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

CONTRATO DE GESTÃO 047/2025

CONTRATO DE GESTÃO QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DA BAHIA, ATRAVÉS DA SECRETARIA DO TRABALHO EMPREGO RENDA E ESPORTE - SETRE E O INSTITUTO BRASILEIRO DO DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE- IBDE, QUALIFICADA COMO ORGANIZAÇÃO SOCIAL.

O **ESTADO DA BAHIA**, por intermédio da **SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE - SETRE**, CNPJ nº 13.937.123/0001-03, situada à Av. Luiz Viana Filho, 200, 3ª Plataforma, 2ª Avenida, Centro Administrativo da Bahia – CAB, CEP: 41.745-003 Salvador-Ba, neste ato representado pelo seu titular, **Sr. AUGUSTO SÉRGIO VASCONCELOS DE OLIVEIRA**, brasileiro, portador da cédula de identidade RG nº. 837604745, SSP/BA e do CPF nº 798.142.985-49, autorizado pelo Decreto Simples publicado no D.O.E. de 10/01/2025, doravante denominado **CONTRATANTE,** e o **INSTITUTO BRASILEIRO DO DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE- IBDE,** CNPJ nº08.396.099/0001-02, situado na Rua da TV ajuda, nº 01, bairro Centro, Edf. Martins Catharino, Sala 1107, município de Salvador- Bahia, vencedora do lote 03 do Edital de Seleção nº 06/2025, Processo Administrativo nº **021.2107.2024.0004708-69**,neste ato representada pelo Sr(s). **RILSON SILVA CAMPOS,** portador(es) do(s) documento(s) de identidade nº298953919, emitido(s) por SSP/BA, inscrito(s) no CPF/MF sob o nº 505.585.285-20, doravante denominada apenas **CONTRATADA**, celebram o presente contrato de gestão, nos termos do processo administrativo SEI nº **021.2107.2025.0003963-84**, que se regerá pela Lei Estadual nº. 8.647/2003, que regulamenta o Programa Estadual de Organizações Sociais, e o Decreto Estadual nº. 8.890/2004, mediante as cláusulas e condições discriminadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

Constitui objeto do presente contrato a gestão do lote 03 Edital 06/2025 cujo serviço é o apoio para comercialização da produção artesanal e cadastramento de Artesãs e Artesãos do Estado; de acordo com as especificações e obrigações constantes do Edital de Seleção, com as condições previstas neste contrato e na Proposta de Trabalho apresentada pela CONTRATADA.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

O serviço objeto deste contrato de gestão teve a publicização aprovada pelo CONGEOS, através da Resolução nº 24/2017 publicada no D.O.E de 27/07/2017, autorizada pelo Governador do Estado em ato publicado no D.O.E em 11/08/2017 e conferida publicidade, através de Portaria de publicização nº 118 publicada no D.O.E em 16/08/2017, 17/08/2017 e 18/08/2017 e nos jornais 16/08/2017 e 17/08/2017.

Os termos deste contrato, indicadores e metas foram aprovados pelo CONGEOS, através da Resolução nº º 09/2025 - AD. REFERENDUM DO CONGEOS, publicado em D.O.E de 07/03/2025.

PARÁGRAFO SEGUNDO

Fazem parte integrante deste Contrato de Gestão os seguintes anexos:

ANEXO I – Programa de Trabalho apresentada pela CONTRATADA, contendo:

I. Descrição dos serviços.
II. Quadro de Indicadores e metas, Parâmetros de Avaliação de Desempenho e de Aplicação de Desconto.
III. Metodologia de Trabalho.
IV. Organograma e Dimensionamento de Pessoal.
V. Orçamentos Sintético, Analítico e Despesas de Pessoal.
VI. Cronograma de Desembolso.

ANEXO II – Sistemática para Avaliação da Capacidade de Gestão da Organização Social.

CLÁUSULA SEGUNDA - PRAZO

O prazo de vigência do Contrato de Gestão será de 03 (três) anos, tendo por termo inicial a data 02/08/2025 e por termo final a data 01/08/2028, admitindo-se a sua prorrogação, mediante termo aditivo, depois de demonstrado o alcance das metas estabelecidas, por meio de relatório técnico elaborado pela Comissão de Monitoramento e Avaliação deste contrato e, ainda, a indicação, garantia e aprovação das dotações orçamentárias necessárias à execução dos serviços, observando a legislação vigente.

CLÁUSULA TERCEIRA–RECURSOS FINANCEIROS

Os recursos financeiros para execução do objeto deste Contrato de Gestão pela Organização Social serão obtidos mediante:

I. Repasses financeiros provenientes do Poder Público;
II. Doações, legados e contribuições de entidades nacionais e estrangeiras;

III. Receitas auferidas por serviços que possam ser prestados, sem prejuízo à execução do objeto do contrato, através de Prestação de serviços adicionais, Licenciamento de software, Cessão de espaços físicos, Cobrança por serviços exclusivos e Parcerias ou convênios com outras entidades;

IV. Receitas advindas da utilização de seus espaços físicos, quando autorizado pela CONTRATANTE;

V. Rendimentos de aplicações dos ativos financeiros.

CLÁUSULA QUARTA– REPASSES FINANCEIROS

Pela execução do objeto deste contrato, a CONTRATANTE repassará à CONTRATADA, no prazo e condições constantes deste instrumento a importância global estimada no lote 03 em R$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), sendo R$ R$ 11.880.000,00 (onze milhões oitocentos e oitenta mil reais) destinado às despesas de custeio e R$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) destinado às despesas de investimento.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

O valor do contrato destinado às despesas de custeio e investimento será repassado em 12 parcelas trimestrais, de acordo com o cronograma de desembolso.

PARÁGRAFO SEGUNDO

A primeira parcela será repassada em até 05 (cinco) dias úteis após assinatura do contrato e as demais parcelas até o 5º dia útil do mês subsequente ao término do trimestre, mediante a apresentação da prestação de contas, ficando a liberação da terceira parcela condicionada a aprovação da prestação de contas da primeira, a liberação da quarta parcela, condicionada a aprovação da prestação de contas da segunda e assim sucessivamente.

PARÁGRAFO TERCEIRO

Os recursos financeiros transferidos pelo Estado da Bahia à execução do objeto deste Contrato de Gestão serão movimentados em conta bancária específica e exclusiva no CAIXA ECONOMICA FEDERAL - GARIBALDI PRIME, agência nº.4774, conta corrente nº.00057042617, vinculada a este contrato, de modo que os recursos transferidos não sejam confundidos com os recursos próprios da CONTRATADA; e os recursos relativos às provisões dos encargos trabalhistas e sociais serão movimentados em conta específica para este fim, na Conta Bancária Exclusiva para Provisões Trabalhistas e Sociais na CAIXA ECONOMICA FEDERAL - GARIBALDI PRIME, agência nº. 4774-, conta corrente nº. 575043514-4.

A organização social contratada efetuará a transferência do valor correspondente ao provisionamento para a conta exclusiva, no prazo de 15 dias úteis do recebimento da parcela do repasse financeiro.

PARÁGRAFO QUARTO

Todos os repasses serão realizados, exclusivamente, mediante cheque nominativo, ordem bancária, Transferência Eletrônica Disponível (TED), PIX, em que fiquem registradas a destinação do valor e a identificação do respectivo credor ou beneficiário, não sendo permitido saque em espécie de qualquer valor.

PARÁGRAFO QUINTO

Os recursos financeiros repassados à CONTRATADA poderão ser aplicados no mercado financeiro, desde que os resultados dessa aplicação se revertam, exclusivamente, aos objetivos deste contrato de gestão.

PARÁGRAFO SEXTO

A CONTRATANTE descontará do repasse mensal o valor correspondente a meta não alcançada, de acordo com o Quadro de Indicadores e metas, Parâmetros de Avaliação de Desempenho e de Aplicação de Desconto.

PARÁGRAFO SÉTIMO

Os recursos financeiros que forem repassados pelo Estado ou adquiridos em virtude do contrato de gestão deverão estar vinculados ao cumprimento das metas pactuadas.

PARÁGRAFO OITAVO

Havendo atrasos nos desembolsos previstos no cronograma estabelecido pela CONTRATANTE, a CONTRATADA poderá realizar adiantamentos com recursos próprios à conta bancária indicada para recebimento dos pagamentos, tendo reconhecido as despesas efetivadas, desde que em montante igual ou inferior aos valores ainda não desembolsados que estejam previstos neste contrato.

PARÁGRAFO NONO

É expressamente proibida a celebração pela CONTRATADA de contratos de cessão fiduciária de créditos oriundos da execução deste contrato, em qualquer hipótese, ou a vinculação de recebíveis para o pagamento de contratos de financiamento eventualmente celebrados pela mesma.

CLÁUSULA QUINTA - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas deste contrato de gestão correrão por conta dos recursos da Dotação Orçamentária a seguir especificada:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	FONTE/BA	PAOE	NATUREZA DA DESPESA	UNIDADE GESTORA
21.101 – APG	0.100.000000 0.100.500108	7975	33.50.85.000	0009 CFA

CLÁUSULA SEXTA– ALTERAÇÃO CONTRATUAL

O presente CONTRATO DE GESTÃO poderá ser alterado a qualquer tempo, parcial ou totalmente, mediante justificativas por escrito, que conterá a declaração de interesse de ambas as partes e deverá ser autorizado pelo Secretário da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, após demonstrado, por meio de parecer sobre o desempenho da organização social nos últimos 12 meses, quando couber, elaborado pela Comissão de Monitoramento e Avaliação, designada para tal fim, observando a legislação vigente.

PARÁGRAFO PRIMEIRO

As eventuais alterações pactuadas serão formalizadas por intermédio de termo de aditamento ao presente CONTRATO DE GESTÃO, a exceção da variação do valor contratual para fazer face ao reajuste dos valores orçamentários previstos no próprio contrato, as atualizações, compensações ou apenações financeiras decorrentes das condições de repasse nele previstas, bem como o empenho de dotações orçamentárias suplementares até o limite do seu valor corrigido, que podem ser registrados por simples apostila, dispensando a celebração de aditamento.

PARÁGRAFO SEGUNDO

Os valores orçamentários são fixos e irreajustáveis durante o transcurso do prazo de 12 meses da data de apresentação da proposta, após o que a concessão de reajustamento poderá ser feita mediante a aplicação do INPC/IBGE.

PARÁGRAFO TERCEIRO

A revisão dos valores dependerá de requerimento do interessado, quando visar recompor o valor que se tornou *insuficiente*, instruído com a documentação que comprove o desequilíbrio econômico-financeiro do contrato de gestão, devendo ser instaurada pela própria administração quando colimar recompor o preço que se tornou *excessivo*.

PARÁGRAFO QUARTO

Qualquer alteração ou modificação das condições do ajuste, decorrentes de má gestão, culpa ou dolo da CONTRATADA, poderá ensejar a não dilação de prazo, repactuação ou renovação do presente contrato.

PARÁGRAFO QUINTO

Em qualquer hipótese é assegurado à CONTRATADA amplo direito de defesa, nos termos da Constituição Federal, sem que decorra direito a indenização.

CLÁUSULA SÉTIMA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Para o atendimento de suas obrigações, cabe à CONTRATADA, além das obrigações constantes das especificações técnicas dos anexos, bem como dos diplomas legais que regem a presente contratação, as seguintes:

I. Atender, indiferenciadamente, aos usuários dos serviços objeto do Contrato de Gestão;

II. Assegurar a organização, administração e gerenciamento da Gestão do **Lote 03 de Assistência Técnica para Comercialização da Produção Artesanal e o Apoio ao Cadastramento de Artesãs e Artesãos Baianos**, por meio do desenvolvimento de técnicas modernas e adequadas, que permitam a adequação da estrutura funcional, a manutenção das instalações físicas e dos equipamentos utilizados/disponibilizados, além do provimento dos insumos (materiais) necessários à garantia do pleno funcionamento da Gestão dos Lotes;

III. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na seleção;

IV. Destacar a participação da CONTRATANTE em qualquer ação promocional relacionada ao contrato de gestão;

V. Obter, previamente, consentimento da CONTRATANTE para qualquer ação promocional relacionada ao contrato de gestão, na forma por ela estabelecida;

VI. Consolidar a imagem da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte- SETRE , como unidade prestadora de serviços públicos, comprometida com sua missão de atender às necessidades dos cidadãos primando pela melhoria na qualidade do serviço;

VII. Garantir em exercício na Gestão do **Lote 03de Assistência Técnica para Comercialização da Produção Artesanal e o Apoio ao Cadastramento de Artesãs e Artesãos Baianos**, quadro de recursos humanos qualificados e compatíveis ao objeto do contrato, assegurando a frequência, pontualidade e boa conduta profissional, obedecendo às normas trabalhistas;

VIII. Contratar pessoal para a execução do objeto do Contrato de Gestão, firmado por meio de processo seletivo, de acordo com o regulamento próprio para contratação de pessoal, com a observância aos princípios da legalidade, da impessoalidade, da publicidade, da moralidade e da isonomia, previstos no artigo 37 da Constituição Federal;

IX. Adotar Plano de Cargos, Salários e Benefícios dos empregados aprovado pelo Conselho Deliberativo da CONTRATADA;

X. Pagar os salários e encargos sociais devidos pela sua condição de única empregadora do pessoal designado para execução dos serviços ora contratados, inclusive indenizações decorrentes de acidentes de trabalho, demissões, benefícios, obrigando-se, ainda, ao fiel cumprimento das legislações trabalhista e previdenciário, sendo-lhe defeso invocar a existência deste contrato para tentar eximir-se destas obrigações ou transferi-las para o CONTRATANTE;

XI. Provisionar os valores correspondentes aos encargos trabalhistas e sociais relativos ao pagamento de férias, 13º salário, bem como rescisões contratuais dos trabalhadores, em conformidade com a legislação trabalhista ou norma coletiva, a mais benéfica ao trabalhador, providenciando a abertura de Conta Bancária Exclusiva para Provisões Trabalhistas e Sociais, de sua titularidade, diversa da conta destinada ao recebimento dosrepasses financeiros do contrato de gestão,vedada a movimentação para outros fins;

XII. Efetuar a transferência do valor correspondente às Provisões Trabalhistas e Sociais proporcionais à vigência do contrato de gestão, no prazo de 15 (quinze) dias úteis do recebimento da parcela do repasse financeiro do contrato de gestão na Conta Bancária Exclusiva aberta para essa finalidade;

XIII. Apresentar planilha com proposta orçamentária analítica com a indicação expressa das despesas com os encargos trabalhistas e sociais relativos aos eventos trabalhistas com as regras de cálculo e o valor provisionado dos encargos trabalhistas sociais, com base na legislação trabalhista ou convenção coletiva;

XIV. Respeitar e fazer com que seus empregados respeitem as normas de segurança do trabalho, disciplina e demais regulamentos vigentes, bem como atentar para as regras de cortesia no local onde serão executados os serviços;

XV. Providenciar e manter atualizadas todas as licenças e alvarás junto às repartições competentes, necessários à execução dos serviços objeto do presente contrato;

XVI. Efetuar, pontualmente, o pagamento de todas as taxas e impostos que incidam ou venham a incidir sobre as suas atividades e sobre a execução do objeto do presente contrato, bem como observar e respeitar as Legislações Federal, Estadual e Municipal, relativas aos serviços prestados;

XVII. Arcar com todo e qualquer dano ou prejuízo de qualquer natureza causado à CONTRATANTE e terceiros, por sua culpa, ou em conseqüência de erros, imperícia própria ou de auxiliares que estejam sob sua responsabilidade, bem como ressarcir o equivalente a todos os danos decorrentes de paralisação ou interrupção dos serviços contratados, exceto quando isto ocorrer por exigência da CONTRATANTE ou ainda por caso fortuito ou força maior, circunstâncias que deverão ser comunicadas no prazo de 48 (quarenta e oito) horas após a sua ocorrência;

XVIII. Realizar pesquisa de satisfação de usuários em relação ao atendimento e à prestação dos serviços;

XIX. Disponibilizar e divulgar, em local visível ao público geral, o acesso dos usuários dos serviços aos meios de manifestação do Sistema de Ouvidoria do Estado, comprometendo-se a responder à CONTRATANTE, analisar e adotar as medidas de melhoria necessárias;

XX. Adotar práticas de planejamento sistemático das suas ações, mediante instrumentos de programação, ornamentação, acompanhamento e avaliação de suas atividades, de acordo com as metas pactuadas;

XXI. Elaborar regulamento próprio contendo as regras e procedimentos que adotará para a contratação de obras e serviços, bem como para compra, alienação e locação de bens móveis e imóveis;

XXII. Manter disponível na internet nos domínios e sítios eletrônicos vinculados ao objeto contratual, atualizando, sempre que necessário, os seguintes documentos:

a) Regulamentos próprios, aprovados pelo seu Conselho Deliberativo, contendo regras de recrutamento e seleção de pessoal e procedimentos a serem adotados na aquisição de bens, contratações de obras e serviços e na manutenção dos bens concedidos pelo Estado ou adquiridos em virtude do contrato de gestão, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da assinatura do Contrato de Gestão;
b) Relatórios de prestação de contas do contrato;
c)Estatuto social.

XXIII. Publicar anualmente no Diário Oficial do Estado, até 30 de abril do exercício subsequente, às demonstrações financeiras decorrentes, direta ou indiretamente, do contrato de gestão, elaboradas em conformidade com os princípios fundamentais de contabilidade e com o relatório de execução do contrato de gestão;

XXIV. Administrar os bens móveis e imóveis cujo uso lhe for permitido em virtude deste contrato, inclusive executando manutenção preventiva e corretiva de forma contínua, até a sua restituição ao Poder Público, contratando seguros prediais e de responsabilidade civil e responsabilizando-se pela segurança patrimonial do imóvel;

XXV. Comunicar à CONTRATANTE todas as aquisições de bens permanentes móveis que forem realizadas, no prazo de 30 (trinta) dias após a sua ocorrência, desde que se trate de aquisições realizadas com recursos recebidos em decorrência do contrato de gestão;

XXVI. Utilizar os bens, materiais e serviços custeados com recursos do CONTRATO DE GESTÃO, exclusivamente, na execução do objeto deste Contrato;

XXVII. Designar preposto para o recebimento dos bens devidamente inventariados e, de forma idêntica, para a devolução na oportunidade do encerramento do CONTRATO DE GESTÃO;

XXVIII. Devolver à CONTRATANTE, após término do contrato, toda área, equipamentos, instalações e utensílios nas mesmas condições em que recebeu, substituindo aqueles que não mais suportarem recuperação, observando-se a depreciação dos bens;

XXIX. Permitir e facilitar a ampla ação fiscalizadora dos prepostos designados pelo CONTRATANTE e dos órgãos de controle, atendendo prontamente às observações e exigências que lhe forem solicitadas;

XXX. Manter a Organização Social, em boa ordem e guarda, à disposição da CONTRATANTE e dos órgãos de controle interno e externo, todos os documentos originais que comprovem as despesas realizadas no decorrer do contrato de gestão, que deverão ser emitidos em nome da CONTRATADA, devidamente identificados com o número do Contrato de Gestão;

XXXI. Encaminhar o relatório de prestação de contas previsto no art. 26 da Lei nº. 8.647/2003 que deverá contemplar:

a) planilha orçamentária analítica com as regras de cálculo e o valor provisionado dos encargos trabalhistas e sociais, no período a que se refere a prestação de contas;
b) documentos comprobatórios da ocorrência de eventos trabalhistas ocorridos no período da prestação de contas e respectivos pagamentos;
c) extrato da Conta Bancária Exclusiva para Provisões Trabalhistas e Sociais;
d) controle individualizado por empregado, com identificação do CPF e vínculo de trabalho;
e) comprovantes de regularidade trabalhista, previdenciária e fiscal;
f) declaração da organização social que recolheu e provisionou os encargos trabalhistas e sociais.

XXXII. Receber o Lote de Assistência Técnica para Comercialização da Produção Artesanal os produtos artesanais via consignação, conforme procedimento estabelecido previamente aprovados pela CONTRATANTE;

XXXIII. Apresentar no relatório da prestação de contas da penúltima parcela do contrato de gestão o cálculo da estimativa das rescisões trabalhistas.

XXXIV. Respeitar a propriedade intelectual em favor da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte- SETRE das marcas e identidades visuais adotadas e/ou criadas com relação aos serviços e todas as demais atividades que sejam vinculadas à execução do contrato de gestão, persistindo a presente obrigação, inclusive, após o término deste instrumento.

CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

A CONTRATANTE, além das obrigações contidas neste contrato de gestão por determinação legal, obriga-se a:

I. Disponibilizar à CONTRATADA os elementos indispensáveis ao cumprimento do contrato tais como estrutura física, materiais permanentes, equipamentos e instrumentos para a organização, administração e gerenciamento da Gestão dos Lotes de Qualificação dos Artesãos Baianos, incluindo a Promoção e Comercialização da produção;
II. Realizar, tempestivamente, o repasse dos recursos financeiros à CONTRATADA, de acordo com a cláusula quarta deste instrumento.
III. Proceder à publicação resumida do instrumento de contrato e de seus aditamentos na imprensa oficial, no prazo legal de 10 dias corridos contados da data de sua assinatura.
IV. Providenciar, anualmente, a consignação das dotações destinadas a custear este Contrato de Gestão no projeto de Lei Orçamentária, assim como estabelecer a sua previsão no planejamento plurianual do Estado.
V. Prestar esclarecimentos e informações à CONTRATADA que visem orientá-la na correta prestação dos serviços pactuados, dirimindo as questões omissas neste instrumento assim como lhe dar ciência de qualquer alteração no presente Contrato.
VI. Eliminar fatores restritivos à flexibilidade da ação administrativa e gerencial da CONTRATADA, com vistas a propiciar condições para o alcance de seus objetivos, assegurando-lhe a necessária autonomia administrativa.
VII. Realizar o Acompanhamento e Avaliação do Contrato de Gestão, nos termos determinados na cláusula décima primeira deste contrato, mediante designação formal de Comissão de Monitoramento e Avaliação.
VIII. Publicar, em meios eletrônicos de acesso público, todos os termos de gestão e respectivos termos de aditamento, em até 30 dias da sua formalização, e os relatórios técnicos sobre a execução do contrato de gestão elaborados pela Comissão de Monitoramento e Avaliação.
IX. Permitir o uso dos bens móveis e imóveis mediante ato da Secretária da Secretaria do Emprego, Trabalho, Renda, e celebração dos correspondentes Termos de Permissão de Uso;
X. Inventariar e avaliar os bens referidos no item anterior desta cláusula, anteriormente à formalização dos Termos de Permissão de Uso;
XI. Incorporar os bens adquiridos pela CONTRATADA em virtude do contrato de gestão ao patrimônio do Estado em até 30 (trinta) dias após ter recebido a comunicação da aquisição;
XII. Promover, observado o interesse público e as disposições legais pertinentes, o afastamento de servidores públicos para terem exercício na Organização Social;
XIII. Manifestar-se, no relatório técnico a ser apresentado pela Coordenação de Fomento ao Artesanato da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, sobre o cumprimento pela organização social da obrigação de provisionamento dos encargos trabalhistas e sociais, na forma prevista no contrato de gestão;
XIV. Manifestar-se, no relatório técnico referente à penúltima parcela do contrato de gestão, a ser apresentado pela Coordenação de Fomento ao Artesanato da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, sobre o cálculo da estimativa das rescisões trabalhistas e suficiência das provisões para o correspondente pagamento.

CLÁUSULA NONA – ACOMPANHAMENTO, MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

Este contrato de gestão será supervisionado, fiscalizado e avaliado pela CONTRATANTE, através da Coordenação de Fomento ao Artesanato – CFA da Secretaria do Emprego, Trabalho, Renda, e Esporte, Unidade de Monitoramento e Avaliação, e pela Comissão de Monitoramento e Avaliação designada para esta finalidade, e acompanhada e fiscalizada pela CONTRATADA, através da sua diretoria executiva e dos seus órgãos deliberativo e de fiscalização.

CLÁUSULA DÉCIMA- GESTÃO DOS SERVIÇOS DOS LOTES

Os serviços referentes a cada lote objeto deste contrato serão gerenciados por OS distintas, de modo que cada OS corresponderá a um lote específico

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – ESPAÇO FÍSICO PARA REALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES

Os lotes aqui publicizados são independentes e destinados à comercialização da produção artesanal, sendo necessário que a/o artesã(o) e sua produção estejam qualificados para acesso ao mercado; para garantir a efetivação das atividades de qualificação e comercialização, os membros das Organizações Sociais (OS) e CFA/CMA atuarão em conjunto no mesmo escritório para acampamento, centralizando esforços, dividindo despesas e superando os desafios da gestão do Artesanato da Bahia.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA– RATEIO DE DESPESAS
Considerando que as Organizações Sociais (OS) e a CFA/CMA ocuparão o mesmo espaço físico, haverá o rateio das despesas compartilhadas, incluindo, mas não se limitando a aluguel, água, energia e internet, entre outros custos.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA– CESSÃO DE USO
A SETRE/CFA cederá a loja do Porto da Barra para uso exclusivo do lote de comercialização.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA–REUNIÕES DE PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO
No 30º (trigésimo) dia após o encerramento do trimestre, a UMA realizará Reunião de Monitoramento e Avaliação com a participação da CMA e das OS, através de seus dirigentes máximos ou, em caso de impedimento justificado, de preposto formalmente designado com conhecimento da execução do serviço e poder decisório para pactuar ações corretivas ou de melhoria. A Reunião, que deve ser registrada em ata e anexada aos Relatórios Técnicos tem a finalidade de discutir a execução contratual consignada nos Relatórios de Prestação de Contas e Técnico, acordar encaminhamentos a serem registrados em plano de ação, visando a correção de rumos e melhoria da execução contratual, bem como verificar o cumprimento de ações de melhoria pactuadas em períodos anteriores.
A CMA realizará 03 ciclos trimestrais - 01 ciclo por mês - de reuniões de planejamento e avaliação de resultados, tendo como escopo a análise dos serviços em execução, incluindo a identificação de obstáculos, riscos ou demais fatores de limitação ao bom alcance das metas e indicações de medidas saneadoras para melhoria e/ou mitigação de riscos aos padrões de qualidade, com a participação dos dirigentes máximos, em caso de impedimento justificado, de preposto formalmente designado com conhecimento da execução do serviço e poder decisório para pactuar ações corretivas ou de melhoria das Contratadas. Os ciclos de reuniões têm caráter obrigatório.

PARÁGRAFO PRIMEIRO
A CONTRATADA deverá prestar contas até o 5º dia útil do mês subsequente ao encerramento de cada trimestre do exercício financeiro ou a qualquer tempo, conforme recomende o interesse público, através de Relatório Trimestral de Prestação de Contas encaminhado à UMA - Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA, em formato digital pelo Sistema Eletrônico de Informações (SEI), pertinente à execução desse contrato de gestão. Não serão aceitos documentos dos relatórios de prestação de contas por links.

PARÁGRAFO SEGUNDO
A Diretoria Executiva da CONTRATADA, ao final de cada exercício financeiro, consolida as informações dos Relatórios Trimestrais de Prestação de Contas, no Relatório de Prestação de Contas Anual, e o encaminhará, em formato digital pelo Sistema Eletrônico de Informações (SEI), não sendo aceitos documentos dos relatórios de prestação de contas por links, à Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA, em até 30 dias após o encerramento do exercício financeiro.

PARÁGRAFO TERCEIRO
A Comissão de Monitoramento e Avaliação constituída pela CONTRATANTE emitirá Relatório Técnico Trimestral sobre os resultados alcançados pela CONTRATADA na execução do contrato de gestão, bem como sobre a economicidade no desenvolvimento das respectivas atividades/serviços e o encaminhará à Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA até o 25º dia do mês subsequente a cada trimestre do exercício financeiro.

PARÁGRAFO QUARTO
Os resultados alcançados pela CONTRATADA deverão ser objeto de análise criteriosa pela Comissão de Monitoramento e Avaliação, que deverá analisar conteúdo do Relatório de Prestação de Contas e atestar a veracidade e a fidedignidade das informações apresentadas, incluindo manifestação expressa sobre o cumprimento ou não pela organização social da obrigação de provisionamento dos encargos trabalhistas e sociais na forma prevista no contrato de gestão e sobre o cálculo da estimativa das rescisões trabalhistas e suficiência das provisões para o correspondente pagamento, quando se referir à última parcela do contrato de gestão.

PARÁGRAFO QUINTO
A UMA -Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA encaminhará, trimestralmente, o Relatório Técnico Trimestral à Secretaria do Emprego, Trabalho, Renda e Esporte – SETRE, ao órgão deliberativo da CONTRATADA e à Secretaria Executiva do Conselho de Gestão das Organizações Sociais, até o último dia do mês subsequente ao encerramento de cada trimestre do exercício financeiro e, nos casos de percentual de alcance das metas pactuadas inferior a 80%, serão remetidos também ao Tribunal de Contas do Estado.

PARÁGRAFO SEXTO
Será elaborada pela Comissão de Monitoramento e Avaliação ao final de cada exercício financeiro, a consolidação dos Relatórios Técnicos Trimestrais devendo a Secretaria da SETRE encaminhá-la ao Tribunal de Contas do Estado, no prazo máximo de 60 dias, acompanhado de seu parecer conclusivo.

PARÁGRAFO SÉTIMO
Sempre que julgar necessário, a Comissão de Monitoramento e Avaliação poderá requisitar as informações, bem como convocar reuniões extraordinárias e realizar visitas técnicas à CONTRATADA no local de realização do objeto deste Contrato de Gestão, com vistas a obter informações adicionais que auxiliem no desenvolvimento de seu trabalho.

PARÁGRAFO OITAVO
As metas contratuais serão avaliadas trimestralmente e, em caso de não cumprimento, será efetuado o desconto compatível, de acordo com os parâmetros constantes do ANEXO I, item I.b – Quadro de Indicadores e metas, Parâmetros de Avaliação de Desempenho e de Aplicação de Desconto.

PARÁGRAFO NONO
O desconto máximo para as CFsserão de acordo com lote 01 = 30%, lote 2 = 36%, Lote 3 = 29% do valor repassado no período avaliado deduzido deste o montante destinado a investimento; e ocorrendo a não execução da meta, caso a justificativa não seja validada pela CFA, valor integral do previsto no quadro orçamentário do plano de trabalho a ser apresentado.

No caso de descumprimento de metas dos CG e CIos valores serão de acordo com o estabelecido nas tabelas de indicadores.

PARÁGRAFO DÉCIMO
O desconto previsto nos parágrafos anteriores, quando aplicável, deverá ser limitado ao valor do saldo remanescente do período avaliado, garantido os recursos para provisões e comprometimentos, de modo a preservar a capacidade de execução do próximo período.

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO
O desconto previsto nos parágrafos anteriores, quando aplicável, deverá ser limitado ao valor do saldo remanescente do período avaliado, garantido os recursos para provisões e comprometimentos, de modo a preservar a capacidade de execução do próximo período.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO
Os relatórios de que tratam os §1º, 2º, 3º e 5º deverão ser elaborados utilizando o modelo padrão aprovado através da Resolução nº. 15/2013 do Conselho de Gestão das Organizações Sociais ou outra norma que lhe suceder.

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO
A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização da CONTRATANTE não eximirá a CONTRATADA de total responsabilidade na execução do contrato de gestão.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA– RECURSOS HUMANOS
A CONTRATADA contratará pessoal para a execução de suas atividades, sendo de sua inteira responsabilidade os encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, securitários, assim como todo e qualquer passivo trabalhista, resultantes da execução do objeto do presente contrato de gestão.

PARÁGRAFO PRIMEIRO
A CONTRATADA poderá gastar no máximo 40% dos recursos públicos a esta repassada, com despesas de remuneração, encargos trabalhistas e vantagens de qualquer natureza, a serem percebidos pelos seus dirigentes, empregados e servidores a ela cedidos, observada, quanto a estes últimos, a necessidade da manifestação expressa da contratada quanto à concessão de direitos como férias, licenças e aposentadorias, nos casos pertinentes.

PARÁGRAFO SEGUNDO
O limite e critério utilizado para as despesas com remuneração de vantagem dos dirigentes e empregado da CONTRATADA, no exercício de suas funções, deverão estar de acordo com o preço de mercado da região onde a unidade está localizada.

PARÁGRAFO TERCEIRO
A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização da CONTRATANTE não eximirá a CONTRATADA de total responsabilidade na execução do contrato de gestão.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – RESCISÃO CONTRATUAL

A rescisão do contrato de gestão poderá ser efetivada:

I. Por ato unilateral da CONTRATANTE, na hipótese de:

(a) descumprimento, por parte da CONTRATADA, ainda que parcial, das cláusulas, dos objetivos e metas previstas no presente Contrato, decorrentes de má gestão, culpa, dolo ou violação da lei;

(b) durante a vigência do Contrato de Gestão, a OS que for desqualificada, por qualquer razão, conforme Lei Estadual nº. 8.647/2003 e Decreto nº. 8.890/2004, ou nos casos de dissolução da entidade;

(c) o Estado deve apresentar razões de interesse público para a rescisão, de alta relevância e amplo conhecimento.

II. Por ato unilateral da CONTRATADA, na hipótese de:

a)atrasos dos repasses devidos pela CONTRATANTE, superiores a 90 (noventa) dias da data fixada para o repasse, cabendo à CONTRATADA notificar a CONTRATANTE, formalizando a rescisão com antecedência de 90 (noventa) dias e motivando-a devidamente, sem prejuízo da obrigatoriedade do Estado da Bahia arcar com as despesas incorridas pela Organização para execução do objeto deste contrato;

(b) comprovado desequilíbrio econômico-financeiro do contrato, que inviabilize o cumprimento das metas estabelecidas no Plano de Trabalho, sem que tenha havido a repactuação da avença.

III. Por acordo entre as partes reduzido a termo, tendo em vista o interesse público.

PARÁGRAFO PRIMEIRO
A comprovação a que se refere o inciso II. b desta cláusula dar-se-á mediante realização de auditoria externa, que ficará a cargo da CONTRATADA, devendo demonstrar o desequilíbrio entre os custos havidos com a operacionalização do contrato de gestão, desde que atestada pela CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEGUNDO
Em caso de denúncia ou rescisão unilateral por parte da CONTRATADA, a mesma se obriga a continuar prestando os serviços ora contratados, com prazo mínimo de 180 (cento e oitenta) dias contados a partir da denúncia ou rescisão.

PARÁGRAFO TERCEIRO
Em qualquer hipótese, é assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa, nos termos da Constituição Federal.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA– ENCERRAMENTO CONTRATUAL
As obrigações protraídas para além do termo final do contrato não induzem sua prorrogação, sendo o contrato considerado extinto quando do término da sua vigência, devendo a CONTRATANTE prosseguir com as medidas necessárias à comprovação, pela CONTRATADA, do cumprimento de obrigações eventualmente remanescentes.

PARÁGRAFO PRIMEIRO
Quando do encerramento deste contrato de gestão, independente dos motivos que o ocasionaram, deverá a:

I. CONTRATADA:

a. Apresentar, no prazo máximo de 60 dias, o Relatório de Prestação de Contas Final do período de vigência do CONTRATO DE GESTÃO, que refletirá a consolidação dos Relatórios Técnicos Trimestrais;
b. Devolver à CONTRATANTE o saldo remanescente da conta bancária vinculada ao contrato;
c. Devolver à CONTRATANTE eventual saldo remanescente da conta bancária vinculada ao provisionamento dos encargos trabalhistas e sociais, após a quitação de todos os encargos relativos às rescisões dos contratos de trabalhos dos empregados, com exceção dos casos em que a CONTRATADA celebrar outro contrato de gestão para o gerenciamento do mesmo serviço, com reaproveitamento dos empregados, hipótese em que o saldo será vinculado ao novo contrato.
d. Devolver à CONTRATANTE todos os bens móveis e imóveis cujo uso lhe fora permitido pelos Termos de Permissão de Uso, bem como aqueles adquiridos em virtude do contrato;

II. CONTRATANTE:

III. Revogar a permissão de uso dos bens públicos;

IV. Cessar os afastamentos dos servidores públicos colocados à disposição da Organização Social, se houver;

V. Inventariar os bens sob responsabilidade da CONTRATADA para execução do objeto contratado, inclusive daqueles adquiridos em virtude do contrato de gestão.

PARÁGRAFO SEGUNDO
As partes deverão assinar Termo de Encerramento do Contrato, que deverá conter a data efetiva de encerramento das atividades, declaração de devolução dos bens permitidos pelo Estado e de cumprimento dos compromissos assumidos pela CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA– PENALIDADES
A CONTRATADA responderá, administrativamente, pela qualidade e eficiência da execução do contrato de gestão.

PARÁGRAFO ÚNICO
Será a CONTRATADA responsabilizada, administrativamente, por falhas ou erros na execução do contrato que vierem a acarretar prejuízos ao Estado da Bahia, sem exclusão da responsabilidade criminal e civil por danos morais ou físicos a terceiros, nos termos da Lei.

CLÁUSULA DÉCIMA NOVA – VINCULAÇÃO AO EDITAL DE SELEÇÃO
Integra o presente contrato de gestão, como se nele estivessem transcritas, as cláusulas e condições estabelecidas no edital de seleção e na proposta da entidade vencedora, apresentada na referida seleção.

CLÁUSULA VIGÉSIMA– DISPOSIÇÕES GERAIS

I. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, e mediante justificativa apresentada ao CONTRATANTE, propor a devolução de bens ao Poder Público Estadual, cujo uso fora a ela permitido e que não mais sejam necessários ao cumprimento do objeto contratual.
II. Sem prejuízo do acompanhamento, da fiscalização e da normatividade suplementar exercidas pela CONTRATANTE sobre a execução dos serviços previstos no presente Contrato, a CONTRATADA reconhece a prerrogativa de controle e autoridade normativa da CONTRATANTE, ficando certo de que a alteração decorrente de tais competências normativas será objeto de termo aditivo ou de notificação dirigida à CONTRATADA.
III. Os bens móveis e imóveis cedidos à CONTRATADA, nas condições estabelecidas no "Termo de Permissão de Uso", mediante prévia avaliação e expressa autorização da CONTRATANTE, poderão ser substituídos por outros de igual ou maior funcionalidade, os quais integrarão o patrimônio do Estado.
IV. Em caso de extinção da Organização Social ou rescisão do Contrato de Gestão, o patrimônio, os legados e as doações que forem destinados à CONTRATADA, bem como os excedentes financeiros decorrentes de suas atividades, serão incorporados ao patrimônio do Estado ou ao de outra Organização Social, qualificada na forma da Lei 8.647/2003, ressalvados o patrimônio, bens e recursos pré-existentes ao Contrato ou adquiridos com recursos a ele estranhos.
V. O Estado poderá assumir a execução dos serviços que foram transferidos, a fim de manter a sua continuidade, na hipótese de risco quanto ao regular cumprimento das obrigações assumidas no Contrato de Gestão.
VI. Os serviços objeto deste contrato de gestão não podem sofrer solução de continuidade durante todo o prazo da sua vigência, devendo ser executados por empregados da CONTRATADA, sob a inteira responsabilidade funcional e operacional desta, mediante vínculo de subordinação dos trabalhadores para com a entidade CONTRATADA, sobre os quais manterá estrito e exclusivo controle.

As partes elegem o Foro da Cidade do Salvador, Estado da Bahia, que prevalecerá sobre qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente contrato.

E, por estarem assim justos e contratados, firmam o presente contrato de gestão em 02 (duas) vias de igual teor e forma na presença das testemunhas que subscrevem depois de lido e achado conforme.

Salvador, 04 de 08 de 2025.

Augusto Sérgio Vasconcelos de Oliveira
Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte -- SETRE

Rilson Silva Campos
Instituto Brasileiro do Desenvolvimento do Esporte- IBDE

Testemunhas:
CPF:

CPF:

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

ANEXO I PLANO DE TRABALHO
CONTRAO DE GESTÃO Nº 047/2025

INSTITUTO BRASILEIRO DO DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE

Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte – SETRE

Edital de Seleção nº 006/2025

Processo administrativo nº SEI nº:021.2107.2025.0001950-52

Objeto da Seleção: Seleção de 03 (três) entidades de direito privado sem fins lucrativos, qualificadas ou que pretendam qualificar-se como Organização Social para a GESTÃO DOS SERVIÇOS DE QUALIFICAÇÃO DOS ARTESÃOS BAIANOS, INCLUINDO A PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO ARTESANAL, POR LOTES.

LOTE 3 – PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA ARTESANATO DA BAHIA.

Proposta de trabalho

Apresentada para concorrer ao lote 03: Promoção e Comunicação do Programa de Artesanato da Bahia.

Edital de seleção

nº 006/2025

SETRE/SESOL

Salvador - Bahia

Maio -2025

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

Sumário

1 . IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE PROPONENTE 3

2. IDENTIFICAÇÃO DO REPRESENTANTE LEGAL DA ENTIDADE PROPONENTE 3

3. LOTE DA PROPOSTA 3

4. CRITÉRIO 01 - EXPERIENCIA DE GESTÃO DA DIRETORIA EXECUTIVA 3

(comprovantes em anexo)

CRITÉRIO 02 - CAPACIDADE TÉCNICA DO CORPO FUNCIONAL 5

(comprovantes em anexo)

CRITÉRIO 03 - CAPACIDADE TÉCNICA DA ENTIDADE - EXPERIÊNCIA NA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS 6

(comprovantes em anexo)

CRITÉRIO 04 - CAPACIDADE TÉCNICA DA COORDENAÇÃO GERAL 8

(comprovantes em anexo)

CRITÉRIO 05 - PROPOSTA DE TRABALHO 10

CRITÉRIO 06 - SUSTENTABILIDADE 47

07.1 Instituições parceiras 47

07.2 Regulamento de aquisições (minuta) 48

07.3 Regulamento de seleção e contratação de pessoal (minuta) 52

QUADRO DE INDICADORES E METAS 61

CRITÉRIO 7 - PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA 72

4.1 -Quadro Orçamentário Analítico 72

4.2 -Quadro Orçamentário Sintético 76

4.3 - Quadro de Despesas com Pessoal 77

4.4 - Quadro Analítico das Despesas 78

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO 80

ANEXOS

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

SEÇÃO D - MODELO PARA A PROPOSTA DE TRABALHO

1. IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE PROPONENTE:

Nome: Instituto Brasileiro do Desenvolvimento do Esporte - IBDE
CNPJ: 08.396.099/0001-02
Endereço: Rua da TV Ajuda, nº 1, Centro, Edf. Martins Catharino; Sala: 1107, Salvador.
CEP: 40.020-030
UF: Bahia
Número de Telefone: (71) 3015-8417/ (71) 8133-7945.
e-mail: contato@ibdeesporte.org.br

2. IDENTIFICAÇÃO DO REPRESENTANTE LEGAL DA ENTIDADE PROPONENTE

Nome: Rilson Silva Campos
CPF: 505.585. 285-20
Profissão: Promoter de eventos de grande porte
Cargo: Presidente
Número de Celular com DDD: 71- 981011364
E-mail: rilson@litoralesporte.com.br

3. LOTE DA PROPOSTA:

LOTE 03 - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA ARTESANATO DA BAHIA.

4. CRITÉRIOS:

4.1. CRITÉRIO 1 - EXPERIÊNCIA DE GESTÃO DA DIRETORIA EXECUTIVA

MEMBRO 01 - DIRETOR GERAL

A) Identificação

Nome: Rilson Silva Campos
RG: 298953919
Cargo: Diretor

B) Formação - Nível Médio

C) Experiência Profissional
6 anos. Cargo: Diretor Instituição: Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte.
Período: 2018 a atual

2 anos. Cargo: Vice-presidente Instituição: Federação baiana de esportes radicais
Período: 2009 a 2011

25 anos Cargo: Socio administrador Instituição: Litoral Esporte e Entretenimento LTDA
Período: 25/08/2000 a atual

2 anos Cargo: Presidente Instituição: Federação baiana de surf. **Período:** 2000 a 2002

MEMBRO 02 - DIRETOR TÉCNICO

A) Identificação: Kauani Marchesini Campos

RG: 2019295002 **Cargo:** Conselho Fiscal

B) Formação Acadêmica

Graduação em administração Instituição: Universidade salvador (UNIFACS) Ano de Conclusão: 2024

C) Experiência Profissional

1 ano. Cargo: Socia administradora Instituição: Litoral esporte e Entretenimento
Período: 06/07/2023 a Atual

1 ano. Cargo: Prestação de Serviço Instituição: Elite Locação de Entretenimento LTDA
Período: 01/01/2023 a 01/06/2024

1 ano. Cargo: Prestação de serviço Instituição: Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte
Período: 01/01/2020 a 31/12/2020

1 ano. Cargo: Prestação de serviço Instituição: Litoral esporte e Entretenimento.
Período: 01/01/2019 a 01/03/2020

1 ano. Cargo: Socia Instituição: Groundbooks Comércio de livros LTDA
Período: 01/03/2018 a 01/07/2019

MEMBRO 03 - DIRETOR ADMINISTRATIVO-FINANCEIRO

A) Identificação: Monica Cardoso Marchesini

RG: 2488587 **Cargo:** Diretoria Executiva

B) Formação Acadêmica

Graduação em Gestão de Varejo Instituição: Universidade Salvador (Unifacs). Ano de Conclusão: 2010

C) Experiência Profissional

2 anos Cargo: Prestação de Serviço Instituição: Elite Locação de Equipamentos
Período: 01/01/2023 a 31/12/2024

2 anos Cargo: Socia Instituição: fazendinha Pura Vida Ltda
Período: 2022 a 2024

2 anos. Cargo: Prestação de Serviço Instituição: Instituto Brasileiro de Desenvolvimentos do esporte.

Período: 2020 e 2022

1 ano. Cargo: Prestação de serviço Instituição: Groundbooks
Período: 01/03/2018 a 01/07/2019

4 anos Cargo: Prestação de serviço Instituição: Litoral esporte e Entretenimento
Período: 01/01/2014 a 30/08/2018

4.2. CRITÉRIO 2: CAPACIDADE TÉCNICA DO CORPO FUNCIONAL

Qualificação instrucional e experiência profissional do corpo funcional comprovada por meio de declaração de experiência profissional emitida por pessoa jurídica e de qualificação instrucional a serem apresentados na proposta técnica em cópia.

MEMBRO 1:

A) Identificação: Felipe dos Prazeres Souza Gonçalves

RG: 1354323750 **Cargo:** administrador financeiro

B) Formação Acadêmica

Graduação em administração Instituição: Universidade Salvador -UNIFACS

C) Experiência Profissional

1 ano. Cargo: Prestação de serviço Instituição: Eventos C Eventos LTDA
Período: 01/01/2024 a atual

8 anos Cargo: Assistente diretoria master Instituição: CLIPORTO PRESTAÇÃO DE SERVIÇO EM SAUDE LTDA
Período: 01/06/2016 a 03/02/2024

MEMBRO 2:

A) Identificação: Enrique Carlos Ferreira Silva

RG: 436177943 Cargo: Apoio administrativo

B) Formação Acadêmica

Mestrado em Ciências da educação

Instituição: Facultad Interamericana de ciências sociales direccion de portgrados

C) Experiência Profissional

2 anos. Cargo: apoio no administrativo e financeiro atuando como contas a pagar e receber, controle de fluxo de caixa, etc. Instituição: Instituto Brasileiro de Desenvolvimento de Esporte Período: 01/01/2023 a atual

10 anos. Cargo: Prestação de serviço Instituição: Federação Baiana de Esportes Radicais
Período: 2012 a 2023

1 ano. Cargo: Assistente Instituição: Universidade Federal da Bahia
Período: 2002 a 2003

2 anos. Cargo: Professor Instituição: Empreendimentos Educacionais Diplomata Ltda
Período: 01/06/1995 a 24/11/1997

MEMBRO 3:

A) Identificação: Mariana Trindade Culp

RG: 444659129 **Cargo:** Comunicação e Promoção de eventos

B) Formação Acadêmica

Graduação em Relações publicas

Instituição: Universidade Salvador (Unifacs)

C) Experiência Profissional

22 anos Cargo: Socia Instituição: Darana Comunicação Empresarial LTDA
Período: 01/05/2002 a atual

1 ano. Cargo: Relações públicas Instituição: MG Produções Artísticas Ltda
Período: 01/03/2000 a 02/01/2001

1 ano. Cargo: Relações públicas **Instituição:** ME Editora e Promoções Artísticas
Período: 03/05/1999 a 01/01/2000

4.3. CRITÉRIO 3 - CAPACIDADE TÉCNICA DA ENTIDADE - EXPERIÊNCIA NA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

SERVIÇO 01

14 anos
Descrição do Serviço: Assessoria para participação em projetos culturais, como o Carnaval de Salvador, com foco em visibilidade institucional e valorização da identidade local; Elaboração de propostas pedagógicas e suporte técnico em projetos de educação cultural; Apoio à captação de recursos, contribuindo para a sustentabilidade financeira de ações sociais e artísticas; Organização e realização de oficinas formativas voltadas à capacitação de gestores de ONGs e coletivos de artesanato; Produção executiva e logística do Encontro de Teatro de Bonecos e do projeto "Mamulengo no Interior da Bahia",

promovendo circulação cultural, descentralização da arte e inclusão de públicos periféricos.
Contratante: Grupo de Cultura e Entretenimento Mamulengo da Bahia
Período: 01/01/2010 a Atual
Local da Prestação do Serviço: Estado da Bahia
Resultados Alcançados: Ampliação do alcance territorial da cultura de bonecos no estado da Bahia; Fortalecimento da atuação institucional do Grupo Mamulengo; Formação de novos agentes de artesanato em comunidades tradicionais e periféricas; Consolidação de uma rede colaborativa de artistas e produtores.

