PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA
ESTADO DO ESPIRITO SANTO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Primeiro termo apostilamento ao termo de Fomento que entre si celebram o Município de Vitória através do **FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - FMPDC** e a **BEM BRASIL – INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL.**

Com fulcro no artigo 57 da Lei 13.019/2014 e na letra "b", Inciso II. Art. 68 do Decreto nº17.131,/2017, o **MUNICÍPIO DE VITÓRIA,** pessoa jurídica de direito público interno, por meio do do **FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR,** fundo público com sede à Av. Maruípe, 2544, Itararé, Vitória/ES, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 21.786.593/0001-33, representado neste ato pela Subsecretária de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho, **RENATA FREIRE FERREIRA BATISTA**, brasileira, casada, portadora de RG nº 1322394 - SSP/ES , inscrita no CPF nº 074.663.567-29, residente à Rua das Palmeiras, nº 14 , bairro Aribiri , Vitória /ES- CEP: 29120-705 adiante denominado **MUNICÍPIO** e de outro lado a **Bem Brasil – Instituto de Desenvolvimento Social**, entidade civil, sem fins lucrativos sediada à **Rua Dr. Moacyr Gonçalves, 420, sala 09, Jardim da Penha, CEP: 29.060-445, Vitória/ES**, inscrita no **CNPJ nº 07.393.985/0001-01**, neste ato representada por seu o procurador do presidente **PEDRO HELIOTON MOREIRA BITTENCOURT DE CASTRO**, brasileiro, casado, inscrito no RG: 566.724-SSP/ES inscrito no CPF sob o nº 778.471.307-00, residente a Rua Rio grande do Norte, 2007 , Aptº104, Praia da Costa Vila velha /ES doravante denominada **ENTIDADE**, resolvem celebrar o resolvem apostilar o Termo de Fomento nº209/2018 para readequação do cronograma físico de execução com as alterações descritas no item 08 do Plano de Trabalho, o qual é parte integrante deste instrumento.

Permanece inalterado, em seu teor, o restante do Termo de Fomento.

Vitória (ES), 29 de maio de 2019

RENATA FREIRE FERREIRA BATISTA
Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor

PEDRO HELIOTON MOREIRA BITTENCOURT DE CASTRO
Bem Brasil – Instituto de Desenvolvimento Social

BEM BRASIL

PLANO DE TRABALHO

PROJETO FAZENDO ARTE

O presente Plano de Trabalho visa atender ao EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO – FMPDC N.º 002/2018 do Conselho Gestor do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor - FMPDC, visando à criação de novas iniciativas empreendedoras e fortalecimento/ampliação das já existentes, com o fim de potencializar e qualificar as relações de consumo dentro dos territórios, promovendo estratégias de Desenvolvimento Local Sustentável. Para tanto, a Bem Brasil vem apresentar o Projeto Fazendo Arte que tem como proposta contemplar os eixos de intervenção no mesmo território: a) Qualificação para pequenos empreendedores locais nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira e também c) projeto de fomento a inovação e empreendedorismo, ambos voltados para mulheres que residam em bairros do Território do Centro a saber: Fonte Grande, Piedade, do Moscoso, Santa Clara, Vila Rubim, Ilha do Príncipe e do Quadro no município de Vitória.

Enviado para: SUB-CDH/SEMCID – Secretaria Municipal de Cidadaniae Direitos Humanos e Trabalho da Prefeitura Municipal de Vitória – Espírito Santo.

Valor: **R$ 249.941,14**

Vitória, 06 de Novembro de 2018.

BEM BRASIL

1. DADOSCADASTRAIS

1.1 – DA ENTIDADE			
Nome da Entidade: Bem Brasil – Instituto de Desenvolvimento Social			
CNPJ: 07.393.985/0001-01			
Endereço: Rua Dr. Moacyr Gonçalves, nº420 – Sala 09 – Centro Comercial Betha – Jardim da Penha			
Cidade: Vitória	UF: ES	CEP: 29.060-445	Estado: Espírito Santo
DDD: 27	Telefone: 3376-6656		Celular: 99808-4863
E-mail: bembrasil@bembrasil.org.br			
Site: www.bembrasil.org.br			

1.2 – DADOS BANCÁRIOS			
Banco: Banestes	Agência: 083	Conta Corrente: 0029329521	Praça de Pagamento: Jardim da Penha

1.3 – DO RESPONSÁVEL PELA ENTIDADE			
Nome completo: Dalmo Pereira Tonhá			
CPF: 427.509.975-34	Nº RG/ Órgão Expedidor: 3333864-77/SSP BA		
Endereço: Rua Maranhão, nº258 – Aptº 504 – Praia da Costa			
Cidade: Vila Velha	UF: ES	CEP: 29.101-340	Estado: Espírito Santo
E-mail: dalmoprojetos@hotmail.com		Telefone: 27 3324-4160	Celular: 27 99927 7570
Cargo: Presidente	Eleito em: 27/12/2016	Vencimento do Mandato: 27/12/2020	

1.4 – DA DIRETORIA	
Nome completo	Cargo
Dalmo Pereira Tonhá	Presidente
Romilson Brandão Castro	Vice-Presidente
Cibélia Aldina Alves de Souza	Primeira Secretária
Sebastião Diniz Mafort	Segundo Secretário

1.5 – DO CORPO TÉCNICO	
Nome completo	Cargo
Pedro HeliotonMoreria Bittencourt de Castro	Gerente Institucional
Mônica Rezende de Moura Bittencourt	Coordenadora Institucional
arcela Faustino da Silva	Assistente Administrativo
Ivanete Cajá Conceição Raulino	Auxiliar de Serviços Gerais

1.6 – DO CONSELHO FISCAL	
Nome completo	Cargo
Marcos Antônio Rodrigues de Souza Júnior	Membro Titular
Fábio José da Silva	Membro Titular
Highor Gabriel Vicente Amorim	Membro Titular
Tânia Maria de Oliveira Matos Tonhá	Membro Suplente
Maria de Fátima Couto Nogueira	Membro Suplente
Ricardo de Oliveira Gambarine	Membro Suplente

1.7 DA RESPONSÁVEL PELA PARCERIA	
Pedro Helioton Moreira Bittencourt de Castro	
Telefone: (27) 3376-6656	Celular: (27) 99808-4893
E-mail: pedrobittencourt@bembrasil.org.br	
CPF: 778.471.307-00	RG/Órgão Expedidor: 566.724 - SSP/ES
Cargo: Gerente Institucional	Formação Profissional: Gestor Social

2. OUTROSPARTÍCIPES

Não há outros partícipes.

3. DESCRIÇÃO DOPROJETO

3.1 – TÍTULO DO PROJETO	Período de Execução	
	Início	Término
PROJETO FAZENDO ARTE	Dezembro/2018	Dezembro/2019

3.2 – OBJETIVO GERAL

Realizar ações de qualificação e fomento a inovação e empreendedorismo que contribuam para a formação de mulheres do Território do Centro de Vitória enquanto empreendedoras locais, de modo a promover o desenvolvimento de relações de consumo mais seguras, inclusivas e sustentáveis tanto para estas mulheres, como para os consumidores.

3.3 – OBJETIVOS ESPECÍFICOS

– Implantar um espaço de referência ao empreendedorismo feminino para qualificação, produção, comercialização dos produtos e serviços, de modo a facilitar a abertura das portas do mercado para as mulheres participantes e apresentar os talentos das mesmas aos consumidores locais e visitantes;

– Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território doCentro;

– Instalar a oficina de moda para a produção de peças do vestuário, acessórios e decoração visando fomentar a inovação, o empreendedorismo, a organização produtiva, a geração de trabalho e renda e o empoderamento das mulheresparticipantes;

– Realizar ações para a formação de consumidores mais conscientes de seus direitos, com o fim de potencializar e qualificar as relações de consumo dentro do Território doCentro.

3.4 – JUSTIFICATIVA

Os eixos da qualificação para as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais e o projeto de fomento a inovação e empreendedorismo dialogam diretamente entre si e se complementam. Não basta qualificar. É importante proporcionar às mulheres um espaço de incubação/experimentação que fomente a criação de novas iniciativas empreendedoras e o fortalecimento/ampliação daquilo que elas já realizam, colocando em prática o que for aprendido através da qualificação. Para qualificar a mulher enquanto pequena empreendedora local e fomentar a inovação e empreendedorismo junto a elas é fundamental começar por princípios que tornam a pessoa que empreende um agente em potencial para identificar oportunidades e alavancar mudanças. Para tanto, a Bem Brasil elencou alguns princípios, taiscomo:

- Busca constante por oportunidades de crescimento pessoal eprofissional;
- Trabalho realizado de forma digna e transparente, desde a concepção do negócio, até a sua criação eestruturação.

• Reconhecimento da criatividade como o ativo mais forte paraempreender.

• Promoção da solidariedade e o respeito, independente de raça, classe, sexo, idade, forma ou habilidade dos consumidores de seus produtos e serviços. A partir da internalização desses princípios pelas participantes do Projeto, a Bem Brasil iniciará a qualificação nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local, educação financeira e qualidade no atendimento, bem como o projeto de fomento a inovação e empreendedorismo para mulheres, conforme melhor detalhado aseguir:

1) Qualificação para pequenas empreendedoras locais Antes da palavra empreendedorismo se popularizar, os moradores da periferia já empreendiam sem mesmo perceber, fosse através da venda de picolé, da prestação de pequenos serviços como lavagem de roupa e de carro, da costura e outras. A busca por alternativas de geração de trabalho e renda na periferia sempre esteve atrelada à necessidade de sobrevivência. A partir de 2008 com a Lei Complementar nº 128 que alterou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123/2006) e criou a figura do Micro Empreendedor Individual, muitos trabalhadores saíram da informalidade e registraram seusempreendimentos.

Conforme o levantamento feito pelo SEBRAE, publicado em 2015 com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, 50% dos donos de negócio são pretos ou pardos, 49% brancos e 1% pertence a outros grupos populacionais. No mesmo ano, segundo pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM, conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP com o apoio técnico e financeiro do SEBRAE que tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países, foi avaliado o envolvimento da população brasileira com empreendimentos em estágio inicial e estabelecido. Entre os empreendedores iniciais a proporção de homens e mulheres é praticamente a mesma, 51% e 49% respectivamente. Entre os empreendedores estabelecidos, os homens são em maior número do que as mulheres. São 56% e 44% respectivamente. Segundo análise do mesmo levantamento, esse comportamento do empreendedorismo segundo o gênero pode levantar algumas reflexões: seriam as mulheres menos persistentes na condução dos seus empreendimentos? Ou o ambiente para mulheres empreenderem ainda lhes é desfavorável e isso afeta a longevidade dos seus negócios? No Espírito Santo, segundo publicado em 2017 com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio (Pnad) Contínua apontam um crescimento da Economia Criativa capixaba, conforme boletim divulgado pelo Instituto Jones dos Santos Neves - IJSN. No primeiro trimestre de 2017, 141,9 mil pessoas estavam ocupadas em atividades criativas no Espírito Santo, incluindo vínculos formais e informais de trabalho. Na comparação com o mesmo trimestre de 2016, houve crescimento de 4,8%. O rendimento real recebido nas atividades criativas, considerando apenas o trabalho principal, também cresceu: 16,8% em relação ao trimestre anterior e 4,1% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, alcançando o valor de R$ 1.831,12 nos primeiros três meses do ano. Neste levantamento o IJSN, mostra que diversos lares estão no caminho do empobrecimento. Segundo dados do Anuário 2017 de A Gazeta publicano no site Gazeta Online em 28/08/2017, em um período de apenas cinco anos, entre 2012 e 2017, aumentou de 200 mil para 300 mil o número de domicílios sem membros ocupados no Espírito Santo. A maior parte desse crescimento foi registrada em casas cujo responsável tem ensino fundamental incompleto. A quantidade saltou de 130 mil para 200 mil nesse período. Situação que expõe os efeitos da crise econômica nas famílias cujo chefe tem baixa escolaridade.

Ao analisar os dados publicados no Portal do Observatório de Indicadores da Cidade de Vitória – Observavix quanto ao número absoluto de microempreendedores individuais formalizados no municípiodeVitórianoperíododde2011(3.387)a2017(18.265)houveumaumentononúmero de formalizações na ordem de 539%. Período de maior acirramento da crise econômica pelo qual passaoBrasil.Emtemposdecriseediantedanecessidadeurgentedeterumanovafontede

renda, o empreendedorismo é apontado como uma alternativa viável. Porém, para empreender não basta apenas ter uma boa ideia, é preciso entender o mercado e manter-se atualizado, para que o empreendimento encontre possibilidades de crescimento. Diante de tal situação adversa é cada vez mais necessário à criação de alternativas capazes de contribuir para a qualificação de produtores/prestadores de serviços, de produtos e serviços e de formação de consumidores atentos aos seus direitos e cientes dos ganhos coletivos gerados pela intensificação das relações de consumo no Território. Para tanto, as mulheres enquanto pequenas empreendedoras (formais ou informais) do Território do Centro serão qualificadas nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira e qualidade no atendimento. A proposta de ampliar a qualificação com o tema qualidade no atendimento deve-se a pesquisa realizada pela Inspire Empresarial com 200 moradores de Vitória em janeiro de 2018 e publicada pelo blog Folha Vitória em 21/02/2018 sobre o comportamento do consumidor capixaba. Segundo a pesquisa, 51% dos capixabas avaliam o atendimento a clientes na capital como regular, 29,5% como bom, 9% como ruim, 6% como ótimo e 4,5% como péssimo. A pesquisa teve por objetivo descobrir comportamentos e identificar alguns hábitos de consumo do capixaba e foi realizada em vários bairros de Vitória, abordando somente moradores da capital. Os entrevistados ao serem perguntados se já deixaram de efetuar uma compra por causa da qualidade ruim do atendimento, 91% relataram que sim. Quando perguntados se o bom atendimento influencia para que comprem novamente um produto/serviço, 95,5% responderam que sim. Diante do exposto, é importante a qualificação na área da qualidade do atendimento ao consumidor, sendo este a parte mais vulnerável no mercado de consumo, de modo à efetivamente protegê-lo pela garantia dos padrões adequados de qualidade dos serviços prestados conforme determina a Política Nacional de Relações de Consumo prevista no Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. Garantir a satisfação do consumidor é, sem dúvida, uma forma de promover sua fidelização, fazendo com que ele se torne um comprador consciente e faça a boa propaganda dos produtos e serviços ofertados. Além da qualificação da mulher enquanto pequena empreendedora local, é importante contribuir para a formação do consumidor em si. Criar ações que divulguem seus direitos, servirá de base para potencializar e qualificar as relações de consumo dentro do Território do Centro. Para tanto, oFazendoArtepropõearealizaçãodaIFIC-FeiradeInformaçãoaoConsumidorprevistapara
o mês de março de 2019, em alusão ao Dia Internacional do Consumidor e ao Dia Internacional da Mulher. Para algumas empreender é um sonho, para outras uma grande conquista e para muitas uma necessidade. Existem as que já possuem seu negócio, mas não estão legalizadas. Há aquelas que mesmo legalizadas enfrentam dificuldades para sobreviver no mercado e alcançar um bom desempenho econômico. Há as que no início tiveram que desistir e há àquelas que estão satisfeitas devido o sentimento de liberdade e independência, e também pelo retorno financeiro. Para que não se torne um pesadelo, mas sim um objetivo alcançado, é imprescindível que a mulher esteja em um processo contínuo de qualificação para um maior aprendizado e aperfeiçoamento, bem como ter a oportunidade de experimentar novas tecnologias para fortalecer o que já realiza ou inovar eempreender.

2) Projeto de fomento a inovação e empreendedorismo voltado para a mulher Segundo dados do Anuário do Trabalho 2011 nas Micro e Pequena Empresa publicado pelo Sebrae as mulheres tinham uma taxa de empreendedorismo superior à dos homens. Enquanto elas alcançavam 15,4%, a masculina era de 12,6%. Já em 2017 a taxa dos homens é de 37,9% e das mulheres é de 35%, segundo publicado pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) com o objetivo identificar o perfil dos empreendedores brasileiros no Brasil. Seria a baixa escolarização, o número elevado de filhos, a falta de um companheiro para dividir as responsabilidades do lar e a dificuldade de inserção no mercado formal de trabalho algumas das situações que fizeram das mulheres àquelas que mais empreendiam no Brasil até o ano de 2011? Seria o empreendedorismo a alternativa encontrada pelos homens para driblar o desemprego proveniente da crise política e econômica que vem se agravando principalmente a partir de2014?

Pesquisa realizada pelo Sebrae apontam que as mulheres sofrem os maiores entraves para conseguir financiamento, preconceito no ambiente de negócios e dificuldades em conciliar as demandas organizacionais e familiares.
Segundo dados publicados no Portal do Empreendedor até 08/09/2018 havia 16.902 Micro Empreendedores Individuais registrados no município de Vitória. Destes, 8.370 eram homens e 8.532 mulheres. Ao analisar as áreas em que há o maior número de mulheres empreendedoras, identificou-se que 1920 (22,5%) empreendem na área da moda (vestuário, acessórios e decoração), 1353 (15,85%) em serviços e produtos alimentícios, 1176 (13,7) na área da beleza, 94 (1,1%) em serviços domésticos e 5.091 (59,6%) estão distribuídas em 275 outras atividades.
Considerando toda a situação adversa para empreender, bem como a situação de vulnerabilidade a que estão submetidas as mulheres do Território do Centro que possuem renda familiar de até 3 salários mínimos, O objetivo do Fazendo Arte é além de qualificar, também fomentar ações na área da moda (vestuário, acessórios e decoração) utilizando o artesanato, enquanto uma ação que pode ser exercida inclusive no próprio ambiente familiar, já que muitas mulheres têm dificuldade de se afastar das atividades domésticas por longo período de tempo, bem como fortalecer o trabalho já desenvolvido por algumas mulheres em espaços destinados à produção, como grupos produtivos, empreendimentos formais e outros. Para tanto, a proposta é utilizar o artesanato de forma integrada, enquanto setor econômico sustentável que valoriza a identidade cultural das comunidades e a preservação da memória popular e, ainda promove a melhoria da qualidade de vida, ampliando a geração de trabalho e renda para mulheres. Um trabalho focado na sua formação pessoal e profissional, no resgate e aprendizado de técnicas artesanais e no aprimoramento dos produtos e serviços com identidade própria e que valorize a cultura capixaba. E, dessa forma contribuir para que as mulheres estejam preparadas para persistirem na condução dos seus empreendimentos, criando um ambiente favorável ao empreendedorismo feminino. Para a criação de novas inciativas empreendedoras será realizada a Oficina de Criatividade com a proposta de ser uma ferramenta de qualificação e experimentação permanentes para as participantes do Projeto. Para tanto, será criado na sede do Fazendo Arte um Ateliê Aberto - espaço interativo, destinado ao desenvolvimento da criatividade contando com equipamentos e materiais para incubação, experimentação, apresentações, vivências, palestras e workshops com o objetivo de lançar luz sobre práticas e maneiras inovadoras de fazer as coisas. Será um espaço de troca de experiência com empreendedores emergentes e jáestabelecidos.
Para a qualificação das pequenas empreendedoras locais e para o desenvolvimento do projeto de fomento a inovação e empreendedorismo voltado para mulheres, a Bem Brasil colocará à disposição um espaço físico que favoreça o aprendizado dos conteúdos propostos e a produção de peças do vestuário e de decoração. Além disso, considerando que muitas das empreendedoras têm dificuldades financeiras de criar, divulgar e vender seus produtos e serviços, a Bem Brasil colocará à disposição das participantes do Projeto um site para divulgação das ações do Projeto, bem como destes produtos e serviços. A proposta da criação e manutenção do site é dar publicidade ao trabalho realizado localmente e atrair moradores e visitantes para o Centro. Serão publicados conteúdos sobre relações de consumo, consumo consciente, direitos do consumidor, bem como divulgação de eventos, agendas culturais, exposições, rodas de conversa e um catálogo virtual.
O presente Termo de Fomento foi ajustado diante da necessidade de transferência de recursos dos itens Água, Energia Elétrica e Telefone dentro da rubrica Pessoa Jurídica, referentes aos meses de janeiro, fevereiro e março para pagamento em cota única do IPTU, cujo valor previsto quando da elaboração da proposta era menor que o valor realizado.

3.5 – PÚBLICO BENEFICIÁRIOS

O Projeto Fazendo Arte irá beneficiar 80 mulheres com renda familiar entre 01 (um) e 03 (três) salários mínimos e 03 (três) a 05 (cinco) salários mínimos, que residam em bairros do Território do Centro no município de Vitória, estado do EspíritoSanto.

3.6 – ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A área de abrangência do Projeto Fazendo Arte compreende os bairros do Território do Centro asaber: Fonte Grande, Piedade, do Moscoso, Santa Clara, Vila Rubim, Ilha do Príncipe e do Quadro no município de Vitória, estado do Espírito Santo. São atores do Projeto 80 mulheres, moradoras desse Território nas faixas de renda entre 01 (um) e 03 (três) salários mínimos e 03 (três) a 05 (cinco) salários mínimos.

3.7 – METODOLOGIA

A metodologia adotada para o desenvolvimento do Projeto Fazendo Arte é a metodologia participativa, pois é a que melhor permite à pessoa ser sujeito de sua própria história, através da atuação nos diferentes níveis de participação: ser parte, fazer parte e tomar parte de todo o processo, inclusive no decisório. Os temas a serem trabalhados serão mais bem definidos após a realização do Diagnóstico Rápido e Participativo (DRP – É um processo de apreensão da visão dos participantes acerca da realidade pessoal e comunitária, constituindo uma forma simplificada de planejamento local, que surgiu nos anos 90 e tem sua base na pesquisa-ação). Para tanto, serão levantadas as necessidades e potencialidades de cada mulher, identificando as iniciativas empreendedoras do Território, a quantidade e qualidade dos produtos produzidos e serviços prestados e o perfil dos consumidores dos mesmos. O objetivo é conhecer para melhorar o que está sendo produzido através da qualificação e colocar no mercado produtos e serviços que serão aprimorados ou criados através das ações de fomento e assim, atender às necessidades dos consumidores locais e visitantes. Este Diagnóstico servirá de base para o processo de realização e monitoramento das ações doProjeto.

Depois de conhecer o perfil das mulheres, os produtos e serviços e seu consumidor, a próxima etapa é implantar o espaço físico, sede do Projeto Fazendo Arte. Dentro da perspectiva de sucesso para o desenvolvimento e aprendizagem das mulheres, o espaço físico torna-se um elemento indispensável a ser observado. A proposta deste espaço tem como princípio oferecer um lugar acolhedor e prazeroso, isto é, um lugar onde as mulheres sintam-se estimuladas a aprender, a criar, a empreender, a compartilhar saberes e a estabelecer relações entre si e com o Território. Para tanto, será implantado um espaço de referência ao empreendedorismo para qualificação, produção e comercialização dos produtos, de modo a facilitar a abertura das portas do mercado para as mulheres participantes e apresentar os talentos das mesmas aos consumidores locais e visitantes, tonando-se uma vitrine para a economia criativa, na medida em que fomentará a inovação e o empreendedorismo feminino. O espaço será alugado e contará com salas para qualificação e para as ações de fomento a inovação e empreendedorismo. Haverá ainda um espaço para comercialização e divulgação dos produtos e serviços através da internet. Implantado o espaço, a próxima etapa é dar início às ações de qualificação das mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais. As ações serão planejadas e desenvolvidas em várias etapas. Os resultados obtidos a partir do DRP trarão contribuições bastante significativas para a qualificação das mulheres empreendedoras (formais e informais) na área do direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local, educação financeira e qualidade no atendimento. Para tanto, serão realizados encontros formativos através de aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, estudo dirigido, rodas de conversa, estudo de casos, vídeos informativos sobre o tema, dentre outros. Nesse sentido, a Bem Brasil através do Projeto Fazendo Arte busca utilizar como ferramenta o marketing de lugares com o objetivo de conceber o Território do Centro como um local de fomento de novas estratégias de produção, consumo e desenvolvimento da economia local. O marketing de lugares é, portanto:

> "(...) uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento econômico, social, político e sustentável de cidades e regiões. Assume uma grande importância paraaplanificaçãoestratégicaenagestãourbana,procurandoaparticipaçãoe profissionais altamente preparados para desenvolver num contexto de globalização crescente, cheio de desafios e oportunidades. Tem assim umpapel

fundamental em processos nacionais e internacionais na transformação de regiões e cidades". (Nave, 2009, p.11-12).

Aliada à ferramenta do marketing de lugar o Projeto trabalhará num conceito de publicidade afirmativa entendendo como sendo àquela que não visa lucro e promoção com fins exclusivamente comerciais, mas, acima de tudo, promove valores sociais, culturais, socioambientais e de empreendedorismo comunitário. A educação financeira é uma das áreas mais importantes para a qualificação das mulheres. É muito comum que ao empreender, cheia de trabalho e preocupação, principalmente, na condução das vendas de seu empreendimento, ou na formação de preço de seus produtos e serviços, acabe por não levar em conta pontos fundamentais, gerando perda de recursos. Melhorar a compreensão dos conceitos e produtos financeiros, bem como possibilitar uma melhor condução de suas finanças é o desafio da qualificação nesta área. Dessa forma, ficará mais fácil adquirir as competências que são necessárias para fazer as melhores escolhas, sabendo exatamente quais são os riscos e as oportunidades envolvidas. 12 Investir em educação financeira ajuda a ter o controle do próprio recurso e a identificar as melhores opções para o atendimento de suas necessidades.
Outra área a ser trabalhada na qualificação das mulheres é a qualidade do atendimento ao consumidor, sendo este a parte mais vulnerável no mercado de consumo, a partir da internalização dos conteúdos por parte das mulheres, haverá uma melhora no atendimento que atualmente é prestado, de modo a efetivamente protegê-lo pela garantia dos padrões adequados de qualidade dos serviços prestados conforme determina a Política Nacional de Relações de Consumo prevista no Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. A formação do próprio consumidor é também uma das propostas do Projeto. Serão realizadas ações que contribuam para torná-lo mais consciente de seus direitos, com o fim de potencializar e qualificar as relações de consumo dentro do Território do Centro. Para tanto, será realizada a I FIC - Feira de Informação ao Consumidor, prevista para o mês de março de 2019, que contará com atividades lúdicas, recreativas, culturais e de cidadania para a família do Território do Centro. A feira abrirá uma série de eventos como rodas de conversa e workshops que ocorrerão ao longo do ano visando dar continuidade às ações de formação dos consumidores do território. Todas as ações de qualificação contarão com a participação de profissionais com experiência comprovada nos temas propostos, de modo que seja utilizado o método educacional de ensino participativo, onde o educando torna-se agente na construção de seu próprio conhecimento. A participação ativa no processo de aprendizado desenvolve outras habilidades como o raciocínio, o senso crítico apurado, a forte noção para a aplicação adequada do conhecimento, bem como uma grande capacidade de solução dos problemas. Para tanto, serão realizados encontros na sede do Fazendo Arte, uma vez por semana, durante quatro horas/dia, em horário a ser definido com as mulheres. Toda a qualificação será realizada em 44 encontros distribuídos de 4 horas cada, num total de 176 horas ao longo de 11 meses. A metodologia de ensino adotará como paradigma o grau de complexidade crescente, ou seja, iniciar com conteúdos mais simples até chegar aos mais complexos. Ao final as mulheres participantes serãocertificadas.
Paralelo à qualificação, serão desenvolvidas as ações de fomento a inovação e empreendedorismo, tais como: oficina de criação, oficina para experimentação e aprendizagem de técnicas em tecidos e fios como o bordado à mão, bilro, macramê, tricô, renda, costura, estamparia, tingimento de tecidos e outras para produção de peças na área da moda (vestuário, acessórios e decoração), embalagens e peças decorativas e utilitárias utilizando papel, madeira e outros. Nem tudo que é feito manualmente é artesanal. Para isso, o artesão trabalha a matéria-prima, aplicando seu conhecimento e transformando-a em um artigo de artesanato que, além de sua peculiaridade por conta do processo produtivo, também deve ser carregado de riqueza cultural, tendo representatividade para a determinada região onde foi produzido. Com o advento daInternetgrandepartedostrabalhosmanuaisproduzidospormulheres,temsidocopiadoda mesma e as técnicas artesanais estão ficando esquecidas ou não têm identidade própria,

perdendo inclusive valor de mercado. A proposta é resgatar também o artesanato capixaba através das diversas expressões e referências históricas, culturais, regionais e ícones de Vitória e do Espírito Santo, que se materializarão de forma original e criativa pelas mãos das mulheres moradoras do Território do Centro. A Bem Brasil propõe a realização da oficina de criatividade e produção de peças e acessórios, funcionais e acessíveis, que protejam os recursos do planeta, ao mesmo tempo em que geram renda e respeitam a vida das mulheres que as produzem, através do seu desenvolvimento pessoal e profissional com total transparência desde a concepção do produto até à sua comercialização com preço justo, criando alternativas de geração de trabalho e renda, de forma que possam reinvestir em suas famílias e comunidade local.

As ações de fomento a inovação e empreendedorismo com mulheres acontecerão duas vezes por semana, durante quatro horas/dia, em horário a ser definido com as participantes. As oficinas acontecerão em 88 encontros, num total de 352 horas, distribuídas ao longo de 11 meses. Assim, a Bem Brasil propõe a realização de um trabalho que permita às mulheres ao empreenderem, terem acesso a conteúdos relevantes e de qualidade, dicas e notícias, além de promover eventos, participação em feiras, realização de cursos, mentorias e outros que servirão de inspiração para as que desejam, querem ou necessitam empreender. Ao longo das ações do Projeto será realiza pesquisa de satisfação dos clientes visando medir os resultados do Projeto. A Bem Brasil tem capacidade técnica, administrativa e operacional para desenvolver o Fazendo Arte devido os resultados já atingidos pelo mesmo em anos anteriores. O Projeto surgiu em 2007 como uma alternativa de geração de trabalho e renda para as mulheres que recebiam a sopa distribuída através do Programa Solidariedade Total da ArcelorMittal Tubarão nos municípios de Vitória, Vila Velha, Cariacica e Serra como uma alternativa encontrada para minimizar o problema da fome, já que sua principal causa era a falta de recursos por parte das famílias para comprar alimento, devido principalmente ao desemprego. No período de 2007 a 2011 o Projeto contribuiu para a formação pessoal e profissional de mais de 150 mulheres moradoras dos bairros de Conquista em Vitória, Novo Horizonte e Nova Almeida em Serra, Alecrim em Vila Velha e Porto Novo e Bairro Aparecida em Cariacica. O Projeto já foi testado e ao ser aprovado e implantado no Território do Centro a Bem Brasil colocará à disposição das mulheres participantes ações que promovam e desenvolvam as relações de consumo no território de forma mais segura, inclusiva e sustentável. Para o alcance dos objetivos propostos, é fundamental a articulação com a comunidade do entorno da sede do Projeto buscando o atendimento pleno de todas as suas etapas: implantação, divulgação, inscrição dos participantes, abertura oficial do Projeto, execução, avaliação e monitoramento das ações. A seguir o detalhamento metodológico é apresentadodeformaacontribuirparaumamelhorcompreensãodeseuprocessode
desenvolvimento bem como dos mecanismos necessários para o alcance dos resultados esperados.

Objetivo Geral: Realizar ações de qualificação e fomento a inovação e empreendedorismo que contribuam para a formação de mulheres do Território do Centro de Vitória enquanto empreendedoras locais, de modo a promover o desenvolvimento de relações de consumo mais seguras, inclusivas e sustentáveis tanto para estas mulheres, como para os consumidores. Realizar ações de qualificação e fomento a inovação e empreendedorismo que contribuam para a formação de mulheres do Território do Centro de Vitória enquanto empreendedoras locais, de modo a promover o desenvolvimento de relações de consumo mais seguras, inclusivas e sustentáveis tanto para estas mulheres, como para os consumidores.		
Etapas	**Objetivos Específicos**	**Ações**
Etapa 1 Implantação	1 – Implantar um Espaço de Referência ao Empreendedorismo para qualificação, produção, comercialização dos produtos e serviços, de modo a facilitar a abertura das portas do mercado para as mulheres participantes e apresentar os talentos das mesmas aos consumidores locais evisitantes;	- Definição do local onde funcionará o Espaço de Referência ao Empreendedorismo.
		- Aluguel do local onde funcionará o Espaço de Referência ao Empreendedorismo.
		- Contratação da equipe de execução do Projeto.
		- Compra dos materiais de consumo para realização das ações do Projeto.
		- Contratação de pessoa jurídica especializada na criação e manutenção do site do Projeto.
Etapa 2 Conhecimento da realidade	2 – Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território doCentro;	- Realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo (Elaboração, aplicação, tabulação e análise dos dados).
Etapa 3 Qualificação		- Elaboração do programa de qualificação com base no perfil das mulheres e no perfil dos consumidores.
		- Contratação da equipe de qualificação.
		- Elaboração do cronograma anual de qualificação.
		- Divulgação do cronograma de qualificação.
		- Inscrição das participantes.
		- Qualificação das mulheres nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento.
		- Monitoramento e avaliação do processo de qualificação.
		- Certificação das participantes.

Etapas	Objetivos Específicos	Ações
Etapa 4 Fomento	3 – Instalar a oficina de moda para a produção de peças do vestuário, acessórios e decoração visando fomentar a inovação, o empreendedorismo, a organização produtiva, a geração de trabalho e renda e o empoderamento das mulheres participantes.	- Elaboração do programa de realização das oficinas.
		- Elaboração do cronograma anual de qualificação.
		- Contratação dos oficineiros.
		- Divulgação do cronograma das oficinas.
		- Inscrição das participantes.
		- Análise dos produtosproduzidos como acessórios, peças do vestuário, de decoração, embalagens e serviçosprestados.
		- Início da oficina de criatividade.
		- Início das oficinas de produção.
		- Criação do Ateliê Aberto.
		- Monitoramento e avaliação dos produtos e serviços criados.
		- Certificação das participantes.
Etapa 5 Formação de Consumidores	4 – Realizar ações para a formação de consumidores mais conscientes de seus direitos, com o fim de potencializar e qualificar as relações de consumo dentro do Território do Centro.	- Planejar em conjunto com as mulheres e parceiros o tema e a programação da IFIC - Feira de Informação aoConsumidor.
		- Mobilizar parceiros em torno da realização da I FIC - Feira de Informação ao Consumidor.
		- Divulgar a I FIC - Feira de Informação ao Consumidor.
		- Realizar a I FIC - Feira de Informação ao Consumidor.
		- Avaliar e registrar a I FIC - Feira de Informação ao Consumidor.
		- Planejar em conjunto com as mulheres e parceiros as rodas de conversa e workshops.
		- Mobilizar parceiros em torno da realização das rodas de conversa e workshops.
		- Divulgar as rodas de conversa e workshops.
		- Realizar as rodas de conversa e workshops.
		- Avaliar e registrar as rodas de conversa e workshops.

3.8 – CAPACIDADE TÉCNICA E GERENCIAL/QUALIFICAÇÃO EQUIPE TÉCNICA

O trabalho a ser desenvolvido pela equipe do Projeto Fazendo Arte é, predominantemente, um trabalho coletivo. Segundo Pires um trabalho coletivo "é realizado por diversos profissionais ou trabalhadores treinados para realizar uma série de atividades necessárias para a manutenção da estrutura institucional. O trabalho dos diferentes profissionais, apesar de suas especificidades de conhecimentos e de prática, é parte do conjunto que resulta na assistência a seres humanos, que são totalidades complexas". (2008). A articulação interdisciplinar, em prol do atendimento aos participantes do Projeto, gera o fortalecimento da equipe e a concretização dos objetivos, ações, metas e resultados propostos.

São atribuições da equipe técnica:

EQUIPE TÉCNICA								
Cargo	Nº de Profissionais	Escolaridade		Atribuições	Já trabalha na Instituição		Período de Contratação (meses)	Natureza de Trabalho
		Superior	Médio		Sim	Não		
Gerente Institucional	01	X		- Realizar a gestão administrativa e financeira do Projeto a partir de análise crítica sobre os dados e valores envolvidos. - Acompanhar e analisar todos os indicadores do Plano de Trabalho de forma a garantir o alcance das metas, realizando reuniões periódicas com a equipe para acompanhamento das tarefase desempenho dos indicadores/resultados. - Propor correções/melhorias para o alcance dos objetivos do Projeto. - Participar de reuniões junto aos parceiros. - Autorizar compras e distribuição de materiais. - Realizar contratações. - Realizar a prestação de contas do Projeto.	X		12	CLT

BEM BRASIL

EQUIPE TÉCNICA								
Cargo	Nº de Profissionais	Escolaridade		Atribuições	Já trabalha na instituição		Período de Contratação (meses)	Natureza de Trabalho
		Superior	Médio		Sim	Não		
Coordenadora Institucional	01	X		- Coordenar rar a equipe do Projeto no que diz respeito aos objetivos, metas e resultados propostos no Plano de Trabalho. - Propor soluções aos problemas que possam comprometer o alcance dos objetivos do Projeto. - Estabelecer diretrizes e definir normas e padrões técnicos de atuação na execução do Projeto.	X		11	CLT
Assistente Administrativo	01	X		- Acompanhar e controlar a rotina de trabalho. - Receber e enviar correspondências e documentos. - Manter arquivos e cadastros de informações atualizados. - Organizar dados para elaboraçãode relatórios. - Realizar controle de estoque, material e frequência. - Realizar orçamentos e compras.		x	11	CLT
Auxiliar de Serviços Gerais	01		x	- Realizar trabalhos de manutenção e limpeza do espaço físico. - Preparar e servir lanches. - Organizar móveis, máquinas e materiais diversos e transportar pequenos objetos.		X	11	CLT

3.9 – RESULTADOS ESPERADOS

Objetivo Geral: Realizar ações de qualificação e fomento a inovação e empreendedorismo que contribuam para a formação de mulheres do Território do Centro de Vitória enquanto empreendedoras locais, de modo a promover o desenvolvimento de relações de consumo mais seguras, inclusivas e sustentáveis tanto para estas mulheres, como para os consumidores.

Objetivo Específico	Metas	Resultados Esperados
1 – Implantar um Espaço de Referência ao Empreendedorismo para qualificação, produção, comercialização dos produtos e serviços, de modo a facilitar a abertura das portas do mercado para as mulheres participantes e apresentar os talentos das mesmas aos consumidores locais e visitantes;	- Implantar 01 Espaçode Referência ao Empreendedorismo no Território doCentro. - Contratar 04 pessoasem regimeCLT. - 80 mulheres frequentando o espaço através das ações de qualificação, produção e comercialização dos produtos/serviços. - Criar 01 catálogovirtual deprodutos/serviços. - Ter 01 site para divulgação das ações do Projeto e do catálogo virtual.	- Ser no Território do Centro umespaço físico de referência para o empreendedorismofeminino. - Ser um espaço acolhedor com equipamentos e materiais em quantidade e qualidade suficientes para proporcionar o aprendizado, a produção e a comercialização dos produtos. - Ser uma equipe que contribua paraa formação pessoal e profissional das mulheresparticipantes. - Divulgar as ações do Projeto paraum maior número de pessoas através do site. - Aumentar o número de vendas dos produtos/serviços das mulheres a partir da divulgação nosite. - Ter o consumo consciente fomentado noterritório.
2 – Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território doCentro;	- Aplicar 200 formulários no Território do Centro juntoàs mulheres empreendedoras (formais e informais) para realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo; - Aplicar 200 formulários junto aos consumidores do Território do Centro para realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo.	- Conhecer o perfil das mulheres empreendedoras (formais e informais) e dos consumidores doTerritório. - Saber quais são as prioridadese estratégia de intervenção para determinar o grau de viabilidade e eficácias das ações a serem desenvolvidas. - Tomar decisões mais assertivas com base no conhecimento do perfil das mulheres, do processo de produção, e o perfil dos consumidores.

MATRIZ DE MONITORAMENTO						
Objetivo Específico	**Indicadores Quantitativos**	**Indicadores Qualitativos**	**Fonte de Informação**	**Formas de Coleta de Dados**	**Responsável pela Coleta**	**Periodicidade**
2 – Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações deconsumo no Território do Centro;	- Número de mulheres participantes qualificadas nas áreas de marketing de lugar, publicidade afirmativa, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade noatendimento. - Número de mulheres participantes do Projeto certificadas.	- Evolução do nível de conhecimento das participantesem relação ao início do ciclo dequalificação. - Nível de aprendizado das participantes.	- Participantes e equipe de qualificação. - Listas de presença. - Certificados emitidos.	- Teste de conhecimento sobre os temas no início e ao final das qualificações. - Controle de presença. - Depoimentos. - Avaliações periódicas.	- Equipe de qualificação.	- Mensal.

MATRIZ DE MONITORAMENTO						
Objetivo Específico	**Indicadores Quantitativos**	**Indicadores Qualitativos**	**Fonte de Informação**	**Formas de Coleta de Dados**	**Responsável pela Coleta**	**Periodicidade**
3 – Instalar a oficina de moda para a produção de peças do vestuário, acessórios e decoração visando fomentar a inovação, o empreendedorismo, a organização produtiva, a geração de trabalho e renda e o empoderamento das mulheres participantes;	- Número de materiais e equipamentos alugados. - Número de oficinas instaladas. - Número de mulheres participantes nas oficinas. - Número de peças produzidas nas oficinas. - Número de mulheres com perfil empreendedor.	- Qualidade dos materiais e equipamentos alugados. - Nível de inovação dos produtos e serviços realizados pelas mulheres participantes. - Nível de empoderamento das mulheres participantes. - Nível do empreendedorismo fomentado a partir das ações doProjeto.	- Contrato de aluguel do material e equipamentos da oficina. - Lista de material de consumo da oficina. - Nota fiscal do material de consumo. - Lista de presença. - Depoimento das mulheres participantes. - Depoimento dos consumidores.	- Teste de conhecimento sobre os temas no início e ao final das oficinas. - Controle de qualidade dos produtos eserviços. - Controle de presença. - Diagnóstico dos produtos produzidos.	- Oficineiros. - Assistente administrativo.	- Mensal

MATRIZ DE MONITORAMENTO						
Objetivo Específico	**Indicadores Quantitativos**	**Indicadores Qualitativos**	**Fonte de Informação**	**Formas de Coleta de Dados**	**Responsável pela Coleta**	**Periodicidade**
2 – Qualificar as mulheresenquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território do Centro;	- Número de iniciativas empreendedoras do Território identificadas realizadas pormulheres. - Quantidade dos produtos produzidos e serviços prestados pelas mulheresparticipantes. - Número de consumidores do Território que responderam ao Diagnóstico.	- Nível de conhecimento do perfil das mulheres participantes. - Qualidade das iniciativas empreendedoras do Território, com base na avaliação do grau de satisfação do consumidor.	- DRP – Diagnóstico Rápido Participativo. – Mulheres participantes do Projeto. - Consumidores do Território do Centro.	- Elaboração, aplicação, tabulação e análise dos dados do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo. - Pesquisa de opinião. - Depoimentos. - Controle de presença.	- Equipe de execução do Projeto. - Assistente administrativo - Equipe de qualificação.	- Anual.
	- Números de encontros formativos (aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, estudo dirigido, rodas de conversa, estudo de casos, vídeos informativos sobre o tema, dentreoutras). - Número de participantes nos encontrosformativos.	- Qualidade dos produtos produzidos e serviços prestados pelas mulheresparticipantes. - Nível de satisfação dos consumidores do Território doCentro. - Qualidades dos encontrosformativos.	- Participantes e equipe de qualificação. - Listas de presença.	- Depoimentos. - Controle de presença.	- Assistente administrativo - Equipe de qualificação.	- Mensal.

4. OBRIGAÇÕES DOSPARTÍCIPES

Não há outros partícipes.

5. METAS EETAPAS

ETAPAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	AÇÕES	METAS	DESCRIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO	
				UNIDADE MEDIDA	QUANTIDADE
Etapa 1 Implantação	1 – Implantar um Espaço de Referência ao Empreendedorismo para qualificação, produção, comercialização dos produtos e serviços, de modo a facilitar a abertura das portas do mercado para as mulheres participantes e apresentar os talentos das mesmas aos consumidores locais e visitantes;	- Aluguel do local onde funcionará o Espaço de Referência ao Empreendedorismo.	1 - Implantar 01 Espaço de Referência ao Empreendedorismo no Território do Centro.	- Valor do aluguel e manutenção do espaço físico.	01
		- Contratação da equipe de execução do Projeto.	2 - Contratar 04 pessoas em regime CLT.	- Valor salário, encargos e benefícios para contratação da equipe de execução do Projeto.	04
		- Contratação de pessoa física da área de comunicação para criação do catálogo.	3 - Criar 01 catálogo virtual de produtos/serviços.	- Valor da hora trabalhada para pagamento de pessoa física da área de comunicação para criação do catálogo.	01
		- Contratação de pessoa jurídica especializada em criação e manutenção do site.	4 - Ter 01 site para divulgação das ações do Projeto e do catálogo virtual.	- Valor para pagamento de pessoa jurídica para criação e manutenção do site.	01

BEM BRASIL

MATRIZ DE MONITORAMENTO						
Objetivo Específico	**Indicadores Quantitativos**	**Indicadores Qualitativos**	**Fonte de Informação**	**Formas de Coleta de Dados**	**Responsável pela Coleta**	**Periodicidade**
4 – Realizar ações para a formação de consumidores mais conscientes de seus direitos, com o fim de potencializar e qualificar as relações de consumo dentro do Território do Centro.	- I FIC - Feira de Informação ao Consumidorrealizada. - Número de parceiros envolvidos na realização da IFeira. - Número de mulheres participantes na IFeira. - Número de eventosrealizados. - Número de consumidores do território participantes noseventos.	- Nível de satisfação dos participantes. - Nível de satisfação dos consumidores. - Nível de relevância dos temas abordados.	- Lista de presença. - Depoimento das mulheres participantes. - Depoimentos dos parceiros. - Depoimento dos consumidores. - Registro fotográfico.	- Pesquisa de satisfação dos participantes, parceiros e consumidores. - Controle de presença.	- Assistente administrativo. - Equipe de execução do Projeto.	- Anual.
	- Número de parceiros envolvidos na realização das rodas deconversa. - Número de mulheres participantes nas rodas deconversas. - Número de rodas de conversas rodas de conversasrealizadas. - Número de consumidores do território participantes das rodas de conversas.					- Mensal
	- Número de parceiros envolvidos na realização dosworkshops. - Número de mulheres participantes nos workshops. - Número de workshopsrealizados. - Número de consumidores do território participantes nosworkshops.					- Trimestral

ETAPAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	AÇÕES	METAS	DESCRIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO	
				UNIDADE MEDIDA	QUANTIDADE
Etapa 3 Qualificação	2 – Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território do Centro;	- Elaboração do programa de qualificação com base no perfil das mulheres e no perfil dos consumidores. - Contratação da equipede qualificação. - Elaboração do cronograma anual dequalificação. - Divulgação do cronograma de qualificação. - Inscrição dasparticipantes. - Qualificação das mulheres nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade noatendimento. - Monitoramento e avaliação do processo dequalificação. - Certificação das participantes.	1 - Qualificar 80% das mulheres participantes do Projeto. 2 - Ter 75% de presença nas ações dequalificação. 3 - Certificar 80% das mulheres participantes do Projeto.	- Valor da hora trabalhada para pagamento dos profissionais para a qualificação.	- 176 horas
				- Valor do material de expediente.	- 10% do valor do material de expediente.
				- Valor do lanche.	- 25% do valor do lanche.
				- Valor do material de expediente.	- 45% do valor do material de expediente.

ETAPAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	AÇÕES	METAS	DESCRIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO	
				UNIDADE MEDIDA	QUANTIDADE
Etapa 2 Conhecimento da realidade	2 – Qualificar as mulheres enquanto pequenas empreendedoras locais (formais e informais) nas áreas de direito do consumidor, publicidade afirmativa e marketing de lugar, economia local e educação financeira, empreendedorismo e qualidade no atendimento visando à formação pessoal e profissional das mulheres, intensificando as relações de consumo no Território do Centro;	- Realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo (Elaboração, aplicação, tabulação e análise dos dados).	1 - Aplicar 200 formulários no Território do Centro junto às mulheres empreendedoras (formais e informais) para realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo; 2 - Aplicar 200 formulários junto aos consumidores do Território do Centro para realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo. 3 - Realização do DRP – Diagnóstico Rápido Participativo (Elaboração, aplicação, tabulação e análise dos dados).	- Valor do material de expediente.	- 10% do valor do material de expediente

ETAPAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	AÇÕES	METAS	DESCRIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO	
				UNIDADE MEDIDA	QUANTIDADE
Etapa 4 Fomento	3 – Instalar a oficina de moda para a produção de peças do vestuário, acessórios e decoração visando fomentar a inovação, o empreendedorismo, a organização produtiva, a geração de trabalho e renda e o empoderamento das mulheres participantes.	- Elaboração do programa de realização dasoficinas. - Elaboração do cronograma anual dequalificação. - Contratação dosoficineiros. - Divulgação do cronograma das oficinas. - Inscrição dasparticipantes. - Análise dos produtos produzidos como acessórios, peças do vestuário, de decoração, embalagens e serviçosprestados. - Início da oficina de criatividade. Início das oficinas de produção. - Criação do AteliêAberto. - Monitoramento e avaliação dos produtos e serviçoscriados. - Certificação das participantes.	1 - Capacidade de produção aumentada em pelo menos 80%. 2 - Pelo menos 10 novas inciativas empreendedoras criadas no Território do Centro. 3 - Pelo menos 10 iniciativasjá existentes fortalecidas/ampliadas no Território doCentro. 4 - Ampliação em 80%da capacidade criativa das mulheres. 5 - Melhoria de pelomenos 80% da qualidade dos produtosproduzidos. 6 - Produção de 50 itens diferentes de peças piloto para referência na produção e comercialização.	- Valor da hora trabalhada para pagamento dos profissionais para as oficinas.	352 horas
				- Valor da hora trabalhada para pagamento dos Consultores (moda, criação ecomunicação).	235 horas
				- Valor do material pedagógico.	- 100% do valor do material pedagógico.
				- Valor do lanche.	- 50% do valor do lanche.
				- Valor de 01 locação de 01 van.	- 50% do valor da locação.
				- Valor da produção de 120 blusas de malha.	- 120 blusas de malha.

BEM BRASIL

8. PLANO DE APLICAÇÃO DE RECURSOS(R$)

ITEM	DESCRIÇÃO	CÓDIGO DE DESPESA	QUANT.	ESTIMATIVA DE CUSTOS			
				UNIDADE DE MEDIDA	VALOR UNITÁRIO (R$)	VALOR MENSAL (R$)	VALOR ACUMULADO (R$)
1. Pessoal	Gerente Institucional - 30hs		04	Valor pagamento de salários	3.100,00	3.100,00	37.200,00
	Coordenadora Institucional - 20 hs				1.500,00	1.500,00	16.500,00
	Assist. Administrativo - 40 hs				1.450,00	1.450,00	15.950,00
	Aux. Serviços Gerais- 30 hs				1.000,00	1.000,00	11.000,00
2. Benefícios	Vale transporte		1980	Valor pagamento de benefícios	3,40	561,00	6.732,00
	Vale refeição		242		11,00	242,00	2.662,00
3. Encargos Sociais (Folha de Pagamento)	FGTS (sobre salários)		8%	Valor pagamento de encargos sociais sobre a folha de pagamento	564,00	564,00	6.452,00
	PIS (sobre salários)		1%		70,50	70,50	806,50
	INSS (sobre salários)		26,5%		1.868,25	1.868,25	21.372,25
4. Provisões	Sobre Férias		1	Valor pagamento das Provisões	587,50	587,50	6.720,83
	Sobre 1/3 Férias		1		195,83	195,83	2.240,28
	Sobre 13º Salário		1		587,50	587,50	6.720,83
	Sobre a Multa Rescisória (FGTS 50%)		4%		336,84	336,84	3.853,24
5. Encargos sociais (sobre as provisões)	FGTS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)		8%	Valor pagamento das Provisões	109,66	109,66	1.254,48
	PIS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)		1%		13,71	13,71	156,84
	INSS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)		26,5%		349,56	349,56	3.998,87

BEM BRASIL

10. DECLARAÇÃO

Na qualidade de representante legal desta organização, declaro para fins de prova junto a Prefeitura Municipal de Vitória, e sob as penas da lei, que inexiste qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro Municipal ou qualquer Órgão ou Entidade da Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, que impeça a celebração da parceria, na forma deste Plano deTrabalho.

Vitória, 12 de março de 2019.

Pedro Helioton Moreira Bittencourt de Castro
Procurador do Presidente
Bem Brasil – Instituto de Desenvolvimento Social

11. APROVAÇÃO PELOCONCEDENTE

Vitória, 29 de Maio de 2019
Locale data

Assinatura doConcedente

Renata Freire Ferreira Batista
Sub-Secretária de Cidadania,
Direitos Humanos e Trabalho
SEMCID/SUBCDH
Matrícula: 624414

PLANO DE APLICAÇÃO

Período de execução: 12 meses		Número de meses para a execução:			12
NR.	Descrição	Quant.	ESTIMATIVA DE CUSTO (R$)		TOTAL
			Unitário	Mensal	
1	**Pessoal**				
1.1	Gerente Institucional - 30hs	1	R$ 3.100,00	R$ 3.100,00	R$ 37.200,00
1.2	Coordenador Institucional - 20hs	1	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	R$ 16.500,00
1.3	Assistente Administativo - 40 hs	1	R$ 1.450,00	R$ 1.450,00	R$ 15.950,00
1.5	Auxiliar de Serviços Gerais- 30 hs	1	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00	R$ 11.000,00
Subtotal		6		R$ 7.050,00	**R$ 80.650,00**
2	**Benefícios**	**%**	Unitário	Mensal	Total
2.1	Vale transporte	1980	R$ 3,40	R$ 561,00	R$ 6.732,00
2.2	Vale refeição	242	R$ 11,00	R$ 242,00	R$ 2.662,00
Subtotal				R$ 803,00	**R$ 9.394,00**
4	**Encargos sociais (sobre a folha)**	**%**	Unitário	Mensal	Total
4.1	FGTS (sobre salários)	8,00%	R$ 564,00	R$ 564,00	R$ 6.452,00
4.2	PIS (sobre salários)	1,00%	R$ 70,50	R$ 70,50	R$ 806,50
4.3	INSS (sobre salários)	26,5%	R$ 1.868,25	R$ 1.868,25	R$ 21.372,25
ubtotal				R$ 2.502,75	**R$ 28.630,75**
5	**Provisões**	**Quant.**	Unitário	Mensal	Total
5.1	Provisão de Férias	1	R$ 587,50	R$ 587,50	R$ 6.720,83
5.2	1/3 férias	1	R$ 195,83	R$ 195,83	R$ 2.240,28
5.3	Provisão 13º Salário	1	R$ 587,50	R$ 587,50	R$ 6.720,83
5.4	Multa Rescisória (FGTS 50%)	4%	R$ 336,84	R$ 336,84	R$ 3.853,24
Subtotal				R$ 1.707,67	**R$ 19.535,18**
6	**Encargos sociais (sobre a provisões)**	**%**	Unitário	Mensal	Total
6.1	FGTS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)	8,00%	R$ 109,66	R$ 109,66	R$ 1.254,48
6.2	PIS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)	1,00%	R$ 13,71	R$ 13,71	R$ 156,84
6.3	INSS (sobre férias, 1/3 férias e 13º)	26,5%	R$ 349,56	R$ 349,56	R$ 3.998,87
Subtotal				R$ 472,93	**R$ 5.410,19**
7	**Material de Consumo**	**Quant.**	Unitário	Mensal	Total
7.1	Lanche	12	R$ 108,11	R$ 108,11	R$ 1.297,35
7.2	Pedagógico	12	R$ 629,26	R$ 629,26	R$ 7.551,17
7.3	Material de limpeza	12	R$ 206,42	R$ 206,42	R$ 2.476,98
7.4	Expediente	12	R$ 61,96	R$ 61,96	R$ 743,47
Subtotal					**R$ 12.068,97**
	Serviços de Terceiros	**Quant.**	Unitário	Mensal	Total
8.1	Pessoa Física	12	R$ 3.312,50	R$ 3.312,50	R$ 39.750,00
8.2	Pessoa Jurídica	12	R$ 3.829,34	R$ 3.829,34	R$ 45.952,05
8.3	Encargos sobre RPA - Pessoa Física	20%	R$ 662,50	R$ 662,50	R$ 7.950,00
Subtotal					**R$ 93.652,05**
9	**Item de parcela única**	**Quant.**	Unitário	Parcela Única	Total
9.1	Auxílio Funeral	1	R$ 600,00	R$ 600,00	R$ 600,00
Subtotal				**R$ 600,00**	**R$ 600,00**
TOTAL GERAL		12			**R$ 249.941,14**

ANEXO I

LANCHE

Nº	Especificação	Unid.	Qtde.	Valor (R$)	
				Unitário	Total
1	Açucar	Kg	10	1,87	18,70
2	Adoçante	Unid.	3	2,29	6,87
3	Amido de Milho	Kg	10	4,99	49,90
4	Banana	kg	5	1,99	2,70
5	Biscoito de Sal	Pct	30	2,15	64,50
6	Biscoito doce	Pct	30	2,15	64,50
7	Café	kg	10	4,78	47,80
8	Cebola	Kg	3	2,49	7,47
9	Chocolate em Pó	Kg	5	3,98	19,90
10	Colorau	Pct	2	2,96	5,92
11	Cominho	Pct	2	1,99	3,98
12	Creme de leite	Lata	7	3,29	23,03
13	Farinha de tapioca	Kg	4	4,66	18,64
14	Fermento biológico	Unid.	1	1,79	1,79
15	Fermento em pó	Unid.	2	2,69	5,38
16	Fubá	Kg	3	2,29	6,87
17	Goiaba	Kg	5	5,49	27,45
18	Laranja	Kg	8	2,49	19,92
19	Leite	Litro	10	2,78	27,80
20	Leite condensado	Lata	8	3,55	28,40
21	Limão	Kg	1	7,38	7,38
22	Maça	Kg	4	5,99	23,96
23	Margarina	Kg	8	7,99	63,92
24	Maionese	Kg	6	3,95	23,70
25	Mamão	Kg	4	1,99	7,96
26	Manga	Kg	3	3,98	11,94
27	Manjericão	Maço	2	1,49	2,98
28	Manteiga	Kg	6	13,98	83,88
29	Melancia	Kg	10	0,99	9,90
30	Milho de canjica	Kg	5	2,36	11,80
31	Milho de pipoca	Kg	10	1,68	16,80
32	Óleo	Litro	5	3,18	15,90
33	Ovos	Dz	15	1,95	29,25
34	Pão de forma	Pct	35	3,49	122,15
35	Pão de sal	Kg	5	12,99	64,95
36	Presunto	Kg	4	13,98	55,92
37	Queijo tipo mussarela	Kg	4	23,90	95,60
38	Sardinha enlatada	Lata	10	2,89	28,90
39	Sal	Kg	2	1,49	2,98
40	Salsicha	Kg	8	6,18	49,44
41	Suco	Unid.	25	2,85	71,25
42	Tomate	Kg	1	7,99	7,99
43	Trigo	Kg	15	2,48	37,20
TOTAL				R$	1.297,35

PLANILHA DE APLICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

ANEXO II

PEDAGÓGICO

Nº	Especificação	Unid.	Qtde.	Valor (R$)	
				Unitário	Total
1	Abridor de casas	Unid	2	3,30	6,60
2	Agulha para bordar a mão	Pct	2	2,35	4,70
3	Agulha para costura	Pct	2	4,00	8,00
4	Agulha para crochet	Unid	10	5,35	53,50
5	Agulha para máquina industrial	Pct	2	12,50	25,00
6	Alfinete	Cx	1	10,80	10,80
7	Algodão crú - tecido	Metro	15	7,00	105,00
8	Bandeja para tinta de tecido	Unid	5	1,60	8,00
9	Barbante	Rolo	2	14,50	29,00
10	Base de corte dupla face	Unid	1	49,90	49,90
11	Bastidor de mão grande sem tarracha nº 10	Unid	3	20,30	60,90
12	Bastidor de mão grande sem tarracha nº 20	Unid	3	21,00	63,00
13	Bastidor de mão grande sem tarracha nº 30	Unid	3	21,50	64,50
14	Bastidor de mão grande sem tarracha nº 40	Unid	3	26,90	80,70
15	Bola de vinil	Unid.	10	9,99	99,90
16	Bastões de cola quente	Pct	25	1,30	32,50
17	Bocal de louça	Unid	10	2,90	29,00
18	Bordado ingês	Pct	4	5,10	20,40
19	Botão de 02 furos	Unid	25	0,42	10,50
20	Botão de 04 furos	Unid.	25	0,30	7,50
21	Botão de madeira	Unid.	25	0,65	16,25
22	Botão de pé	Unid.	25	0,40	10,00
23	Botão de pérola	Unid.	25	0,28	7,00
24	Brocha	Unid	5	3,80	19,00
25	Bucha plástica	Unid	50	0,15	7,50
26	Cadeado 60 mm	Pct	1	29,00	29,00
27	Carretilha	Unid	10	1,50	15,00
28	Cimento	Saco	2	22,23	44,46
29	Cola branca líquida 1L	Unid	10	7,50	75,00
30	Cola de contato fórmica	Unid	2	20,90	41,80
31	Cola de madeira	Lata	4	5,96	23,84
32	Cola pano	Unid	2	12,90	25,80
33	Corda de cisal	Metro	50	0,95	47,50
34	Dobradiças	Unid	20	0,90	18,00
35	Elástico	Rolo	2	7,35	14,70
36	Espelho 1,60 cm x 0,60 cm	Unid	1	205,00	205,00
37	Esquadro par molde de costura nº 02	Unid	2	8,90	17,80
38	Extensão cabo	Unid	2	13,90	27,80
39	Fibra sintética para enchimento	Pct	19	11,90	226,10
40	Fio de cisal	Rolo	5	15,00	75,00
41	Fio flexível 15mm preto	Metro	40	0,72	28,80
42	Fio para orvelok	Rolo	8	4,95	39,60
43	Fita de algodão	Metro	8	0,50	4,00
44	Fita de borda branca 36 mm	Unid	10	25,15	251,50
45	Fita de cetim nº 0	Rolo	2	2,00	4,00
46	Fita de cetim nº 02	Rolo	2	3,50	7,00
47	Fita de cetim nº 09	Metro	10	0,90	9,00

48	Fita isolante	Rolo	2	6,00	12,00
49	Fita métrica	Unid	2	2,50	5,00
50	Gancho	Pct	8	2,90	23,20
51	Gesso	Pct	8	2,10	16,80
52	Giz d alfaite	Cx	1	1,50	1,50
53	Jogo de réguas de molde para costura	Pct	1	18,50	18,50
54	Lâmpada Led	Unid	20	16,90	338,00
55	Linha metalizada	Unid	5	3,98	19,90
56	Linha para bordar meada	Unid	20	2,60	52,00
57	Linha para bordar rolo	Cx	1	80,80	80,80
58	Linha para costura	Cone	10	1,90	19,00
59	Linha para crochet	Rolo	10	12,90	129,00
60	Lixa	Unid	20	0,75	15,00
61	Madeira pinus 7,5 cm	Unid	8	6,60	52,80
62	Maderite	Unid	1	68,00	68,00
63	Manta acrílica	Metro	8	9,90	79,20
64	Mão francesa	Unid	2	4,89	9,78
65	Moldura para quadro	Metro	3	48,00	144,00
66	Óleo de linhaça	Unid	1	7,50	7,50
67	Óleo para máquina	Unid	1	10,27	10,27
68	Papel carbono	Pct	1	28,00	28,00
69	Papel Kraft	Rolo	1	24,70	24,70
70	Parafuso 40x25	Cx	2	37,95	75,90
71	Parafuso 40x45	Cx	2	19,70	39,40
72	Parafuso 50x60	Cx	2	29,85	59,70
73	Parafuso 40x126	Cx	2	29,85	59,70
74	Parafuso 40x35	Cx	2	29,50	59,00
75	Passador de linha	Unid	2	0,50	1,00
76	Pincel 1/2"	Unid	4	1,80	7,20
77	Pincel 2 1/2"	Unid	4	4,80	19,20
78	Pincel 4"	Unid	4	9,00	36,00
79	Pincel brocha	Unid	4	6,50	26,00
80	Pincel chato	Unid	4	3,40	13,60
81	Pincel redondo	Unid	4	6,70	26,80
82	Pincel trincha	Unid	4	3,50	14,00
83	Pistola de cola quente	Unid	1	14,50	14,50
84	Placa de MDF 15 mm	Unid	2	247,80	495,60
85	Placa de MDF 25 mm	Unid	2	135,00	270,00
86	Placa de MDF 6 mm	Unid	2	100,00	200,00
87	Plástico bolha	Metro	5	1,50	7,50
88	Plástico transparente grosso	Metro	3	7,90	23,70
89	Prego 10x10 com cabeça	Pct	5	3,00	15,00
90	Prego 8x8 com cabeça	Pct	5	3,00	15,00
91	Pregos 10/10	Pct	5	2,23	11,15
92	Pregos 8/8	Pct	5	2,23	11,15
93	Presilha	Pct	5	5,00	25,00
94	Primer para metais, pet e vidro	Unid	2	11,50	23,00
95	Puxadores	Unid	10	5,50	55,00
96	Régua curva francesa acrílica para molde	Pct	1	20,55	20,55
97	Removedor de tinta	Lata	1	27,30	27,30
98	Rolo de espuma	Unid	3	2,95	8,85
99	Suporte para prateleira	Unid	7	7,00	49,00
100	Tábua angelin pedra 2x30	Unid	2	137,40	274,80
101	Tecido de algodão	Metro	10	20,50	205,00
102	Tecido de algodão percal	Metro	10	22,00	220,00
103	Tecido estamine	Metro	5	25,80	129,00

