Variável Pactuada:	Diagnóstico das necessidades de qualificação previsto					
Meta:	**ANO 1**					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
	NA	NA	NA	01	NA	NA
	7	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Parâmetro de Avaliação:	Sim = 10 Não = 0					
Peso:	02					
Pontuação Máxima:	20					
Unidade de medida:	Número					
Meio de Verificação:	Questionários aplicados e Relatório Analítico da pesquisa					
Critérios utilizados para determinação da meta:	Não se aplica					
Parâmetro para aplicação de desconto:	Pontuação obtida: 20 pontos = 0% de desconto 0 ponto=1% de desconto					
Desconto Máximo:	1%					

Após a definição da pontuação de todos os indicadores, é realizado o somatório dos pontos obtidos por componente e aplicado o percentual de atingimento em relação ao total máximo de pontos previstos para a componente. Os percentuais obtidos na Componente Finalística e na Componente de Gestão constituem-se no Índice da Componente Finalística - ICF e no Índice da Componente de Gestão - ICG, respectivamente, convertendo-se o percentual em número absoluto. Dessa forma, o ICF e o ICG terão variação de 0 a 1, que correspondem a 0% e 100%, conforme exemplo abaixo:

Total de Pontos da Componente Finalística (e):	290
Total de Pontos Obtidos (f):	180
Percentual de alcance da Componente Finalística (f/e x 100):	180/290 x 100 = 62%
ICF:	0,62

O Total de Pontos das Componentes pode variar a cada trimestre, pois deve considerar a pontuação dos indicadores com meta prevista para o período sob avaliação.

O valor dos índices trimestrais (ID trimestral) variam entre 0 e 1, assim como o valor de ID anual. Ao final da apuração dos ID trimestrais será possível obter o ID anual, classificando o nível de gestão da OS anualmente da seguinte forma:

Alta Capacidade de Gestão: ID_{anual} entre 0,90 e 1,00

Média Capacidade de Gestão: ID_{anual} entre 0,80 e 0,89

Baixa Capacidade de Gestão: ID_{anual} entre 0,01 e 0,79

Em caso de não cumprimento de meta, será efetuado o desconto compatível, de acordo com os parâmetros constantes do ANEXO I, item I.b - Quadro de Indicadores e metas, Parâmetros de Avaliação de Desempenho e de Aplicação de Desconto, conforme previsto no contrato de gestão.

A OS deverá desenvolver Plano de Ação de Melhoria para cada oportunidade de melhoria ou recomendação advinda do Relatório Técnico da Comissão de Monitoramento e Avaliação, bem como se houver apontamentos em relatórios de auditoria elaborados pelas instâncias do controle interno e externo. O Plano de Ação de Melhoria deve conter as atividades necessárias a serem executadas para atender as recomendações, o prazo e o responsável pela implementação, utilizando modelo constante do Relatório de Prestação de Contas.

A Comissão de Monitoramento e Avaliação realizará o acompanhamento trimestral do Plano de Ação de Melhoria e apresentará o estágio de execução nos Relatórios Técnicos Trimestrais.

Salvador, 08 de outubro de 2019.

CONTRATANTE:

DAVIDSON DE MAGALHÃES SANTOS
SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE – SETRE

CONTRATADA:

MARGARETH MENEZES DA PURIFICAÇÃO COSTA
ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL