PUBLICADO NO D. O. E.
EM 12/01/2022
GABINETE / SETRE

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE – SETRE

**SEGUNDO TERMO ADITIVO AO CONTRATO DE GESTAO Nº 024/2019, QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DA BAHIA, POR INTERMÉDIO DA SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE DO ESTADO DA BAHIA – SETRE E A ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL.**

O **ESTADO DA BAHIA**, neste ato representado pelo Dr. **DAVIDSON DE MAGALHÃES SANTOS**, brasileiro, inscrito no CPF/MF nº 182.817.025-91, RG nº 0138746834 SSP/BA, titular da **SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE - SETRE**, CNPJ nº 13.937.123/0001-03, situada na 2º Avenida, nº 200 - Centro Administrativo da Bahia - CAB, Salvador-Ba, autorizado pelo Decreto Governamental de 08/02/2019 e publicado no D.O.E. de 09/02/2019, doravante denominado **CONTRATANTE**, e **ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL**, CNPJ nº 07.323.484/0001-59, situada na Praça General Osório, nº 33, Largo da Ribeira, Salvador-Ba, cep: 40.420-260, qualificada como Organização Social, vencedora da seleção nº 010/2018, Processo Administrativo nº 1600170029349, neste ato representada pela Sra. **JAQUELINE MATOS DE AZEVEDO**, portadora do documento de identidade nº 03.370.678-64, emitido por SSP/BA, inscrita no CPF nº 371.343.965-68, doravante denominada apenas **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente termo aditivo, termos do processo administrativo SEI nº 021.2107.2021.0005708-61, mediante as cláusulas e condições a seguir:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO PRAZO**

Pelo presente Termo Aditivo fica prorrogado o prazo de vigência do Contrato de Gestão nº. 024/2019, por mais 36 (trinta e seis) meses, com efeitos iniciais a partir de 08/01/2022, consoante alterações no plano de trabalho - Anexo Único.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DO ACRÉSCIMO**

Pelo presente Termo Aditivo fica acrescido o valor de R$ 11.775.324,00 (onze milhões, setecentos e setenta e cinco mil, trezentos e vinte e quatro reais), ao Contrato de Gestão nº 024/2019, que passa a vigorar com o valor global de R$ 15.583.925,83 (quinze milhões, quinhentos e oitenta e três mil, novecentos e vinte e cinco reais e oitenta e três centavos).

**CLÁUSULA TERCEIRA – DA DOTAÇÃO**

| UNIDADE ORÇAMENTÁRIA | FONTE | PAOE | NATUREZA DA DESPESA | UNIDADE GESTORA |
|---|---|---|---|---|
| 3.21.101 – APG | 0.100 | 2234 | 3.3.90.39.00 | 0009 – CFA |

**CLÁUSULA QUARTA - DA RATIFICAÇÃO**

Ficam mantidas as demais Clausulas e condições não retificadas por este instrumento.

**CLÁUSULA QUINTA - DA PUBLICAÇÃO**

O presente Termo Aditivo será publicado em resumo no Diário Oficial do Estado.
E, para firmeza do que foi pactuado, assinam este instrumento perante 02 (duas) testemunhas que também o subscrevem.

Salvador, 07 de Janeiro de 2022

**DAVIDSON DE MAGALHÃES SANTOS**
SECRETÁRIO DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE

Juremar de Oliveira
Chefe de Gabinete da SETRE

**JAQUELINE MATOS DE AZEVEDO**
ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL

Testemunhas:

JAILSON OLIVEIRA DA SILVA
CPF: 031655685 88

CPF: 840583 825-20

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE

# ANEXO ÚNICO - PROPOSTA DE TRABALHO

## CONTRATO DE GESTÃO Nº 24/2019

## EDITAL DE SELEÇÃO Nº 10/2018

## ORGANIZAÇÃO SOCIAL PROPONENTE: FÁBRICA CULTURAL

# SUMÁRIO


| | |
|---|---|
| **IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO** | 04 |
| **FINALIDADE DA PROPOSTA** | 04 |
| **INTRODUÇÃO** | 04 |
| **1.SOBREA ORGANIZAÇÃO PROPONENTE** | 04 |
| **2.PERCURSO METODOLÓGICO** | 06 |
| **3.ORGANOGRAMA** | 09 |
| **4.DIMENSIONAMENTO DE PESSOAL** | 10 |
| **5.DIAGNÓSTICO INTEGRADO PARA QUALIFICAÇÃO DOSARTESÃOSDOSTERRITÓRIOSDEIDENTIDADEDABAHIA** | 11 |
| *CRONOGRAMA* | 15 |
| **6.POGRAMA DE QUALIFICAÇÃO / MENTORIA** | 15 |
| *6.1 PREMISSAS E IDÉIA-CONCEITO DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO* | 15 |
| *6.2 IDENTIDADE CULTURAL E TERRITORIALIDADE NO ARTESANATO DA BAHIA* | 17 |
| *6.3 TABELA SIMPLIFICADA DE CONVERGÊNCIAS POR TERRITÓRIOS* | 18 |
| *6.4 OBJETIVOS DO PROGRAMA DE QUALIFIC AÇÃO* | 20 |
| *6.5 COMPETÊNCIAS A SEREM ESTIMULADAS NOS ARTESÃOS* | 20 |
| **7.EXECUÇÃO DE CURSOS DE QUALIFICAÇÃO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO** | 21 |
| *7.1 DETALHAMENTO DOS NÍVEIS DA ESCOLA CONTEMPORÂNEA* | 22 |
| *7.2 PÚBLICOS BENEFICIÁRIOS E LOCAIS DE REALIZAÇÃO DOS CICLOS DEFORMAÇÃO* | 24 |
| *7.3 AVALIAÇÃO DOS CURSOS E DOS CURSISTAS* | 24 |
| *7.4 AÇÕES COMPLEMENTARES* | 25 |
| *7.5 MENTORIA E DESENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES PRODUTIVAS* | 26 |
| **8.ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PLANO DE MÍDIA** | 27 |

*CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO DA COMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO* 27
**9. ATUALIZAÇÃO DA PLATAFORMA DIGITAL DO ARTESANATO DA BAHIA** 30
*ADAPTAÇÃO DA VITRINE ON-LINE* 30
*NOVA ÁREA:SOMOS ARTESANATO DA BAHIA* 31
*CRONOGRAMA* 31
*GEOREFERENCIAMENTO DE PONTOS DE COMERCIALIZAÇÃO* 32
**10.*CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO DA COMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO*** 32
*10.2 ESTRATÉGIA DO PROGRAMA DE COMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO* 33
*10.3 EXECUÇÃO DO PROGRAMA DE COMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO* 34
*10.4 A GESTÃO DO PROGRAMA DE COMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO* 36
**11. REALIZAÇÃO DE RODADAS DE NEGÓCIODO ARTESANATO BAIANO** 37
*RESUMO DA PROPOSTA DE COMERCIALIZAÇÃO* 38
**12.INCREMENTO DE METAS E SERVIÇOS** 39
12.1 PROPOSIÇÃO DE OUTRAS ATIVIDADES RELEVANTES AO OBJETO DO CONTRATO DE GESTÃO 39
12.2 PROPOSIÇÃO DE INCREMENTO NO QUANTITATIVO DE METAS DO INDICADOR Nº CF3.1.2 40
*12.3 Quadro de Indicadores de Medtas* 40
**13.PROPOSTA DE ORÇAMENTO** 53
**14.ORÇAMENTO COMPARATIVO** 54
**15.VALOR GLOBAL E DESEMBOLSO** 54
**16 DECLARAÇÕES OBRIGATÓRIAS** 56

NOME DA INSTITUIÇÃO : **ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL**

**FINALIDADE DA PROPOSTA:**

Entidade de direito privado, sem fins lucrativos, qualificada como Organização Social, atualmente vinculada ao Contrato de Gestão nº 024/2019, para a GESTÃO dos serviços de qualificação dos artesãos baianos, incluindo a promoção e a comercialização da produção artesanal. Propõe a prorrogação doatual Contrato, por mais três anos, conforme preconiza a Cláusula Segunda do presente Contrato, em total amparo e conformidade com a legislação vigente.

**INTRODUÇÃO:**

Considerando tratar-se do PlanodeTrabalho, para proposta dea ditivo de prazo do contrato vigente, no qual a preservação das condições básicas do Edital 010/2018 que originou o Contrato de Gestão nº024/2019, Anexos, Aditivos, Componentes de Gestão: Administrativa Financeira,de Aquisição, de Pessoal, de Patrimônio e de Controle, se encontram garantidas. Com vistas a dinamizara nossa apresentação, e consequentes avaliações, neste momento,trataremos das Propostas de Trabalho para os Componentes Finalísticos de: Qualificação das Artesãs e Artesãos / Diagnóstico, Divulgação do Artesanato e Desenvolvimento do Apoio a Comercialização, permanecendo inalteradas os Componentes de Gestão, Implantação e Desempenho

**1.SOBRE A ORGANIZAÇÃO PROPONENTE**

A Fábrica Cultural, Organização Social fundada em 2004 trabalha com três eixos estratégicos, Educação, Cultura e Sustentabilidade. Em 16 anos de atuação, temos em nossa mais recente experiência, 02anos, a frente da gestão da Qualificação, Promoção e Comercilaização executando ações de apoio à comercialização, produção artesanal e a qualificação das Artesãs e Artesãos alcançados pela política pública de Artesanato do Estado da Bahia, através do primeiro ciclo do Contrato de Gestão nº 024/2019, firmados entre SETRE-SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO ,RENDA E ESPORTE DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA – Coordenação de Fomento ao Artesanato e a ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL.

Entretanto, já contávamos com larga experiência na qualificaçãode 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, oMercado Iaô, que encontra o Artesanato como segmento central para sua instauração e perspectivas. Na contramão de uma produção em série como a encontrada no Mercado Modelo, o Mercado Iaô-Iaô em Iorubá 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. A partir daí, foram investidos recursos técnicos e financeiros e conseguimos nos tornar um multi espaço de cultura que vê o artesanato como sua ação central.

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 como artesanato baiano, emgrandes 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 deCultura era, nosséculo XIX uma antiga Fábrica de tecelagem. Nossa presidente, Margareth Menezes, por ser uma artista de renome internacional, também reúne o portunidades para a a presentação do ARTESANATO DA BAHIA como um produto de cultura em eventos internacionais, workshop se divulgações dentro e fora do país.

Posto isso, considerando a experiência já obtida,apresentamos nossa nova 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 um upgrade criativa com elevação significativa dosresultados** dessaatividade econômica no EstadodaBahia. Essaproposta 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.

---

Para a elaboração dessa proposta a OS contou com uma equipe especializada em estudo e comercialização doArtesanato da Bahia. Nessa equipe, temos Mestres e especialista e pessoas responsáveis por publicações ePrograms NacionaiseInternacionaisnaáreadoartesanato. Videcurrículos anexo

## 2.PERCURSO METODOLÓGICO

Continuamos apostando na estratégia do formato inicial. Para termos um bom desempenho no objetivo finalístico dividimos a metodologiade ação no atendimento a três áreas contínuas que se relacionam:

**Ilustração1 –Esferasdeatuação**




*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.

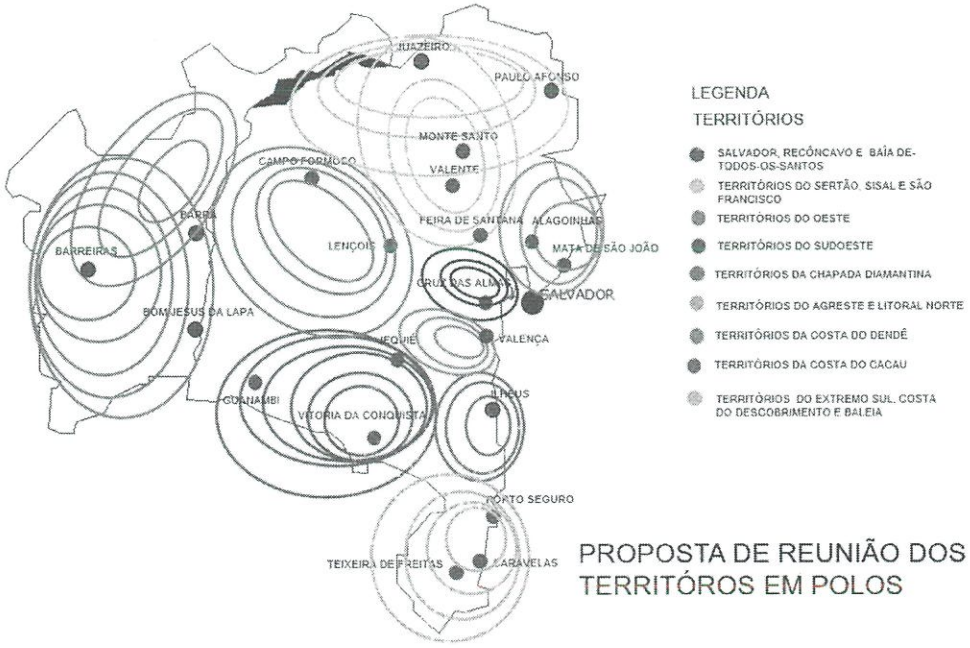
A segunda esfera diz respeito as estratégias regionais, operacionais e logísticas: definição de material gráfico, embalagem, formas de escoamento,emprego de temas e participação em eventos de comercialização regionais etc.

Com base nos entendimentos mantidos até o momento, consideramos que ainda é o momento de fortalecer a nossa estratégia de Polos, 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 indentificação de potenciais dos polos – sejam estes potenciais de venda ou de promoção dessa produção associada ao turismo –e da comercialização.

**O conceito de Polo é uma estratégia organizacional para o melhor entendimento e trato das peculiaridades e nuances do Artesanato, porém, encontra s se em perfeita harmonia com a política de abrangência estadual, pois não deixa de integrar os 26 territórios de identidade do Estado da Bahia**. Como estratégia, adotou-se a lógica de criação de "polos" de atuação, que serão os pontos focais e irradiadores do conjunto de ações que serão aqui descritos. Serão nove polos, os quais passarão a contar com representação local, visitas técnicas cíclicas permanentes, ações de comercialização e assessoria, dentre outras, sendo o *locus* regional. Dessa forma, essa proposta cobre integralmente o Estado da Bahia, com maior intensidade e representatividade, a partir de uma lógica que otimiza os recursos disponíveis e reforça o artesanato sob o viés das tipologias que caracterizam um conjunto de municípios inserido nos polos.

A organização dos polos se dá da seguinte forma:

**Ilustração2 – Polos de atuação territorial**




PROPOSTA DE REUNIÃO DOS TERRITÓROS EM POLOS

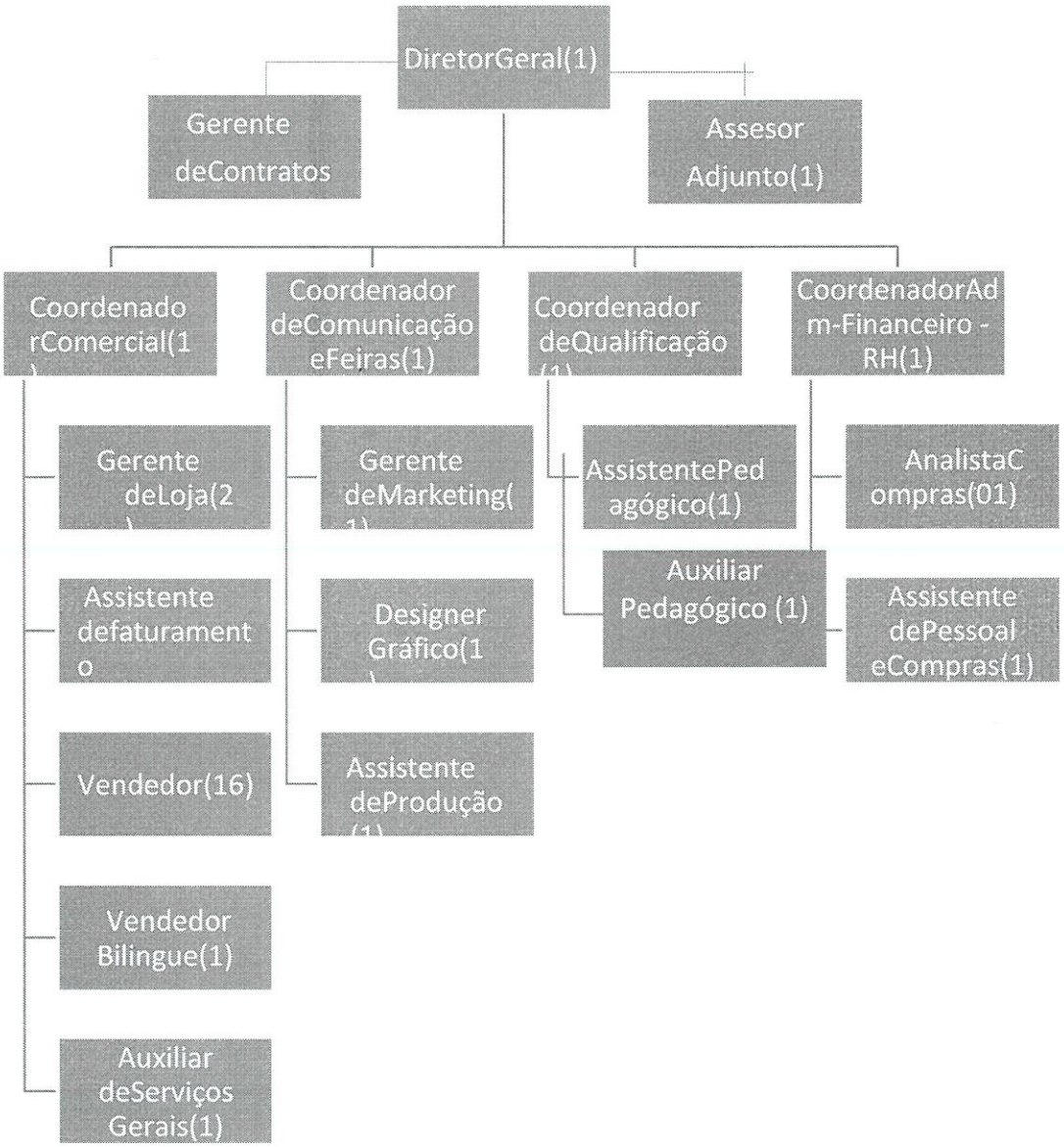
*Fonte:LYRA,2018*

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 de terminada 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 O.S.responsável pela gestão da 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 osdivulguem.

## 3.ORGANOGRAMA

Considerando a experiência inicial, a necessidade de respostas imediatas principalmente nas açõesde comunicação e comercialização, a complexidade embarcada em cada plano de aprimoramento apresenta do para o segundo ciclo(2021 a 2024) do Contrato de Gestão 024/2019, propomos os seguinte organograma.



## 4.DIMENSIONAMENTODEPESSOAL

| Cargo | Qtd. | Carga | Exigências para oCargo |
|---|---|---|---|
| **Diretor do contrato** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível superior e experiência de no mínimo 5 anos na área de atuação e 02anos em posições de gestão,com enfoque na atividade artesanal. |
| **Assessor Adjunto** | 01 | 40h | Profissionalcom experiência mínima de 02 (dois) anos na gestão de projetos ligados ao artesanato ou ações sociais. Principais atribuições: Assessorar a diretoria, representar a instituição em processos externos, elaborar propostas eprogramas, dar suporte as Coordenações setoriais e toda a cadeia administrativa e operacional. |
| **Gerente de Contratos** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de nível superior completo, com experiência mínima de 02 (dois) anos na gestão de projetos ligados ao artesanato ou ações sociais. Principais atribuições: Monitorar e atuar junto aos Contratos mantendo elevados níveis de eficiência, dando suporte as Coordenaçõess etoriais e toda a cadeia administrativa e operacional. |
| **Coordenador Comercial** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de nível superior completo com experiência mínima de 02 (dois) anos na função. Principais atribuições:incrementar metas, prospectar espaço atuação, captar recurso, gerenciar processode comercialização |
| **Coordenador de Comunicação e Feiras** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível superior e com experiência mínimade 03anos na área de comunicação social. |
| **Coordenador de Qualificação** | 01 | 40h | Profissional com formação denível superior e com experiência mínima de03 anos na elaboração,execução e avaliação/acompanhamento de programas de qualificação, preferencialmente na atividade artesanal |
| **Coordenador Adm. Financeiro** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível superior e experiência comprovadade no mínimo 02 anos na área administrativa/financeira–RH. |
| **Designer Gráfico** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínimade nível superior completo, com experiência mínimade 02 (dois) anos na área. Principais Atribuições:Desenvolver demandas do setor, analisar necessidades, efetuar pesquisas de referências, definir metodologia<br>E diretrizes para os projetos. |
| **Gerente de Loja** | 02 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de nível superior com experiência mínima de 02 (dois) anos na função. Principais atribuições: gerenciar equipe de vendas, Gerenciar e controlar os fluxos das lojas, fomentar e aprimorar vendas |
| **Gerente deMarketing** | 01 | 30h | Profissional com escolaridade mínima de nível superior completo com experiênciamínima de02 (dois) anosna função. Principaisatribuições: gerenciar processos de<br>Comunicação e marketing voltados para área comercial. |
| **Analistas Compras** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível superior e experiência comprovada de no Mínimo 01 ano e 6meses |
| **Assistente Pedagógico** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível médio completo com ou sem experiência Comprovada. |
| **Assistentes de Pessoal** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível médio completo com experiência comprovada de no mínimo 02 anos. |
| **Assistentes de Fat. E Logística** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiênciamínima de 02 (dois) anos na função. Principais atividades: controle de compras e pagamentos a artesãos, controle financeiro dos pontos de vendas, realizara<br>Logística derecebimento e envio de produtos a artesãos e clientes |
| **Assistentes de Produção** | 01 | 40h | Profissional com formação de nível médio completo como usem experiência Comprovada. |
| **Vendedor Bilingue** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência<br>Mínima de uma no na função e fluente em 2 ou mais idiomas. |
| **Vendedor** | 16 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de uma no n afunção. Principais atividades: realizara venda direta e oniine;<br>Organização e controle das lojas físicas |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Auxiliar de Serviços Gerais** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de uma no na função. Principais atividades: zelar pelas condições de higiene<br>E organização das lojas físicas |
| **AuxiliarPedagógico** | 01 | 40h | Profissional com escolaridade mínima de ensino médio completo com experiência mínima de uma no na função.Principais atividades:Auxiliar nas tarefas gerais de apoio as atividades de qualificação |

**Tabela Salarial – (regimeCLT – 40h Semanais)**

Considerando a necessidade de atualização salarial em relação ao mercado, propomos os seguintes ajustes:

| CARGO | SALÁRIOS ATUAIS | NOVOS SALÁRIOS | QUANT. | GERAL |
|---|---|---|---|---|
| Aux.Serv.Gerais | R$1.100,00 | R$1.100,00 | 1 | R$ 1.100,00 |
| Auxiliarde Produção | | R$1.200,00 | 1 | R$ 1.200,00 |
| Vendedor | R$1.100,00 | R$1.295,00 | 14 | R$ 20.720,00 |
| Vendedor Bilingue | R$1.800,00 | R$1.900,00 | 2 | R$ 1.900,00 |
| Assistente | R$1.250,00 | R$1.400,00 | 4 | R$ 5.600,00 |
| Analista Compras | R$2.000,00 | R$2.200,00 | 1 | R$ 2.200,00 |
| Gerente de Loja | | R$3.000,00 | 2 | R$ 6.000,00 |
| Gerentede Marketing | | R$3.000,00 | 1 | R$ 3.000,00 |
| Designer Gráfico | | R$3.000,00 | 1 | R$ 3.000,00 |
| Coordenador | R$4.000,00 | R$4.400,00 | 4 | R$ 17.600,00 |
| Assessor Adjunto | | R$4.900,00 | 1 | R$ 4.900,00 |
| Gerente de Contratos | | R$4.900,00 | 1 | R$ 4.900,00 |
| Diretor | R$6.000,00 | R$6.600,00 | 1 | R$ 6.600,00 |
| TOTAL | | | **35** | **R$ 78.720,00** |

| ESTIMATIVADEPARTICIPAÇÃONOORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | PESSOAL,ENCARGOSEPROVISÕES | | | | | |
| 46% | ORÇADO | MENSAL | .TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 5.359.797 | 148.883 | 446.650 | 1.786.599 | 1.786.599 | 1.786.599 |

5. DIAGNÓSTICO INTEGRADO PARA QUALIFICAÇÃODOS ARTESÃOS DOS TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE DABAHIA

Após a entrega do Relatório Situacional do Artesanato Baiano, a estratégia relacionada ao Diagnóstico integra, nesta etapa, um conjunto de ações de pesquisa que visam complementar as informações já existentes e o aprofundamento de alguns temas e conteúdo.

O estudo diagnóstico portanto será realizado em duas etapas:

1. Estudo Exploratório da realidade socio econômica dos artesãos da Bahia; 2.Cadernos temáticos do ArtesanatoBaiano. O Estudo Exploratório terá como foco de pesquisa os grupos produtivos e associações de artesanato e pretendefazer uma atualização do Estudo Situacional do Artesanato Baiano, produzido no primeiro biênio decontrato, bem como o estudo produzido pela SETRE em 2010. O Estudo exploratório terá abordagem qualitativa e fará o levantamento de dados através de grupos focais. Já os "Cadernos Temáticos do Artesanato Baiano", de regularidade quadrimestral,tendo como temas em seu primeiro ano:

1)Grupos Produtivos;

2)Técnicas de Produção Artesanal e

3)Mestres Artesãos.

A escolha por uma edição voltada aos grupos produtivos tem como objetivo dar visibilidade à produção coletiva, a qual se relaciona com as tradições locais e representa uma parcela importante da produçãoartesanal baiana. No que se refere às técnicas de produção, tem-se como objetivo registrar técnicasempregadas pelos artesãos e grupos com vistas à visualização da predominância de determinadastécnicas nos territórios. E, por fim, a organização de uma edição voltada aos mestres artesãos busca valorizar o artesanato de excelência produzido no Estado. Dessa forma, as três edições dos Cadernos Temáticos a compilam informações que privilegiam o fazer artesanal nas dimensões do grupo, dos produto se do indivíduo e sua história de vida. Ressalta-se que os dados coleta dos para elaboração das edições dos Cadernos Temáticos priorizarão a distribuição das informações conforme os territórios de identidade e polos de produção do Estado,buscando uma abrangência que seja representativa em termo sterritoriais.

**Metodologia**

A pesquisa contempla um levantamento qualitativo - de natureza descritiva e exploratória - a realização de pesquisa bibliográfica e uso dos dado ssistematizados na primeira etapa do diagnóstico.O método de trabalho inclui a coleta de novas informações junto à própria CFA/SETRE, entrevista abertas com especialistas do segmento do artesanato, levantamento de informações junto às Secretarias deCultura e/ou Turismo dos municípios baianos e Secretaria de Cultura do Governo do Estado da Bahia e diálogo junto a demais agentes que atuam na área do fomento ao artesanato.

**Descrição dos Produtos**

**ESTUDO EXPLORATÓRIO**

Descrição: Levantamento de dados socioeconômicos das produções artesanais, dos 9 polos territoriais do Estado. O estudo terá uma natureza quantitativa / qualitativa e pretende levantar as condições socio econômicas dos grupos.

**Variáveisparapesquisa**:

- Levantamento dos grupos produtivos, associações e produções de artesanato do Estado;
- Pesquisade campo, ida aos 9 polos;
- Grupo focal com 36 grupos e associações;
- Relatório técnico do estudoexploratório.

**CADERNO TEMÁTICO**

**1- Grupos Produtivos**

Descrição: Mapeamento dos agrupamentos de produção coletiva representativos do Estado da Bahia,em suas mais diversas configurações (associações, cooperativas e núcleos de produção familiar) edistribuição nos territórios de identidade e polos de produção do artesanato baiano.

Variáveis para pesquisa:

- Grupos produtivos por territórios de identida de e em polos
- Tipologias de artesanato produzido
- Matérias primas utilizadas
- Imagens de produtos e artesãos
- História/ descriminar os cognitivos dos grupos
- Cartografia(distribuição dos grupos identificados)

**2–Técnicas de Produção Artesanal**

Descrição: Tendo em vista as informações coletadas previamente no Relatório Situacional que indicamtécnicas empregadas pelos artesãos baianos, a segunda edição busca visualizar a

concentração do usode determinadas técnicas. Como afirma o documento base Conceitual do Artesanato Baiano, a técnica artesanal "*ali a forma e função, requerendo destreza manual no emprego das matérias--primas e no uso de ferramentas, conforme saberes variados e com uso limitado de equipamentos automáticos*". A sistematização dessas técnicas de produção em observância dos materiais utilizados e as suas diversas aplicações / funcionalidades (utilitárias, decorativas, *souvenirs* etc.) serão objeto deste registro, que tem como objetivo evidenciar ariqueza da produçãoartesanal do Estado.

**Variáveis para pesquisa:**

- Cartografiaem que evidencie a concentração de técnicas
- História das técnicas utilizadas
- Funcionalidade das peças produzidas

**3–MestresArtesãos**

Descrição: O registro de artesãs e artesãos reconhecidos localmente como mestres na atividade que desempenham tem como objetivo a salvaguarda da memória e patrimônio locais. Osindivíduos reconhecidos como mestres terão a sua história de vida contada, de modo que este reconhecimento tenha um impacto intergeracional, em que seja possível a identificação das referências locais com vistas à continuidade da atividade e fomento à passagem de saberes para novas gerações de artesãos.

**Variáveisparapesquisa:**

- Identificação de, no mínimo,um mestre artesão por território de identidade
- História do fazer artesanal e relação como território
- Registro do artesanato produzido
- Descrição de processos de passagem de saberes em curso

**Equipe**

A equipe a ser formada para o desenvolvimento deste eixo de trabalho será de natureza multidisciplinar,sendo composta por um consultor especialista e dois pesquisadores. Os conteúdos elaborados serão posteriormente diagramados por uma equipe de comunicação contratada para essa finalidade. Os cadernos terão a sua edição virtual (em pdf) e impressa

em uma tiragem para difusão junto a parceiros,organizações de fomento ao artesanato, bibliotecas públicas e demais agentes que tenham interface com o tema.

**Cronograma**

| Atividades/Fases | Meses | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| Elaboração do Projeto Editorial | | | | | | | | | | | | |
| Elaboração de instrumentos de coleta (formulários e roteiro de entrevistas) | | | | | | | | | | | | |
| Coleta de dados | | | | | | | | | | | | |
| Cadernos Temáticos1-Grupos Produtos (elaboraçãodetexto) | | | | | | | | | | | | |
| CadernosTemáticos1-GruposProdutos(Diagramação) | | | | | | | | | | | | |
| Lançamento–CadernosTemáticos1–GruposProdutivos | | | | | | | | | | | | |
| CadernosTemáticos2-TécnicasdeProduçãoArtesanal(elaboração de texto) | | | | | | | | | | | | |
| Cadernos Temáticos2-Técnicas de Produção Artesanal(diagramação) | | | | | | | | | | | | |
| Lançamento–Cadernos Temáticos2–Técnicasde Produção Artesanal | | | | | | | | | | | | |
| Cadernos Temáticos2-Mestre Artesãos Baianos (elaboraçãod etexto) | | | | | | | | | | | | |
| Cadernos Temáticos2-Mestre Artesãos Baianos (diagramação) | | | | | | | | | | | | |
| Lançamento–Cadernos Temáticos3–Mestre Artesãos Baianos | | | | | | | | | | | | |
| Estudo Exploratório | | | | | | | | | | | | |

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | DIAGNÓSTICO(QUALIFICAÇÃO/SITUACIONAL) | | | | | |
| 1% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 162.000 | 4.500 | 13.500 | 54.000 | 54.000 | 54.000 |

## 6.PROGRAMADEQUALIFICAÇÃO/MENTORIA

### 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 impulsionemo setor sob a perspectiva da convergência efetiva entre inovaçãoe tradição são princípios orientadores e transversais a esta proposta.

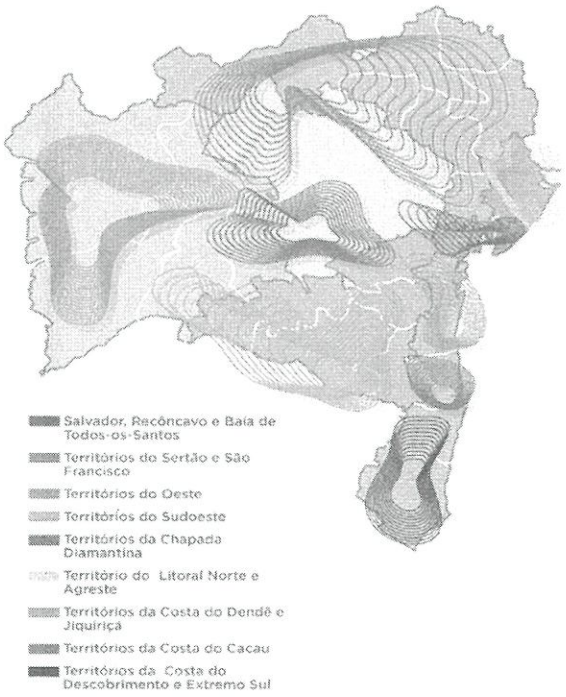
Este diálogo entre inovação e tradição constitui-se em elemento central na estratégia de

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 poderá 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 que tenha interesse em tornar-se artesão, obtendo a Carteira Nacional do Artesão, 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 novos artesãs e artesãos 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 diferenciadosque precisam estar aliados aos sistemas de informação e difusão e a outros segmentos econômicos, como o turismo,a moda,a decoração e tecnologia.

O Programa de Qualificação do Artesanato da Bahia atenderá aos **27 Territórios de Identidade**,agrupados por identidade artesanal em **09 Polos Territoriais,** aqui representados:




**IDENTIDADE CULTURAL E TERRITORIALIDADE NO ARTESANATO DA BAHIA**

A reunião dos territórios em polos é uma estratégia para integração dos artesãos que compartilham a mesmo universo natural e simbólico além das dificuldades e oportunidades logísticas de acesso ao mercado. O fortalecimento de espaços de diálogo, trocas e construção conjunta entre os artesãos para a inserção do Artesanato como tema da agenda de discussões é também um objetivo importante para a ser alcançado de forma sensível nos territórios de identidade observando a distribuição das manifestações e suas integrações extraterritoriais,tendo em vista que o tema não é posto em relevância e suas/seus protagonistas não encontram um cenário de escuta as suas reivindicações tendo em vista também que estas demandas muitas vezes se encontram enfraquecidas, fragmentadas ou desconsideradas. O cenário do artesanato do artesanato no estado ainda está em formação e as dimensões de sua organização em processo de reconhecimento pelos próprios artesãos já que aspolíticas públicas para o setor não objetivar a mesma questão.

As questões das identidades culturais, neste cenário em formação então vêm a desempenhar um papel importante em criar e fortalecer vínculos que nascem de questões do cotidiano da produção e do viver, que compartilhadas se configuram em um poderos o estímulo para as convergências,que potencializam a voz e necessidades antes à deriva num ambiente inóspito, sem representatividades exercidas.

As questões das Identidades culturais são centrais também na orientação a interpretação na práticados aspectos intangíveis das culturas locais que são exercidas em determinada territorialidade, para amaterialidade que compõe as produções artesanais. Reconhecer, compreender e interpretar se coloca então como uma ação coletiva compartilha da que amplia as ações do sujeito artesão para a ressignificação e formação do seu ambiente e, portanto, do seu território.

**TABELA SIMPLIFICADA DE CONVERGÊNCIAS POR TERRITORIOS AGUPADOS EM POLOS ARTESANAIS.**

| N° | PolosArtesanais | Territóriosagrupados | Convergências Identitárias | Artesanato:VocaçõeseHabilidades |
|---|---|---|---|---|
| 01 | Salvador e Bahia de Todos os Santos | Metropolitano Recôncavo Baixo Sul | Geográfica: A baia de Todos-os-Santos Histórico-cultural: Resistencia afro-brasileira, manifestações e celebrações:samba de roda,capoeira,culinária única.conjuntos arquitetônicos preservados Recôncavo da Bahia ciclos econômicos: açúcar, Fumo, petróleo. | Grande diversidade de técnicas empregadas: Bordados diversos com destaque para o Richelieu e bara funda; Renda de bilro; Crochê;Artesanato em metal;reaproveitamento de retalhos;cerâmica tradicional e contemporânea; Modelagem em biscuit; Ourivesaria. |
| 02 | Litoral Norte e Agreste | Litoral Norte Agreste Metropolitano | Praias, destino turístico consolidado na costa Agreste como zona diferenciada, zona de transição entre a mata atlântica e o sertão | Trançado de fibras das folhas da palmeirada Piaçaveira; Bordado em Redondel; Cerâmica utilitária tradicional e figurativa contemporânea; Renda de bilro; Aproveitamentodetalas de dendê e outros trança dos de fibras naturais. |
| 03 | Costa do Dendê e Jiquiçá | Baixo sul Vale do Jiquiriça | ZonaTurística consolida da articulada como vale do Jiquiriça. Presença quilombola no artesanato,compartilham diversos elementos culturais e Mata atlântica | Trançado de fibra da palmeirada Piaçaveira, Bio joias em cocos diversos; Cerâmica tradicional utilitária; Trançado de fibra da palha do licuri; |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 04 | Costa do Cacau | LitoralSul | ZonaTurística consolidada de grande apelo internacional, Reservas de Mata Atlântica, Reservas indígenas.<br>Praias e cenários de Romances para diversos autores com destaque para Adonias Filhoe<br>Jorge Amado. | Aproveitamento de retalhos e produção de bonecos;<br>Trançado de fibras naturais,Biojoias;Aproveitamento de cocos para confecção de utilitários;<br>Artesanato indígena em trançado de fibras naturais e sementes;Cerâmica figurativa; |
| 05 | Costa do Descobrimento e das Baleias | Costa do Descobrimento<br>Extremo Sul | ZonasTurísticas consolidadas de grande apelo internacional, Reservas de Mata Atlântica, Reservas marinhas e Praias.<br>Presença indígena marcante | Reaproveitamento de Cocos e sementes nativas;<br>Cerâmica figurativa;contemporânea;Entalheemma deirares gatada;Bordados e aproveitamento de retalhos;<br>Articulação do Artesanato indígena; |
| 06 | Sertão e SãoFrancisco | Itaparica; Semi Árido NordesteII;Sisal;Irecê;<br>Sertão do São Francisco;<br>PiemonteNortedoItapicuru;<br>Portal do Sertão;BaciadoJacuípe. | Zona do Semiárido e caatinga, com a presença do Rio São Francisco como elo integradorao norte. Universo de Vaqueiros, do cangaço e Beatos. Palco de grandes ações de resistência e conquistas dos povos indígenas. | Trançado em fibras naturais nativas e cultivadas com destaque para o sisal e o licuri;<br>Entalhe em madeira resgatada;<br>Bordados e aproveitamento deretalhos;<br>Artesanato em couro;<br>Articulação do Artesanato indígena; |
| 07 | Chapada Diamantina | Chapada Diamantina<br>Piemonteda Diamantina<br>Bacia do Paramirim<br>Piemonte Norte do Itapicuru<br>Irecê<br>Sertão Produtivo | ZonaTurística consolidada Forte presença do ecoturismo,<br>Parque nacional, pinturas rupestres, cachoeiras. Cultural, culinária local definida e conjuntos arquitetônicos preservados;<br>Presença quilombo la no artesanato;<br>Artesanato Mineral | Bordado Crivo Rústico;<br>Cerâmica contemporânea figurativa e utilitária;<br>Aproveitamento de retalhos e bordado livre;<br>Trançado em fibras naturais; Bordado com aplicações da festa do divino.<br>Técnicas de artesanato em madeira e metal em vias de desaparecimento.Papietagem e couro de sol; Artesanato mineral e pedra. |
| 08 | Sudoeste | Sudoeste Baiano<br>Médio Sudoeste da Bahia<br>Sertão Produtivo<br>Velho Chico Médio<br>Rio de Contas<br>Piemontedo Paraguaçu | Região de tradição agro pastoril, com destaque para as culturas do Algodão, café e gado. Culinária com a presença forte de derivados da mandioca, ligação Bahia Minas Gerais. | Tecelagem tradicional do algodão:cadeia completa: Das ementeao bordado.<br>Bordados e aproveitamento de retalhos nos centros urbanos.Trançado de fibras naturais Renda frivo lité<br>Cerâmica utilitária Artesanato mineral |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 09 | Oeste | Bacia do Rio Grande Bacia do Rio Corrente Velho Chico | Região do Biomado Cerrado. Culturados Gerais. Rios e Cachoeiras, Presença do Bom Jesus da Lapa, RioSão Francisco | Trançados e tecelagem de fibras naturais com destaque a palmeira do Buriti;<br>Bordado livre nos centros urbanos;<br>Aproveitamento de cocos, madeira, vagens e sementes do cerrado;<br>Cerâmica utilitária e Figurativa molda da amão<br>Mercado de produtos religiosos católicos |

## OBJETIVOSDOPROGRAMADEQUALIFICAÇÃO

### OBJETIVOGERAL

Qualificar 2.000 ( dois mil) artesãos através de cursos oferecidos as artesãs e artesãos da Bahia para a melhoria das técnicas aplicadas na criação dos seus produtos, na gestão da sua produção, na capacidadede articulação territorial e nas estratégias de divulgação e comercialização do artesanato.

### OBJETIVOSESPECÍFICOS

- Valorizar e reconhecer as competências adquiridas em contextos não formais de educação a partir da promoção da passagem de saberes de mestras artesãs e mestres artesãos para as demais gerações, garantindo a participação ativa de uma mestra ou um mestre em um dos dias de cada curso ofertado;
- Formar continuamente artesãos, conjugando tradição e contemporaneidade e contribuindo para a inovação no setor;
- Apoiar tecnicamente e de forma especializada artesãos individuais e organizações produtivas do Artesanato a partir da oferta de cursos de mentorias para desenvolvimento de 3 comunidadesprodutivas.

### 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,valorizando o trabalho das Associaçõe se Cooperativas;
- Aplicar conceitos e empreendedorismo,gerenciando fluxos que perpassam da criação à comercialização de objetosde artesanato.
- Ampliar o alcance do seu trabalho através de redes tecnológica se de EconomiaCriativa.
- Reconhecer a importância das tradições e compreender os processos contemporâneos de produção,inovação, comunicação e comercialização.

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

A Proposta do Programa de Qualificação foi construída a partir da experiência formativa do periodo anterior (2020-2021), baseando-se no estudo situacional, nos Webinários de Engajamento dos Artesãos, interlucuçoes com a SETRE - CFA e na oferta dos cursos de Qualificação. A proposta será desenvolvido durante três anos, de janeiro de 2022 Dezembro de 2024.

Assim, propomos um Programa de Qualificação em duas linhas formativas:

1.**ESCOLA DA TRADIÇÃO** (Oferta contínua);

2. **ESCOLA CONTEMPORÂNEA** (Organiza da em tres níveis de desenvolvimento)

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. Esta linha formativa, incentivará o reconhecimento da maestria artesanal e o fomento ao repassede saberes. Logo, a ESCOLA DA TRADIÇÃO seráuma **ofertacontínua** de cursos, e terácomo premissa a transmissão de saberes tradicionais pelos mestres artesãos aos interessados na iniciação sobre as 52 técnicas relacionadas naBase Conceitual do Artesanato Brasileiro, com enfase nas matérias primas proprias de cada polo :

- MATÉRIA-PRIMA NATURAL: DE ORIGEM ANIMAL, VEGETAL E MINERAL FIOE FIBRA
- ORIGEM DE MATÉRIA-PRIMA PROCESSADA – ARTESANAL, INDUSTRIAL E COM PROCESSOS MISTOS PEDRA
- PRODUTOS QUE EXIGEM CERTIFICAÇÃO DE USO

O Programa de Qualificação propõe que os artesãos/mestres identificados pela SETRE-CFA, por cadastramentos já realizados anteriormente,no SICAB - Sistema de Cadsatro do Artesnato Brasileiro e aqueles que serão identificados e encaminhados para o Cadsastramento e validadação da SETRE- CFA no SICAB , na nova etapa de diagnóstico, possam ministrar essas oficinas nos polos de referência dos territórios, visando fortalecer a lógica da passagem de saberes. Todo os detalhamentos serão definidos pela SETRE CFA apresentada pelos consultores de Artesanatoda Fábrica Cultural em diálogo com as/os mestras/mestres identificados e cadastrados, para realização das oficinas,que serão

ministra das em parceria entre esses agentes socioculturais.

A passagem de saberes emerge como uma das questões fundamentais para a preservação daatividade. Deve-se garantir a transmissão do saber e fazer artesanal para que sejam apropriados emantidos 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 quandoesse "fazer" teve início ou quais os seus principais expoentes. O "saber - fazer" é quase sempre tratado como uma herança natural, espontaneamente assimilada.

A expectativa é que a escola de tradições alcançe a 1500 artesãos no periodo de 3 anos.

A ESCOLA CONTEMPORÂNEA será dividida em três níveis:

NÍVEL1–INICIAL

NÍVEL 2 – INTERMEDIÁRIO-NÍVEL3– AVANÇADO

Não é foco desse ciclo de formação transformar indivíduos que nunca tiveram contato com o artesanato em artesãos, mas fortalecer as oganizações 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 estão cadastrados e ativos no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB)

**DETALHAMENTO DOS NÍVEIS DA ESCOLA CONTEMPORÂNEA**

Cada um deles terá um conjunto de cursos definidos pelo novo Diagnóstico, já caracterizado nesta proposta, observância à missão e as metas da Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA / SETRE e indicativos dos processos de avaliação dos Cursos de Qualificação ofertados em 2021. A escola contemporânea pretende alcançar a 1.500 artesãos no estado, a partir das exeriências e aprendizados obtidos no Programa Qualificar para Empreender, executado em 2021.

| **NÍVEL1 –INICIAL** |
| --- |
| **DESCRIÇÃO:**Trará conhecimentos básicos de letramento digital como ênfase nos instrumentos tecnológicos a serem usados no Programa de Qualificação, assim como noções básicas de legislação e conteúdos diversificados relativos à comunicação,à logística e à gestão. |

| |
|---|
| Criação de cadernos de Referência e Outros. |
| **PERÍODO:**janeiro/2022 a fevereiro/2023 |

| **NÍVEL2–INTERMEDIÁRIO** |
|---|
| **DESCRIÇÃO:**Trará conteúdos ligados ao entendimento do mercado (tendências, cenário, perspectivas futuras); formação qualificada para a gestão do negócio; a aceleração/desenvolvimento/melhoria do produto pormeio de curadorias. Elaboração de Catálogos e Outros. |
| **PERÍODO:**Janeiro/2023 a outubro/2023 |

| **NÍVEL3 –AVANÇADO** |
|---|
| **DESCRIÇÃO:**Contará com a incubação de negócios e acompanhamento sistemático dosgrupos produtivos através do aprofundamento dos conteúdos de vendas (feiras, rodadas de negócios etc.), gestão administrativo-financeira e exportação, considerando o potencial das associações e cooperativas bem como o alcance de grandes redes atacadistas e varejistas que<br>Podem ampliar a compra da produção artesanal baiana e outros. |
| **PERÍODO:**novembro/2023 a janeiro/2025 |

Além dos conteúdos acima, que abordam aspectos conceituais, fundamentos e técnicas das artesanias e suas aplicações comerciais, os docentes de cada curso deverão garantir, transversalmente,a partir dos Planos de Cursos, apontamentos e reflexões acerca de relações étnico-raciais, relações degênero, sexualidade, regionalidade, entre outros recortes temáticos, e suas relações com a produção e a comercialização do Artesanato da Bahia.

Todos os níveis da ESCOLA CONTEMPORÂNEA terão acompanhamento de **Curadoria** obedecendo acronograma criado pela Coordenação Pedagógica do Curso em diálogo com a CFA/SETRE, curadores ecursistas, dando prioridade às Associações e Cooperativas presentes Programa de Qualificação. Em casos espaciais serão ofertadas curadorias individuais ou por grupo de artesãos a partir da afinidade das tipologias.

## 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, com prioridade para os artesãos que participaram dos Cursos de Qualificação de 2021. O programa objetiva atingir **2.000 artesãos** e/ou profissionais direta ou indiretamente envolvidos no segmento ao longo de 36 meses.

Os locais de realização dos cursos serão definidos quando do seu planejamento, orientando-seprioritariamente 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) e à realidade do Estado da Bahia no contexto da Pandemia de Covid 19 que certamente trará orientações das autoridades sanitárias quanto às atividades presenciais permitidas.

Neste cenário, o Programa de Qualificação pretende concentrar seus esforços estratégicos empromover a interlocução dos municípios que formam os territórios de identidade e entre os polos dereferência do artesanato já identificados anteriormente na etapa dediagnóstico.

## AVALIAÇÃO DOS CURSOS E DOS CURSISTAS

Após a realização de cada oficina da ESCOLA DA TRADIÇÃO e de cada um dos três níveis da ESCOLA CONTEMPORÂNEA faremos a avaliação dos participantes quantoao **ao prendizado** e ao **nível de satisfação** destes, em relação aos cursos. A frequência de cada atividade também deverá ser registrada pois, ao final de cada etapa de qualificação verificaremos o **percentual de evasão** dos participantes no curso. A partir das avaliações e análises apresentaremos um Plano de Melhorias, se necessário, com oobjetivode a primorar o Programa de Qualificação.

Nesta perspectiva a avaliação é indissociável do ensino-aprendizagem, trata-se de um processo intencional com planejamento estruturado contemplando três níveisde avaliações: **Avaliação Diagnóstica** para identificar as experiências anteriores dos participantes;

**Avaliação Formativa** ao longo das instrutórias/oficinas; e a **Avaliação Somativa** refere-se aos objetivos propostos do curso, se foram efetivamente alcançados.Compreende-se que o ensino-aprendizagem é um processo de provocação na tentativa de que o aprendizado possa oportunizar mudanças de habilidades, métodos, competências e de comportamento do indivíduo em sua atividade artesanal, provocando transformações de sua realidade e provocando mudanças na consecuçãodos seusobjetivos finais.

Avaliar é comparar o que foi planejado com os resultados obtidos, utilizando neste projeto os instrumentos de avaliação, em consonância com os objetivos de cada jornada/curso, na identificação dos resultados da aprendizagem em diferentes níveis para mensurar o grau de satisfação em relação aos cursos oferecidos: se o participante gostou do curso,se ele aprendeu, se o local e o espaço estavam favoráveis ao aprendizado, se a carga horária foi contributiva para o aprendizado, se a atuação do facilitador provocou a a prendizagem, se o material didático/recursos oferecidos foram adequados e se poderá colocar os novos conhecimentos em prática.

## AÇÕES COMPLEMENTARES

### Seminário do Artesanato Baiano

O *Seminário do Programa Artesanato da Bahia* será um evento com debates e reflexões acerca dasquestões centrais da prática artesanal baiana, da produção à comercialização, atravessando questões identitárias, socioeconômicas e políticas. O evento, que contará com conferência, mesas, oficinas,produção de cordéis será realizado em março de 2022, através do Youtube, com oferta de certificadode participação. O público-alvo dos I Seminário Artesanato da Bahia é o conjunto de artesãos baianos que atendem aos requisitos do PAB e que possuem a Carteira do Artesanato.

### CartadoArtesanato

Elaboração de Carta do Programa Artesanato da Bahia, construída no decorrer dos cursos em processo colaborativo com os cursistas e assinada por Margareth Menezes e pelo

secretário da SETRE, para: prefeitos; secretários de cultura, turismo, desenvolvimento econômico e ação social; câmara devereadores; câmara de diretores lojistas; associações comerciais; universidades; academias de letras eartes; rádios; e organizações da sociedade civil; em defesa de acolhimento de artesãs e artesãos domunícipio, para atendimento de suas demandas, a exemplo da divulgação de seus trabalhos, realização de feiras municipais e territoriais, e criação de um espaçode comercialização do artesanato nos municípios da Bahia.

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | EXECUÇÃO DOS CURSOS DE QUALIFICAÇÃO | | | | | |
| 6% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 720.000 | 20.000 | 60.000 | 240.000 | 240.000 | 240.000 |

**7.5 PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO**
**(Mentoria e desenvolvimento de comunidades produtivas)**

Além das estratégias descritas acima, a mentoria se ocupará de 3 comunidades produtivas da Bahia como objetivo de verticalizar conhecimentos sobre segmentos específicos. Como um designo instrucional, as mentorias serão compostas de horas de imersão no ciclo produtivo e apontando para os principais desafios e potencialidades dessas cadeias,preparando-a para melhores resultados no que diz respeito ao mercado e a geração de renda.

As mentorias se darão em todo o período do contrato, em módulos, compondo uma jornada de imersão em design estratégico,curadoria,identidade,tendencias de mercado, padronização, canais de venda. Por exemplo, ao apontarmos o município de Aratuípe comouma dessas comunidades, essas horas de mentoria se dará exclusivamente sobre a experiência da cerâmica, tendo então uma qualificação específica para essa linguagem. Como também se trata de uma experiência "in loco" serão exploradas as possibilidades produtivas de grupo, tendo como referência osarranjos produtivos locais, já que, questões climáticas, logística, beneficiamento do barro, a exemplo e alguns temas são questões comuns a esse grupo.

Espera-se, ao final de um ano ter resultados de mercado e geração de renda dessas três comunidades que serão selecionadas, nesse primeiro ano de contrato. Essa experiência será replicável nos anos seguintes.

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO/MENTORIA | | | | | |
| 4% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 432.000 | 12.000 | 36.000 | 144.000 | 144.000 | 144.000 |

## 8.ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PLANO DE MÍDIA

## CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO DACOMERCIALIZAÇÃO DO ARTESANATO BAIANO

Tendo como entendimento que uma comunicação efetiva possui diversas camadas e diálogos compúblicos diversos, sugerimos que, ao invés de Plano de Mídia, que abarca apenas a compra de espaçosem veículos de mídia paga, tratemos de um **Plano de Comunicação Integrada**, que articule estratégiase ferramentas diversas para sua execução, valorizando mídias próprias, como site, feed de mídia socialee-mails, e mídias orgânicas,como investimento em assessoria de imprensa, interações e compartilhamentos em redes sociais. O plano de mídia torna-se, nesse contexto, uma das ferramentas a serem utilizadas.

A marca Artesanato da Bahia, desde seu lançamento em dezembro de 2019, vem se estabelecendo como autoridade e referência no assunto ARTESANATO no estado. O fortalecimento desta marca e seu entendimento como uma forte política pública realizada pelo Governo do Estado, através da Secretariado Trabalha, Emprego, Renda e Esporte – Setre, através da Coordenação de Fomento ao Artesanato eda Associação Fábrica Cultural para o fomento do setor passa pela comunicação das ações realizadas neste âmbito. Acomunicação é, então, transversal à sações de qualificação e comercialização, funcionando como um guarda-chuva que envolve todas as ações, trazendo uma unidade e um sentido, deixando claro o propósito da marca.

O desafio da coordenação de comunicação é articular conhecimentos sobre o fazer artesanal, a história de nosso povo, saberes ancestrais e trajetórias de diferentes gerações, valorizando artesãs eartesãos e seus produtos, a ações efetivas no campo da política pública praticada pelo Governo doEstado.

Nestaconstrução, desenvolve-se a relação com públicos diversos e cada um deles a partir de canais, linguagens e estratégias específicas e sobre assuntos específicos abrigados neste guarda-chuva. Artesãs e artesãos são o público principal, beneficiário direto da política pública; consumidores baianos outuristas, público dos pontos de vendas; hotéis, profissionais e organizações do trade turístico; lojistas eoutras empresas que comercializam artesanato; outras organizações que atuam no setor, como Sebraee Sesc; imprensa e formadores de opinião; organizações do terceiro setor e outras instituições – o direcionamento da comunicação deve se adequar a cadapúblico.

A comunicação segue então o cronograma das demais ações listadas nesta proposta, planejando e executando as ações de comunicação das atividades de cada área:divulgação oneoff-line, produção de conteúdo institucionais, produção de comunicação visual para eventos presenciais, publicações etc.

Algumas propostas:

**BRANDING E JORNADA DO CONSUMIDOR:** O Artesanato da Bahia já possui dois pontos de vendas e aproposta de novos espaços de comercialização. O aprofundamento da experiência do consumidornesses pontos de vendas pode nos trazer ideias para o fortalecimento da marca e influência na decisãode compra. É importante desenvolver estratégias que acompanhem a jornada dos consumidores e sua decisão de compra, a saber: omarketing sensorial--estimular todos os sentidos no ponto de venda para criar uma boa experiência; a sinalização e estratégias de compra cruzada no ponto devenda; a disponibilização de informações mais aprofundadas sobre o fazer artesanal, despertando memórias eos valores culturais agregados ao nosso produto; o bom atendimento e pós-venda. O desenvolvimento de estratégias e ações promocionais através de um calendário promocional também deve ser pensado.

**PRODUÇÃO DE CONTEÚDO E ORGANIZAÇÃO DE UM BANCO DE IMAGENS:** Com a pandemia, nossas ações ficaram restritas a atividades não presenciais, limitando a produção de conteúdo em imagem evídeo. Com a volta de atividades presenciais e de campo, a proposta é que elas sejam acompanhadas por fotógrafo profissional, que registre processos de trabalho de artesãs e artesãos, pessoas, oficinas, produtos e a realidade de profissionais dos etor na Bahia.

**REGISTRO DA MEMÓRIA DE MESTRAS E MESTRES ARTESÃOS DA BAHIA:** Acompanhando a pesquisa e o lançamento dos Cadernos Temáticos propostos nos Diagnósticos, sugerimos a produção da série documental "Mestras e Mestres do Artesanato da Bahia" (título temporário), para registrar a história dos mestres reconhecidos pelo Governo do Estado, a ser lançada em conjunto com o terceiro caderno.Registros audiovisuais destas pessoas são dificilmente encontrados e este registro é importante para ahistóriadoartesanatobaiano. Aprincípio, a proposta é que o roteiro de cada episódio seja construído a partir de entrevista com o próprio mestre e enriquecido com fotografias antigas,imagens de peças e de seu ateliê.

**Equipe:**

Para realização das estratégias de comunicação, é necessário manter uma equipe robusta, que consiga executar, monitorar e avaliar resultados. A composição proposta é:

- Coordenadora de Comunicação
- Assistente de Redes Sociais
- Assistente de Marketing
- Designer

Fornecedores externos, com demandas contínuas:assessoria de imprensa, fotografia e registro audiovisual.

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PLANO DE MÍDIA | | | | | |
| 3% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 324.000 | 9.000 | 27.000 | 108.000 | 108.000 | 108.000 |

**9.ATUALIZAÇÃO DA PLATAFORMA DIGITAL ARTESANATO D ABAHIA**

A plataforma digital www.artesanatodabahia.com.br foi colocada no ar no dia 30 dejaneiro de 2020, em formato de teste, contendo a área institucional e o formulário da pesquisa do Diagnóstico doArtesanato Baiano. O lançamento oficial da plataforma teve como marco a live Artesanato Conectado,que aconteceu no dia 06 de agosto do mesmo ano, no formato em que se apresenta agora, incluindo notícias e vitrine.

Depois de mais de um ano de funcionamento, considerando os desafios da pandemia, que vão desde a dificuldade de atividades presenciais até a aceleração da digitalização dos negócios, propomos quatro atualizações na plataforma.

**ADAPTAÇÃO DA VITRINE ON-LINE**

A VITRINE ON-LINE foi planejada para colocar o ar tesão em contato com o cliente, sem intermediações ou finalização de vendas. Durante a pandemia, ela foi transformada numa vitrine dosprodutos disponíveis no Centro de Comercialização, com contato direto com a loja, para finalização dacompra pelo WhatsApp. Com um catálogo de produtos vasto nas lojas, atualmente a vitrine não acompanha essa diversidade dos produtos e sua presença nos estoques.

Ampliaremos o número de produtos expostos na galeria, com as devidas descrições técnicas e daremos um destaque especial aos produtos certificados com o Selo Artesanato da Bahia.



**<u>Necessidades:</u>**

- Fotografia dos produtos em geral.
- Descrição dos produtos: a ficha técnica dos produtos deve possuir: nome da peça, nome do artesão, dimensões (largura, altura, comprimento em

centímetros), peso da peça (em quilo), cidade, polo de produção artesanal, técnica, tipologia, descrição doproduto, nível da certificação.

- Informações sobre artesão: breve biografia, fotografia em alta resolução.
- Inclusãodo selo por nível nas fotografias dos produtos.

**NOVA ÁREA: SOMOS ARTESANATO DA BAHIA**

Para trazer o dinamismo das redes sociais para a nossa plataforma, dando visibilidade às contas deInstagram de artesãs e artesãos, sugerimos a criação de uma nova área na home do site sob o títuloSomosArtesanatodaBahia.

Esta área será composta por um carrossel, que reunirá pontos da rede social Instagram publicados com uma hashtag criada por nós e amplamente divulgada em nossas redes sociais e nas nossas atividades.

O objetivo é, ao mesmo tempo, dinamizar as atualizações da home, que terá sempre uma cara diferente,e dar visibilidade às contas dos artesãos e artesãs daBahia.
Em consonância com as atividades do Plano de Qualificação, que instrumentalizará os profissionais para utilização das redes sociais, daremos visibilidade ao resultado do trabalho, que deve ter como consequência a profissionalização dos canais, a melhoria nas fotografias, a melhor qualidade do atendimento on-line,etc.

Inicialmente, o filtro será apenas a hashtag, com atenção semanal para conteúdos dissonantes, que poderão ser excluídos pela administração.

**Cronograma:**

| Atividades/Fases | (2022a2023) | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | JAN | FEV | MAR | ABR | MAI | JUN | JUL | AGO | SET | OUT | NOV | DEZ |
| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| Contrataçãodeempresatécnica paraaprogramação | | X | | | | | | | | | | |
| Desenvolvimentoetestesporempresacontratada | | | X | | | | | | | | | |
| Criaçãohashtag,campanha delançamentodahashtag | | | | X | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Implementaçãoeajustes daaplicação | | | | X | | | | | | | | |
| Acompanhamento | | | | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | MANUTENÇÃO DE PLATAFORMA DIGITAL/MARKETING | | | | | |
| 2% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 222.000 | 6.167 | 18.500 | 74.000 | 74.000 | 74.000 |

## GEORREFERENCIA MENTO DE PONTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Como forma de ampliar o acesso ao produto artesanal produzido na Bahia, criaremos uma ferramenta de georreferenciamento para pontos de venda de artesanato.

Inicialmente, será feito um levantamento de pontos de venda através de chamamento público. Ovendedor poderá preencher um cadastro simples com suas informações (nome da loja, endereço, telefone, site, produtos que comercializa, link do Google Business, se houver), autorizando a disponibilização de seus endereços e contatos em nosso site. Caso a loja não tenha conta no Google Business, serão cadastradas no aplicativo e o acesso será cedido aos mesmos como administradores.

Com todas as empresas cadastradas no Google, será criada uma nova área no site, com um mapaque reunirá estes pontos de vendas e suas informações, como um mapa do Google, podendo o cliente encontrar as lojas mais próximas de seuendereço, bem como suas informações de contato.

Esta ferramenta auxilia o cliente/comprador facilitando o acesso ao artesanato; o lojista, que encontrará novos clientes e o artesão, que terá a venda do seu produto fortalecida.

## 10 Contextualização do cenário da Comercialização do Artesanato da Bahia.

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 de tinham 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.Sejampequenas 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, sãoquestões éticas e cidadãs.

**Estratégia do Programa de Comercialização do Artesanato da Bahia**

*Que desenho estratégico?*

- **Continuação do Fortalecimento de grupos locais**

  A partir dos resultados alcançados pelo estudo situacional que identificou os grupos locais por região e a congruência destes com o mapa de atuação do

Artesanato da Bahia atualmente, atuaremos com uma postura mais ativa em busca promover e divulgar a necessidade de registro através da Carteira Nacional de Artesão realizado pela SETRE Coordenação de Fomento ao Artesanato, para posterior introdução da sua produção aos espaços de comerclização previstos no contrato .

Serão realizados encontros regionais para a integração entre os produtores locais,visando a geração de alternativas locais de comercialização e apoio e que diversifiquem suas relações, diversificando para além do território de Salvador e Região Metropolitana,.

- **Continuação do Fortalecimento da Marca ARTESANATO DA BAHIA**

  Promover junto com a Comunicação, eventos e criação de conteudos para divulgação da marca, produzindoconteúdo com base no artesanato regional como história e cultura da matéria prima utilizada pordeterminado grupo,emmídiassociais,buscando atrair novos artesãos e fortalecimento da marca

**Execução do Programa de Comercialização do Artesanato da Bahia**

- **PontosdeVenda**

  Os pontos de venda devem incentivar os visitantes a conhecerem o caráter da região segundo a matéria prima ea técnica utilizada no seu artesanato.

  Pontos de Venda do Artesanato da Bahia:

  - ✓ Centro de Comercialização/Loja Barra
  - ✓ Loja Salvador Shopping
  - ✓ 2 Lojas em lugares a serem confirmados e validados pela SETRE CFA
  - ✓ 2 Quiosque sem pontos móveis da cidade de Salvador e outras, acompanhando a sazonalidade dos movimentos comerciais e turísticos
  - ✓ Vitrine em Hotéis de grande circulação como Fasano, Fera Palace, Wish, Iberostar, VillaGalé,etc.
  - ✓ Praça do Artesanato do Pelourinho
  - ✓ Participação e apoio na comercialização de artesanatos em grandes centros como: Nazaré,Praiado Forte,Cruzdas Almas,Paulo Afonso

- **Feiras e eventos para comercialização**

  Realizar eventos para comercialização como exposições, pop-up stores (lojas temporárias poreventos ou datas festivas) em cidades de potencial de mercado a consolidar ou consolidados, visando estimulara economia local e apoiaras iniciativas comerciais locais.

  Participar de feiras de âmbito local e nacional. Feiras/eventos com infraestrutura adequada em ambientes cobertos, de caráter nacional comoFENEARTE em Recife e Brasil Original em São Paulo,são excelentes espaços para a promoção da produção estadual.

  A realização das Feiras Artesanato da Bahia, pretendem dar continuidade ao movimento iniciado noprimeiro biênio de contrato, levando aos principais municípios dos 9 polos territoriais a mobilização deartesãos para adesão às feiras e o acesso às nossas atividades comerciais. No primeiro biênio as Feirasse mostraram como uma grande e eficaz estratégia de aproximação dos artesãos em seus municípios,na medida em que descentraliza a estratégia da capital e fomenta e atrai públicos locais, sendoartesãos e consumidores de artesanato. Sendo assim, a Feira Artesanato da Bahia realiza uma açãointerdisciplinar entre as áreas da gestão: a comercialização e os acordos comerciais na adesão deartesãos e grupos, a comunicação e a articulação de municípios e ampliação do alcance da nossaproposta etrabalho.

**Campanha temáticas**

Realizar coleções, campanhas e curadoria definida por temas específicos nos pontos de venda, trazendo o artesão para a proximidade como público,divulgando sua cultura e arte.

Requalificar um espaço "em local a ser de finido", como espaço temático fortalecendo a cultura e o comércio de artesanato.

- **ComércioEletrônico**

  Fortalecer e incrementar a construção de vitrines online, tanto para promoção

quanto para a venda de produtos, selecionados a partir dos critérios de qualidade, representatividade cultural e tradição daspeças.

- **Catálogos de Produtos**

  Criação e estabelecimento de um catálogo de produtos, para promoção de vendas no atacado, buscando maiores mercados evolumes,e consequente divulgação do artesão baiano.

  Dentro desta ação está envolvido o acompanhamento da produção de alguns grupos produtivos dedestaque como Maragogipinho, Andorinha/Salgado, Itiúba, Jeremoabo/Monte Alegre, Sauipe e Rio deContas.

- **Parcerias com Prefeituras**

  Criação e fortalecimento de parcerias visando captação de recursos para promoção de comércio local de artesanato em diferentes regiões da Bahia. Essa necessidade e resultado se dá sobretudo com arealização das Feiras Artesanato da Bahia.

- **Parcerias com Empresas de Logística**

  Firmar parcerias com empresas de logística visando promover o transporte de mercadorias, reduzircustos de transporte e encurtar as distâncias entre os grupos produtivos e o Centro de Comercializaçãoe pontos devenda do Artesanato da Bahia.

- **Políticas de Descontos e Cartão Fidelidade**

  Implementar parcerias com instituições de caráter abrangente buscando fidelizar clientes e estreitar relações comerciais.

  Estabelecer atrativos para fidelizar cliente através de Cartão Fidelidade

- **Implantar CRM–Customer Relation ship Management**

  Fidelizar os clientes de venda e m atacado e varejo promovendo sustentabilidade do projeto Artesanato da Bahia

- **Rodada de Negócios**

  Realizar Rodada de Negócios visando atrair lojistas de todo o Brasil

*Como Faremos?*

A gestão da comercialização também passa por mudanças. Na esfera estadual havia a compra degrandes quantidades por grupos por parte de órgãos de apoio, esta ação deslocava a responsabilidadeda 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 açãocompartilhada,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 deacordo 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.

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO PLANO DEEVENTOS(FEIRASEOUTROS) | | | | | |
| 16% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 1.890.000 | 52.500 | 157.500 | 250.000 | 630.000 | 630.000 |

**11.Realização de Rodadas de Negócio do Artesanato Baiano**

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 a três dias que gera resultados significativos para o público, tem proporcionado também o posicionamento e a promoção do artesanato da Bahia em canais de distribuição de elevado valor agregado em todo opaís.

Nesses primeiros dois anos de contrato, em função da Pandemia, estabeleceu-se um formato híbridovirtual/presencial e algumas estratégias se mostraram eficazes como a criação de catálogo de vendas,vendas coletivas, oferecendo frete grátis para compras a

partir de 5.000 reais (esse último foi um diferencial agregado a partir do estudo de outras inciativas no Brasil, o que resolve a questão logística, um dosprincipais problemas da venda do artesanato atualmente)

**Ações propostas-RodadadeNegócios**

| PREVISÃOAÇÕES | AÇÃO PROPOSTA |
|---|---|
| 1º dia | .Chegada dos compradores em Salvador/BA;<br>.Agenda svirtuais de compra |
| 2º dia | .Abertura da Rodada de Negócios- Horário:08:30 h.<br>.Rodada de Negócios- Horário:08:30 –19:00h. |
| 3º dia | .Rodada deNegócios- Horário:08:30 –19:00h. |
| 4º dia | . Retorno compradores. |

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 visibilida de e vendas aos artesãos da Bahia.

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | REALIZAÇÃO DA RODADA DE NEGÓCIOS | | | | | |
| 2% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 252.000 | 7.000 | 21.000 | 84.000 | 84.000 | 84.000 |

**Resumo da proposta de comercialização– atividades as erem realizadas em 3 anos de contrato.**

| AÇÃO | QUANT | OBSERVAÇÃO |
|---|---|---|
| **Feiras de Artesanato** | 20 feiras/ano | Realização de feiras descentralizadas no interior do estado. |
| **Rodadas de Negócios** | 3 Rodadas | Realização de 1 Rodadade Negócios porano. |
| **Lojas** | 2 Lojas | Abertura de mais duas lojas,locala ser aprovado pela CFA. |
| **Praça do Artesanato** | 1 | Administração da Praçado Artesanato, 10 boxes com Associações |
| **Quiosque** | 2 | Quiosques em shoppings, aeroporto e outros espaços |

| | | |
|---|---|---|
| **apoio ap articipação em eventos–** | 12 | Apoio a participação de 4 eventos de artesanato Nacional ou internacional, por ano de acordo com o plano de participação e a validação da CFA. |

**12.INCREMENTO DE METAS DE COMERCIALIZAÇÃO**

Propomos o acréscimo de duas ações relacionadas à gestão dos Polos como intuito de garantir o aumento da comercialização previstonos critérios para avaliação da Proposta deTrabalho item CF 2.3.

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 ComponenteFinalístico.

**PROPOSIÇÃO DE OUTRAS ATIVIDADES RELEVANTES AO OBJETO DO CONTRATO DE GESTÃO ALÉM DAS CONSTANTES NO ESCOPO DOSS ERVIÇOS PREVISTOS:**

A) **EditaisTerritorias para os 9 polos deatuação 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 emconsonância com os objetivos destas ações em abranger o maior número de territórios possíveis, agrupados em polos. 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 usuarios consumidores.

**PROPOSIÇÃO DE INCREMENTO NO QUANTITATIVO DE METAS DO INDICADOR Nº CF3.1.2 -PERCENTUALDEPRODUTOSCOMERCIALIZADOS:**

**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 deNegócios para o segmento do turismo; (ii) Editais Territoriais para os polos mais importantes deatuação do Programa , além do implemento de pesquisa, capacitação, plano de mídia e mercadoe do gerenciamento das informações resultantes que irão compor o sistema de inteligência de mercado.