104	Tecido oxford	Metro	10	8,99	89,90
105	Tela de arame exagonal	Metro	2	11,00	22,00
106	Tela para pintura 20x20 cm	Unid	6	4,90	29,40
107	Tela para pintura 0,80x 1,20 cm	Unid	3	79,95	239,85
108	Termolina leitosa	Unid	1	4,95	4,95
109	Tesoura para cortar linha	Unid	2	6,00	12,00
110	Tesoura para tecido	Unid	3	13,00	39,00
111	Tesourinha sem ponta	Unid	3	2,50	7,50
112	Tinta guache	Unid	10	0,60	6,00
113	Tinta para tecido	Unid	10	3,10	31,00
114	Tinta PVA	Galão	5	38,00	190,00
115	Tinta spray	Unid	30	14,00	420,00
116	Tinta spray metálica	Unid	6	14,99	89,94
117	TNT tecido	Metro	1	1,99	1,99
118	Trilho pafa pratelheira	Peça	10	16,00	160,00
119	Varão para cortina	Metro	5	16,67	83,35
120	Verniz	Galão	1	22,23	22,23
121	Vidro para quadro	Unid	2	166,00	332,00
122	Viéis	Rolo	1	6,70	6,70
123	Ziper em metro	Metro	10	1,00	10,00
TOTAL					R$ 7.551,17

PLANILHA DE APLICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
ANEXO III

LIMPEZA E UTENSÍLIO

Nº	Especificação	Unid.	Qtde.	Valor (R$)	
				Unitário	Total
1	Açucareiro	Unid.	1	12,90	12,90
2	Almofada	Unid.	3	59,98	179,94
3	Bacia	Unid.	2	11,90	23,80
4	Balde	Unid.	2	4,39	8,78
5	Bandeja	Unid.	1	12,77	12,77
6	Bisnaga	Unid.	3	2,13	6,39
7	Bule esmaltado	Unid.	1	59,90	59,90
8	Caçarola	Unid.	1	72,53	72,53
9	Caldeirão	Unid.	1	72,91	72,91
10	Caneca esmaltada	Unid.	1	5,90	5,90
10	Canecão 18 l	Litros	1	26,99	26,99
11	Cloro - 5 litros	Unid.	6	7,30	43,80
12	Colher (jogo com 12 unidades)	Unid.	1	12,90	12,90
13	Colher descartável	Cx	1	47,10	47,10
14	Conjunto de pote rosca	Unid.	1	22,99	22,99
15	Copo	Unid.	20	3,23	64,60
16	Copo descartável 200 ml	Cx	1	61,25	61,25
17	Desifentante líquido	Galão	2	6,90	13,80
18	Detergente líquido	Unid.	8	1,90	15,20
19	Dispenser de papel higiênico	Unid.	1	24,10	24,10
20	Dispenser de papel toaha	Unid.	1	29,00	29,00
21	Escova para limpeza	Unid.	2	2,65	5,30
22	Espeto de bambu	Pct	1	2,59	2,59
23	Esponja multiuso - pact com 10 unid	Pct	5	2,65	13,25
24	Forma de alumínio polido	Unid.	1	20,99	20,99
25	Forma retangular grande	Unid.	1	20,99	20,99
26	Garrafa	Unid.	2	4,93	9,86
27	Garrafa térmica	Unid.	1	27,77	27,77
28	Guardanapo	Unid.	1	55,00	55,00
29	Jarra	Unid.	2	21,45	42,90
30	Jogo de cesto	Unid.	1	498,00	498,00
31	Jogo de mantimento	Unid.	1	29,80	29,80
32	Leiteira	Unid.	1	26,99	26,99
33	Lixeira	Unid.	4	23,89	95,56
34	Mexedor de café	Pct	1	5,50	5,50
35	Odonizador de ambiente tipo aerosol	Unid.	4	6,98	27,92
36	Pá	Unid.	1	7,90	7,90
37	Palha de aço	Unid.	5	1,20	6,00
38	Pano de chão 100% algodão branco alv	Unid.	5	3,85	19,25
39	Papel higiênico	Cx	2	33,90	67,80

40	Papel toalha	Pct	4	23,90	95,60
41	Peneira	Unid.	2	7,15	14,30
42	Porta bolo descartável	Unid.	1	9,50	9,50
43	Porta guardanapo	Unid.	1	12,73	12,73
44	Porta talheres	Unid.	1	18,85	18,85
45	Prato	Unid.	8	5,07	40,56
46	Rodo	Unid.	2	7,29	14,58
47	Sabão em barra	Pct	5	4,45	22,25
48	Sabão em pó	Unid.	8	4,20	33,60
49	Sabonete líquido	Galão	1	12,00	12,00
50	Saco de lixo 100 litros c/100 unidades	Pct	9	19,37	174,33
51	Saco de lixo de 40 litros c/ 50 unidades	Pct	8	9,50	76,00
52	Tábua de passar	Unid.	1	49,99	49,99
53	Tapete	Unid.	1	73,99	73,99
54	Vassoura de pelo	Unid.	1	12,98	12,98
55	Vassoura de piaçava	Unid.	2	7,40	14,80
				R$	2.476,98

35	PINCEL PARA QUADRO BRANCO RECARREGÁVEL	Uni.	5	2,95	14,75
36	PINCEL CHATO	Unid.	5	2,30	11,50
37	PINCEL REDONDO	Unid.	5	2,00	10,00
38	RÉGUA DE 30 CM	Unid.	2	0,50	1,00
39	TESOURA PARA TECIDO	Unid.	3	13,00	39,00
40	TINTA PARA PINCEL ATÔMICO	Unid.	3	3,45	10,35
41	REABASTECEDOR DE QUADRO BRANCO	Unid.	3	6,95	20,85
42	TRANSFERIDOR	Unid.	1	1,50	1,50
43	TINTA PARA QUADRO BRANCO	Unid.	2	6,60	13,20
TOTAL				R$	743,07

PLANILHA DE APLICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
ANEXO V
PESSOA FÍSICA

Nº	Especificação	Unid.	Qtde hrs mês	Qtde hrs 12 meses	Valor (R$)		TOTAL 11 meses (R$)
					Unitário	Total Mês	
1	Quaificação	hrs	16	176	50,00	800,00	8.800,00
2	Oficinas	hrs	32	352	50,00	1.600,00	17.600,00
3	Desenvolvimento de produtos, imagem (moda, criação e comunicação)	hrs	24	267	50,00	1.200,00	13.350,00
	TOTAL						39.750,00

PLANILHA DE APLICAÇÃO ORÇAMENTÁRIA
ANEXO VI

PESSOA JURÍDICA

Nº	Especificação	Unid.	Qtde.	Valor (R$)	
				Unitário	Total
1	Energia elétrica	Unid.	9	320,00	2.880,00
2	Água	Unid.	9	123,27	1.109,43
3	Criação do site	Unid.	1	499,90	499,90
4	Manutenção do site	Unid.	8	66,80	534,40
5	Locação de sonorização	Unid.	1	450,00	450,00
6	Aluguel	Unid.	12	2.500,00	30.000,00
7	IPTU	Unid.	1	1.853,89	1.853,89
8	Seguro Patrimonial	Unid.	1	399,96	399,96
9	manutenção e pequenos reparos	Unid.	2	175,00	350,00
10	Telefone/internete	Unid.	9	119,99	1.079,91
11	Locação de van com motorista, combustível e seguro - 8hrs/dia segunda à domingo no limite de 700km/mês	Unid.	2	380,00	760,00
12	Fornecimento de gás	Unid.	3	65,00	195,00
13	Água mineral 20 l	Unid.	24	12,00	288,00
14	Produção de blusa de malha	Unid.	120	39,80	4.776,00
15	Taxa de administração sobre o vale refeição	%	1,5	3,63	43,56
16	Exames médico ocupacional	Unid.	6	22,00	132,00
17	Auxílio funeral	Unid.	1	600,00	600,00
TOTAIS					**R$ 45.952,05**