Estas atividade e ações permitirão a OS em conjunto com as artesãs e artesãos, a identificação das fragilidades e potenciais para atuar de forma precisa nas soluções, o que resultará para artesãs e artesãos 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 das pesquisas de satisfação e motivação para compra do artesanato. Assim a identificação das novas oportunidades e alcance de novos mercados por mídias digitais estarão asseguradas pelaorganização da logística de envolve mercados que estão distantes da realidade vivenciada por muitos artesãs e artesãos 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 asdemandas**e alcançar o incremento das vendas em 21%.**

| ESTIMATIVA DE PARTICIPAÇÃO NO ORÇAMENTO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| % | INCREMENTO DE METAS DE COMERCIALIZAÇÃO | | | | | |
| 2% | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1ºANO | 2ºANO | 3ºANO |
| | 150.000 | 4.167 | 12.500 | 50.000 | 50.000 | 50.000 |

## Quadro de Indicadores de Metas

| QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| N | LÓGICA DE INTERVENÇÃO | INDICADOR | | | | AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO | | | DESCONTO | META | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | VARIÁVEL PACTUADA | | U M | MEIO DE VERIFICAÇÃO | Ano 1 e 2 | | | | Ano 3 | | | |
| | | COD. INDICADOR | NOME DO INDICADOR | FÓRMULA DE CÁLCULO | PERIODICIDADE | PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO | PESO | PONTUAÇÃO MÁXIMA | PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO | DESCONTO MÁXIMO | | | | 1º TRIMESTRE | 2º TRIMESTRE | 3º TRIMESTRE | 4º TRIMESTRE | 1º TRIMESTRE | 2º TRIMESTRE | 3º TRIMESTRE | 4º TRIMESTRE |
| I - COMPONENTE FINALÍSTICO – CF | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | CF.1 Qualificação de artesãs/artesãos e artesanato baiano | CF 1.1 | CF 1.1.1 Diagnóstico das necessidades de qualificação elaborado | Estudo Exploratório da realidade socio econômica dos artesãos da Bahia Cadernos temáticos do Artesanato Baiano | trimestral (ao final de cada trimestre ) | Sim = 10<br>Não = 0 | 2 | 20 | 20 pontos = 0% de desconto<br><br>0 ponto=1% de desconto | 1% | Estudo Exploratório da realidade socio econômica dos artesãos da Bahia Cadernos temáticos do Artesanato Baiano | Número | Questionários aplicados e Relatório Analítico da pesquisa. Cadernos Temáticos Aprovados pela CFA | 00 | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 |
| | | CF 1.2 | CF 1.2.1 Elaborar programa de qualificação do Artesanato Baiano | Programa de qualificação validado pela CFA | Única (no quinto mês do ano 1) | Sim = 10<br>Não = 0 | 2 | 20 | 20 pontos = 0% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Programa de qualificação previsto | Número | Relatório Mensal de Atividade | 00 | 00 | 01 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CF.1 Qualificação de artesãs/artesãos e artesanato baiano | | CF 1.3 | CF 1.3.1 Percentual de cursos realizados | (Número de cursos realizados / Número de cursos previstos no programa de qualificação validado) * 100 | Trimestral | 100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 3 | 30 | 27 ou 30 pontos = 0% de desconto<br>24 pontos =0,5% de desconto<br>0 ponto=1% de desconto | 1% | Percentual de cursos previstos | Percentual | Lista de Presença, Certificados de Conclusão Emitidos | 00 | 00 | 00 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | CF 1.4 | CF 1 4.1 Percentual de avaliações positivas | (Número de avaliações positivas / Número de avaliações aplicadas) * 100 | Trimestral | < 100% e >= 90% = 10 pontos<br>< 90% e >= 80% = 9 pontos<br>< 80% e >= 75% = 8 pontos<br>< 75% = 0 ponto | 2 | 20 | 18 ou 20 pontos = 0% de desconto<br>16 pontos =0,5% de desconto<br>0 ponto=1% de desconto | 1% | Percentual de avaliações positivas previsto | Percentual | Relatórios de pesquisa | 00 | 00 | 00 | 80 | 80 | 80 | 90 | 90 |
| | | | CF 1.4.2Percentual de evasão dos cursos | (Número de não concluintes / Número de inscritos) * 100 | Trimestral | 20 pontos = 0% de desconto<br>16 pontos =0,25% de desconto 0 ponto=0,5% de desconto | 2 | 20 | 20 pontos = 0% de desconto<br>16 pontos =0,25% de desconto 0 ponto=0,5% de desconto | 0,5 % | Percentual de evasão dos cursos previsto | Percentual | Relatório de atividades | 00 | 00 | 00 | 50 | 50 | 40 | 40 | 40 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | CF.2 Divulgação do artesanato baiano | CF 2.1 | CF 2.1.1 Percentual de execução do Plano de Mídia | Plano de Comunicação Integrada; branding e jornada do consumidor; produção de conteúdo e organização de um banco de imagens;registro da memória de mestras e mestres artesãos da bahia) *100 | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 2 | 20 | 18 ou 20 pontos = 0% de desconto<br>16 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Percentual de execução do Plano de Mídia | Percentual | Relatório analítico mensal | 00 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 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% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Plataforma digital prevista: vitrine on-line; área: somos artesanato da bahia | Número | **Endereço de internet ativo, relatórios mensais de acessos, comprometimentos, vendas individuais,-(por artesão da Vitrine on line em funcionamento, Relatorios mensais de acessos ,estatísticas de comprometimento da área somos artesanto ; Relatorios Mensais georreferenciamento de pontos de comercialização Campanha temáticas** | 00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | CF 3. Desenvolvimento de meios de apoio à comercialização da produção artesanal | CF 3.1 | CF 3.1.1 Quantidade de feiras realizadas | Número de feiras realizadas | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e = 67% = 9 pontos<br>< 67% e = 33% = 8 pontos<br>< 33% = 0 ponto | 3 | 30 | 27 ou 30 pontos = 0% de desconto<br>24 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Quantidade de feiras previstas | Quantidade | Relatório Mensais de Atividades | 05 | 05 | 05 | 05 | 05 | 05 | 05 | 05 |
| | | | CF 3.1.2 eventos para comercialização | Numero de Eventos Realizados | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e = 67% = 9 pontos<br>< 67% e = 33% = 8 pontos<br>< 33% = 0 ponto | 3 | 30 | 27 ou 30 pontos = 0% de desconto<br>24 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Quantidade de Eventos previstoss | Quantidade | RelatórioMensais de Atividades | | | 03 | 03 | 03 | 04 | 04 | 3 |
| | | | CF 3.1.3 Percentual de produtos comercializados | (Número de produtos vendidos /Número de produtos ofertados) *100 | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e = 60% = 9 pontos<br>< 60% e = 30% = 8 pontos<br>< 30% = 0 ponto | 3 | 30 | 27 ou 30 pontos = 0% de desconto<br>24 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Percentual de produtos comercializad | Percentual | Relatório Mensais de Atividades | 00 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | | CF 3.2 | CF 3.2.1 Número de Pontos de vendass implantadas | Número de pontos de vendas, Quiosques,Vitrines em Hoteis e Pontos de Comercializçaõ implantadas Comercialização em grandes centros | Semestral | 2 = 10 pontos<br>1 = 5 pontos 0 = 0 pontos | 3 | 30 | 30 pontos = 0% de desconto<br>15 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | 02Lojas, 02Quiosques ,06Vitrines em Hoteis e 04Pontos de Comercializçaõ em grandes centros 1 PraçaPelourinho previstos | Número | Relatório Mensais de Atividades | 00 | 00 | 00 | 07 | 08 | 15 | 15 | 15 |
| | | | CF 3.2.2 Receita de vendas dos pontos de vendas | Receita de vendas obtida | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e = 60% = 9 pontos<br>< 60% e = 30% = 8 pontos<br>< 30% = 0 ponto | 3 | 30 | 27 ou 30 pontos = 0% de desconto<br>24 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Receita mensal de vendas prevista | Percentual | Relatório mensal Comercial | 00 | 46k | 200k | 200 k | 200 K | 270 k | 270 k | 300 k |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | CF 3.3 | CF 3.3.1 Rodadas de negócio realizadas | Número de Rodadas realizadas | Anual | 1 = 10 pontos<br>0 = 0 pontos | 2 | 20 | 20 pontos = 0% de desconto<br>10 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Rodadas de negócio previstas | Número | Relatório de Atividades | 00 | 00 | 00 | 01 | 00 | 00 | 00 | 01 |
| | | | CF 3.3.2 Receita prospectada | Total de Receita Prospectada | Trimestral | 1 = 10 pontos<br>0 = 0 pontos | 2 | 20 | 20 pontos = 0% de desconto<br>10 pontos =0,5% de desconto 0 ponto=1% de desconto | 1% | Receita prosppectada | Valor monetário | Relatório de Prospeção | 00 | 00 | 00 | 01 | 00 | 00 | 00 | 01 |
| **II - COMPONENTE DE GESTÃO – CG** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | CG.1 Gestão Administrativa Financeira | CG1.1 | CG1.1.1 Conformidade das despesas efetuadas pela OS | Total de despesas em conformidade / Total de despesas efetivadas no Relatório de Prestação de Contas x 100 | Trimestral | =100% = 10 ponto<br><100% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de conformidade das despesas | Percentual | Relatório de Prestação de Contas | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | CG1.2 | CG1.2.1 Limite de Gastos com Pessoal | (Percentual do orçamento de pessoal executado em relação ao orçamento total previsto/ Limite percentual de execução do orçamento de pessoal) x 100 | | < =100% = 10 pontos<br>>100% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Limite percentual de execução do orçamento de pessoal | Percentual | Relatório de Prestação de Contas | 00 | 00 | 00 | 00 | 01 | 00 | 00 | 00 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | CG1.3 | CG1.3.1 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<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual previsto para captação de recursos | Percentual | Relatório de Prestação de Contas | 00 | 00 | 00 | 10 % | 00 | 00 | 00 | 10 % |
| 2 | CG. 2 Gestão de Aquisições | CG2.1 | CG.2.1.1 – Aplicação de 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<br>< 100% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de processo de compras conformes | Percentual | Processos de compra | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3 | CG. 3 Gestão de Pessoal | CG3.1 | CG.3.1.1 Aplicação de 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<br>< 100% =0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de processos de seleção conformes | Percentual | Processos de contratação de pessoal | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | | CG.3.1.2 Pessoal contratado de acordo com os requisitos qualitativos e quantitativos exigidos | Nº de postos de trabalho ocupados de acordo com o perfil exigido / Nº de postos de trabalho verificados33 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de postos ocupados de acordo com o perfil exigido | Percentual | Processos de contratação de pessoal | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | CG.3.1.3 Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido | Nº postos de trabalho ocupados / Nº de postos de trabalho previstos x 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | Desconto considerará a despesa relativa ao posto de trabalho vago | | Percentual de ocupação dos postos de trabalho | Percentual | Termos do contrato de gestão | 10 0 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 2 | CG. 2 Gestão de Aquisições | CG 2.1 | 2.1.1 - Aplicação de 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<br>< 100% =0 ponto | 1 | 10 | 10 pontos <=> 0% de desconto<br>0 ponto = 1% de desconto | 1% | Percentual de processo de compras conformes | Percentual | Processos de compra | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3 | CG.3 Gestão de Pessoal | CG 3.1 | 3.1.1 - Aplicação de 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<br>< 100% =0 ponto | 1 | 10 | 10 pontos <=> 0% de desconto<br>0 ponto = 1% de desconto | 1% | Percentual de processos de seleçao conformes | Percentual | Processos de contratação de pessoal | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | | 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<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | 10 pontos <=> 0% de desconto<br>0 ponto = 1% de desconto | 1% | Percentual de postos ocupados de acordo com o perfil exigido | Percentual | Processos de contratação de pessoal | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 3.1.3 - Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido | (33 postos de trabalho ocupados / 33 postos de trabalho previstos) x 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | 10 pontos <=> 0% de desconto<br>0 ponto = 1% de desconto | 1% | Percentual de ocupação dos postos de trabalho | Percentual | Folha de Pagamento de Pessoal e Quadro de Dimensionamento de Pessoal (Anexo do Contrato) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | CG 3.2 | CG.3.2.1 Capacitação dos Trabalhadores | Nº de eventos de capacitação de 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<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de realização do Plano de Capacitação | Percentual | Registros Mensais de eventos do Plano de Capacitação | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | CG 3.3 | CG.3.3.1 Provisionamento das Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias | Valor monetário dos provisionamentos realizados/ Valor monetário dos provisionamentos devidos x 100 | Trimestral | >=100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de provisionamento de pessoal | Percentual | Demonstrativo Financeiro / Relatório de Prestação de Contas | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 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 x 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual das obrigações trabalhistas pagas | Percentual | Folha de Pagamento | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | CG. 4 - Gestão Patrimonial | CG. 4.1 | CG.4.1.1 Manutenção Preventiva dos Bens Públicos | Nº de ações de manutenção executadas / Nº de ações de manutenção previstas no Plano de Manutenção x 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de ações de manutenção executadas | Percentual | Registro de Execução da Manutenção | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 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<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de equipamentos em condição de uso | Percentual | Relatório de Vistoria | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | | CG.4.2.2 Condição de Uso das Instalações | Nº de instalações em condições de uso / Nº de instalações vistoriados x 100 | Trimestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de instalações em condições de uso | Percentual | Relatório de Vistoria | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 5 | **CG. 5 Gestão do Controle** | CG 5.1 | CG.5.1.1 Prestaçãode Contas do Contrato de Gestão | Nº de Relatórios de Prestação de Contas tempestivos | Trimestral | 1 = 10 pontos<br>0 = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Número previsto de Relatório de Prestação de Contas | Número | Protocolo de recebimento do relatório pela Contratante | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | | CG 5.2 | CG.5.2.1 Manifestação dos Conselhos da OS | Nº de Relatório de Prestação de Contas Anual submetidos aos Conselhos da OS | Anual | 1 = 10 pontos<br>0 = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Número previsto de Relatório de Prestação de Contas Anual | Percentual | Manifestação favorável dos conselhos da OS | 00 | 00 | 00 | 1 | 00 | 00 | 00 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | CG 5.3 | CG.5.3.1 Implementação do Plano de Ação de Melhoria da Gestão | Nº ações de melhoria concluídas / Nº de ações de melhoria previstas no Plano para conclusão no período x 100 | Semestral | =100% = 10 pontos<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Percentual de execução de ações de melhoria | Percentual | Relatório de Prestação de Contas | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | CG 5.4 | CG.5.4.1 Cumprimento de Cláusula Contratual | Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual | Trimestral | =>1 = 0 ponto<br>0 = 10 pontos | 1 | 10 | NA | NA | Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual | Número | Relatórios Técnicos e registros da Comissão de M&A | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| | | | CG.5.4.2 Responsabilização de irregularidade pelos órgãos de controle | Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle como AGE, Ministério Público, TCE, etc | Trimestral | =>1 = 0 ponto<br>0 = 10 pontos | 1 | 10 | NA | NA | Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle | Número | Relatórios dos Órgãos de Controle | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| **III - COMPONENTE DE IMPLANTAÇÃO - CI** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | **CI 1. Instalações Implantadas** | 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<br>< 100% e >= 90% = 9 pontos<br>< 90% e >= 80% = 8 pontos<br>< 80% = 0 ponto | 1 | 10 | NA | NA | Itens adquiridos conforme previsto | Percentual | Notas Fiscais | 00 | 100 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **TOTAL DE PONTOS DO COMPONENTE FINALÍSTICO** | 290 | **TOTAL DE DESCONTO MÁXIMO** | 11% |
| **TOTAL DE PONTOS DO COMPONENTE DE GESTÃO** | 240 | | 4% |
| **TOTAL DE PONTOS DO COMPONENTE DE IMPLANTAÇÃO** | 10 | | NA |
| **TOTAL PONTUAÇÃO PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO** | **540** | | **48%** |

## 13. PROPOSTA DE ORÇAMENTO



Fábrica Cultural

artesanato da BAHIA

SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE | GOVERNO DO ESTADO

**PROPOSTA DE ORÇAMENTÁRIA (MENSAL / TRIMESTRE / ANO / BIÊNIO) - ADITIVO CONTRATUAL - 36 MESES**
**CONTRATO DE GESTÃO Nº 024/2019 - FÁBRICA CULTURAL**

| ACOMPANHAMENTO ORÇAMENTÁRIO | | (36 MESES) 2º PERÍODO: (08/01/2022) - (07/01/2025) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1º ANO | 2º ANO | 3º ANO |
| 1. RECEITAS TOTAIS | | 11.775.322 | 327.092 | 981.277 | 3.925.107 | 3.925.107 | 3.925.107 |
| 1.1 RECEITAS | | 11.775.322 | 327.092 | 981.277 | 3.925.107 | 3.925.107 | 3.925.107 |
| 1.1.1 REPASSE CUSTEIO | 99% | 11.621.797 | 322.828 | 968.483 | 3.873.932 | 3.873.932 | 3.873.932 |
| 1.1.2 REPASSE INVESTIMENTO | 1% | 153.525 | 4.265 | 12.794 | 51.175 | 51.175 | 51.175 |
| 1.2 (-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA | | - | - | - | - | - | - |
| 1.3 OUTRAS RECEITAS | 5% | 639.624 | 17.767 | 53.302 | 213.208 | 213.208 | 213.208 |
| 1.3.1 RENDIMENTOS DE APLICAÇÕES FINANCEIRAS (ESTIMATIVA) | 0% | 50.858 | 1.413 | 4.238 | 16.953 | 16.953 | 16.953 |
| 1.3.2 CAPTAÇÃO DE RECURSOS ATIVA E PASSIVA (ESTIMATIVA 5%) | 5% | 588.766 | 16.355 | 49.064 | 196.255 | 196.255 | 196.255 |
| DESPESAS TOTAIS | | 11.775.322 | 327.092 | 981.277 | 3.925.107 | 3.925.107 | 3.925.107 |
| 1. PESSOAL, ENCARGOS E PROVISÕES | 46% | 5.359.797 | 148.883 | 446.650 | 1.786.599 | 1.786.599 | 1.786.599 |
| 1.1 FOLHA DE PAGAMENTO | 19% | 2.294.482 | 63.736 | 191.207 | 764.827 | 764.827 | 764.827 |
| 1.2 ENCARGOS/ BENEFÍCIOS | 10% | 1.169.187 | 32.477 | 97.432 | 389.729 | 389.729 | 389.729 |
| 1.3 ENCARGOS E CONTRIBUIÇÕES PATRONAIS | 9% | 1.014.543 | 28.182 | 84.545 | 338.181 | 338.181 | 338.181 |
| 1.4 APROVISIONAMENTO - 13 E FÉRIAS ACRESCIDAS DE 1/3 | 5% | 550.961 | 15.304 | 45.913 | 183.654 | 183.654 | 183.654 |
| 1.5 PROVISÃO DE VERBAS RESCISÓRIAS | 3% | 330.624 | 9.184 | 27.552 | 110.208 | 110.208 | 110.208 |
| 1.6 TRIBUTOS/ OUTROS | - | - | - | - | - | - | - |
| 2. MATERIAL DE CONSUMO | 2% | 274.356 | 7.621 | 22.863 | 91.452 | 91.452 | 91.452 |
| 2.1 LIMPEZA | 0% | 18.375 | 510 | 1.531 | 6.125 | 6.125 | 6.125 |
| 2.2 MATERIAL DE EXPEDIENTE/ MATERIAL GRÁFICO | 1% | 133.270 | 3.702 | 11.106 | 44.423 | 44.423 | 44.423 |
| 2.3 ALIMENTAÇÃO | 0% | 28.690 | 797 | 2.391 | 9.563 | 9.563 | 9.563 |
| 2.4 COMBUSTÍVEL | 1% | 73.965 | 2.055 | 6.164 | 24.655 | 24.655 | 24.655 |
| 2.5 SUPRIMENTOS DE INFORMÁTICA | 0% | 20.055 | 557 | 1.671 | 6.685 | 6.685 | 6.685 |
| 3. CONTAS DE CONSUMO | 1% | 165.615 | 4.600 | 13.801 | 55.205 | 55.205 | 55.205 |
| 3.1 ÁGUA | 0% | 21.150 | 588 | 1.763 | 7.050 | 7.050 | 7.050 |
| 3.2 ENERGIA ELÉTRICA | 1% | 74.775 | 2.077 | 6.231 | 24.925 | 24.925 | 24.925 |
| 3.3 TELEFONIA/ BANDA LARGA/ SISTEMA DE INFORMAÇÃO | 1% | 69.690 | 1.936 | 5.808 | 23.230 | 23.230 | 23.230 |
| 4 AÇÕES FINALÍSTICAS (PROGRAMAS) | 36% | 4.216.080 | 117.113 | 351.340 | 1.405.360 | 1.405.360 | 1.405.360 |
| 4.1 MANUTENÇÃO DE PLATAFORMA DIGITAL / MARKETING | 2% | 222.000 | 6.167 | 18.500 | 74.000 | 74.000 | 74.000 |
| 4.2 PROGRAMAS DE QUALIFICAÇÃO / MENTORIA | 4% | 432.000 | 12.000 | 36.000 | 144.000 | 144.000 | 144.000 |
| 4.3 EXECUÇÃO CURSOS DE QUALIFICAÇÃO | 6% | 720.000 | 20.000 | 60.000 | 240.000 | 240.000 | 240.000 |
| 4.4 DIAGNOSTICOS (QUALIFICAÇÃO / SITUACIONAL) | 1% | 162.000 | 4.500 | 13.500 | 54.000 | 54.000 | 54.000 |
| 4.5 ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO PLANO DE MÍDIA (COMUNICAÇÃO) | 3% | 324.000 | 9.000 | 27.000 | 108.000 | 108.000 | 108.000 |
| 4.6 REALIZAÇÃO DE RODADAS DE NEGÓCIOS | 2% | 252.000 | 7.000 | 21.000 | 84.000 | 84.000 | 84.000 |
| 4.7 ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO PLANO DE EVENTOS (FEIRAS E OUTROS) | 16% | 1.890.000 | 52.500 | 157.500 | 630.000 | 630.000 | 630.000 |
| 4.8 ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO PLANO DE MELHORIAS NA GESTÃO | 1% | 64.080 | 1.780 | 5.340 | 21.360 | 21.360 | 21.360 |
| 4.9 INCREMENTO DE METAS DE COMERCIALIZAÇÃO | 1% | 150.000 | 4.167 | 12.500 | 50.000 | 50.000 | 50.000 |
| 5 PROGRAMAS FINALÍSTICOS (ATIVIDADES MEIO) | 14% | 1.605.950 | 44.610 | 133.829 | 535.317 | 535.317 | 535.317 |
| 5.1 INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO FÍSICA | 2% | 282.270 | 7.841 | 23.523 | 94.090 | 94.090 | 94.090 |
| 5.2 TAXAS CONDOMINIAIS E LOCAÇÃO | 2% | 204.825 | 5.690 | 17.069 | 68.275 | 68.275 | 68.275 |
| 5.3 MATERIAL DIDÁTICO / PUBLICAÇÕES | 0% | 35.400 | 983 | 2.950 | 11.800 | 11.800 | 11.800 |
| 5.4 LOCAÇÕES DE VEÍCULOS E SERVIÇOS DE TRANSPORTE | 1% | 123.660 | 3.435 | 10.305 | 41.220 | 41.220 | 41.220 |
| 5.5 ASSESSORIA CONTÁBIL | 1% | 89.400 | 2.483 | 7.450 | 29.800 | 29.800 | 29.800 |
| 5.6 DIÁRIAS DE SERVIÇO | 0% | 53.100 | 1.475 | 4.425 | 17.700 | 17.700 | 17.700 |
| 5.7 DIÁRIAS DE HOTEL | 1% | 130.680 | 3.630 | 10.890 | 43.560 | 43.560 | 43.560 |
| 5.8 PASSAGENS AÉREAS/TERRESTRES | 0% | 42.330 | 1.176 | 3.528 | 14.110 | 14.110 | 14.110 |
| 5.9 LICENÇAS SOFTWARE | 0% | 26.505 | 736 | 2.209 | 8.835 | 8.835 | 8.835 |
| 5.10 ASSESSORIA E CONSULT. EM GERAL (GESTÃO, JURÍDICA, COMUNIC., ETC) | 4% | 420.450 | 11.679 | 35.038 | 140.150 | 140.150 | 140.150 |
| 5.11 DESPESAS ADMINISTRATIVAS | 1% | 147.600 | 4.100 | 12.300 | 49.200 | 49.200 | 49.200 |
| 5.12 TRIBUTOS/ OUTROS 2 | 0% | 49.730 | 1.381 | 4.144 | 16.577 | 16.577 | 16.577 |
| 6 INVESTIMENTO | 1% | 153.525 | 4.265 | 12.794 | 51.175 | 51.175 | 51.175 |
| 6.1 AQUISIÇÃO DE MÁQUINAS/ EQUIPAMENTOS | 1% | 153.525 | 4.265 | 12.794 | 51.175 | 51.175 | 51.175 |

## 14. ORÇAMENTO COMPARATIVO



Fábrica Cultural

artesanato da BAHIA

SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE | GOVERNO DO ESTADO

| 02 ANOS | PRIMEIRO PERÍODO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 27 MESES: (08/10/2019) - (08/01/2022) | | | | | |
| | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1º ANO | 2º ANO | 3º ANO |
| | 3.808.602 | 158.692 | 476.075 | 1.904.301 | 1.904.301 | |
| RECEITAS | **3.808.602** | **158.692** | **476.075** | **1.904.301** | **1.904.301** | - |
| REPASSE CUSTEIO | 3.733.302 | 155.554 | 466.663 | 1.866.651 | 1.866.651 | - |
| REPASSE INVESTIMENTOS | 75.300 | 3.138 | 9.413 | 37.650 | 37.650 | - |

| 03 ANOS | SEGUNDO PERÍODO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 36 MESES: (08/01/2022) - (07/01/2025) | | | | | |
| | ORÇADO | MENSAL | TRIMESTRE | 1º ANO | 2º ANO | 3º ANO |
| | 11.775.322 | 327.092 | 981.277 | 3.925.107 | 3.925.107 | 3.925.107 |
| RECEITAS | **11.775.322** | **327.092** +106% | **981.277** +106% | **3.925.107** +106% | **3.925.107** +106% | **3.925.107** +106% |
| REPASSE CUSTEIO | 11.621.797 | 322.828 | 968.483 | 3.873.932 | 3.873.932 | 3.873.932 |
| REPASSE INVESTIMENTOS | 153.525 | 4.265 | 12.794 | 51.175 | 51.175 | 51.175 |

## 15. VALOR GLOBAL E DESEMBOLSO

| RECURSO ANO1 | 1°Trimestre | 2°Trimestre | 3°Trimestre | 4°Trimestre | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| CUSTEIO | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 3.873.932 |
| INVESTIMENTO | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 51.176 |
| **TOTAL** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **3.925.108** |

| RECURSO ANO2 | 5°Trimestre | 6°Trimestre | 7°Trimestre | 8°Trimestre | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|
| CUSTEIO | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 3.873.932 |
| INVESTIMENTO | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 51.176 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **TOTAL** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **3.925.108** |
| | | | | | | |
| **RECURSO** | **ANO3** | **9°Trimestre** | **10°Trimestre** | **11°Trimestre** | **12°Trimestre** | **TOTAL** |
| CUSTEIO | | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 968.483 | 3.873.932 |
| INVESTIMENTO | | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 12.794 | 51.176 |
| | **TOTAL** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **981.277** | **3.925.108** |
| | | | | | **TOTALGLOBAL** | **11.775.324** |

A Proposta Orçamentária da organização Fábrica Cultural soma o valor de **R$11.775.324,00 (onze milhões, setecentos e trinta e cinco mil,trezentos e vinte e quatro reais),** para um período de três anos.

| 16. | DECLARAÇÕES OBRIGATÓRIAS |
|---|---|

1. Declaro que o Projeto apoiado será realizado no Estado da Bahia e que em todo o material de apresentação e divulgação do projeto constarão, obrigatoriamente, a marca do Governo do Estado da Bahia/Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte.

2. Declaro estar ciente que, no prazo de 30 (trinta) dias do término do projeto apoiado, deverá ser apresentada à Secretaria do Trabalho Emprego, Renda e Esporte a prestação de contas final dos recursos recebidos e despendidos.

3. Declaro não ser servidor(a) público(a) Estadual da Bahia.

Declaro que todas as informações prestadas, no projeto e em seus anexos, são verdadeiras e de minha responsabilidade, podendo, a qualquer momento, ser comprovadas.

| 17 **Local/Data** | 18 **Nome Completo do(a)Proponente** | 19 **Assinatura do(a)Proponente** |
|---|---|---|
| Salvador, | **JAQUELINE MATOS DE AZEVEDO** | |

| 20 | **APROVAÇÃO PELA CONCEDENTE** (USO EXCLUSIVO DA |
|---|---|

**Comissão de Seleção de Projetos** ( ) Aprovado

| | | |
|---|---|---|
| Data<br>Assina<br>tura:<br>Nome | Data:<br>Assin<br>atura:<br>Nome | Data: Assinatura: Nome Ma |

Salvador, 07.01.2022

**Davidson de Magalhães Santos**
Secretário do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte

Juremar de Oliveira
Chefe de Gabinete da SETRE

DIÁRIO OFICIAL
República Federativa do Brasil - Estado da Bahia
SALVADOR, SEXTA-FEIRA, 10 DE ABRIL DE 2020 - ANO CIV - Nº 22.880

| Suplentes com mandato de quatro anos (mandato até 2024): |
|---|
| 1. ALDA MUNIZ PEPE |
| 2. ROSANA MARA CHAVES RODRIGUES |
| 3. CLAUDIA MARIA DE SOUZA MOURA |
| 4. CELIA TANAJURA MACHADO |
| 5. TIAGO PEREIRA DA COSTA |
| 6. LUDMILA KARLA SOUZA FIGUEIREDO |

PALÁCIO DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA, em 09 de abril de 2020.

***RUI COSTA***
***Governador***

**O GOVERNADOR DO ESTADO DA BAHIA**, no uso de suas atribuições,

**R E S O L V E**

considerar designado, com efeito a partir de 02.04.2020, **JUREMAR DE OLIVEIRA**, Chefe de Gabinete, para substituir o Secretário do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, nas suas ausências e impedimentos eventuais.

delegar competência, com efeito a partir de 02.04.2020, ao Senhor **JUREMAR DE OLIVEIRA**, Chefe de Gabinete da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, para, em nome do Estado, celebrar convênios, acordos, contratos, ajustes e protocolos, bem como seus termos aditivos e rescisões, no âmbito da referida Secretaria, nas ausências e impedimentos de seu Titular.

considerar nomeado, com efeito a partir de 02.04.2020, **JUREMAR DE OLIVEIRA** para, na condição de suplente, em substituição a **EVERALDO AUGUSTO DA SILVA**, compor o Conselho de Administração da Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia - SUDESB, autarquia vinculada à Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte.

considerar nomeado, com efeito a partir de 02.04.2020, **JUREMAR DE OLIVEIRA** para, na condição de suplente, em substituição a **EVERALDO AUGUSTO DA SILVA**, compor o Conselho de Esporte e Lazer do Estado da Bahia, da estrutura da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte.

considerar nomeado, com efeito a partir de 02.04.2020, **JUREMAR DE OLIVEIRA** para, na condição de suplente, em substituição a **EVERALDO AUGUSTO DA SILVA**, compor o Conselho Deliberativo do Fundo de Promoção do Trabalho Decente - FUNTRAD, da estrutura da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte.

considerar nomeado, com efeito a partir de 02.04.2020, **JUREMAR DE OLIVEIRA** para, na condição de suplente, em substituição a **EVERALDO AUGUSTO DA SILVA**, compor o Comitê Gestor para o Programa Bahia do Trabalho Decente.

exonerar, a pedido, **MARIA ELIANA FERREIRA SILVA** do cargo de Coordenador Executivo, símbolo DAS-2B, da Coordenação de Monitoramento de Prestação de Serviços de Saúde, da Secretaria da Saúde.

exonerar, a pedido, **DIEGO CAVALCANTE TEIXEIRA DALTRO** do cargo de Diretor, símbolo DAS-2C, da Coordenação de Gestão de Sistemas de Tecnologias de Informação e Comunicação na Saúde, da Secretaria da Saúde.

nomear **DIEGO CAVALCANTE TEIXEIRA DALTRO** para o cargo de Coordenador Executivo, símbolo DAS-2B, da Coordenação de Monitoramento de Prestação de Serviços de Saúde, da Secretaria da Saúde.

nomear **MARIA ELIANA FERREIRA SILVA** para o cargo de Diretor, símbolo DAS-2C, da Coordenação de Gestão de Sistemas de Tecnologias de Informação e Comunicação na Saúde, da Secretaria da Saúde.

exonerar, a pedido, **MARIA ALCINA ROMERO BOULLOSA** do cargo de Diretor, símbolo DAS-2C, da Superintendência de Atenção Integral à Saúde, da Secretaria da Saúde.

nomear **MARIA ALCINA ROMERO BOULLOSA** para o cargo de Diretor, símbolo DAS-2C, da Superintendência de Atenção Integral à Saúde, da Secretaria da Saúde.

considerar exonerado, a pedido, com efeito a partir de 01.04.2020, **RICARDO SANTOS DE CASTRO RIBEIRO** do cargo de Coordenador I, símbolo DAS-2C, da Coordenação Executiva de Infraestrutura da Rede Física, da Secretaria da Saúde.

considerar nomeado, com efeito a partir de 01.04.2020, **LUCAS LEONARDO MUCARZEL ROSA** para o cargo de Coordenador I, símbolo DAS-2C, da Coordenação Executiva de Infraestrutura da Rede Física, da Secretaria da Saúde.

PALÁCIO DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA, em 09 de abril de 2020.

***RUI COSTA***
***Governador***

**Retificações**

No Decreto de exoneração de Daiane Guedes da Silva Lisboa, da Secretaria da Educação, publicada no D.O.E. de 08.04.2020:

**ONDE SE LÊ:**
...exonerar, a pedido,...

**LEIA-SE:**
...considerar exonerada, a pedido, com efeito a partir de 29.01.2020...

No Decretos de exoneração e nomeação, para a Secretaria da Educação, publicadas no D.O.E. de 08.04.2020:

**ONDE SE LÊ:**
...Valuza Maria Rosa Alves...

**LEIA-SE:**
...Valuza Maria Saraiva...









o enquadramento legal da situação, conforme modelo em anexo e, ainda, observando-se as formas de envio da notificação previstas nos artigos 51 e 52 da Lei n. 12.209/2011.

Salvador - BA, 10/01/2022.
**TEREZA CRISTINA PAIM XAVIER CARVALHO**
**SUBSECRETÁRIA DA SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA.**

**GABINETE DO SECRETÁRIO - GASEC**
PROCESSO n° 019.7443.2021.0160325-04 **PRIMEIRO TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 074/2021** CONTRATANTE: ESTADO DA BAHIA, através da SECRETARIA DA SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA/FESBA, CNPJ Nº. 05.816.630/0001-52. CONTRATADA: **CRETA COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA**, CNPJ 04.374.998/0001-45. **OBJETO**: Constitui objeto do presente Termo Aditivo a inclusão da unidade Hospital Geral Santa Tereza- HGST, localizado no município de Ribeira do Pombal-BA, na qual serão acrescidos 12 (doze) Postos de Servente 84hs, com 20% Insalubridade, Diurno, 04 (quatro) Postos de Servente 84hs, com 20% Insalubridade, Noturno e 01 (um) Posto de Cabo de Turma, 84hs. com 20% Insalubridade, Diurno. Ficam acrescidos, ainda, para o Hospital Geral Prado Valadares - HGPV, 10 (dez) Postos de Servente, 84 hs. com Insalubridade 20%, Diurno, 05 (cinco) Postos de Servente, 84 hs. com Insalubridade 20%, Noturno e 01 (um) Posto de Servente, 44hs. com 20% Insalubridade, Diurno. Os acréscimos ao presente contrato totalizam, aproximadamente, R$ 1.871.457,95 estimados até o final da vigência do contrato em 11/11/2022. **VALOR MENSAL: Passará** de R$ 1.655.020,12 (hum milhão, seiscentos e cinqüenta e cinco mil, vinte reais e doze centavos) **para R$ 1.835.546,61 (hum milhão**, **oitocentos e trinta e cinco mil**, **quinhentos e quarenta e seis reais e sessenta e um centavos)**, representando um acréscimo de, aproximadamente, **10,91%. U.G:** 0003. **Fonte:** 130**. P.A:** 2641**. E.D:** 33.90.37**.** Data de Assinatura: 10/01/2022. Dra. Tereza Cristina Paim Xavier Carvalho - Subsecretária Estadual da Saúde.

**HOSPITAL GERAL CLERISTON ANDRADE**
**RESUMO DO CONTRATO Nº 053/2021 (PE 077/2021)**
**CONTRATANTE:** GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA através da SECRETARIA DA SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA-SESAB. CONTRATADO: **BIOLINE FIOS CIRURGICOS LTDA**. OBJETO: Aquisição de Fios para Sutura. Período de 06 (seis) meses. **SEI nº:** 019.9723.2021.0093062-73. **VALOR GLOBAL:** 32.515,20 (trinta e dois mil quinhentos e quinze reais e vinte centavos). **ATIVIDADE:** 2641 **ELEMENTOS DE DESPESA:** 33.90.30 **FONTE:** 281 **VIGÊNCIAS:** 06 (seis) meses. **DATA DA ASSINATURA:** 06/01/2022

**HOSPITAL GERAL CLERISTON ANDRADE**
**RESUMO DO CONTRATO Nº 064/2021 (PE 090/2021)**
**CONTRATANTE:** GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA através da SECRETARIA DA SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA-SESAB. CONTRATADO: **A PROCIMED COMERCIO ATACADISTA DE PRODUTOS HOSP E ODONTOLOGICOS LTDA**. OBJETO: Aquisição de TUBO DE ENSAIO EM VIDRO. Período de 06 (seis) meses. **SEI nº:** 019.9723.2021.0156795-07. **VALOR GLOBAL:** 6.800,00 (Seis mil e oitocentos reais). **ATIVIDADE:** 2641 **ELEMENTOS DE DESPESA:** 33.90.30 **FONTE:** 281 **VIGÊNCIAS:** 06 (seis) meses. **DATA DA ASSINATURA:** 06/01/2022

**SESAB - SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO DA BAHIA**
**HGRS - HOSPITAL GERAL ROBERTO SANTOS**

**RESUMO DE APS - AUTORIZAÇÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

| APS Nº | RS Nº | VENCEDOR | OBJETO | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| 19.076.00036/2021 | 19.00106/2021 | Arproject Comercial e Serviços Ltda. | Prestação de Serviços de Manutenção preventiva e corretiva de equipamentos de refrigeração, com reposição de peças. | R$ 25.339,08 |

**Salvador, 01 de Dezembro de 2021 - Dr. Adil José Duarte Filho**

# SECRETARIA DA SEGURANÇA PÚBLICA

## Polícia Militar da Bahia – PM/BA

**RESUMO DE CONTRATO - 3ºBEIC/JUAZEIRO**
Contrato n.º01/2022. Processo: Tomada de Preço 01/2021. Contratante: PMBA. Contratada: FIT SERVIÇOS DE ENGENHARIA LTDA, CNPJ nº32.578.204/0001-09. Objeto: construção de estande de tiro no 3ºBEIC. Valor R$ 656.533,68 (seiscentos e cinquenta e seis mil, quinhentos e trinta e três reais e sessenta e oito centavos). Data da assinatura: 11/01/2022. Vigência: 07(sete) meses. Juscilene Paixão Souza - Cb PM - Pregoeira oficial.

**RESUMO DE TERMO DE CONVÊNIO - COMANDO GERAL**
Processo: 030.2695.2021.0165063-50. Termo de Convênio 001/2022 - Convenentes: Município de Eunápolis e a Polícia Militar da Bahia com a anuência da Secretaria da Segurança Pública. Objeto: Apoio recíproco à prestação dos serviços de segurança pública, visando a preservação da ordem pública, da incolumidade das pessoas e do patrimônio em geral, bem como a garantia da defesa civil, dentro do esforço da Administração Pública Estadual de interiorização dos serviços policiais. Data da Assinatura: 11/01/2022. Vigência: 24 (vinte e quatro) meses.

**RESUMO DE CONTRATO Nº 03/2022 - CORREGEDORIA**
Processo: 030.9272.2021.0126742-88 - Pregão Eletrônico Nº SAEB 003/2021 - Contratante: Estado da Bahia/PMBA - Contratada: Empresa PA ARQUIVOS LTDA, CNPJ nº 34.409.656/0001-84. Objeto: Contratação de empresa especializada para prestação de serviço de armazenagem de documentos oriundos do cartório da Corregedoria da Policia Militar. Valor estimado de R$ 34.200,00 (trinta e quatro mil e duzentos reais) - Dotação orçamentária: 20801.0067.06.181.314.6922.9900.33903900.0300000000.1 - Vigência: 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura. Regime de Execução: empreitada por preço unitário - Forma de pagamento: 08 (oito) dias, contados da apresentação da fatura - Data da Assinatura: 10/01/2022.

# SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE

**RESUMO DO SEGUNDO TERMO ADITIVO AO CONTRATO DE GESTÃO Nº 024/2019** - Processo SEI n. 021.2107.2021.0005708-61. Contratante: Estado da Bahia/SETRE. Contratada: ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL, qualificada como Organização Social. DO PRAZO: fica prorrogado o prazo de vigência por mais 36 (trinta e seis) meses, com efeitos iniciais a partir de 08/01/2022, consoante alterações no plano de trabalho - Anexo Único. Do ACRÉSCIMO: fica acrescido o valor de R$ 11.775.324,00 (onze milhões, setecentos e setenta e cinco mil, trezentos e vinte e quatro reais), que passa a vigorar com o valor global de R$ 15.583.925,83 (quinze milhões, quinhentos e oitenta e três mil, novecentos e vinte e cinco reais e oitenta e três centavos). DA DOTAÇÃO: Unidade Orçamentária: 3.21.101-APG, Fonte: 0.100, PAOE: 2234, Natureza da Despesa: 3.3.90.39.00, Unidade Gestora: 0009-CFA. DA RATIFICAÇÃO: Ficam mantidas as demais Cláusulas e condições não retificadas por este instrumento. Assinam: Davidson de Magalhães Santos - Secretário da SETRE e Jaqueline Matos de Azevedo - representante legal da Organização Social.

# DISPENSA E INEXIGIBILIDADE

# SECRETARIA DA ADMINISTRAÇÃO

**RESUMO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 003/2022 - SECRETARIA DA ADMINISTRAÇÃO/SUPERINTENDÊNCIA DE RECURSOS LOGÍSTICOS**
**Processo SEI nº:** 009.0231.2021.0046081-32. **Objeto**: Fornecimento de energia elétrica, atendida em Baixa Tensão, para a unidade consumidora da Secretaria do Meio Ambiente, pelo período de 24 (vinte e quatro) meses, a contar da assinatura do contrato a ser firmado, com valor global estimado em R$ 15.132,43 (quinze mil, cento e trinta e dois reais e quarenta e três centavos). **Unidade Orçamentária**: 27.101, **Unidade Gestora:** 0001, **Ação (Projeto/Atividade):** 18.122.502.2018, **Natureza da Despesa**: 3.3.90.39.00, **Destinação de Recurso:** 0.109.000000. **Fundamentação Legal:** Art. 60, caput, da Lei Estadual nº. 9.433/05. **Assinatura:** 11.01.2022.

## Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN

**RESUMO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 001/2022 - DETRAN**
**Processo SEI Nº: 049.4635.2021.0044161-95**. **Objeto**: Contratação de empresa especializada na compra de veículos classificados como sucatas inservíveis e de material ferroso direcionados para destruição, abarcando a coleta, descontaminação, descaracterização, desmontagem, prensagem e trituração do material ferroso para reciclagem, descarte e destinação final dos resíduos, no âmbito do Estado da Bahia, através de maquinário específico como prensa móvel, tesoura, trituradora de resíduos sólidos, caçambas, equipamentos para movimentação, contêineres coletores e balança, quando acionada pelo Departamento Estadual de Trânsito da Bahia - DETRAN/BA. **Vigência**: 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura. **Fundamentação Legal:** Art. 60, inciso II, da Lei Estadual nº 9.433/2005. **Assinatura:** 11.01.2022. Rodrigo Pimentel Souza Lima - Diretor Geral.

# SECRETARIA DA FAZENDA

## Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A – DESENBAHIA

RESUMO DE CONTRATO
CONTRATANTE: DESENBAHIA - CONTRATADA: EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS - OBJETO: Prestação de serviços postais, malotes, telegramas e venda de produtos - VALOR MENSAL ESTIMADO: R$ 9,758,33 - PROCESSO Nº 107/2021 - MODALIDADE: Inexigibilidade nº 009/2021 - PRAZO: 05 anos - ASSINATURA: 06.01.2022 - Salvador, 11 de janeiro de 2022.