SERVIÇO 02

1 ano
Descrição do Serviço: Planejamento, produção e execução de evento cultural-esportivo de grande porte; Coordenação da montagem de equipamentos, operação logística e infraestrutura do evento; Desenvolvimento e aplicação de estratégias de comunicação institucional e mobilização social, com foco na participação comunitária.
Contratante: Prefeitura de Maricá
Período: 01/08/2021 a 01/05/2022
Local da Prestação do Serviço: Maricá - RJ.
Resultados Alcançados: Fortalecimento da imagem pública da Prefeitura como promotora de cultura e esporte; amplo engajamento de públicos locais e formação de equipes técnicas locais; Integração de jovens e famílias por meio de ações esportivas e culturais gratuitas.

SERVIÇO 03

3 anos
Descrição do Serviço: Elaboração e desenvolvimento de projetos culturais e esportivos, com foco em comunicação institucional e inclusão social; Planejamento técnico e produção executiva de todas as etapas dos eventos, envolvendo estrutura, equipe e cronograma; Gestão de pessoal técnico, artístico e operacional, com recrutamento, capacitação e coordenação de equipes multidisciplinares; Articulação com órgãos públicos, veículos de mídia e patrocinadores, promovendo ações de grande visibilidade territorial e impacto sociocultural.
Contratante: Camarote Marketing e Promoções LTDA
Período: 01/02/2010 a 01/04/2013
Local da Prestação do Serviço: Salvador, Praia de armação e farol da Barra
Resultados Alcançados: Alcance de público expressivo em múltiplas regiões da Bahia; Ampliação do acesso de jovens e comunidades a eventos culturais e esportivos gratuitos; Consolidação da experiência do IBDE como gestor de projetos de grande porte e de marca reconhecida.

SERVIÇO 04

2 anos
Descrição do Serviço: Elaboração do projeto executivo do evento, com planejamento técnico, conceitual e financeiro; Coordenação de logística de montagem, operação e desmontagem de estruturas esportivas e promocionais; Supervisão da execução geral, com interface entre áreas de infraestrutura, produção e comunicação institucional;

Articulação com escolas, comunidades e patrocinadores, garantindo abrangência social e mobilização local.
Contratante: Camarote Marketing e Promoções LTDA
Período: 01/01/2008 a 01/12/2009
Local da Prestação do Serviço: Salvador - Ba.
Resultados Alcançados: Engajamento de jovens, famílias e atletas em atividades esportivas de inclusão; Fortalecimento da imagem do esporte como ferramenta de desenvolvimento social; Execução técnica eficiente em múltiplos territórios, consolidando a atuação do IBDE como executor de eventos culturais e esportivos em espaços alternativos.

SERVIÇO 05

4 anos
Descrição do Serviço: Execução do projeto Verão Coca-Cola com foco na comunicação e Promoção Institucional.
Contratante: Camarote Marketing e Promoções LTDA
Período: 2010 a 2013.
Local da Prestação do Serviço: Salvador- Ba.
Resultados Alcançados: Estratégia de divulgação do evento desenvolvidas utilizando canais como banners, outdoors, *busdoor* e demais mídias de alta visibilidade; monitoramento constante da comunicação visual do evento, garantindo alinhamento com a identidade da marca e o público-alvo; Ações implementadas de comunicação em rádios, emissoras de televisão e redes sociais, promovendo a ampla visibilidade e o engajamento do público; gerenciamento de forma integrada, a produção de materiais promocionais, coordenação com fornecedores de mídia e veiculação de peças publicitárias.

4.4. CRITÉRIO 04 - CAPACIDADE TÉCNICA DO COORDENADOR GERAL DO LOTE 3 - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO CONTRATO DE GESTÃO.

a) Identificação: Simaia Santos Barreto
RG: 09551147-48
Cargo: Coordenadora Geral.
b) Formação Acadêmica
GRAU: Graduação em Administração **Instituição:** Universidade Federal da Bahia
Ano de conclusão: 2010
GRAU: Mestre em Ciências Sociais **Instituição:** Universidade Federal da Bahia
Ano de conclusão: 2017

c) Experiência Profissional

1 ano.

Cargo: Elaboração, planejamento e monitoramento do plano de comunicação e marketing das redes virtuais da empresa.

Instituição: Solidarius Consultoria Projetos e Pesquisa LTDA.
Período: Março/2023 a Maio/2025

2 anos.

Cargo: Coordenadora do "Projeto Facilitando o primeiro acesso ao crédito, com foco nas mulheres empreendedoras e jovens".

Instituição: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia - FAPESB
Período: Março/2023 a Maio/2025

4 meses

Cargo: Consultora de Pesquisa e sistematização de dados sobre o cooperativismo baiano.

Instituição: ER CONSULT LTDA/PNUD/SESCOOP - BA
Período: Março/2024 a Julho/2024

4 anos 7 meses e 20 dias.
Cargo: Coordenadora do Centro Público de Economia Solidária de Lauro de Freitas
Funções: Gerenciar contrato de gestão de assistência técnica para 128 empreendimentos de economia solidária (artesanato, agricultura, cooperativas e associações de produção e comercialização de produtos e serviços diversos), planejamento e monitoramento do plano de comunicação e marketing das redes do CESOL.
Instituição: Associação Central de Cidadania - ACC
Período: dezembro/2019 a Maio/2024.

6 meses
Cargo: Coordenadora do projeto de capacitação profissional: Juventude Itapagipana
Instituição: Associação Conjunto Moradores de Santa Luzia
Período: Março a Dezembro/2019.

3 meses
Cargo: Consultora para Avaliação e Diagnóstico do Fundo Rotativo Solidário Mata Atlântica
Instituição: Serviço de Assessoria a Organizações Populares - SASOP
Período: Março a Junho/2019

1 ano e 6 meses
Cargo: Coordenadora do Contrato de Assistência Técnica e Extensão Rural - ATER
Instituição: Associação de Assistência Técnica e Assessoria aos Trabalhadores Rurais - CACTUS
Período: Setembro/2017 a Fevereiro/2019

2 anos 5 meses
Cargo: Coordenadora Técnica do Projeto Bancos Comunitários de Desenvolvimento do Nordeste
Instituição: Incubadora de Economia Solidária da UFBA/ Fundação de apoio à pesquisa e à extensão - FAPEX
Período: Março/2015 a Agosto/2017

6 meses
Cargo: Consultora
Instituição: ErConsult/ Instituto Interamericano de Cooperação para Agricultura - IICA
Período: Janeiro/2017 a junho/2017

1 ano e 1 mês
Cargo: Educadora Social para Monitoramento dos Projetos de Fundos Rotativos

Instituição: Cáritas Regional Nordeste III
Período: Novembro/2012 a Dezembro/2013

1 ano 5 meses
Cargo: Agente de Pesquisa para Mapeamento de Fundos Rotativos Solidários no Nordeste
Instituição: Fundação Grupo Esquel Brasil
Período: Abril/2011 a Setembro/2012

4.5. CRITÉRIO 5 - PROPOSTA DE TRABALHO - PROPOSTA TÉCNICA

Documento contendo proposta metodológica para atuação junto ao público beneficiário, tendo em vista os lotes em disputa e atividades a serem realizadas, demonstrando a possibilidade do alcance das metas pactuadas.

METODOLOGIA DE TRABALHO

De acordo a exigência do edital 006/2025 que trata da seleção de entidades de direito privado sem fins lucrativos, qualificadas ou que pretendam qualificar-se como Organização Social para a GESTÃO DOS SERVIÇOS DE QUALIFICAÇÃO DOS ARTESÃOS BAIANOS, INCLUINDO A PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO ARTESANAL, POR LOTES.

LOTE 3 - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA ARTESANATO DA BAHIA

Aqui apresenta-se práticas adequadas ao Termo de Referência a serem adotadas na gestão do lote que trata do processo finalístico. Para o alcance da totalidade das metas e indicadores descritos no termo de referência o Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE, realizará o Planejamento, Monitoramento, Avaliação e Sistematização (PMAS) como metodologia central do desenho de gestão do trabalho proposto. Os processos de construção e desenvolvimento partem-se da construção colaborativa, tanto na dinâmica de planejamento, monitoramento, execução e avaliação das atividades previstas no projeto.

Como requer o termo de referência a gestão da comunicação perpassa a integração dos projetos de qualificação e comercialização do artesanato baiano. No próximo tópico será detalhada a metodologia a ser utilizada, bem como, serão indicados os esforços no alcance da meta e indicadores que envolvem essa ação.

a) Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para o Programa Artesanato da Bahia - Apresentação da proposta metodológica a ser aplicada na criação do Plano para alcance dos resultados esperados.

Segundo Kotler (2015), marketing envolve a identificação e satisfação das necessidades humanas e sociais. No entanto, qual a necessidade do marketing para os produtos do artesanato baiano. O mesmo autor destaca uma definição social do marketing como um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação, da oferta e da livre de troca de produtos entre si.

No âmbito do artesanato baiano muita coisa que pensa a identificação do artesanato já foi realizada pelo Programa Artesanato da Bahia. Segundo o termo de referência 006/2025 o programa é uma política pública do artesanato, que abriga e é direcionada aos baianos, a partir de 18 anos, prioritariamente inscritos no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (SICAB).

Logo todo planejamento de comunicação pensará esse público que é configurado segundo dados do sistema o "número total de artesãos no Estado da Bahia de 18.349 com cadastros ativos junto ao SICAB. A maioria do quadro de artesãos é formada por mulheres (61,40%) e apenas 16,73% de homens. É interessante observar que do universo total de artesãos, 21% não se define por sexo, constituindo expressivo, sendo necessária uma avaliação mais precisa sobre esse item. Quando são observados os dados por faixa etária, o que se apresenta como faixa mais expressiva é aquela formada por artesãos de idade de 30 a 39 anos (10.954), ou seja, 59,69% do total e apenas 6.677 artesãos na faixa de 60 a 89 anos (36,38%)".[1]

No contexto do público já mapeado pelo SICAB o projeto deve desenvolver estratégias de comunicação que visem tanto valorizar o produto dos artesãos, comunicar as ações de todos os projetos do Programa de Artesanato da Bahia, desenhar campanhas de comunicação adequadas para cada evento específico em cada território que possua uma rota de artesanato. Logo, os componentes finalísticos que permitirão a realização dessas ações estão detalhados nos tópicos seguintes alinhando sempre o planejamento, a metodologia e o resultado esperado de cada ação.

Para alcançar os resultados propostos essa proposta pretende estabelecer um modelo de gestão colaborativa, integrada e participativa entre os três projetos (lotes) do Programa Artesanato da Bahia, com foco na construção de planejamentos conjuntos, acompanhamento dos processos e na otimização dos resultados, garantindo a eficiência e a qualidade das entregas.

EIXOS DO PROGRAMA E SUA INTERDEPENDÊNCIA*

LOTE	Eixo	Descrição
1	Qualificação	Formação, capacitação e desenvolvimento de competências dos(as) artesãos(ãs).
2	Apoio à Comercialização e Cadastro	Suporte à venda, acesso a mercados, feiras, além de atualização e expansão do cadastro de artesãos(as).
3	Promoção e Comunicação	Divulgação, visibilidade, campanhas de marketing, mídia e fortalecimento da imagem do programa e dos produtos.

* Os lotes são independentes na execução financeira, mas interdependentes nos resultados e nos impactos sociais e econômicos.

Criar um ambiente de gestão integrado será um dos campos de atuação prioritário desse projeto, portanto, o espaço de compartilhamento da gestão será denominado de: Comitê de Gestão Integrada (CGI). Cuja composição se dará pelas representantes das três organizações gestoras dos lotes e representantes indicados pela Coordenação Geral do Programa Artesanato da Bahia (gestão pública); bem como, técnicos responsáveis de cada lote podendo incorporar representantes de artesãos(as) eleitos(as) ou indicados(as).

[1] Citação literal do termo de referência 006/2025, pg. 28.

Logo, as funções do comitê serão: realizar o planejamento integrado das ações; definição de cronogramas articulados; acompanhamento do desempenho conjunto dos lotes; resolução de conflitos operacionais; avaliação dos impactos e realinhamento de estratégias. Realização de mapeamento de processo do fluxo de comunicação dos projetos.

No decorrer do desenvolvimento dos projetos a expectativa é criar um Fórum Permanente do Programa de Artesanato da Bahia com foco na gestão colegiada do planejamento estratégico da consolidação do artesanato baiano no Brasil e no mundo.

Nesse sentido cabe a realização de planejamentos trimestrais com participação de artesãos, associações, mestres e mestras; apresentação dos resultados dos três lotes; Espaço de escuta ativa para sugestões, críticas e propostas da base produtiva e compartilhamento de boas práticas e desafios.

Ao final da reunião teria como resultado um cronograma das ações detalhadas por lote, o estabelecimento de um fluxo de comunicação integrado com especificação de solicitação dependendo do tipo de informação e canal de comunicação a ser utilizado. Bem como, será estimado o calendário de eventos do trimestre, as ações de promoção de comercialização e capacitação que necessitam de campanhas específicas.

O desenho da metodologia do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para o Programa Artesanato da Bahia será detalhado a partir do componente finalístico que leva o mesmo nome.

Ressalta-se que no processo de elaboração do plano integrado de marketing, comunicação e mídia a partir de cada etapa descrita como componente finalístico, haverá a submissão do plano à comissão do CFA junto com a proposta orçamentária de cada ação. Isso implica a execução da ação após aprovação e no momento da prestação de contas apresentar-se-á o relatório da atividade, a nota técnica da aprovação da ação implementada e o orçamento executado de acordo ao que foi apresentado.

Nesse sentido, cumpre-se a determinação do edital que destacamos sobre a apresentação do "Plano de Ação detalhado constando de planilha orçamentária. Imediatamente após aprovação e execução a OS deve apresentar relatório de execução com planilha financeira executada". Tem-se o compromisso de cumprir esse rito de acordo ao conjunto de metas estabelecidas descritas ao longo desse documento.

CF 1 - Instrumentos de gestão, promoção e comunicação para o Programa Artesanato da Bahia, incluindo Cadastramento, Qualificação e Comercialização

CF 1.1 - Plano de Comunicação e Mídia

O plano de comunicação e mídia visa promover a visibilidade, valorização e fortalecimento do Artesanato Baiano, ampliando o acesso dos(as) artesãos(ãs) aos mercados, preservando os saberes tradicionais e consolidando a imagem da Bahia como referência nacional em cultura, criatividade e economia artesanal com identidade das rotas de artesanato já identificadas e implementadas como tecnologia do Estado da Bahia. O plano se dará a partir de três componentes finalísticos:

CF 1.1.1 -Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para o Programa Artesanato da Bahia.

Considerando os mapeamentos temáticos realizados pelo Programa de Artesanato da Bahia considera-se importante o desenvolvimento de ações que promovam a visibilidade, o reconhecimento e a valorização dos Mestres e Mestras do Artesanato da Bahia, com ênfase em povos originários e comunidades tradicionais, contribuindo para a preservação dos saberes, o fortalecimento da identidade cultural e a geração de oportunidades econômicas. Para tanto, propõe-se um plano de marketing que tenha o seguinte roteiro:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer a imagem pública dos Mestres e das Mestras do Artesanato da Bahia;
- Valorizar e preservar os saberes ancestrais e tradicionais;
- Dar visibilidade às rotas de artesanato;
- Promover inclusão étnico-racial e geracional na comunicação;
- Estimular o reconhecimento social e econômico do artesanato de matriz cultural tradicional;
- Fomentar maior divulgação para geração de renda dos artesãos.

PÚBLICO-ALVO

Público Interno	Público Externo
Mestres e Mestras do Artesanato	Consumidores de produtos de artesanato e cultura
Artesãos de povos originários e tradicionais	Jornalistas, influenciadores e mídia cultural
Associações, coletivos e comunidades	Turismo nacional e internacional
Equipe técnica do Programa Artesanato da Bahia	Gestores públicos, órgãos de cultura
Comunidades das rotas de artesanato e produtivas	Designers, arquitetos, curadores e compradores e SEBRAE

De acordo o perfil do público dos mestres e comunidade, segundo o SICAB, tem-se:

Os mestres (51 cadastrados): sendo 54,05% masculino e 45,95% feminino. A maioria, na faixa de 60 a 89 anos que se distribuem entre: 56,76% pardos, 37,84% pretos e 5,41% branco. Vivendo majoritariamente em nas zonas urbanas.

Já os povos originários e comunidades tradicionais (930 artesãos) com 65,81% mulheres, 34,09% homens e faixa etária predominante: 30 a 59 anos distribuídos entre os grupos: 74,41% indígenas, 18,06% quilombolas e 7,53% de matriz africana. Pretende-se

estabelecer um posicionamento de comunicação que destaque a todas as rotas do artesanato baiano.

Ideia de campanha de comunicação norteada pelo entendimento de que: "O saber que vive nas mãos dos Mestres, nas tradições dos povos e nas raízes da Bahia. Artesanato que preserva, ensina, transforma e gera futuro."

CF 1.1.2 - Ações do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia

Para tanto, o plano de comunicação terá como estratégia um conteúdo de valorização do artesanato da Bahia promovendo as seguintes ações:

- Elaboração de uma série audiovisual denominada provisoriamente de: "Mãos que guardam saberes" – minidocumentários sobre Mestres, comunidades indígenas, quilombolas e de matriz africana;
- Realização de uma campanha Fotográfica: Retratos dos Mestres nas oficinas, aldeias, quilombos e ateliês;
- Elaboração de narrativas digitais: Bastidores, processos de produção, entrevistas e vídeos curtos (*Reels, TikTok e YouTube Shorts*);
- Utilização do *Storytelling* [2]para contar as histórias de vida dos saberes artesanais do Estado: com conteúdos textuais para redes sociais, sites, publicações impressas e digitais.

Com a estratégica de manter uma presença digital e qualificada pretende-se também fortalecer das redes sociais do Programa Artesanato da Bahia com linha editorial voltada para Mestres e Comunidades Tradicionais. De modo a elaborar canais próprios através das rotas tradicionais e realizar ativações temáticas em datas importantes como: Dia dos Povos Indígenas, Dia da Consciência Negra, Semana do Artesanato, etc.

Outra estratégia para manter a presença digital e qualificada é a realização de lives, podcasts e rodas de conversa online com Mestres e lideranças das comunidades.

PROMOÇÃO EM GRANDES CAMPANHAS

- Campanha nacional: "Bahia dos Saberes – Mestres e Tradições Vivas";
- Publicidade em rádios comunitárias, rádios regionais, TVs, outdoors e mídias digitais;
- Parcerias com influencers da cultura, da economia criativa, do turismo e da luta antirracista e indígena;
- Criação de um Dossiê de Imprensa dos Mestres e das Comunidades Tradicionais, com textos, fotos e releases;

[2] processo de narrativa para contar a história da solução. Por meio dos personagens, do ambiente, dos conflitos existentes (limitações, influências, desafios) e uma mensagem (a solução), a narrativa apresenta começo, meio e fim para enfrentamento do problema.

- Envio de pautas para mídia nacional e internacional, valorizando o patrimônio cultural baiano;

- Agendamento de entrevistas em rádios, TVs, podcasts e veículos especializados.

CANAIS E FERRAMENTAS

Canal	Objetivo
Instagram/Facebook	Narrativas, visibilidade, campanhas diárias
YouTube/TikTok	Vídeos, bastidores, entrevistas, saberes vivos
Site e Plataforma	Portfólio dos Mestres e das Rotas de artesanato
WhatsApp Business	Divulgação direta para públicos estratégicos
Rádio comunitária e local	Alcance nas comunidades e territórios
TV e imprensa tradicional	Validação social e alcance ampliado

ORÇAMENTO SUGERIDO POR AÇÃO**	
Ação* **	**Valor Médio (R$)**
Série audiovisual (por episódio)	8.000,00 a 15.000,00
Sessão fotográfica em campo	2.000,00/dia
Gestão de redes sociais	8.000,00/mês
Produção de material gráfico	6.000,00/mês
Publicidade (rádio, TV, digital)	15.000,00 a 30.000,00/campanha

** Esse orçamento é apenas uma sugestão, os valores podem variar conforme o ano de execução, assim como as ações. A proposta pode ser aprovada ou não pelo CFA na execução da meta.
***Todo material será elaborado com participação de todos os projetos no âmbito do comitê de gestão integrada.

SUGESTÃO DE CALENDÁRIO DE ATIVAÇÕES*

Mês	Ação Principal
Abril	Campanha Dia dos Povos Indígenas
Maio-Junho	Lançamento da série "Mãos que Guardam Saberes"
Julho	Divulgação das Rotas de artesanato
Agosto	Campanha dos Mestres e Mestras
Novembro	Campanha Consciência Negra + Matrizes Africanas
Dezembro	Feira Final, catálogo impresso e digital

* **A sugestão do calendário pode ser a**provada ou não, redimensionada ou não conforme calendário de eventos planejados pelo CFA no programa de artesanato da Bahia.

Ao final da execução do plano, caso seja aprovado, de comunicação tem-se a possibilidade de obter os seguintes resultados:

- Série audiovisual com Mestres e Mestras;
- Catálogo das Rotas De artesanato e dos Saberes Tradicionais;
- Galeria de fotos profissionais;
- Gestão contínua de redes sociais;
- Pautas na mídia local, estadual, nacional e internacional;

- Visibilidade contínua das rotas do artesanato baiano.

CF 1.1.3- Percentual de Avaliações Positivas

No intuito de ter o retorno de avalição positiva, além da realização das avaliações sistemáticas detalhadas no quesito avaliação disponível na sequência do documento. Haverá também a avaliação a partir dos indicadores de resultados das ações propostas, tais quais:

- Alcance e engajamento nas redes sociais;
- Número de matérias e pautas na imprensa;
- Crescimento nas vendas e nos acessos às plataformas;
- Feedback positivo dos mestres, mestras e comunidades;
- Aumento da participação em eventos de artesanto;
- Materiais gráficos físicos e digitais para circulação em feiras, pontos turísticos e centros de artesanto.

Todo o trabalho buscará o alcance de 70% de avaliações positivas através da demonstração do descritivo da pesquisa realizada com os dados coletados e tabulados nos Relatórios Técnicos e registros da CFA.

CF 2 - Promoção e Comunicação do Programa Artesanato da Bahia

CF 2.1 - Ações de Promoção para Qualificação

Diante dos dados e do diagnóstico apresentado no termo de referência, é evidente que há um grande desafio na ampliação da adesão, do engajamento e da participação dos artesãos nas ações de qualificação. Por isso, a comunicação e o marketing cumprem um papel estratégico, não apenas de divulgação, mas também de mobilização, sensibilização e valorização da qualificação como ferramenta de desenvolvimento econômico e cultural. Logo, o plano de comunicação e marketing para a qualificação pretende tornar as ações de qualificação mais conhecidas, desejadas e valorizadas através das seguintes ações:

- Ampliar a comunicação ativa, clara e acessível sobre as oportunidades;
- Aumentar o número de participantes nas oficinas, cursos, painéis e webinários;
- Promover o entendimento de que qualificar-se fortalece o negócio, amplia as vendas e abre novos mercados;
- Valorizar as histórias de quem participou e transformou sua realidade através da qualificação.

CF 2.1.1 - Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação.

Para alcançar os resultados padronizar e organizar o fluxo de solicitação, desenvolvimento, aprovação e entrega de materiais de comunicação, assegurando qualidade, alinhamento institucional, cumprimento de prazos e integração entre os lotes (Qualificação e Comercialização) com o lote de Promoção e Comunicação. A ideia para alcançar a realização desse componente finalístico é desenvolver a campanha (sugerida): **"Saber que**

Vende. Saber que transforma." Trata de uma campanha educativa e inspiradora que mostra que qualificação gera vendas, fortalece a identidade cultural e amplia oportunidades.

CF 2.1.2 - Ações do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação

A campanha supramencionada será desenvolvida a partir de ações que visem a valorização de casos já consolidados como mecanismo para inspirar os demais artesãos e artesãs. Assim, as seguintes ações serão desenvolvidas:

- Elaboração de vídeos curtos (*Reels, TikTok, YouTube Shorts*) com depoimentos de artesãos(as) que participaram de cursos e aumentaram suas vendas, melhoraram seus produtos ou acessaram novos mercados;

- Criação da série chamada "Aprendi, Cresci, Vendi" mostrando histórias reais e transformadoras.

Já do ponto de vista do marketing de conteúdo e educação haverá ações de campanhas com conteúdo de aprendizagem, tais quais:

- Como precificar melhor;
- Como divulgar nas redes sociais;
- Como melhorar o atendimento;
- Como gerar mais valor para o seu artesanato.

A proposta de trabalho visa contribuir, também, com elaboração de comunicação facilitada e atrativa para materiais destinados a aprendizagem, como e-books ou cartilhas digitais simples com dicas rápidas sobre negócios no artesanato.

PROPOSTA (SUGERIDA) DE CALENDÁRIO EDITORIAL FOCO EM QUALIFICAÇÃO*:

Tema	Frequência
Divulgar turmas abertas	Sempre que houver
Benefícios da qualificação	1x por semana
Histórias de quem consolidou seu trabalho	1x por semana
Bastidores das oficinas/cursos	Durante as atividades
Registrar mudanças de desempenhos após os cursos	3 vezes por trimestre

* Todas as propostas sugeridas nesse plano de trabalho passarão por aprovação ou não da comissão do CFA. Podendo, então ser ajustadas da melhor forma que permita a execução.

Através de um mapeamento de processo para elaboração de materiais de comunicação do projeto, haverá uma melhoria do design da informação nos materiais gráficos utilizados para os cursos, trazendo sempre informações destacadas do tema do curso/oficina; Data e horário; critérios de seleção e vagas disponíveis; orientação de como se inscrever de forma acessível. A comunicação também desempenhará o papel de fomentar a propagação de inscrições através da dinâmica: "Indique um colega artesão para aprender junto";

CANAIS E FORMATOS UTILIZADOS

Canal	Formatos
WhatsApp (grupos e listas)	Cards, áudios, vídeos curtos
Redes sociais	Cards, Reels, Stories, Lives, Posts educativos
Rádio comunitária/local	Spots, entrevistas, divulgação de chamadas
Feiras e eventos	Panfletos, banners, fala no microfone
Plataforma digital	/Site Calendário de cursos, inscrição simplificada
YouTube e TikTok	Depoimentos, bastidores, chamadas criativas

INDICADORES DE DESEMPENHO (KPIs)

- Aumento no número de inscritos nas atividades;
- Taxa de ocupação das turmas (meta: 90% de preenchimento);
- Crescimento no engajamento das redes sociais nas postagens de qualificação (+30%);
- Feedback positivo dos participantes sobre clareza da comunicação;
- Aumento no alcance via WhatsApp e rádios comunitárias.

CF 2.2 - Ações de Promoção para eventos de Comercialização

Objetivo da Campanha	Formato	Público-Alvo	Período
Divulgação de Feiras e Eventos	Feed, Reels, Stories e carrossel	População da Bahia e turistas do Estado	15 dias antes e durante o evento
Impulsionamento de Produtos e Catálogo	Carrossel de produtos e Reels	Público interessado em decoração, arte, cultura e consumo consciente	Contínuo
Campanhas Institucionais (Marca)	Reels, vídeos, banners	Público geral, turismo, cultura, economia criativa	3 a 4 ciclos por ano
Geração de Tráfego para o Site ou Loja Virtual	Tráfego	Consumidores, decoradores, lojistas e turistas	Contínuo

CF 2.2.1 - Feiras Artesanato da Bahia

Realização de 3 feiras a cada trimestre durante todo o contrato.

PLANO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DAS FEIRAS

- Criação de identidade visual específica para o evento.
- Posts patrocinados no Instagram, Facebook e Google.
- Parcerias com influenciadores de cultura, turismo e economia criativa.
- Divulgação em rádios comunitárias, jornais locais e TVs regionais.

- Ativações digitais antes e durante a feira (Reels, Lives, Stories).
- Produção de materiais impressos: banner, mapa da feira, folder dos expositores.

PROGRAMAÇÃO SUGERIDA (opcional)

- Apresentações culturais: Música regional, manifestações populares.
- Espaço kids (opcional): Atividades educativas sobre artesanato.

CF 2.2.2 - Metas do Plano de Ação de Feiras

A realização de feiras durante todo o período deve atender as plantas de 20 e 40 expositores a depender da rota, território e indicação do período, logo, tem-se:

PERFIL E DIMENSIONAMENTO DAS FEIRAS

Itens	Feira com 20 Expositores	Feira com 40 Expositores
Duração	2 a 3 dias	3 a 5 dias
Público Estimado	1.500 a 3.000 pessoas	5.000 a 8.000 pessoas
Espaço Físico	300 a 500 m²	700 a 1.200 m²
Área de Exposição (stands)	20 stands de 3x3m ou 2x2m	40 stands de 3x3m ou 2x2m
Palco/área de convivência	Opcional (para oficinas ou apresentações culturais)	Recomendado (para oficinas, rodas de conversa, apresentações)
Equipe de Apoio	6 a 8 pessoas	10 a 15 pessoas

PLANEJAMENTO ESTRUTURAL

Item	Feira com 20 Expositores	Feira com 40 Expositores
Estrutura dos Stands	Paredes em MDF ou tecido, mesa, cadeira, identificação visual	Idem, com reforço na sinalização e organização setorial (fibras, cerâmica, madeira, etc.)
Iluminação e Elétrica	Padrão básico	Reforço de carga para mais expositores e iluminação decorativa
Áreas de Apoio	Recepção, sanitários, depósito	Idem + espaço de convivência, sala de apoio ou atendimento
Sinalização	Totens, banners, faixas	Totens, mapa da feira, banners setoriais, placas suspensas
Segurança e Limpeza	Equipe mínima por turno	Reforço na equipe proporcional ao dobro de expositores e público

Para além da realização das feiras do ponto de vista quantitativos e das campanhas de promoção das feiras para 20 e 40 expositores. Haverá a busca constante de alcançar resultados qualitativos tais quais:

- Garantir representação de todas as rotas do Artesanato da Bahia nas feiras próprias e prioritariamente nas feiras externas;
- Assegurar participação mínima de 50% de mulheres artesãs em todas as feiras realizadas;

- Garantir que 30% dos participantes sejam de comunidades tradicionais (quilombolas, indígenas, ribeirinhos ou de matriz africana);
- Manter padrões de excelência na curadoria dos produtos expostos, com foco na identidade cultural, qualidade e inovação;
- Fortalecer o uso da marca Artesanato da Bahia e das Rotas em toda a comunicação visual dos eventos;
- Promover práticas de sustentabilidade e acessibilidade em todas as feiras (ecoeficiência, espaços acessíveis, comunicação inclusiva).

RESULTADOS ESPERADOS

- Gerar renda direta e indireta para os artesãos;
- Fortalecer a imagem do artesanato baiano nos mercados local, regional e nacional;
- Promover o turismo cultural associado às rotas do artesanato;
- Consolidar o evento como plataforma de negócios, cultura e desenvolvimento social.

CF 2.2.4 - Metas do Plano de Ação de Eventos

Realizar eventos conforme o planejado e apresentar relatório técnico indicado no quadro de indicadores e metas.

CF 2.3 - Plano de Ação de promoção para pontos de comercialização.

Em conformidade com o eixo de comercialização será planejado um plano de ação para a promoção que necessitará de diagnóstico prévio, para então, elencar as ações prioritárias.

Com objetivos específicos de aumentar o fluxo de clientes nos pontos físicos e digitais; valorizar a identidade cultural dos produtos e dos territórios; fortalecer a marca Artesanato da Bahia e das Rotas; estimular o turismo cultural e o consumo consciente; Gerar aumento nas vendas diretas e indiretas.

AÇÕES ESTRATÉGICAS:

Comunicação Visual do Ponto de Venda

- Fachada atrativa com marca das Rotas do Artesanato;
- Sinalização interna por categorias ou territórios (ex.: cerâmica, trançados, madeira, fibras, couro, etc.);
- Espaços instagramáveis dentro do ponto (com QR Code para seguir nas redes ou acessar loja online);
- Exposição de peças com storytelling (história do artesão, da técnica, do território).

Divulgação Digital Contínua

- Criação de agenda de postagens sobre os produtos e os pontos físicos;
- Conteúdos nas redes sociais mostrando o bastidor do ponto de venda, novidades, chegada de produtos, vitrines;
- Google Meu Negócio – cadastro dos pontos para aparecerem nas buscas e mapas;
- Reels, lives e vídeos com tour pelo ponto de venda;
- *Linktree na bio* com informações da loja física, loja online, WhatsApp e próximos.

CF - 2.3.1 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para pontos de comercialização permanentes

CF - 2.3.2 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para pontos de venda temporários

CF 2.3.3 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para unidade móvel de comercialização

Plano de Ação orientado e aprovado pela CFA entregue, quantidade de ações previstas e realizadas com entrega de relatório analítico e executivo mensal entregues.

CF 3 - Canais e conteúdos virtuais de promoção e comunicação do Programa Artesanato da Bahia

CF 3.1 - Canais Virtuais

Site: https://artesanatodabahia.com.br/sou-artesao/

Instagram: https://www.instagram.com/artesanatodabahiaoficial/

Site da Escola: https://escolavirtual.artesanatodabahia.com.br/

CF 3.1.1 - Plataforma virtual do Programa Artesanato da Bahia atualizada

Manutenção e revisão de atualização contínua da plataforma virtual do Programa Artesanato da Bahia. Com plano de ação orientado e aprovado pela CFA entregue, quantidade de ações previstas e realizadas.

CF 3.1.2. - Canais virtuais de promoção através de redes sociais

Canais virtuais de promoção previstos, criados e em funcionamento com atualização contínua como o Instagram: https://www.instagram.com/artesanatodabahiaoficial. Os objetivos Estratégicos no Instagram:

- Ampliar a visibilidade dos artesãos, mestres e territórios;
- Valorizar os saberes, processos e a cultura artesanal da Bahia;

- Gerar oportunidades de negócios, parcerias e vendas;
- Atrair um público consumidor, cultural e turístico;
- Conectar tradição, inovação e mercado.

AÇÕES DE CONTEÚDO: Série Fixa de Conteúdos (Sugestões):

Nome da Série	Descrição	Frequência
Mãos que Fazem	Apresentação de artesãos, mestres e suas histórias	1x por semana
Da Bahia Pro Mundo	Destaque de produtos e processos de produção	2x por semana
Rotas do Artesanato	Conteúdos sobre os territórios e suas culturas	1x por semana
Dicas de Artesanato	Cuidados, usos, significados dos produtos	1x por semana
Nosso Jeito de Fazer	Bastidores das feiras, oficinas, eventos	Durante eventos
Agenda Artesanal	Divulgação das próximas feiras e ações	Sempre que houver

Formato	Descrição
Reels (15s a 90s)	Conteúdos dinâmicos, virais, bastidores, processos.
Stories com interação	Caixas de perguntas, enquetes, quiz, lembretes.
Carrossel	Apresentação de produtos, dicas, informações das rotas.
Vídeos longos (YouTube)	Documentários, bastidores, mestres, rotas de artesanato.
Anúncios pagos	Feed, Stories, Reels, banners.

- Ações para Crescimento e Engajamento:
- Parcerias com influenciadores de cultura, turismo, economia criativa e lifestyle (ex.: baianos conhecidos, artistas, jornalistas);
- Campanhas interativas com enquetes "Qual peça você gostaria de ter?";
- Realização de quiz sobre saberes e tradições baianas garantindo premiação para participantes;
- Desafio de fotos: "Mostre seu cantinho com artesanato da Bahia".

Estabelecimento de *Link na bio* com direcionamento para site, loja virtual, WhatsApp ou catálogo atualizado.

Ações de Crescimento Pago (Mídia): Campanhas patrocinadas (ads) segmentadas para público interessado em decoração, cultura, turismo e economia criativa; Públicos de feiras como SPFW, Fenearte, Mercado Manual, Casa Cor, entre outros; Geolocalização (Bahia, Brasil e turistas).

Investir em promoção de Reels, carrosséis e anúncios de eventos e feiras.

Metas Possíveis no Curto Prazo (6 meses): Crescimento de 30% no número de seguidores; Aumento de 50% na taxa de engajamento médio; Aumento das interações com os produtos nas feiras e online; Crescimento nas vendas nas plataformas vinculadas ao programa.

Frases-Chave e Slogans para usar no Instagram:

- ✓ "Feito à mão. Feito na Bahia. Feito com história."
- ✓ "Cada peça carrega um pedaço da nossa cultura."
- ✓ "Das mãos do mestre, para o mundo."
- ✓ "Artesanato da Bahia: tradição que gera futuro."

CF 3.2 - Produtos/conteúdos digitais

Para criação, desenvolvimento e disseminação de produtos e conteúdos digitais que representem, valorizem e promovam o artesanato da Bahia, seus artesãos, mestres, mestres e as práticas culturais associadas. Terá início a construção de um conjunto de *Storytelling* das rotas do artesanato baiano. De modo que cada rota tenha seu histórico sistematizado com elos de ligação entre os territórios. A ideia é criar um circuito das rotas que as pessoas sejam motivadas a mapear as visitas realizadas no estado em material lúdico e informatizado.

1° Rota Baía dos Santos e Orixás - TI Metropolitano de Salvador; 2°
Rota das Carrancas- TI Sertão do São Francisco;
3° Rota D. Cadu- TI Recôncavo;
4° Rota das Sempre Vivas - TI Chapada Diamantina;
5° Rota Pataxó- TI Costa do Descobrimento/Extremo Sul; 6°
Rota do Ouro- TI Piemonte da Diamantina;
7° Rota das Redes - TI Itaparica;
8° Rota Boi Bilha - TI Baixo Sul;
9° Rota Jacunã - TI Piemonte Norte do Itapicuru;; 10°
Rota Kiriri- TI Semiárido Nordeste II;
11° Rota dos Trançados - TI Sertão Produtivo e Médio Rio de Contas; 12°
Rota Caroá - TI Piemonte do Paraguaçu;
13° Rota do Couro- TI Portal do Sertão; 14°
Rota do Sisal- TI Sisal;
15° Rota Jiquiriçá - TI Vale do Jiquiriçá; 16°
Rota da Cerâmica- TI Velho Chico;
179 Rota da Piaçava - TI Litoral Norte e Agreste Baiano.
18° Rota Pau Brasil - TI Litoral Sul;
19° Rota da Palha - TI Bacia do Jacuípe;
209 Rota do Cerrado - TI Bacia do Rio Corrente.

Nesse aspecto, esta proposta considera importante explorar melhor o trabalho de mapeamento e identificação das rotas através de uma ação estratégica de comunicação com uma Narrativa Mãe/macro + Narrativas Territoriais/micro. A ideia é construir uma narrativa central que aborde **"As Rotas do Artesanato da Bahia: caminhos de saberes, tradição, cultura e criatividade."**

A partir de então, estabelece-se uma *Umbrella* (Guarda-Chuva), uma marca com a proposta de criação de um selo único denominado: "Rotas do Artesanato da Bahia" – aplicado a todas as peças, feiras, redes, produtos e eventos. Cada rota recebe um sub-selo visual, uma identidade própria, mas conectada (cores, ícones, padrões).

Para dar visibilidade a esse roteiro a ideia é integrar essa narrativa nas plataformas digitais utilizadas no processo de comunicação. Estabelecendo abas para cada rota com: Descrição; Localização (mapa interativo); Galeria de fotos e vídeos; Catálogo de artesãos e produtos; História do território e da técnica. Tours virtuais pelas rotas e integração com redes sociais e loja online, ou seja, com o projeto de comercialização do artesanato. Mantendo a integração do planejamento às ações práticas.

Nas redes sociais a ideia é fazer uso de hashtags específicas e coletivas:

- #ArtesanatoDaBahia
- #RotasDoArtesanatoDaBahia
- #RotaDaPiaçava #RotaDasCarrancas #RotaDoSisal, etc.

Fazendo sempre publicações regulares destacando: **Série**: "Conheça as Rotas do Artesanato" – 1 post semanal para cada rota; Bastidores, mestres, saberes, produtos, curiosidades e roteiros turísticos.

Ao realizar eventos e feiras – a proposta é integrar a comunicação a partir de estandes ou espaços organizados por rota, mas sob a identidade maior do programa. Comunicação visual padronizada, com mapas, bandeiras, totens indicando a participação das rotas. Materiais de apoio: catálogo das rotas, QR Code para saber mais sobre cada território.

Promove uma grande campanhas temáticas coletivas intitulada: **"De Norte a Sul da Bahia, Saberes que Conectam"** – campanha sobre as conexões culturais e produtivas das rotas.

Resultado Esperado:

- Maior reconhecimento das Rotas como um ecossistema cultural e econômico;
- Ampliação da percepção de valor do artesanato baiano;
- Geração de turismo de experiência vinculado às rotas;
- Aumento de vendas, fortalecimento da imagem dos territórios e dos artesãos.

CF 3.2.1 - Produtos/conteúdos digitais para canais virtuais através de redes sociais

Planos de Mídia de conteúdo para redes sociais elaborado, entregue e aprovado pela CFA, ações previstas e realizadas

CF 4 - Ações de promoção para aumentar a capacidade de integração, cooperação e intercooperação das artesãs/ãos, da Federação, das Associações de Artesanato e/ou outros agentes.

CF 4.1 - Eventos

CF 4.1.1 - Eventos de mobilização e estímulo à integração e cooperação com foco na promoção.

Promover encontros de artesãos, gestores públicos e instituições de apoio e fomento ao artesanato da Bahia com foco na

CF 5.1 - Projetos
CF 5 - Esforços de Captação de Recursos

Este componente representa a ação estratégica de diversificação de fontes de financiamento, essencial para a sustentabilidade institucional e para a ampliação das ações além dos recursos contratados via Contrato de Gestão. A captação de recursos não é apenas uma obrigação contratual, mas uma estratégia de fortalecimento da organização, permitindo:

- Ampliar o impacto social;
- Desenvolver projetos complementares;
- Garantir autonomia financeira;
- Atrair novos parceiros e fomentar inovação.

Poderá em parceria com o eixo de formação e qualificação elaborar conteúdo programático de material de captação de recursos para o público do artesanato da Bahia, bem como, gestores municipais dos territórios das rotas de artesanato identificados.

CF 3.1.1 - Submissão de projetos em editais de fomento

A presente proposta assume o compromisso de criar grupo técnico para Submissão de Projetos em Editais de Fomento do Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), sendo uma ação altamente estratégica, pois estabelece a obrigatoriedade de que a organização **acompanhe, elabore e submeta projetos aos editais e chamadas públicas vinculadas ao Programa do Artesanato Brasileiro (PAB)**, promovido pelo Governo Federal, por meio do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (ou órgão correspondente).

Para alcançar resultados foram elencados alguns pontos críticos:

- Monitoramento constante dos editais abertos;
- Elaboração de projetos alinhados às diretrizes e prioridades do PAB (qualificação, fortalecimento das rotas, inclusão digital, comercialização, feiras nacionais e internacionais);
- Manutenção de uma equipe ou consultoria especializada em captação e projetos;
- Articulação prévia com parceiros, coletivos e territórios para construção de propostas robustas.

A atuação dessa ação visa garantir acesso a recursos complementares que podem fortalecer ou expandir as ações do programa do artesanato da Bahia; aumentar o reconhecimento institucional a nível nacional e melhorar dos indicadores de sustentabilidade e inovação do programa.

II - COMPONENTE DE GESTÃO

CG.1 - Gestão Administrativa Financeira

Esse componente finalístico representa a espinha dorsal do contrato de gestão, garantindo que todos os processos — desde o uso dos recursos financeiros até a organização administrativa — ocorram de forma eficiente, transparente, rastreável e em conformidade com as normas contratuais e legais.

Este item assegura que a organização tenha capacidade institucional, financeira e operacional para executar as metas do contrato, oferecendo suporte direto às ações finalísticas, como qualificação, comercialização, promoção e fortalecimento do artesanato baiano.

CG 1.1 - Conformidade das Despesas

A planilha de custos anexa a esta proposta será o fio condutor da execução das despesas respeitando a minuta que orienta as aquisições de bens e gastos dispostas neste material.

CG 1.2 - Limite de Gastos com Pessoal

O Instituto Brasileiro de desenvolvimento do Esporte - IBDE assume o compromisso de manter o limite de gasto com pessoal dentro do orientado no edital e como está proposto na planilha orçamentária.

CG.2 - Gestão de Aquisições

Uma gestão de aquisições bem estruturada assegura que os recursos públicos sejam utilizados de maneira adequada, com responsabilidade e alinhados aos objetivos do programa.

CG 2.1 - Aplicação de regulamento de compras
CG 2.1.1 - Aplicação de Regulamento de Compras
CG. 2.2.2 - Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido.

Sobre esse conjunto de componentes finalísticos tem-se as minutas de contratação de pessoal, aquisição de bens e compras destacados na proposta. Logo a gestão de aquisições seguirá os termos descritos em conformidade, também com os princípios da administração pública.

CG 3 - Gestão de Pessoal
CG 3.1 - Seleção e Contratação de Pessoal

O Instituto Brasileiro do Desenvolvimento do Esporte elaborou minuta de edital a ser utilizado no processo de seleção de pessoal em conformidade com os princípios da administração pública.

CG 3.1.2 - Pessoal contratado de acordo com os requisitos qualitativos exigidos

Após aplicado os critérios de seleção conforme edital publicado a organização realizará a contratação de pessoal a partir do regulamento de seleção exposto na proposta de trabalho e ao final do processo conforme as qualificações exigidas de cada cargo.

CG 3.1.3 - Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido

A organização assume o compromisso de contratar os profissionais de acordo com os requisitos qualitativos exigidos sob o regime da legislação trabalhista como indica o termo de referência.

CG 3.2 - Obrigações Trabalhistas
CG 3.2.1 - Provisionamento das Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias

A organização cumprirá os requisitos necessários a aplicação integral das obrigações determinada na consolidação das leis do trabalho - CLT. Realizando o devido provisionamento das obrigações dos encargos trabalhistas como orienta o termo de referência.

CG 3.2.2 - Cumprimento das Obrigações Trabalhistas

Logo, ao realizar as ações de conformidade com as leis trabalhistas vigentes no país a organização alcançará o cumprimento das obrigações trabalhistas. Para tanto, contará com profissionais idôneos e comprometidos com as práticas das leis vigentes.

CG 4 - Gestão Patrimonial
CG 4.1 - Executar Manutenção Preventiva dos bens públicos

A organização sempre vai assegurar o controle, conservação e bom uso dos bens públicos vinculados ao contrato de gestão. Nesse sentido, irá realizar ações periódicas de manutenção preventiva para garantir a durabilidade, o funcionamento e a preservação dos bens patrimoniais, evitando desgastes, falhas e custos com manutenções corretivas.

CG 4.1.1 - Manutenção preventiva dos bens públicos e/ou adquiridos com recursos do Contrato de Gestão.

No intuito de garantir o controle, a conservação e a durabilidade dos bens públicos e dos bens adquiridos com recursos do Contrato de Gestão as manutenções periódicas serão realizadas como prevê o desembolso financeiro. Para que ocorra o prolongamento da vida útil dos aparelhos, máquinas e equipamentos utilizados no trabalho. Assim como, a redução de custos com reparos emergenciais de modo que se mantenha o funcionamento adequado para apoio às atividades do contrato.

CG 4.2 - Dispor de Equipamentos e Instalações Adequadas à Realização das Atividades

Item fundamental para assegurar que todas as atividades previstas no contrato sejam realizadas com qualidade, segurança e eficiência. Dispor de equipamentos e instalações adequadas impacta diretamente na produtividade, na imagem institucional, na satisfação dos públicos atendidos e na preservação dos próprios bens patrimoniais. A organização está totalmente comprometida com a disposição de equipamentos e instalações adequadas.

CG 4.2.1 - Condição de uso dos equipamentos públicos

Na busca de garantir a condição de uso dos equipamentos públicos de forma adequada a organização buscará adquirir e manter **equipamentos em perfeito estado de conservação, funcionamento e segurança**, sejam eles móveis, tecnológicos, de escritório, equipamentos de eventos, de feiras, de capacitação etc.

Para tanto, sempre realizará de *checklists* periódicos de inspeção dos equipamentos. Registro de manutenções preventivas e corretivas; Substituição ou reparo imediato em casos de desgaste que comprometam o uso e fará uso responsável por parte das equipes e acompanhamento do ciclo de vida dos bens.

CG 4.2.2 - Condições de uso das instalações

A organização se compromete a manter as instalações bem conservadas e funcionais para o desenvolvimento adequado das ações de qualificação, comercialização, atendimento, eventos e gestão administrativa. De modo que sempre realizará verificação dos seguintes itens:

Segurança estrutural: Sem riscos físicos, com manutenções atualizadas (telhados, pisos, paredes, elétrica, hidráulica).
Acessibilidade: ofertar a rampa de acesso, sinalização visual e tátil, banheiros adaptados, cumprimento das normas de acessibilidade.
Conforto ambiental: buscará manter a iluminação adequada, ventilação, climatização, limpeza e organização dos espaços.
Organização funcional: Espaços de atendimento, salas de oficinas, áreas administrativas e ambientes para eventos devem estar bem distribuídos e equipados.
Sinalização institucional: Identificação visual do programa, placas informativas e orientações para circulação no espaço.
Condições sanitárias: Limpeza constante, banheiros adequados e manutenção preventiva das áreas comuns.

CG 5 - Gestão de Controle
CG 5.1 - Prestação de contas do Contrato de Gestão

Ao longo dos trimestres a execução do contrato será sistematização em relatório único consolidado com as comprovações das atividades realizadas, compras realizadas, serviços prestados para submeter a análise do CFA sempre de forma tempestiva.

CG 5.1.1 - Prestação de contas do Contrato de Gestão

A prestação de contas se dará em conformidade ao requerido no termo de referência. A partir da apresentação dos relatórios adequadamente elaborados, destacando a sistematização dos resultados do período com a devida apresentação da planilha financeira e comprovantes administrativos necessários.

CG 5.2 - Manifestação dos Conselhos da OS
CG 5.2.1 - Manifestação dos Conselhos da OS

O conselho da OS sempre estará atualizado da execução do contrato e manifestará parecer acerca da aprovação do relatório de prestação de contas.

CG 5.3 - Executar o Plano de Melhoria de Gestão

Quando diagnosticados gargalos, entraves e desafios na execução das ações do projeto, a organização realizará planejamento indicando pontos de melhoria dos processos de gestão.

CG 5.3.1 - Implementação do Plano de Ação de Melhoria de Gestão

Após o planejamento do plano de melhoria a equipe será orientada a assumir os papeis necessários a implementação do plano que poderá redesenhar processos, melhorá-los ou extingui-los para dinamizar os fluxos.

CG 5.4 - Cumprimento de cláusula contratual
CG 5.4.1 - Cumprimento de cláusula contratual

A organização se compromete a manter uma conduta alinhada aos princípios da administração pública cumprindo todas as cláusulas contratuais.

CG 5.4.2 - Responsabilização de irregularidades pelos órgãos de controles

O Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do esporte - IBDE, compreende que atos de irregularidades estão sujeitos a responsabilização e investigação dos órgãos de controle. Assume-se total compromisso em praticar ações de acordo com o regramento pactuado no edital.

CG 6 - Gestão de Planejamento
CG 6.1 - Ciclos de reuniões de Planejamento e Gestão

A organização visando promover, participar e cumprir o requisito de integração, no campo da gestão do contrato de promoção e comunicação. Buscará a consonância das ações junto aos projetos de qualificação e comercialização pretende fomentar a criação de um Comitê Integrado e Gestão para uma construção coletiva de processos comuns que garantam o alcance das metas e a expansão da política pública do artesanato na Bahia.

CG 6.1.1 - Ciclo de reuniões promovidos pela CFA voltadas ao planejamento de ações integradas com os outros Contrato de Gestão do Edital N° 006/2025 (Qualificação, Comercialização e Cadastramento, Promoção e Comunicação)

O Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE se compromete a participar ativamente do ciclo de reuniões promovidos pela CFA na busca da melhor execução integrada dos serviços do termo de referência 006/2025 da SETRE que trata da ofertará local adequado para o atendimento aos beneficiários/as, adotando layout compatível boa execução dos processos definidos para o atendimento aos empreendimentos de economia popular e solidária. Disponibilizando material adequado e mensurável na proposta para o corpo técnico atuar em condições de executar o trabalho com qualidade, eficiência e alcance de resultados.

III - COMPONENTE DE IMPLANTAÇÃO

CI 1 - Instalação Física
CI 1.1 - Sede do Artesanato da Bahia implantado em imóvel sede com mobiliários, equipamento e processos definidos.

A organização buscará aglutinar em local adequado de realização do trabalho junto com as equipes de qualificação e comercialização para o atendimento das demandas do projeto. Espaço que deve proporcionar, atendimento ao público, reunião com parceiros e articulação permanente entre as equipes. Logo, adotar-se-á l*ayout* compatível boa execução dos processos definidos para o atendimento aos empreendimentos de economia popular e solidária. Disponibilizando material adequado e mensurável na proposta para o corpo técnico atuar em condições de executar o trabalho com qualidade, eficiência e alcance de resultados.

b) Pesquisa de Satisfação do público beneficiário que deve ser aplicada ao final de cada atividade formativa, seja ela presencial e/ou virtual contendo metodologia de pesquisa, com procedimentos a serem adotados para acolhimento contínuo de manifestações (sugestões, elogios, reclamações, etc) com definição de uso das informações para aprimoramento do sistema de gestão do lote e aferição quali-quantitativa dos resultados.

Aferir o nível de satisfação dos usuários ou beneficiários dos eventos e da comunicação realizados pelo Programa de Artesanato da Bahia constitui uma atividade de natureza de avaliação de serviço de política pública. Logo, é impossível tratar de forma isolada, fragmentada, o processo de avaliação, de modo a poder identificar eficiência, eficácia e efetividade das ações.

Portanto, a aferição do nível de satisfação dos expositores, artesãos e do público visitante das feiras de artesanato no Estado da Bahia está inserida no contexto da avaliação de políticas públicas voltadas para o fortalecimento da cultura e do artesanato local. Esse processo não será realizado de forma isolada, mas integrado a uma abordagem mais ampla de avaliação da eficiência, eficácia e efetividade das ações desenvolvidas. O trabalho de avaliação será realizado de forma processual e contínua, nos seguintes momentos:

PARA OS EVENTOS A SEREM REALIZADOS

Uma avaliação *ex-ante*, ou seja, antes da realização da feira será realizado via *google forms* levantamento das expectativas dos expositores e organização. **Durante a feira:** acompanhamento da execução, escuta ativa dos artesãos e observação direta da dinâmica do evento através de assistentes de pesquisa contratados. **Após a feira:** avaliação dos resultados obtidos, impactos econômicos, sociais e culturais, além do nível de satisfação dos participantes e do público.

A metodologia de Avaliação ocorrerá por meio de uma abordagem mista e externa, combinando avaliações participativas, realizadas conjuntamente pelos expositores, organizadores e, quando possível, com apoio de profissionais externos sem vínculo direto com a organização da feira. Avaliações conduzidas diretamente pelos expositores e pelos visitantes, utilizando instrumentos específicos, como questionários, formulários digitais e rodas de conversa.

Periodicidade da Avaliação das Feiras

Avaliação trimestral: Para feiras que ocorrem durante o trimestre, será realizada reunião com foco na análise da eficiência (organização, estrutura, logística) e da eficácia (alcance dos objetivos, volume de vendas, satisfação dos participantes).

Avaliação semestral: Encontro entre os projetos estruturados e em execução para monitorar o desempenho geral das feiras realizadas no semestre, identificar desafios, propor melhorias e alinhar estratégias futuras.

Avaliação anual: Encontro ampliado com representantes das feiras, artesãos, parceiros institucionais e público, visando construir um diagnóstico do ano, avaliar os impactos socioeconômicos e planejar as ações para o ano seguinte.

Instrumentos de Avaliação

- Questionários simplificados: Aplicados a expositores e visitantes, abordando temas como organização, vendas, divulgação, infraestrutura, atendimento e satisfação geral;
- Formulários físicos e digitais: Com espaço para sugestões, elogios, críticas e relatos;
- Rodas de conversa: Com expositores e público, para avaliação qualitativa dos processos, desafios e melhorias;
- Observação direta: Durante o evento, para avaliar logística, fluxo de público, organização dos espaços e comunicação visual.

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

Modelo de ficha de avaliação para o público da feira:

FICHA DE AVALIAÇÃO DO PÚBLICO - FEIRA DE ARTESANATO

Nome (opcional): _____

Cidade: _____

Data da visita: ____/____/_____

1. Como você ficou sabendo da feira?

( ) Redes Sociais ( ) Rádio/TV ( ) Cartazes/Flyers

( ) Indicação de amigos ( ) Já conhecia de outras edições

( ) Outros: _____

2. Avalie os seguintes aspectos da feira:

Organização geral.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Variedade de produtos.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Qualidade dos produtos.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Atendimento dos expositores.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Estrutura física (espaços, banheiros, acessibilidade)

.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Divulgação da feira.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Localização da feira.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Programação cultural (se houver).....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

3. Você realizou compras na feira?

( ) Sim ( ) Não

Se sim, em quantos expositores aproximadamente?

( ) 1 a 2 ( ) 3 a 5 ( ) Mais de 5

4. Na sua opinião, quais pontos podem ser melhorados na feira?

_____

_____

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

MODELO DE FICHA DE AVALIAÇÃO PARA EXPOSITOR

FICHA DE AVALIAÇÃO DO ARTESÃO EXPOSITOR - FEIRA DE ARTESANATO

Nome: _____

Nome do Empreendimento (se houver): _____

Cidade: _____

Data da Feira: ____/____/_____

1. Como você avalia os seguintes aspectos da feira?

Organização geral da feira.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Processo de inscrição.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Atendimento da equipe organizadora.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Divulgação da feira.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Estrutura física.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Localização do evento.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Programação cultural e atrações.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

Fluxo de público.....( ) Ótimo ( ) Bom ( ) Regular ( ) Ruim

2. Você considera que a divulgação da feira foi suficiente para atrair público?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcialmente

3. Em relação às suas vendas, como você avalia o resultado?

( ) Acima do esperado ( ) Dentro do esperado ( ) Abaixo do esperado

4. Quais foram os principais desafios que você enfrentou durante a feira?

_____

_____

5. O que você considera que funcionou bem na organização da feira?

_____

_____

6. Quais melhorias você sugere para as próximas edições da feira?

_____

c) Planejamento de Feiras e Festivais, incluindo o Festival Nacional do Artesanato e o Festival Nacional de Maragogipinho, além das Feiras em 02 (dois) formatos, dos Salões Nacionais, da participação em festivais internacionais e das ações promocionais, com projeção orçamentária por tipo como forma de demonstrar a proposta metodológica e a proporção do investimento nos eventos dentro do escopo orçamentário.

No processo de planejar a atuação de todas as feiras, festivais e eventos do artesanato baiano para os próximos três anos esta proposta de trabalho identifica três ações que estarão em todos os eventos envolvendo acessibilidade, sustentabilidade e inclusão permanente de mulheres e mães na sociabilidade da ocorrência dos eventos tanto para as mulheres expositoras como para as que visitam os espaços.

Logo, destacam-se as ações de modo geral que constarão em todos os eventos e posteriormente serão detalhados os macroplanejamentos dos eventos destacados no termo de referência. Para em seguida detalhar o planejamento dos grandes festivais: FENABA 2026 que repetirá 2027, Festival de Maragogipinho e festivais Indígenas e quilombolas, bem como, a participação em festivais internacionais e salões nacionais.

AÇÕES DE INCLUSÃO DE MULHERES E MÃES NOS EVENTOS DE ARTESANTO BAIANO

Espaço de Apoio à Primeira Infância e Maternidade

- Criação de local seguro, reservado e confortável para amamentação;
- Área para troca de fraldas e descanso dos bebês;
- Espaço de Brincar com profissionais adequados e com atividades lúdicas para crianças pequenas;
- Monitoria ou recreadores para que mães possam trabalhar, vender e atender clientes com mais tranquilidade.

Logística e Estrutura Adaptada para Mães

Estandes adaptados, com espaço suficiente para mães que levam seus filhos pequenos;
Flexibilidade de horários para montagem e desmontagem dos estandes, considerando a rotina de cuidados das mães;
Priorização de vagas de estacionamento próximas para mulheres com crianças pequenas.

Apoio na Divulgação e Valorização

Campanhas de divulgação que destaquem histórias de vida, produtos e trajetórias de mulheres artesãs e mães empreendedoras;
Produção de conteúdos (vídeos, reels, entrevistas) valorizando o protagonismo feminino na feira;
Criação de um selo ou identidade visual que reconheça "**Mulheres Artesãs**" ou "**Feito por Mulheres**".

Formação, Capacitação e Rede de Apoio

Realização de oficinas e rodas de conversa sobre:

Gestão financeira, marketing digital, precificação e empreendedorismo feminino;
Empoderamento feminino, equilíbrio entre maternidade e trabalho, saúde mental e autocuidado;
Criação de uma **rede de apoio entre as expositoras**, estimulando a troca de experiências e suporte mútuo.

Geração de Trabalho, Renda e Valorização

- Contratação preferencial de mulheres para funções temporárias da feira: organização, montagem, atendimento, segurança, alimentação e logística;
- Parcerias com coletivos, grupos produtivos e iniciativas lideradas por mulheres na comunidade;
- Apoio na formalização de mulheres artesãs, promovendo autonomia econômica e acesso a benefícios sociais.

Segurança e Bem-estar

- Garantir que o espaço da feira seja seguro e acolhedor, com:
- Iluminação adequada;
- Presença de segurança treinada, com abordagem sensível e humanizada;
- Canal de denúncia para situações de assédio, violência ou discriminação.
- Realização de campanhas educativas contra a violência de gênero, assédio e discriminação.

Inclusão na Governança e nas Decisões

- Participação de mulheres, mães e lideranças femininas na **comissão organizadora da feira**;
- Criação de espaços de escuta ativa para mulheres participantes, com levantamento de demandas específicas e propostas de melhorias contínuas.

AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE

Gestão de Resíduos Sólidos

- Implantação de ilhas de coleta seletiva (papel, plástico, metal, vidro e rejeitos) em pontos estratégicos;
- Contratação de cooperativas de catadores para gestão dos resíduos recicláveis, promovendo inclusão social e geração de renda;
- Distribuição de sacolões recicláveis ou biodegradáveis para os visitantes e expositores, reduzindo o uso de sacolas plásticas;
- Ações de conscientização para expositores e público sobre o descarte correto dos resíduos;
- Redução do uso de materiais descartáveis na praça de alimentação, priorizando utensílios compostáveis ou reutilizáveis.

Consumo Consciente e Economia Circular

- Estímulo à venda de produtos feitos com materiais reaproveitados, reciclados ou de baixo impacto ambiental;
- Incentivo aos artesãos para utilizar matérias-primas locais e sustentáveis, como cerâmica, fibras naturais, madeira de manejo legal, palha e outros;
- Oficinas educativas sobre reaproveitamento, reciclagem, bioconstrução e práticas sustentáveis;
- Espaços para troca de livros, roupas, objetos e experiências.

Redução da Pegada de Carbono

- Promoção de transporte compartilhado, vans e ônibus para visitantes e artesãos, reduzindo a emissão de CO_2;
- Estímulo ao uso de bicicletas e transporte sustentável, com bicicletário disponível no evento;
- Priorizar fornecedores e prestadores de serviços locais, reduzindo deslocamentos e fortalecendo a economia da comunidade.

Eficiência Energética e Recursos Naturais

- Utilização de iluminação LED, de baixo consumo;
- Sempre que possível, usar fontes de energia limpa (placas solares móveis, por exemplo, em áreas específicas);
- Redução do uso de papel nas comunicações, substituindo por materiais digitais (QR Codes, aplicativo do evento, redes sociais);
- Instalação de pontos de abastecimento de água potável, reduzindo o consumo de garrafas plásticas;
- Banheiros com torneiras de fechamento automático e economia de água.

Educação Ambiental e Conscientização

- Realização de campanhas educativas durante o evento sobre sustentabilidade, reciclagem e preservação ambiental através de conteúdos de comunicação visual;
- Divulgação de boas práticas ambientais nas redes sociais e comunicação visual da feira.

Sustentabilidade Social e Cultural

- Valorização dos saberes tradicionais e da cultura local como patrimônio sustentável como tema no material de comunicação;
- Contratação preferencial de serviços locais (alimentação, transporte, montagem, segurança, limpeza), promovendo a circulação econômica da região;

Compensação Ambiental

- Parcerias com viveiros locais para distribuir mudas nativas aos visitantes e expositores;
- Divulgação das ações de compensação ambiental como parte do legado ambiental da feira.

Selo Evento Sustentável

Criação de um selo próprio da feira, reconhecendo expositores e práticas alinhadas à sustentabilidade (ex.: "Artesão Sustentável", "Espaço Verde", "Parceiro Consciente").

AÇÕES DE ACESSIBILIDADE

Acessibilidade Física e Estrutural

- Rampas de acesso com inclinação adequada em todos os pontos de entrada, saídas e nos espaços internos do festival;
- Pisos táteis de alerta e direcionamento para pessoas com deficiência visual nos principais pontos do evento;
- Banheiros adaptados, distribuídos de forma estratégica, próximos às áreas de maior circulação;
- Circulação livre entre os estandes, com corredores largos que permitam a locomoção segura de cadeirantes, pessoas com mobilidade reduzida, carrinhos de bebê e idosos;
- Áreas de descanso com assentos acessíveis.

Acessibilidade Comunicacional

- Sinalização visual clara, com letras grandes, alto contraste e pictogramas de fácil compreensão;
- Disponibilização de intérprete de Libras nos momentos principais da programação (aberturas, apresentações culturais, quando couber);

- Mapas táteis do espaço em pontos estratégicos para orientação de pessoas com deficiência visual;

- Materiais de divulgação acessíveis, como posts com texto alternativo nas redes sociais e vídeos com legenda, Libras e audiodescrição.

Acessibilidade Atitudinal

- Capacitação da equipe e dos expositores para atendimento inclusivo e acolhedor de pessoas com deficiência;

- Sensibilização dos trabalhadores temporários sobre a importância do respeito, da empatia e do atendimento adequado;

Acessibilidade nas Atividades Culturais

Possibilidade de mediação sensorial, permitindo que pessoas com deficiência visual toquem nas peças, experimentem os materiais e interajam com o processo criativo, quando couber;

Espaços culturais com áreas reservadas para cadeirantes e acompanhantes, com visibilidade adequada do palco e das apresentações.

Acessibilidade Digital

O site e as redes sociais do festival devem estar preparados para atender padrões de acessibilidade digital, com compatibilidade para leitores de tela, descrições alternativas em imagens e vídeos acessíveis;

Disponibilização de canais de atendimento via WhatsApp com acessibilidade para Libras (vídeo chamadas) ou atendimento escrito para pessoas com deficiência auditiva.

Inclusão Social e Cultural

Criação de espaços de fala durante o festival para promover discussões sobre acessibilidade, cultura inclusiva e economia criativa acessível;

Contratação de profissionais PcD para compor a equipe de apoio, produção, comunicação ou mediação cultural, promovendo inclusão também no mercado de trabalho temporário.

Sinalização de Acessibilidade no Evento

Todas as áreas devem conter sinalização visível indicando, segundo legenda:

Banheiro acessível

Estacionamento acessível

- Área cultural acessível

  Piso tátil disponível, quando possível.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A REALIZAÇÃO DO FENABA EM 2026.

OBJETIVO: Ampliação dos resultados, fortalecimento do artesanato baiano e nacional, promoção dos mestres e mestras, geração de negócios e expansão das redes de colaboração entre os estados.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Consolidar o FENABA como o maior evento de promoção, valorização e desenvolvimento do artesanato baiano, colocando a Bahia como referência nacional no fortalecimento dos saberes tradicionais, na geração de negócios e no incentivo à profissionalização do setor.

OBJETIVOS ESPEDÍFICOS

- Ampliar a visibilidade do artesanato baiano e nacional;
- Gerar espaço que proporcione mais oportunidades de negócios para artesãs e artesãos;
- Fomentar políticas públicas de desenvolvimento do artesanato;
- Valorizar mestres e mestras artesãs, preservando os saberes tradicionais;
- Fortalecer o intercâmbio cultural entre artesãos de diferentes estados;
- Promover experiências focadas no artesanato baiano para o público em geral.

PÚBLICO

- Artesãos e artesãs da Bahia e do Brasil;
- Mestres e mestras de saberes tradicionais;
- Lojistas, comerciantes e compradores institucionais;
- Turistas, visitantes, profissionais da cultura e do design;
- Gestores públicos e representantes de políticas públicas.

EIXOS ESTRATÉGICOS: promoção e valorização do artesanto com espaço de exposição e venda com foco na diversidade cultural dos 9 estados participantes + Bahia; Espaço Mestres e Mestras do Artesanato, com destaque para 20 mestres baianos e convidados nacionais; Exposições temáticas sobre os saberes tradicionais, processos produtivos e

identidade cultural; Selo FENABA de reconhecimento à autenticidade e qualidade artesanal.

Integração com o eixo de qualificação com espaços para a realização de painéis, palestras e oficinas. Fortalecimento do marketing digital e redes sociais; Sustentabilidade e economia circular; Encontros de saberes intergeracionais (mestres, mestras, jovens e novos artesãos).

ESTIMATIVA FINANCEIRA SUGERIDA*

Item	Valor Estimado (R$)
Estrutura física	R$ 350.000,00
Programação cultural e artística	R$ 300.000,00
Comunicação e marketing	R$ 160.000,00
Logística, transporte e operação	R$ 90.000,00
Serviços gerais	R$ 100.000,00
Total estimado	R$ 1.000.000,00

* Os valores podem mudar entre os segmentos destacados. No entanto, o orçamento para o evento FENABA totaliza R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais por ano).

INDICADORES DE IMPACTO

- Aumento de 30% nas vendas em relação à edição anterior;
- Participação de pelo menos 250 artesãos;
- Pelo menos 25 mestres e mestras valorizados e visibilizados;
- 10.000 interações digitais durante o evento (redes sociais e plataforma);
- Presença na mídia estadual e nacional.

ENCAMINHAMENTOS FINAIS

- Reunião inicial com parceiros institucionais e estados participantes;
- Definir e contratar equipe técnica especializada (produção, logística, comunicação, cultural);
- Formalizar comissão organizadora e grupos de trabalho;
- Elaborar plano de captação de recursos públicos e privados;

- Implementar metodologia PMAS (Planejamento, Monitoramento, Avaliação e Sistematização) para garantir a excelência na gestão e melhoria contínua do evento.

PROPOSTA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A PRÓXIMA EDIÇÃO DO FESTIVAL DA CERÂMICA DE MARAGOGIPINHO

Todo o planejamento proposto visa consolidar o Festival da Cerâmica de Maragogipinho como referência na promoção do artesanato, promover a evento nacional, na valorização cultural, no desenvolvimento econômico e na atração turística, fortalecendo o maior centro oleiro da América Latina.

RESULTADOS DA EDIÇÃO ANTERIOR (2023)

- Geração de mais de 100 empregos temporários;
- Investimento: R$ 150.000,00;
- Impacto econômico local: R$ 400.000,00 em circulação de bens e serviços;
- Beneficiadas diretamente: 180 famílias (artesãos, fornecedores, serviços, gastronomia e hospedagem);
- Ações de qualificação, comercialização e promoção realizadas com sucesso.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DA NOVA EDIÇÃO

- Gerar mais de 150 empregos temporários;
- Expandir a divulgação em nível estadual e nacional;
- Melhorar a logística, acessibilidade e experiência do visitante;
- Fortalecer a qualificação dos artesãos e empreendedores locais.

EIXOS ESTRATÉGICOS:

INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA MELHORADA

- Aumento da quantidade e da qualidade dos estandes e espaços de exposição;
- Sinalização turística bilíngue (Português e Inglês);
- Mais pontos de apoio (banheiros, água, alimentação, descanso, acessibilidade);
- Organização do trânsito e estacionamento;
- Espaços para apresentações culturais, oficinas ao vivo e intervenções artísticas.

DIVERSIFICAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL E INTERATIVA

- Shows musicais (valorizando artistas locais e regionais);
- Oficinas de cerâmica ao vivo;
- Espaço infantil educativo com atividades lúdicas sobre o ofício da cerâmica;
- Rodas de conversa sobre cultura, turismo e economia criativa;
- Gastronomia local integrada como atração cultural;
- Exposição histórica da tradição oleira de Maragogipinho.

AMPLIAÇÃO DA DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO

- Criação de identidade visual atualizada e profissional;
- Fortalecimento nas mídias digitais (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, WhatsApp);
- Parcerias com influenciadores digitais, jornalistas e portais de turismo e cultura;
- Campanhas em rádio, outdoor, TV regional e mídia impressa;
- Divulgação em feiras nacionais e eventos do setor cultural e turístico.

GESTÃO E MONITORAMENTO – PMAS

- Planejamento, Monitoramento, Avaliação e Sistematização (PMAS) como metodologia central;
- Envolvimento ativo de toda a equipe do festival (Coordenação Geral, Coordenação Administrativa, Produtor Executivo, Comunicação, Design, Social Mídia e Administrativo);
- Avaliação diária durante o evento e pós-evento com artesãos, público e parceiros.

CRONOGRAMA SIMPLIFICADO

ETAPA	PERÍODO
PLANEJAMENTO GERAL	90 dias antes
DIVULGAÇÃO INTENSA	60 dias antes
MONTAGEM DA ESTRUTURA	7 dias antes
REALIZAÇÃO DO FESTIVAL	3 a 5 dias conforme a expansão
AVALIAÇÃO E SISTEMATIZAÇÃO	Até quinze dias após

INDICADORES DE MAIOR IMPACTO

- Pelo menos 200 famílias diretamente beneficiadas;
- Mais de 150 empregos temporários gerados;
- Crescimento de 20% nas vendas dos artesãos em relação à edição anterior;
- Aumento de seguidores e engajamento nas redes sociais do festival em pelo menos 30%;
- Cobertura na mídia estadual e nacional.

ENCAMINHAMENTOS FINAIS

✓ Realizar reunião com a comunidade e os artesãos para apresentar este planejamento;
✓ Buscar apoio institucional (Prefeitura, Governo do Estado, Sebrae, Ministério da Cultura, empresas privadas e patrocinadores);
✓ Montar comissão organizadora ativa, representativa e participativa;

✓ Implementar o PMAS para garantir execução, avaliação e melhorias contínuas.

PLANEJAMENTO DA FESTIVAL DE ARTESANATO QUILOMBOLA DA BAHIA

Objetivo Geral: Valorizar, promover e comercializar o artesanato quilombola, fortalecendo a identidade cultural, a geração de renda e a inclusão social dos povos quilombolas do estado da Bahia.

ETAPAS	DESCRIÇÃO	PRAZO	RESPONSÁVEL
Planejamento Estratégico da comunicação	Definir objetivos, metas, territórios quilombolas participantes, critérios de seleção dos expositores e formato da feira	Mês 1	Projeto com aprovação do CFA
Logística e Infraestrutura	Definição do local, estrutura de estandes, transporte, hospedagem e alimentação dos(as) expositores(as)	Mês 2-3	Equipe do projeto
Comunicação e Promoção	Criação de identidade visual, plano de mídia, produção de materiais gráficos, assessoria de imprensa e redes sociais	Mês 2-3	Equipe do projeto
Realização do Evento	Montagem da feira, programação cultural, comercialização, oficinas, rodas de conversa e lançamento de catálogo	Mês 3	Equipe do projeto, CFA e parceiros.
Avaliação e Prestação de Contas	Aplicação de instrumentos de avaliação (expositores e público), sistematização de dados, relatório final	Mês 4	Equipe do projeto

PROPOSTA SUGERIDA DE FORMATO DO EVENTO

Nome do Evento: Feira de Artesanato Quilombola da Bahia

Duração: 2 dias

Local: Salvador ou Feira itinerante nos territórios de identidade

Número estimado de expositores: 20 a 40 artesãos(as) quilombolas

Lançamento do "Catálogo Quilombola do Artesanato Baiano" - peça de divulgação

RESULTADOS ESPERADOS

- Fortalecimento da identidade cultural quilombola
- Geração de renda direta para artesãos(as)
- Ampliação do mercado para o artesanato quilombola
- Integração entre comunidades quilombolas e políticas públicas
- Registro e valorização dos saberes tradicionais

PARCERIAS SUGERIDAS

SECULT/BA (Secretaria de Cultura do Estado da Bahia)

- SEPROMI (Secretaria de Promoção da Igualdade Racial)
- SEBRAE/BA
- Prefeituras e Associações Quilombolas
- UNESCO, Iphan, Palmares, IFBA, UFRB

INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

- Ficha de avaliação dos expositores
- Ficha de avaliação do público
- Registro audiovisual e fotográfico
- Relatório técnico com recomendações para próximas edições

PLANEJAMENTO DA FEIRA DE ARTESANATO INDÍGENA DA BAHIA

Objetivo Geral: Valorizar, promover e comercializar o artesanato indígena, fortalecendo a identidade cultural, a geração de renda e a inclusão social dos povos indígenas do estado da Bahia.

ETAPAS	DESCRIÇÃO	PRAZO	RESPONSÁVEL
Planejamento Estratégico da comunicação	Definir objetivos, metas, territórios quilombolas participantes, critérios de seleção dos expositores e formato da feira	Mês 1	Projeto com aprovação do CFA
Logística e Infraestrutura	Definição do local, estrutura de estandes, transporte, hospedagem e alimentação dos(as) expositores(as)	Mês 2-3	Equipe do projeto
Comunicação e Promoção	Criação de identidade visual, plano de mídia, produção de materiais gráficos, assessoria de imprensa e redes sociais	Mês 2-3	Equipe do projeto
Realização do Evento	Montagem da feira, programação cultural, comercialização, oficinas, rodas de conversa e lançamento de catálogo	Mês 3	Equipe do projeto, CFA e parceiros.
Avaliação e Prestação de Contas	Aplicação de instrumentos de avaliação (expositores e público), sistematização de dados, relatório final	Mês 4	Equipe do projeto

PARCERIAS SUGERIDAS

- SECULT/BA (Secretaria de Cultura do Estado da Bahia)

- SEPROMI (Secretaria de Promoção da Igualdade Racial)
- FUNAI - Coordenação Regional Bahia
- SEBRAE/BA
- Conselhos de Povos e Organizações Indígenas
- IFBA, UNEB, UFRB, UFBA
- Organizações da sociedade civil com atuação indígena

RESULTADOS ESPERADOS

- Fortalecimento da identidade cultural indígena
- Geração de renda direta para artesãos(as)
- Integração entre comunidades indígenas e políticas públicas
- Registro e valorização dos saberes e fazeres tradicionais

INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

- Ficha de avaliação dos expositores
- Ficha de avaliação do público
- Relatório de vendas
- Registro audiovisual e fotográfico
- Relatório técnico com recomendações para próximas edições

Participação em salões Nacionais, da participação em festivais internacionais e das ações promocionais, com projeção orçamentária por tipo como forma de demonstrar a proposta metodológica e a proporção do investimento nos eventos dentro do escopo orçamentário.

A participação em Salões Nacionais, Festivais Internacionais e Ações Promocionais integra uma estratégia metodológica que visa: ampliar a visibilidade do Artesanato da Bahia em mercados de artesanato, turísticos e comerciais; valorizar os saberes tradicionais e os territórios produtivos das Rotas do Artesanato da Bahia; gerar novas oportunidades de negócios nacionais e internacionais; inserir o artesanato baiano no circuito das economias criativas global, fomentando o desenvolvimento sustentável das comunidades produtivas.

A metodologia se organiza em três frentes:

Mapeamento dos Salões Nacionais: participação em grandes feiras, mostras e salões de artesanato no Brasil, promovendo a comercialização, a troca cultural e a geração de negócios.

Mapeamento dos Festivais Internacionais: ações de internacionalização, participação em feiras de artesanato, salões de design, de economia criativa, além de parcerias com embaixadas, centros de artesanato brasileiros e eventos internacionais vinculados à cultura e economia criativa.

Realização das ações Promocionais: Campanhas de divulgação, vitrines de artesanato, exposições itinerantes, ativações em eventos institucionais e festividades locais, regionais ou nacionais.

Projeção Orçamentária (SUGERIDA) por Tipo de Evento

Tipo de Evento	Descrição	Projeção Orçamentária (R$)
Salões Nacionais	Participação em 3 a 5 feiras ou salões nacionais (logística, passagens e hospedagens)	R$ 200.000 a 300.000 por ano. Trata de uma estimativa.
Festivais Internacionais	Participação em 1 ou 2 eventos internacionais (exemplos de possibilidades: MaisonCObjet - França, Mercado de Artesanato na América Latina, Bienais Culturais, Expo Dubai, Feira Internacional de Lisboa; Expoartesanías, em Bogotá - Colômbia e a Feira Internacional de Artesanato - FIA, em Lisboa -Portugal,)* Cobertura para: (logística, passagens e hospedagens, espaço de exposição - se necessário).	R$ 200.000 a 300.000 por ano. Trata de uma estimativa.

* Caberá ao CFA indicar os eventos pertinentes a participação do Artesanato da Bahia.

COMPOSIÇÃO DO CUSTO POR EVENTO

Item	Descrição
Passagens e logística	Transporte de peças, materiais e equipe técnica
Diárias e hospedagens	Para equipe e artesãos (quando viável)
Produção de materiais gráficos	Catálogos, folders, banners, comunicação visual
Divulgação e mídia	Campanhas digitais, publicidade, assessoria
Taxas de participação	Inscrição nos salões, feiras e festivais
Custos operacionais	Equipe de apoio, transporte local, seguros, tradutores (internacional)

Sugestão de critérios de seleção para participação:

- Representatividade territorial (contemplando as 20 rotas);
- Qualidade técnica e estética dos produtos;
- Diversidade de técnicas e saberes;
- Participação de mestres, mestras e comunidades tradicionais;
- Critérios de sustentabilidade, inovação e identidade cultural.

A participação em salões nacionais permite melhorar a atuação do artesanato baiano, pois esses espaços atuam como vitrines de mercado interno, geração de negócios, vendas diretas e fortalecimento institucional da marca Artesanato da Bahia no cenário brasileiro.

Já os festivais internacionais são fundamentais para a internacionalização do artesanato baiano, abertura de mercados, parcerias, redes culturais e reconhecimento global dos territórios produtivos e dos saberes tradicionais.

Por fim, as ações promocionais permitem o suporte permanente à visibilidade da marca, geração de tráfego para pontos de venda, campanhas digitais e ocupação de espaços públicos e privados estratégicos.

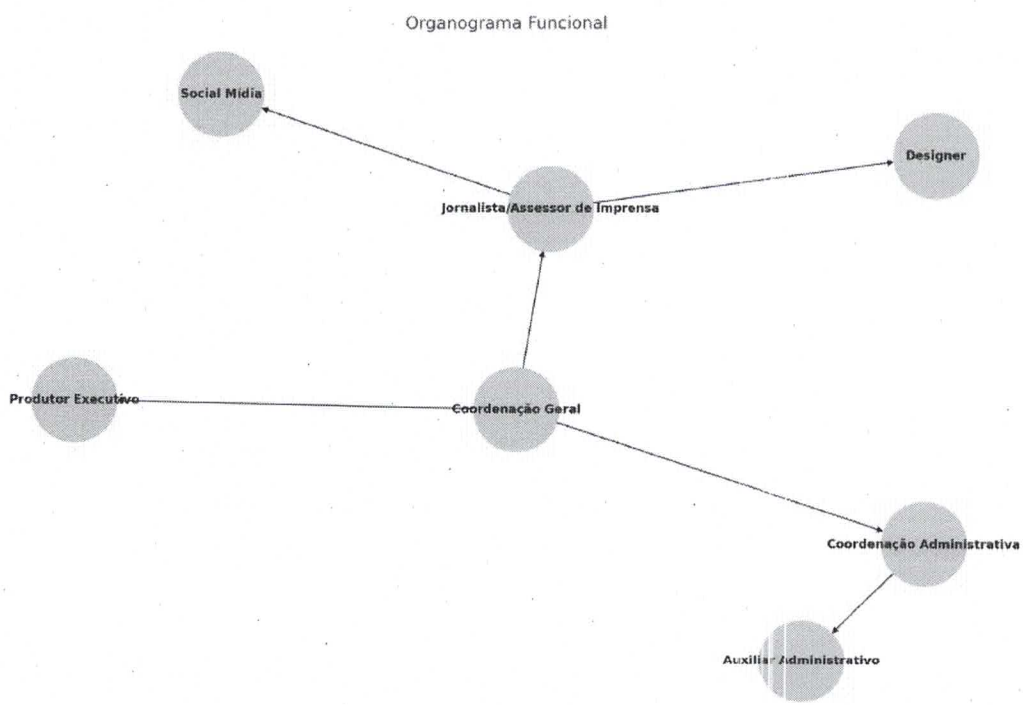
Tendo em vista o investimento nessas ações esperasse alcançar os seguintes resultados:

- Aumento de 30% a 50% na visibilidade institucional da marca Artesanato da Bahia;
- Incremento de 20% a 35% nas vendas diretas e indiretas dos artesãos participantes;
- Geração de novas oportunidades de negócios nacionais e internacionais;

- Fortalecimento da cadeia produtiva artesanal como ativo da economia criativa e do turismo cultural baiano.

ORGANOGRAMA PROPOSTO

De acordo as funções, atribuições e responsabilidades dos sete profissionais a serem contratados, tem-se o seguinte organograma:



Este modelo de organograma exposto foi adotado para garantir alinhamento entre as áreas administrativas, operacionais, comunicacionais e produtivas, promovendo uma gestão

integrada, colaborativa e orientada a resultados. A ideia é garantir uma gestão eficiente por grupamentos de trabalho onde os setores se comunicam entre si.

- **Setor Administrativo:** garante o funcionamento interno, controle de recursos e suporte logístico;
- **Setor de Comunicação:** cuida da imagem, reputação, produção de conteúdo, relacionamento institucional e presença digital;
- **Produção Executiva:** voltada à execução de projetos, atividades e entregas específicas.

4.6. CRITÉRIO 6 - SUSTENTABILIDADE

4.6.1. Parcerias institucionais firmadas que contribuam para o alcance das metas pactuadas e dos objetivos do lote, mediante apresentação do termo de parceria.

Fórum de Cultura da Bahia
Objeto da Parceria: Realização de feiras, eventos de artesanato e ampliação da comunicação do Artesanato da Bahia
Duração da parceria: agosto de 2025 ao final da execução do projeto.
Contribuição para o objeto do lote: Mobilização das artesãs e divulgação das ações de comunicação do Artesanato da Bahia, apoio na realização de eventos nas 20 rotas de artesanato do estado da Bahia através dos colaboradores do Fórum atuantes no Estado.

Secretaria da Mulher do Município de Camaçari
Objeto da Parceria: Realização de feiras, eventos de artesanato e ampliação da comunicação do Artesanato da Bahia no município de Camaçari - BA.
Duração da parceria: agosto de 2025 ao final da execução do projeto.
Contribuição para o objeto do lote: Mobilização das artesãs e divulgação das ações de comunicação do Artesanato da Bahia, apoio na realização de eventos no município de Camaçari - Ba.

Associação de desenvolvimento Comunitário Sustentável
Objeto da Parceria: Realização de feiras, eventos de artesanato e ampliação da comunicação do Artesanato da Bahia no município de Camaçari - BA.
Duração da parceria: agosto de 2025 ao final da execução do projeto.
Contribuição para o objeto do lote: Mobilização das artesãs e divulgação das ações de comunicação do Artesanato da Bahia no município de Camaçari- Ba.

Secretaria Municipal de desenvolvimento Econômico, Turismo e Agricultura do município de Dias D'ávila.
Objeto da Parceria: Realização de feiras, eventos de artesanato e ampliação da comunicação do Artesanato da Bahia no município de Dias D'ávila.
Duração da parceria: agosto de 2025 ao final da execução do projeto.
Contribuição para o objeto do lote: Mobilização das artesãs e divulgação das ações de comunicação do Artesanato da Bahia e poio na realização de eventos no município de Dias Dávila - BA.

4.6.2 REGULAMENTO DE AQUISIÇÕES: Nesse tópico cabe apresentar, conforme edital público, a minuta dos regulamentos de contratação de obras, de compra de bens e serviços, de locação e de alienação, compatíveis com os princípios públicos da publicidade, de moralidade, da eficiência, da isonomia e da impessoalidade.[3]

(MINUTA)

REGULAMENTO PARA CONTRATAÇÃO DE OBRAS, SERVIÇOS, COMPRAS E ALIENAÇÕES DA INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE

O **Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE-FE**, no uso de suas atribuições legais e estatutárias, e por deliberação de seus membros, considerando as diretrizes estabelecidas na **Lei Estadual nº G.433/2005**, que regula os processos de compras e contratos no âmbito dos poderes do Estado da Bahia, e com o objetivo de **padronizar os procedimentos de aquisições e contratações**, especialmente quando executadas com recursos provenientes de parcerias com entes públicos e privados, resolve instituir o presente **Regulamento de Aquisições e Contratações**, conforme as normas e diretrizes a seguir descritas.

CAPÍTULO II — DOS PRINCÍPIOS NORTEADORES

Art. 1º — Princípios Gerais

Todas as aquisições de bens, contratação de obras, serviços, locações e alienações serão realizadas observando os princípios da:

- Impessoalidade
- Moralidade
- Isonomia
- Publicidade
- Economicidade
- Eficiência
- Qualidade
- E a estrita adequação às finalidades estatutárias da instituição e aos objetos dos contratos, convênios e termos de parceria firmados.

CAPÍTULO III — DOS FORNECEDORES E SUAS QUALIFICAÇÕES

Art. 2º — Habilitação dos Fornecedores

[3] Cabe destacar que o termo de referência página 191 solicita, como anexos, a apresentação de Regulamento de seleção e contratação de pessoal e regulamento de compras, bens e locação, ambos em conformidade os princípios públicos da publicidade, eficiência, isonomia e da impessoalidade. De forma que essa proposta apresenta como anexo e ainda aqui no Critério de sustentabilidade como o termo também requer. Ainda que as versões anexadas estejam apresentadas versões mais completas.

Somente poderão ser contratados fornecedores, pessoas físicas ou jurídicas, que estejam devidamente **regularizados junto aos órgãos fiscais e cadastrais competentes**, possuindo CNPJ ou CPF ativo e demais registros aplicáveis à atividade exercida.

Art. 3° — Preferência de Fornecimento

Serão priorizadas cotações realizadas junto a fornecedores cadastrados no sistema **ComprasNet BA** (www.comprasnet.ba.gov.br). Na ausência destes no território de atuação, serão realizadas cotações com fornecedores locais ou regionais.

CAPÍTULO IV — DOS PROCEDIMENTOS DE AQUISIÇÃO E CONTRATAÇÃO

Art. 4° — Planejamento de Compras

As aquisições de bens de consumo serão, preferencialmente, realizadas de forma programada, considerando uma estimativa de consumo para **até 40 (quarenta) dias**, salvo em casos excepcionais, relacionados a demandas específicas de projetos, contratos ou convênios.

Art. 5° — Levantamento de Necessidades

A **Coordenação Administrativa** será responsável por:

- Realizar o levantamento das necessidades por meio da conferência dos estoques e da consulta às unidades operacionais até o **terceiro dia útil de cada mês.**
- Formalizar a solicitação por meio de ficha específica, contendo:
    - Descrição técnica do item;
    - Quantidade solicitada;
    - Setor demandante;
    - Quantidade disponível em estoque.

A compra será autorizada após análise e validação pela **Coordenação Geral e Coordenação Financeira**, que verificará a veracidade das informações.

Art. 6° — Cotação de Preços

- Deverão ser realizadas, no mínimo, **três cotações de fornecedores**, exceto nos casos justificados de ausência de concorrência no mercado.
- Será emitido o documento de **Solicitação de Proposta Comercial**, conforme modelo anexo.
- As propostas serão avaliadas com base nos princípios da **impessoalidade, economicidade, eficiência e qualidade.**

Caso necessário, poderá ser solicitada **amostra dos produtos**, que será analisada na presença do representante do fornecedor, vedada a aceitação de amostras como brinde.

Art. 7° — Contratação de Serviços

- O fornecedor classificado como vencedor será convocado, no prazo de **até 10 (dez) dias úteis**, para assinatura do contrato, conforme modelo constante no Anexo II.
- A proposta deve ser acompanhada de documentos que comprovem a **capacidade técnica do fornecedor**, como contratos anteriores, declarações de capacidade técnica ou registros profissionais pertinentes.

Art. 8° — Critérios de Julgamento

As propostas serão avaliadas considerando os seguintes critérios, conforme aplicável:

a) Menor preço;

b) Menor prazo de entrega;

c) Maior tempo de garantia;

d) Proximidade da assistência técnica;

e) Melhor proposta técnica;

f) Selo ou certificação de qualidade;

g) Conformidade com normas da **ABNT**, **INMETRO** e demais exigências legais específicas;

h) Registro sanitário ou certificações obrigatórias, quando aplicável.

Art. G° — Critérios de Desempate

Na ocorrência de empate entre propostas:

- Será priorizado o fornecedor localizado mais próximo do local de execução do serviço ou entrega do bem.
- Poderão ser considerados critérios de desenvolvimento local, respeitando os princípios deste regulamento.

Art. 10° — Recebimento dos Materiais e Serviços

A entrega será acompanhada pela **Coordenação Administrativa**, que conferirá:

- O pedido;
- A nota fiscal;
- A conformidade física e quantitativa dos itens.

Não serão aceitas cobranças adicionais de frete, salvo se previamente acordado e formalizado no processo.

Art. 11° — Contratação Direta (Dispensa de Cotação)

Admite-se a contratação direta nos seguintes casos:

- Fornecedor exclusivo no mercado;
- Especificações técnicas que justifiquem fornecedor específico;
- Serviços técnicos especializados;
- Emergências operacionais devidamente justificadas.

A contratação direta deve ser instruída com:

- **Parecer técnico**;
- **Justificativa formal da necessidade**;
- **Autorização da Coordenação Técnica.**

Art. 12° — Contratação Complementar de Serviços. O IBDE poderá contratar serviços de caráter **não continuado**, como:

- Capacitação;
- Assistência técnica especializada;
- Manutenção predial e de equipamentos;
- Serviços gerais, segurança, locação de equipamentos, entre outros.

É obrigatória a realização de, no mínimo, três cotações, salvo nas hipóteses do Art. 11.

Art. 13° — Publicidade para Contratações de Maior Valor

Para aquisições de bens ou serviços cujo valor **supere R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais)**, será obrigatória a **publicação de edital** nas redes oficiais do IBDE-FE e, quando pertinente, em outros meios de ampla divulgação.

CAPÍTULO V — DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 14° — Entregas e Conformidade

- Todos os bens e serviços deverão ser entregues no local indicado, nas condições estabelecidas no contrato ou pedido.
- É vedado o recebimento de itens ou serviços que não estejam em conformidade com os termos acordados.

Art. 15° — Casos Omissos

As situações não previstas neste regulamento serão analisadas e decididas pela **Diretoria Executiva do IBDE-FE**, observando a legislação aplicável.

Art. 16° — Vigência

Este regulamento entra em vigor na data de sua aprovação, revogando-se quaisquer disposições anteriores em contrário.

4.6.3. REGULAMENTO PARA SELEÇÃO E CONTRATAÇÃO DE PESSOAL DO INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE.

O Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE , no uso de suas atribuições legais e estatutárias e por deliberação de seus membros, orientado pela Lei 9.433/2005 que regulamenta os processos de admissão de pessoal no âmbito das parcerias com o Poder público do Estado da Bahia e entendendo a necessidade de padronizar seus procedimentos para seleção e contratação de pessoal, especialmente com recursos oriundos de parcerias com entes públicos e privados, **RESOLVE** aprovar REGULAMENTO para a contratação de PESSOAL nos moldes adiante delineados.

CAPÍTULO I

DOS PRINCÍPIOS GERAIS

Art. 1 - Toda contratação de pessoal, obedecerá aos princípios básicos da **impessoalidade**, moralidade, **economicidade, isonomia, eficiência, melhor técnica** e **qualidade**, tendo em vista a sua adequação às finalidades dos serviços e processos

necessários ao cumprimento dos seus objetivos estatutários e em qualquer contrato ou convênio celebrados com Parceiros.

CAPÍTULO II

DAS ETAPAS E PROCEDIMENTOS PARA SELEÇÃO

Art. 2. As contratações de que trata o Caput. serão precedidas de processo de seleção que obedecerá às seguintes etapas:

a) Elaboração da Minuta de Edital (conforme modelo integrante deste regulamento em **Anexo I**) com indicação da comissão responsável pela seleção,

b) Julgamento e aprovação da Minuta do Edital pela diretoria da organização;

c) Divulgação no endereço eletrônico oficial do INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE e em, pelo menos 1 (um) outro veículo de comunicação ou sistema oficial de intermediação de emprego com abrangência municipal e/ou territorial;

d) Recebimento, análise, julgamento e classificação de currículos segundo critérios determinados no Edital;

e) Convocação dos classificados na fase de "análise de Currículo" com pontuação para o cumprimento dos requisitos de seleção;

f) Análise da pontuação e convocação para entrevistas;

g) Julgamento e análise de desempenho nas entrevistas e classificação final dos candidatos que chegaram à etapa de entrevista,

h) Divulgação do resultado nos mesmos meios e veículos utilizados para divulgar o Edital,

i) Convocação dos selecionados para apresentarem-se com os devidos documentos em local, data e horário estabelecido no Edital;

CAPÍTULO III

DA CONTRATAÇÃO

Art. 3. Após o cumprimento de todas as etapas de seleção estabelecidas no Edital pela Comissão de Seleção, os candidatos se apresentarão em local, data e horário previsto em Edital para entrega de documentação, exame admissional e assinatura do contrato.

Parágrafo Primeiro. Havendo modificações em datas, horários e local da apresentação dos selecionados, os mesmos deverão ser comunicados diretamente pela INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE, preferencialmente por telefone e por e-mail.

Parágrafo Segundo. A INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE utilizará para elaboração de sua minuta de Edital o modelo em **Anexo II**, integrante deste Regulamento.

Art. 4. Em caso de empate de preços e equivalência de qualidade, respeitados os princípios gerais, A INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE utilizará como critério de desempate a localização geográfica do candidato, priorizando aquele localizado mais próximo do local onde o serviço será prestado.

Art. 5. É necessário par a execução das etapas de seleção previstas nas alíneas "d" e "e" a existência de, pelo menos, 3 (três) candidatos por vaga a ser preenchida, exceto casos expressamente justificados.

Art. 6. Todos os procedimentos para seleção e contrato de pessoal a partir da aprovação deste Regulamento, comporá processo interno que será devidamente arquivado na sede da INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE inclusive para consulta de qualquer cidadão.

Art. 7. Este Regulamento entre em vigor a partir da data de sua assinatura pelos diretores da INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE.

Art. 8. O presente regulamento não diverge para outros critérios e orientações dadas pelo contratante, devendo os mesmos, serem considerados em função de suas especificações técnicas e estratégicas do contratante.

ANEXO I

MODELO DE EDITAL PARA PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO DE PESSOAL

PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO PARA A CONTRATAÇÃO DE_____
CIVIS

EDITAL Nº 00__/20___

A Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE - INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE, localizada na Travessa da Ajuda, 01, Edf. Martins Catharino; sala 1107, Centro Histórico de Salvador - Bahia, torna pública a abertura de inscrições para Processo Seletivo Simplificado de Análise de Currículo e entrevista, destinado à contratação, por tempo determinado, de profissionais das áreas _____, nos termos do Presente Edital.

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. A seleção de que trata o presente Edital tem por objetivo o provimento de _(por extenso) vagas para _____, cuja atuação acontecerá _____, devendo haver, portanto, disponibilidade para viagens dentro do Estado da Bahia.

1.2. A jornada de trabalho é de _____(por extenso) horas semanais;

1.3. A remuneração é de R$ _____(por extenso), correspondente ao bruto ao qual serão adicionados os seguintes benefícios_____;

1.4. As despesas com deslocamento (transporte e combustível) em deslocamentos exclusivos em atividade da função são de responsabilidade da INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE;

1.5. Para as fases posteriores da seleção efeito da investidura no cargo, somente serão chamados os profissionais que obtiverem classificação na análise de currículo, conforme termos definidos no item __deste Edital.

1.6. Os contratos a serem gerados a partir deste Edital obedecerão ao Regime CLT.

1.7 Os recursos disponíveis para as contratações são oriundos do _____

2. DOS REQUISITOS PARA CONTRATAÇÃO:

2.1. Para ser contratado, o candidato deverá atender, cumulativamente, aos seguintes requisitos:

a) Ter sido classificado neste Processo Seletivo Simplificado;

b) Ter diploma de conclusão de curso emitido por entidade de ensino superior devidamente reconhecida pelo MEC (em caso de profissionais com escolaridade no ensino superior) ou certificado de conclusão de curso técnico ou médio emitido por entidade devidamente credenciada (quando exigidos para profissionais com escolaridade no ensino médio);

c) Não ser servidor público efetivo ou possuir contrato com outro órgão público;

d) apresentarem comprovação de formação e experiência por meio de certificados e declarações de pessoas jurídicas com a qual se vinculou.

3. DAS INSCRIÇÕES

3.1. As inscrições serão realizadas por meio da entrega de currículo e documentos indicados no item 3.4. deste Edital até o dia _/__ /20_, mediante endereço eletrônico indicado no edital;

3.2. Serão aceitas inscrições através de envio de currículo e documentação necessária via Correios desde que seja postados até às 18:00h do dia___ com serviço de aviso de recebimento. O currículo deverá ser postado em envelope devidamente preenchido com o

endereço da INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE, conforme item 3.1. identificado com os dizeres:

Processo seletivo simplificado nº _____

À Comissão de Seleção.

3.3. Não haverá cobrança de taxa de inscrição;

3.4 Documentação necessária:

a) Cópia autenticada do comprovante de formação instrucional;

b) Cópia autenticada do CPF e do RG;

d) Curriculum vitae;

e) Cópia de comprovante de residência.

4.6.4. DA SELEÇÃO

4.1. A seleção, mediante análise dos critérios enumerados nos itens 4.2 e 4.3 abaixo, será realizada por Comissão designada pela INSTITUTO BRASILEIRO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE.

4.2. A seleção ocorrerá em duas fases eliminatórias a saber:

a) Análise comparativa de currículo e conferência de documentação do candidato, desencadeando em classificação dos currículos em função dos critérios definidos no item 4.5.

c) Realização de entrevistas com os candidatos mais bem ranqueados na fase de análise de currículo

4.4. O resultado deste Processo Seletivo Simplificado será divulgado em _/__/20__, nas redes e veículos de comunicação do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE.

4.5. A Comissão encarregada da seleção atribuirá notas, de acordo com os seguintes critérios:

a) Qualificação instrucional comprovada por meio de diplomas/certificados reconhecidos pelo Ministério da Educação que deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada (peso 1 (um) ponto para graduação, acrescido de 0,5 ponto para cada especialização, mestrado ou doutorado, com limite máximo de 2 pontos),

b) Tempo de experiência profissional de ____anos nas áreas _____comprovado por certificados, declarações, contratos etc. (peso 2,5 pontos),

c) Comprovação de experiência profissional de _____anos nas áreas _____realizadas no objeto do contrato _____, (peso 0,5 pontos)

Pontuação mínima de 2,5 pontos e máxima de 5 pontos.

5. DO ESCOPO DOS SERVIÇOS

(descrever em forma de tópicos as atividades a serem desenvolvidas por cada função/cargo)

6. DA ASSINATURA DO CONTRATO

6.1. Os selecionados serão convocados para assinatura do contrato no local_____, no dia _ às ____h.

6.2. Será utilizado o modelo de contrato em Anexo a este Edital de Seleção.

7. INTERPRETAÇÃO E ESCLARECIMENTOS

7.1. Quaisquer dúvidas de caráter técnico, formal ou legal na interpretação deste Edital serão dirimidas pela Comissão de Seleção através do e-mail:_____e do Telefone: _____.

8. DOS RECURSOS

8.1. É facultado ao candidato a apresentação por escrito, de um único recurso, em cada etapa,

devidamente fundamentado, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da divulgação do

resultado. O recurso deverá ser apresentado à Comissão de Seleção.

9. DA CLASSIFICAÇÃO E DO RESULTADO FINAL

9.1. A classificação geral dar-se-á na ordem decrescente da pontuação final de todos os Candidatos, devendo ir para as etapas de prova escrita e entrevista o nº mínimo de três

candidatos por vaga, exceto casos em que não haja pontuação mínima, conforme item 4.5. deste ou número insuficiente de candidatos;

10. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

10.1. A inscrição do candidato implicará na aceitação dos critérios para o processo seletivo contidos neste Edital;

10.2. Os casos omissos serão decididos pela Comissão de Seleção responsável por este processo seletivo.

Salvador, ___/___de 20___.

Comissão de Seleção:

Anexo I - DIMENSIONAMENTO DE PESSOAL

O quadro abaixo observou o quantitativo mínimo estabelecido no item 8 da SEÇÃO C do Termo de referência conforme o lote escolhido, assim tem-se:

DIREÇÃO DO CONTRATO DE GESTÃO DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA PARA PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA ARTESANATO DA BAHIA

Categoria	Quant.	Carga Horária Semanal	Qualificação Exigida	Funções
Coordenador Geral de Promoção e Comunicação	01	40h	Profissional com formação superior e experiência em comunicação e marketing, com experiência comprovada.	Coordenar as ações do serviço de promoção e comunicação do programa Artesanato da Bahia; representar o contrato de gestão; planejar as atividades junto ao corpo funcional; elaborar os relatórios de prestação de contas; zelar pelo cumprimento das cláusulas contratuais, do plano de trabalho e dos documentos de planejamento elaborados; cumprir e fazer cumprir as metas estabelecidas no contrato; realizar as funções concernentes a coordenação geral; participar das reuniões designadas pela SETRE/CFA de alinhamento de ações atinentes à política pública executada no Artesanato da Bahia, quando convocado (a).

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

ÁREA TÉCNICA

Categoria	Quant.	Carga Horária Semanal	Qualificação Exigida	Funções
Coordenador administrativo	01	40h	Profissional de nível superior com experiência em gestão administrativa.	Apoiar a Coordenação geral no suporte administrativo; Auxiliar no controle de requisição e no recebimento do material de escritório; Auxiliar a emissão, expedição e controle de Ofícios; controlar material de consumo e escritório, elaborando pedidos de ressuprimento e controlando o estoque; proceder a agendamento para o uso dos recursos do Contrato; Auxiliar na organização do Centro de Referência; Auxiliar a Coordenação em todas as atividades desenvolvidas no Centro e no campo quando necessário. Auxiliar na elaboração dos relatórios de prestação de contas.
Auxiliar Administrativo	01	40h	Profissional de nível médio, com conhecimentos básicos de Redação Oficial (carta, comunicado interno, ofício), informática (planilhas, editor de textos, internet), procedimentos administrativos e atendimento ao público.	Executar serviços gerais de escritório, tais como: coleta de informações, separação e classificação de documentos e, preenchimento de fichas, formulários e controles, atendimento de pessoas (pessoalmente e por telefone), prestação de informações, participação na organização de arquivos e fichários e datilografia/digitação de ofícios, cartas, minutas e outros textos, seguindo processos e rotinas estabelecidas e/ou orientação superior.
Jornalista / Assessor de Imprensa	01	40h	Profissional com formação superior e experiência em jornalismo, assessoria de imprensa e redes sociais. Preferencialmente experiência com cultura e turismo.	Contribuir com o planejamento e a execução do Plano de Comunicação e Mídia do programa Artesanato da Bahia; criar a redação de textos para releases, redes sociais, site e papelaria; realizar assessoria de imprensa junto à imprensa local, regional e nacional; participar das ações de promoção; escrever projetos; elaborar relatórios; participar de reuniões designadas pela SETRE/CFA de alinhamento de ações atinentes à política pública executada no Artesanato da Bahia, quando convocado (a)
Designer	01	44h	Profissional com formação superior e experiência em design gráfico e design de web. Preferencialmente experiência com cultura e turismo.	Contribuir com o planejamento e a execução do Plano de Comunicação e Mídia do programa Artesanato da Bahia; criar peças gráficas para: papelaria, redes sociais, site, comunicação visual de feiras, festivais e eventos, projetos; atualizar o site; participar das ações de promoção; contribuir com a elaboração de relatórios; participar de reuniões designadas pela SETRE/CFA de alinhamento de ações atinentes à política pública executada no Artesanato da Bahia, quando convocado (a).
Social media	01	44h	Profissional com experiência em jornalismo e/ou cinema/audiovisual e produção de conteúdo para redes sociais. Preferencialmente experiência com cultura e turismo	Contribuir com o planejamento e a execução do Plano de Comunicação e Mídia do programa Artesanato da Bahia; criar e publicar conteúdos audiovisuais para as redes sociais e site; atualizar o site; participar das ações de promoção; contribuir com a elaboração de relatórios; participar de reuniões designadas pela SETRE/CFA de alinhamento de ações atinentes à política pública executada no Artesanato da Bahia, quando convocado (a).
Produtor Executivo	01	44h	Profissional com formação e	Contribuir com o planejamento e a execução do Plano de Comunicação e Mídia do

			experiência em gestão e produção cultural. Preferencialmente com experiência com captação, planejamento e execução de eventos de todos os portes.	programa Artesanato da Bahia; contribuir com a escritura de projetos e planos de ação; levantar orçamentos, selecionar prestadores de serviços; acompanhar pagamentos; produzir ações de promoção; orientar estrategicamente a captação de apoiadores e possíveis canais de captação de recursos através da submissão de projetos; participar das ações de promoção; contribuir com a elaboração de relatórios; participar de reuniões designadas pela SETRE/CFA de alinhamento de ações atinentes à política pública executada no Artesanato da Bahia, quando convocado (a).

TOTAL: 07 pessoas contratadas via CLT

Anexo II - QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO

Este quadro foi preenchido de acordo com as informações contidas no item 7 da SEÇÃO C do termo de referência, conforme lote escolhido.

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS - LOTE 03

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIODICIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTRE	11° TRIMESTRE	12° TRIMESTRE
1 - COMPONENTE FINALÍSTICO - CF																									
														1° ano				2° ano				3° ano			
1	**CF 1 - Instrumentos de gestão, promoção e comunicação para o Programa Artesanato da Bahia, incuindo Cadastramento, Qualificação e Comercialização**	**CF 1.1 - Plano de Comunicação e Mídia**	CF 1.1.1 -Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para o Programa Artesanato da Bahia	Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia atualizado	Trimestral	1 = 10 pontos 0 = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia elaborado, entregue e aprovado pela CFA	Número	Plano de Comunicação e Mídia entregue	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
			CF 1.1.2 - Ações do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia	(Metas do Plano realizadas/ metas do Plano previstas)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 1% de desconto 12 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual das ações previstas e realizadas doPlano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia	Percentual	Relatório Analítico e Executivo mensal entregue	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			CF 1.1.3- Percentual de Avaliações Positivas	(n° de avaliações positivas/ n° de avaliações aplicadas) x 100	Trimestral	70% = 10 pontos < 70% e > = 50% = 8 pontos <=50% = 0 ponto	1	10	NA	NA	Percentual	Percentual	Descritivo da Pesquisa realizada com os dados coletados e tabulados nos Relatórios Técnicos e registros da CFA	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTRE	11° TRIMESTRE	12° TRIMESTRE
I - COMPONENTE FINALÍSTICO - CF																									
2	**CF 2 - Promoção e Comunicação do Programa Artesanato da Bahia**	**CF 2.1 - Ações de Promoção para Qualificação**	CF 2.1.1 - Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação	Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação entregue e atualizado	Trimestral	1 = 10 pontos 0 = 0 pontos	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Plano de Comunicação e Mídia de Qualificação elaborado, entregue e aprovado pela CFA	Número	Plano de Qualificação entregue	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
			CF 2.1.2 - Ações do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação	(Metas do Plano realizadas/metas do Plano previstas)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 1% de desconto 12 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual das Ações previstas e realizadas do Plano Integrado de Marketing, Comunicação e Mídia para Qualificação	Percentual	Relatório Analítico e Executivo mensal entregue	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTRE	11° TRIMESTRE	12° TRIMESTRE
I - COMPONENTE FINALÍSTICO - CF																									
2	**CF 2 - Promoção e Comunicação do Programa Artesanato da Bahia**	**CF 2.2 - Ações de Promoção para eventos de Comercialização**	CF 2.2.1 - Feiras Artesanato da Bahia	Número absoluto	Trimestral	3 = 10 pontos 2 = 5 pontos 1= 2 pontos 0 = 0 ponto	3	30	30 pontos <=> 0% de desconto 15 pontos <=> 1% de desconto 6 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Número de feiras previstas	Número	Relatório Analitico e Executivo mensal entregue	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
			CF 2.2.2 - Metas do Plano de Ação de Feiras	(Metas do Plano de Ação realizadas/metas do Plano de Ação previstas)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 4 pontos < 60% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 1% de desconto 8 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual das metas orientadas pela CFA previstas e realizadas	Percentual	Relatório Analitico e Executivo mensal entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			CF 2.2.3 - Eventos de promoção	(n° de eventos previstos/n° de eventos realizados) x 100	Anual	100% = 10 pontos <100% e > = 60% = 5 pontos < 60% = 0 ponto	3	30	30 pontos <=> 0% de desconto 15 pontos <=> 1% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Número de eventos previstos	Número	Relatórios Analiticos e Executivos mensais, por evento realizado, entregues	6				6				6			
			CF 2.2.4 - Metas do Plano de Ação de Eventos	(n° de metas do Plano de Eventos realizadas/ n° de metas do Plano de Eventos previstas)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% > = 40%= 4 pontos < 40% > = 20%= 2 pontos < 20% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 0,5% de desconto 12 pontos <=> 1% de desconto 8 pontos <=> 1,5% de desconto 4 pontos <=> 1,8% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Metas previstas e realizadas do Plano de Ação de Eventos aprovado	Percentual	Relatório Analitico e Executivo mensal entregue	100%				100%				100%			

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META													
														ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTRE	11° TRIMESTRE	12° TRIMESTRE
I - COMPONENTE FINALISTICO - CF																								
		CF 2.3 - Plano de Ação de promoção para pontos de comercialização	CF - 2.3.1 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para pontos de comercialização permanentes	(n.° de metas do Plano realizadas/ n° metas do Plano previstas) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% > = 40%= 4 pontos < 40% > = 20%= 2 pontos < 20% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 0,5% de desconto 12 pontos <=> 1% de desconto 8 pontos <=> 1,5% de desconto 4 pontos <=> 1,8% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Metas do Plano de Ação orientado e aprovado pela CFA entregue, realizadass	Percentual	Relatório Analitico e Executivo por evento, entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			CF - 2.3.2 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para pontos de venda temporários	(n.° de metas realizadas/ n° de metas previstas) x 100	Anual	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% > = 40%= 4 pontos < 40% > = 20%= 2 pontos < 20% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 0,5% de desconto 12 pontos <=> 1% de desconto 8 pontos <=> 1,5% de desconto 4 pontos <=> 1,8% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Metas do Plano de Ação orientado e aprovado pela CFA entregue, realizadas	Percentual	Relatório Analitico e Executivo mensal entregue	100%				100%				100%			
			CF 2.3.3 - Plano de Ação de Promoção e Comunicação para unidade móvel de comercialização	(n.° de metas realizadas/ n° de metas previstas) x 100	Trimestral	"100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% > = 40%= 4 pontos < 40% > = 20%= 2 pontos < 20% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 0,5% de desconto 12 pontos <=> 1% de desconto 8 pontos <=> 1,5% de desconto 4 pontos <=> 1,8% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual do Plano de Ação orientado e aprovado pela CFA entregue, quantidade de ações previstas e realizadas	Percentual	Relatório Analitico e Executivo mensal entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTR	11° TRIMESTR	12° TRIMESTR
I - COMPONENTE FINALÍSTICO - CF														1° ano				2° ano				3° ano			
3	**CF 3 - Canais e conteúdos virtuais de promoção e comunicação do Programa Artesanato da Bahia**	**CF 3.1 - Canais Virtuais**	CF 3.1.1 - Plataforma virtual do Programa Artesanato da Bahia atualizada	(ações do Plano realizadas / ações do Plano previstas) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 1% de desconto 12 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual do Plano de Ação orientado e aprovado pela CFA entregue, quantidade de ações previstas e realizadas	Percentual	Relatório Analitico de ações de atualização mensal entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
			CF 3.1.2. - Canais virtuais de promoção através de redes sociais	Canais virtuais de promoção em funcionamento	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 16 pontos <=> 1% de desconto 12 pontos <=> 1,5% de desconto 0 ponto <=> 2% de desconto	2%	Percentual dos Canais virtuais de promoção previstos, criados e em funcionamento	Percentual	Relatório Analitico mensal de funcionamento entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
		CF 3.2 - Produtos/conteúdos digitais	CF 3.2.1 - Produtos/conteúdos digitais para canais virtuais através de redes sociais	(n.° de conteúdos realizados/ n° de conteúdos previstos) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos <80% e > = 60% = 6 pontos < 60% = 0 ponto	3	30	30 pontos <=> 0% de desconto 24 pontos = 0,5% de desconto 15 ponto = 0,8 % de desconto 0 ponto =1% de desconto	2%	Percentual do Planos de Midia de conteúdos para redes sociais elaborado, entregue e aprovado pela CFA, ações previstas e realizadas	Percentual	Relatório Analitico mensal entregue	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIODICIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	5º TRIMESTRE	6º TRIMESTRE	7º TRIMESTRE	8º TRIMESTRE	9º TRIMESTRE	10º TRIMESTR	11º TRIMESTR	12º TRIMESTR
I - COMPONENTE FINALÍSTICO - CF																									
														1º ano				2º ano				3º ano			
4	**CF 4 - Ações de promoção para aumentar a capcidade de integração, cooperação e intercooperação das artesãs/ãos, da Federação, das Associações de Artesanato e/ou outros**	**CF 4.1 - Eventos**	CF 4.1.1 - Eventos de mobilização e estímulo à integração e cooperação com foco na promoção	Eventos de mobilização realizados	Trimestral	2 = 10 pontos 1 = 5 pontos 0 = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 10 pontos <=> 0,5% de desconto 0 ponto = 1% de desconto	1%	Número de eventos realizados	Número	Relatório Analítico e Executivo mensal entregue com fotos e lista de presença	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	**CF 5 - Esforços de Captação de Recursos**	**CF 5.1 - Projetos**	CF 3.1.1 - Submissão de projetos em editais de fomento	Número absoluto	Anual	2 = 10 pontos 1 = 5 pontos 0 = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 0 ponto = 2% de desconto	2%	Projetos apresentados e aprovados pela CFA, submetidos	Percentual	Relatório Analítico com comprovação de submissão de projetos em editais	2				2				2			

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTR	11° TRIMESTR	12° TRIMESTR
II - COMPONENTE DE GESTÃO																									
1	CG.1 - Gestão Administrativa Financeira	CG 1.1 - Conformidade das Despesas	CG 1.1.1 - Conformidade das despesas efetuadas pela OS	(total de despesas em conformidade/ total de despesas efetivas no Relatório de Prestação de contas) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% = 0 pontos	1	10	Valor correspondente a despesa considerada não conforme	NA	Percentual de conformidade das despesas	Percentual	Relatório de Prestação de Contas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
		CG 1.2 - Limite de Gastos com Pessoal	CG 1.2.1 - Limite de gastsos com pessoal	(percentual do orçamento de pessoal executrado em relação ao orçamento total previsto/ limite percentual de execução do orçamento de pessoal) x100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% = 0 pontos	1	10	NA	NA	Limite percentual de execução do orçamento de pessoal	Percentual	Relatório de Prestação de Contas	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
2	CG.2 - Gestão de Aquisições	CG 2.1 - Aplicação de regulamento de compras	CG 2.1.1 - Aplicação de Regulamento de Compras	(nº de processos de compras concluidos com aplicação do Regulamento aprovado/ nº de processos de compras verificados no período) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% = 0 pontos	1	10	NA	NA	Percentual de processo de compras conformes	Percentual	Processos de compra	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIODICIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	5º TRIMESTRE	6º TRIMESTRE	7º TRIMESTRE	8º TRIMESTRE	9º TRIMESTRE	10º TRIMESTR	11º TRIMESTR	12º TRIMESTR
II - COMPONENTE DE GESTÃO																									
3	CG 3 - Gestão de Pessoal	CG 3.1 - Seleção e Contratação de Pessoal	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 no período) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% = 0 pontos	1	10	NA	NA	Percentual de processos de seleção conformes	Percentual	Processos de contratação de pessoal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
			CG 3.1.2 - Pessoal contratado de acordo com os requisitos qualitativos exigidos	(nº de postos de trabalho ocupados de acordo com o perfil exigido/ nº de postos de trabalho verificados) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto	1	10	NA	NA	Perecntual de postos ocupados de acordo com o perfil exigido	Percentual	Porcesso de contratação de pessoal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
			CG 3.1.3 - Pessoal contratado de acordo com o quantitativo exigido	(nº de postos de trabalho ocupados/ nº de postos de trabalho previsto) x 100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto	1	10	Desconto considerará a despesa relativa ao posto de trabalho vago	A remuneração relativa ao posto de trabalho não ocupado multiplicada pela quantid	Percentual de ocupação dos postos de trabalho	Proporciotal	Folha de pagamento de pessoal e Quadro de Dimensionamento de Pessoal (Anexo no Contrato)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
		CG 3.2 - Obrigações Trabalhistas	CG 3.2.1 - Provisionamento das Obrigações Trabalhistas e Previdenciárias	(Valor monetário dos provisionamentos realizados/valor dos provisionamentos devidos)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% e > = 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto	1	10	NA	NA	Percentual de provisionamento de pessoal	Percentual	Demonstrativo Financeiro e Relatório de Prestação de Contas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%
			CG 3.2.2 - Cumprimento das Obrigações Trabalhistas	(Valor monetárioda obrigações trabalhistas e previdenciárias (encargos e salários) pagos/valor Valor monetárioda obrigações trabalhistas e previdenciárias devidas)*100	Trimestral	100% = 10 pontos < 100% = 0 pontos	1	10	NA	NA	Percentual das obrigações trabalhistas pagas	Percentual	Folha de pagamento de pessoal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	####	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META														
														ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MAXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	5º TRIMESTRE	6º TRIMESTRE	7º TRIMESTRE	8º TRIMESTRE	9º TRIMESTRE	10º TRIMESTR	11º TRIMESTR	12º TRIMESTR
II - COMPONENTE DE GESTÃO																									
4	**CG 4 - Gestão Patrimonial**	**CG 4.1 - Executar Manutenção Preventiva dos bens públicos**	CG 4.1.1 - Manutenção preventiva dos bens públicos e/ou adquiridos com recurssos do Contrato de Gestão	(nº de ações de manutenção executadas/nº de ações de manutenção previstas no Plano de Manutenção)*100	Trimestral	"=100% = 10 pontos < 100% e >= 90% = 9 pontos < 90% e >= 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto "	1	10	NA	NA	Percentual de ações de manutenção executadas	Percentual	Registro de execução de manutenções	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		CG 4.2 - Dispor de Equipamentos e Instalações Adequadas à Realização das Atividades	CG 4.2.1 - Condição de uso dos equipamentos públicos	(nº de equipamentos em condição de uso/nº de equipamentos vistoriados)*100	Trimestral	=100% = 10 pontos < 100% e >= 90% = 9 pontos < 90% e >= 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto	1	10	NA	NA	Percentual de equipamentos em condições de uso	Percentual	Relatório de vistoria	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
			CG 4.2.2 - Condições de uso das instalações	(nº de instalações em condição de uso/nº de instalações vistoriados)*100	Trimestral	=100% = 10 pontos < 100% e >= 90% = 9 pontos < 90% e >= 80% = 8 pontos < 80% = 0 ponto "	1	10	NA	NA	Percentual de instalações em condições de uso	Percentual	Relatório de vistoria	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COM+A1:Z11

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTR	11° TRIMESTR	12° TRIMESTR
II - COMPONENTE DE GESTÃO																									
5	CG 5 - Gestão de Controle	CG 5.1 - Prestação de contas do Contrato de Gestão	CG 5.1.1 - Prestação de contas do Contrato de Gestão	Nº de Relatórios de Prestação de Contas tempestivos	Trimestral	1 = 10 pontos 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	1	1	1	1
		CG 5.2 - Manifestação dos Conselhos da OS	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 0 = 0 ponto	1	10	NA	NA	Número previsto de Relatório de Prestação de Contas Anual	Percentual	Manifestação favorável dos Conselhos da OS	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
		CG 5.3 - Executar o Plano de Melhoria de Gestão	CG 5.3.1 - Implementação do Plano de Ação de Melhoria de Gestão	melhoria concluidas / Nº de ações de melhoria previstas no Plano para conclusão no periodo x 100	Semestral	=100% = 10 pontos < 100% e >= 90% = 9 pontos < 90% e >= 80% = 8 pontos < 80% =	1	10	NA	NA	Percentual de execução de ações de melhoria	Percentual	Relatório de Prestação de Contas	0	100%	0	100%	0	100%	0	####	0	100%	0	100%
		CG 5.4 - Cumprimento de claúsula contratual	CG 5.4.1 - Cumprimento de claúsula contratual	Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual	Trimestral	1 = 0 ponto 0 = 10 pontos	1	10	NA	NA	Nº de ocorrência de descumprimento de cláusula contratual	Número	Relatórios Técnicos e registros da CFA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			CG 5.4.2 - Responsabilização de irregularidades pelos órgãos de controles	Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle como AGE, Ministério Público,	Trimestral	1 = 0 ponto 0 = 10 pontos	1	10	NA	NA	Nº de ocorrência de responsabilização por irregularidade impetrada por órgãos de controle	Número	Relatório dos Órgãos de Controle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	CG 6 - Gestão de Planejamento	CG 6.1 - Ciclos de reuniões de Planejamento e Gestão	CG 6.1.1 - Ciclo de reuniões promovidos pela CFA voltadas ao planejamento de ações integradas com os outros Contrato de Gestão do Edital N° 006/2025 (Qualificação, Comercialização e Cadastramento, Promoção e Comunicação)	Número absoluto	Trimestral	3 = 10 pontos 0 = 0 ponto	1	10	NA	NA	Participar de ciclo de reuniões com as equipes de gestão dos contratos do edital n° XX/2024 e equipe técnica da CFA	Número	Relatório (com fotos e lista de presença com assinaturas) de ciclo de reuniões e Planejamento Integrado de Ações Convergentes entre os Contratos de Gestão aprovado pela CFA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

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

QUADRO DE INDICADORES E METAS, PARÂMETROS PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E APLICAÇÃO DE DESCONTO - PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO ARTESANATO DA BAHIA

N	LÓGICA DE INTERVENÇÃO	INDICADOR				AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO			DESCONTO		META			ANO 1				ANO 2				ANO 3			
		CÓDIGO INDICADOR	NOME DO INDICADOR	FÓRMULA DE CÁLCULO	PERIDIOCIDADE	PARÂMETRO AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARÂMETRO PARA APLICAÇÃO DE DESCONTO	DESCONTO MÁXIMO	VARIÁVEL PACTUADA	UNIDADE	MEIO DE VERIFICAÇÃO	1° TRIMESTRE	2° TRIMESTRE	3° TRIMESTRE	4° TRIMESTRE	5° TRIMESTRE	6° TRIMESTRE	7° TRIMESTRE	8° TRIMESTRE	9° TRIMESTRE	10° TRIMESTR	11° TRIMESTR	12° TRIMESTR
II - COMPONENTE DE GESTÃO																									
III - COMPONENTE DE IMPLANTAÇÃO																									
1	**CI 1 - Instalação Física**	**CI 1.1 - Sede do Artesanato da Bahia implantado em imóvel sede com mobiliários, equipamento e processos definidos**	CI 1.1.1 - Disponibilizar instalação física, equipe técnica e de gestão para atendimento ao público beneficiário	Número absoluto	Trimestral	1 = 10 pontos 0 = 0 ponto	2	20	20 pontos <=> 0% de desconto 0 ponto = 2% de desconto	2%	Número de instalação física em funcionamento com equipe técnica e de gestão atuando	Unidade	Relatório com fotos da instalação e atividades realizadas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TOTAL DE PONTOS DO COMPONENTE FINALÍSTICO	350	**TOTAL DE DESCONTO**	29%
TOTAL DE PONTOS DO COMPONENTE DE GESTÃO	170		0%
TOTAL DE PONTOS COMPONENTE DE INSTALAÇÃO	20		2%
TOTAL PONTUAÇÃO PARA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO	**540**	**MÁXIMO**	**31%**

5. CRITÉRIO 7 - PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA

5.1 QUADRO ORÇAMENTÁRIO ANALÍTICO

ANO I

ITEM 4.1 QUADRO ORÇAMENTÁRIO ANALÍTICO / SEÇÃO D - MODELO PARA PROPOSTA DE TRABALHO - ANO I

	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
1. Entrada de Recursos					
1.1 Receitas	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.000.000,00
1.1.1 Repasse do Contrato de Gestão	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.2 Rendimentos Líquidos de Aplicações Financeiras (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.3 Outras Receitas (especificar)					
2. Despesas de Custeio	**1º Trimestre**	**2º Trimestre**	**3º Trimestre**	**4º Trimestre**	**TOTAL**
2.1 Despesas com Recursos Humanos					
2.1.1 Remunerações	111.000,00	111.000,00	111.000,00	111.000,00	444.000,00
2.1.1.1 Folha de Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.1.2 Outros (especificar)					
Subtotal (Recursos Humanos)	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**444.000,00**
2.1.2 Encargos Sociais	29.415,00	29.415,00	29.415,00	29.415,00	117.660,00
2.1.2.1 INSS	8.880,00	8.880,00	8.880,00	8.880,00	35.520,00
2.1.2.2 FGTS	1.110,00	1.110,00	1.110,00	1.110,00	4.440,00
2.1.2.3 PIS sobre a Folha de Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.2.4 IRRF sobre a Folha de Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.2.5 Outros encargos/tributos					
Subtotal (Encargos Sociais)	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**157.620,00**
2.1.3 Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais	3.085,80	3.085,80	3.085,80	3.085,80	12.343,20
2.1.3.1 Provisão de férias e abono de férias	9.246,30	9.246,30	9.246,30	9.246,30	36.985,20
2.1.3.2 Provisão de 13º salário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.3 salário	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	17.760,00
2.1.3.4 Provisão de Multa FGTS por dispensa sem justa causa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Provisão de Contribuições previdenciárias incidentes sobre férias, 2.1.3.5 abono de férias e décimo terceiro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.6 Provisão de Aviso Prévio Indenizado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.7 Provisão de PIS incidente sobre férias +abono de férias+13º Salário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.8 Provisão de _____ (outros encargos a especificar)					
Subtotal (Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais)	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**67.088,40**
2.1.4 Benefícios e Insumos de Pessoal	3.600,03	3.600,03	3.600,03	3.600,03	14.400,12
2.1.4.1 Vale Transporte	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	50.400,00
2.1.4.2 Vale Alimentação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.3 Plano de Saúde	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.4 Seguro de Vida	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.5 Plano Odontológico	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.6 Auxílio Educação (Bolsas de estudo, pós graduação, outros)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.7 Outros Benefícios					
Subtotal (Benefícios)	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**64.800,12**
Subtotal Despesas de Pessoal	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**733.508,52**



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

2.2	**Serviços de Terceiros**					
2.2.1	Manutenção de Máquinas e Equipamentos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	12.000,00
2.2.2	Contratação de Assessoria Contábil	10.200,00	10.200,00	10.200,00	10.200,00	40.800,00
2.2.3	Contratação de Assessoria Jurídica	24.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	60.000,00
2.2.4	Contratação de serviços de agência de Comunicação para execução do plano integrado de marketing	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	96.000,00
2.2.6	Seguro Patrimonial para feiras, cursos, oficinas e eventos	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	36.000,00
2.2.7	Locação de Equipamento recreativo	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	192.000,00
2.2.8	Locação de Imóvel com o IPTU incluso	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	48.000,00
2.2.9	Despesas de frete e Locação de veículos	18.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	78.000,00
2.2.10	Contratação de Serviços Gráficos e Impressão em lona venílica	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	132.000,00
2.2.11	Contratação de Produtora de áudios e vídeos	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.2.12	Contratação de Especializada em Vinculação Redes Sociais.	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.2.13	Locação de infra-estrutura: Tendas, Toldos, Palco, Camarim, barricada anti-avalanche, Fechamento metálico, diciplinadores, House mix, Boxtruss, arquibancada, Stands, piso de compensado, tablado de madeira, torre de delay, praticável de alumínio e fechamento em octanorm. sonorização, iluminação, gerador de energia, bebedouro de água, extintores, locação de espaço para evento outros).	201.500,00	201.500,00	201.500,00	201.500,00	806.000,00
2.2 .14	Contratação para Serviços (Limpeza, Segurança Privada, Brigadista, Serviço Médico, Servico de Ambulância e colaboradores de apoio)	44.099,97	44.099,97	44.099,97	44.099,97	176.399,88
2.2.15	Contratação para Capacitação	20.000,00	17.000,00	35.000,00	35.000,00	107.000,00
2.2.16	Contratação para Consultorias	20.000,00	17.000,00	35.000,00	35.000,00	107.000,00
2.2.17	Contratação para Marketing e Divulgação em Outdoor, Busdoor, TV, Rádio Am e FM e Rede social	97.500,00	97.500,00	97.500,00	97.500,00	390.000,00
2.2.18	Serviço de Alimentação	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	50.400,00
	Subtotal (Serviços de Terceiros)	**612.899,97**	**596.899,97**	**632.899,97**	**632.899,97**	**2.475.599,88**
2.3	**Despesas Gerais**					
2.3.1	Telefonia	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	6.000,00
2.3.2	Energia Elétrica	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	6.000,00
2.3.3	Água e Esgoto	600,00	600,00	600,00	600,00	2.400,00
2.3.4	Correios, Telégrafos e Internet	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	4.800,00
2.3.5	Material de Copa e Cozinha	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	18.000,00
2.3.6	Material de Limpeza	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
2.3.7	Material de Expediente	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	30.000,00
2.3.8	Despesas de Viagem (Diárias, hospedagens, alimentação, traslados, passagem terrestre e aérea e outros)	70.500,00	134.500,00	134.500,00	134.500,00	474.000,00
2.3.9	Combustível	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.3.10	Despesas bancárias	300,00	300,00	300,00	300,00	1.200,00
2.3.11	Sistema operacional (Licenca para Software)	400,00	400,00	400,00	400,00	1.600,00
2.3.12	Outras Despesas Gerais	1.722,90	1.722,90	1.722,90	1.722,90	6.891,60
	Subtotal (Despesas Gerais)	**113.722,90**	**177.722,90**	**177.722,90**	**177.722,90**	**646.891,60**
2.4	**Despesas com Manutenção**					
2.4.1	Despesas com Manutenção	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
	Subtotal (Despesas com Manutenção)	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**24.000,00**
2.5	**Tributos**					
2.5.1	IOF	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.2	IRRF sobre aplicações	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.3	IPVA/RENAVAM/Licenciamento/Seguro Obrigatório	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.4	IPTU	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.5	Outros Tributos (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Tributos)	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
3.	**Despesas de Investimento**	**1º Trimestre**	**2º Trimestre**	**3º Trimestre**	**4º Trimestre**	**TOTAL**
3.1	**Aquisição de Bens Permanentes**					
3.1.1	Móveis - cadeiras de escritório	2.500,00	0,00	0,00	0,00	2.500,00
3.1.2	Móveis - mesas de escritório	2.450,00	0,00	0,00	0,00	2.450,00
3.1.3	Móveis - estantes e Armarios	4.500,00	0,00	0,00	0,00	4.500,00
3.1.4	Móveis - sofás e poltronas	2.350,00	0,00	0,00	0,00	2.350,00
3.1.5	Equipamentos - projetor e telas	1.500,00	0,00	0,00	0,00	1.500,00
3.1.6	Equipamentos - computador/ notebook	21.000,00	0,00	0,00	0,00	21.000,00
3.1.7	Utensílios - bebedouro de água	1.500,00	0,00	0,00	0,00	1.500,00
3.1.8	Equipamento - impressora com Wifi	2.800,00	0,00	0,00	0,00	2.800,00
3.1.9	Smartphones	8.000,00	0,00	0,00	0,00	8.000,00
3.1.10	Móveis - bbalcão para artesanato 40 unidades	36.000,00	36.000,00	0,00	0,00	72.000,00
3.1.11	Equipamento de rede (roteadores e switches)	1.400,00	0,00	0,00	0,00	1.400,00
	Total (Despesas de Investimento)	**84.000,00**	**36.000,00**	**0,00**	**0,00**	**120.000,00**
Total de Saídas		**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**4.000.000,00**
Total Geral de Despesas (Custeio + Investimento)						**4.000.000,00**

Para o período de 36 meses.

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

ANO II E III

ITEM 4.1 QUADRO ORÇAMENTÁRIO ANALÍTICO / SEÇÃO D - MODELO PARA PROPOSTA DE TRABALHO - ANO II e III

1.	Entrada de Recursos	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
1.1	**Receitas**					
1.1.1	Repasse do Contrato de Gestão	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.000.000,00
1.1.2	Rendimentos Líquidos de Aplicações Financeiras (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.3	Outras Receitas (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

2.	Despesas de Custeio	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
2.1	**Despesas com Recursos Humanos**					
2.1.1	**Remunerações**					
2.1.1.1	Folha de Pagamento	111.000,00	111.000,00	111.000,00	111.000,00	444.000,00
2.1.1.2	Outros (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Recursos Humanos)	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**444.000,00**
2.1.2	**Encargos Sociais**					
2.1.2.1	INSS	29.415,00	29.415,00	29.415,00	29.415,00	117.660,00
2.1.2.2	FGTS	8.880,00	8.880,00	8.880,00	8.880,00	35.520,00
2.1.2.3	PIS sobre a Folha de Pagamento	1.110,00	1.110,00	1.110,00	1.110,00	4.440,00
2.1.2.4	IRRF sobre a Folha de Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.2.5	Outros encargos/tributos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Encargos Sociais)	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**157.620,00**
2.1.3	**Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais**					
2.1.3.1	Provisão de férias e abono de férias	3.085,80	3.085,80	3.085,80	3.085,80	12.343,20
2.1.3.2	Provisão de 13º salário	9.246,30	9.246,30	9.246,30	9.246,30	36.985,20
2.1.3.3	Provisão de FGTS incidente sobre férias, abono de férias e 13º salário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.4	Provisão de Multa FGTS por dispensa sem justa causa	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	17.760,00
2.1.3.5	Provisão de Contribuições previdenciárias incidentes sobre férias, abono de férias e décimo terceiro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.6	Provisão de Aviso Prévio Indenizado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.7	Provisão de PIS Incidente sobre férias +abono de férias+13º Salário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.3.8	Provisão de _____(outros encargos a especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais)	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**67.088,40**
2.1.4	**Benefícios e Insumos de Pessoal**					
2.1.4.1	Vale Transporte	3.600,03	3.600,03	3.600,03	3.600,03	14.400,12
2.1.4.2	Vale Alimentação	12.600,00	12.600,00	12.600,00	12.600,00	50.400,00
2.1.4.3	Plano de Saúde		0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.4	Seguro de Vida	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.5	Plano Odontológico	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.6	Auxílio Educação (Bolsas de estudo, pós graduação, outros)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.1.4.7	Outros Benefícios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Benefícios)	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**64.800,12**
	Subtotal Despesas de Pessoal	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**733.508,52**
2.2	**Serviços de Terceiros**					
2.2.1	Manutenção de Máquinas e Equipamentos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	12.000,00
2.2.2	Contratação de Assessoria Contábil	10.200,00	10.200,00	10.200,00	10.200,00	40.800,00
2.2.3	Contratação de Assessoria Jurídica	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	48.000,00
2.2.4	Contratação de serviços de agência de Comunicação para execução do plano integrado de marketing	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	96.000,00
2.2.5	Seguro Patrimonial para feiras, cursos, oficinas e eventos	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	36.000,00
2.2.6	Locação de Equipamento recreativo	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	192.000,00
2.2.7	Locação de Imóvel com o IPTU incluso	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	48.000,00
2.2.8	Despesas de frete e Locação de veículos	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	80.000,00
2.2.9	Contratação de Serviços Gráficos e Impressão em lona venílica	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	132.000,00
2.2.10	Contratação de Produtora de áudios e vídeos	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.2.11	Contratação de Especializada em Vinculação Redes Sociais.	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.2.12	Locação de infra-estrutura: Tendas, Toldos, Palco, Camarim, barricada anti-avalanche, Fechamento metálico, diciplinadores, House mix, Boxtruss, arquibancada, Stands, piso de compensado, tablado de madeira, torre de delay, praticável de alumínio e fechamento em octanorm. sonorização, iluminação, gerador de energia, bebedouro de água, extintores, locação de espaço para evento outros).	201.500,00	201.500,00	201.500,00	201.500,00	806.000,00
2.2.13	Contratação para Serviços (Limpeza, Segurança Privada, Brigadista, Serviço Médico, Servico de Ambulância e colaboradores de apoio)	44.099,97	44.099,97	44.099,97	44.099,97	176.399,88
2.2.14	Contratação para Capacitação	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	140.000,00
2.2.15	Contratação para Consultorias	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	140.000,00
2.2.16	Contratação para Marketing e Divulgação em Outdoor, Busdoor, TV, Rádio Am e FM e Rede social	97.500,00	97.500,00	97.500,00	97.500,00	390.000,00
2.2.17	Serviço de Alimentação	26.100,00	26.100,00	26.100,00	26.100,00	104.400,00
	Subtotal (Serviços de Terceiros)	**646.399,97**	**646.399,97**	**646.399,97**	**646.399,97**	**2.585.599,88**
2.3	**Despesas Gerais**					
2.3.1	Telefonia	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	6.000,00
2.3.2	Energia Elétrica	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	6.000,00
2.3.3	Água e Esgoto	600,00	600,00	600,00	600,00	2.400,00
2.3.4	Correios, Telégrafos e Internet	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	4.800,00
2.3.5	Material de Copa e Cozinha	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	18.000,00
2.3.6	Material de Limpeza	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
2.3.7	Material de Expediente	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	30.000,00
2.3.8	Despesas de Viagem (Diárias, hospedagens, alimentação, traslados, passagem terrestre e aérea e outros)	121.000,00	121.000,00	121.000,00	121.000,00	484.000,00
2.3.9	Combustível	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	72.000,00
2.3.10	Despesas bancárias	300,00	300,00	300,00	300,00	1.200,00
2.3.11	Sistema operacional (Licenca para Software)	400,00	400,00	400,00	400,00	1.600,00
2.3.12	Outras Despesas Gerais	1.722,90	1.722,90	1.722,90	1.722,90	6.891,60
	Subtotal (Despesas Gerais)	**164.222,90**	**164.222,90**	**164.222,90**	**164.222,90**	**656.891,60**
2.4	**Despesas com Manutenção**					
2.4.1	Despesas com Manutenção	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
	Subtotal.(Despesas com Manutenção)	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**24.000,00**
2.5	**Tributos**					
2.5.1	IOF	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.2	IRRF sobre aplicações	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.3	IPVA/RENAVAM/Licenciamento/Seguro Obrigatório	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.4	IPTU	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.5.5	Outros Tributos (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Subtotal (Tributos)	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**

3.	Despesas de Investimento	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
3.1	**Aquisição de Bens Permanentes**					
3.1.1	Móveis - cadeiras de escritório	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.2	Móveis - mesas de escritório	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.3	Móveis - estantes e Armarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.4	Móveis - sofás e poltronas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.5	Equipamentos - projetor e telas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.6	Equipamentos - computador/ notebook	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.7	Utensílios - bebedouro de água	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.8	Equipamento - impressora com Wifi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.9	Smartphones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.10	Móveis - bbalcão para artesanato 40 unidades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.1.11	Equipamento de rede (roteadores e switches)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total (Despesas de Investimento)	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Total de Saídas		**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**4.000.000,00**
Total Geral de Despesas (Custeio + Investimento)						**4.000.000,00**

5.2. QUADRO ORÇAMENTÁRIO SINTÉTICO

ANO I

ITEM 4.2 QUADRO ORÇAMENTÁRIO SINTÉTICO / SEÇÃO D - MODELO PARA PROPOSTA DE TRABALHO - ANO I

1.1	Receitas	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
1.1.1	Repasse do Contrato de Gestão	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.000.000,00
1.1.2	Rendimentos Líquidos de Aplicações Financeiras (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.3	Outras Receitas (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

2.	Despesas de Custeio	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
2.1	Despesas com Recursos Humanos					
2.1.1	Remunerações	111.000,00	111.000,00	111.000,00	111.000,00	444.000,00
	(A) Subtotal (Remuneração)	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**444.000,00**
2.1.2	Encargos Sociais	39.405,00	39.405,00	39.405,00	39.405,00	157.620,00
	Subtotal (Encargos Sociais)	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**157.620,00**
2.1.3	Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais	16.772,10	16.772,10	16.772,10	16.772,10	67.088,40
	Subtotal (Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais)	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**67.088,40**
2.1.4	Benefícios e Insumos de Pessoal	16.200,03	16.200,03	16.200,03	16.200,03	64.800,12
	Subtotal (Benefícios Insumo de Pessoal)	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**64.800,12**
	(A) Subtotal (Despesas Recursos Humanos)	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**733.508,52**
2.2	Serviço de Terceiros	612.899,97	596.899,97	632.899,97	632.899,97	2.475.599,88
	(B) Subtotal (Servicos de Terceiros)	**612.899,97**	**596.899,97**	**632.899,97**	**632.899,97**	**2.475.599,88**
2.3	Despesas Gerais	113.722,90	177.722,90	177.722,90	177.722,90	646.891,60
	(C) Subtotal (Despesas Gerais)	**113.722,90**	**177.722,90**	**177.722,90**	**177.722,90**	**646.891,60**
2.4	Despesas com Manutenção	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
	(D) Subtotal (Manutenções)	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**24.000,00**
2.5	Tributos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(E) Subtotal (Tributos)	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
	Total Geral das Despesas com Custeio	**916.000,00**	**964.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**3.880.000,00**

3.	Despesas de Investimento	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
3.1	Aquisição de Bens Permanentes	84.000,00	36.000,00	0,00	0,00	120.000,00
	Total Geral das Despesas de Investimento	**84.000,00**	**36.000,00**	**0,00**	**0,00**	**120.000,00**
	Total Geral de Despesas (Custeio + Investimento)	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**4.000.000,00**

ANO II E III

ITEM 4.2 QUADRO ORÇAMENTÁRIO SINTÉTICO / SEÇÃO D - MODELO PARA PROPOSTA DE TRABALHO - ANO II e III

1.1	Receitas	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
1.1.1	Repasse do Contrato de Gestão	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	4.000.000,00
1.1.2	Rendimentos Líquidos de Aplicações Financeiras (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.1.3	Outras Receitas (especificar)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

2.	Despesas de Custeio	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
2.1	Despesas com Recursos Humanos					
2.1.1	Remunerações	111.000,00	111.000,00	111.000,00	111.000,00	444.000,00
	(A) Subtotal (Remuneração)	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**111.000,00**	**444.000,00**
2.1.2	Encargos Sociais	39.405,00	39.405,00	39.405,00	39.405,00	157.620,00
	Subtotal (Encargos Sociais)	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**39.405,00**	**157.620,00**
2.1.3	Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais	16.772,10	16.772,10	16.772,10	16.772,10	67.088,40
	Subtotal (Provisões - Encargos Trabalhistas e Sociais)	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**16.772,10**	**67.088,40**
2.1.4	Benefícios e Insumos de Pessoal	16.200,03	16.200,03	16.200,03	16.200,03	64.800,12
	Subtotal (Benefícios Insumo de Pessoal)	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**16.200,03**	**64.800,12**
	(A) Subtotal (Despesas Recursos Humanos)	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**183.377,13**	**733.508,52**
2.2	Serviço de Terceiros	646.399,97	646.399,97	646.399,97	646.399,97	2.585.599,88
	(B) Subtotal (Servicos de Terceiros)	**646.399,97**	**646.399,97**	**646.399,97**	**646.399,97**	**2.585.599,88**
2.3	Despesas Gerais	164.222,90	164.222,90	164.222,90	164.222,90	656.891,60
	(C) Subtotal (Despesas Gerais)	**164.222,90**	**164.222,90**	**164.222,90**	**164.222,90**	**656.891,60**
2.4	Despesas com Manutenção	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	24.000,00
	(D) Subtotal (Manutenções)	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**6.000,00**	**24.000,00**
2.5	Tributos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(E) Subtotal (Tributos)	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
	Total Geral das Despesas com Custeio	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**4.000.000,00**

3.	Despesas de Investimento	1º Trimestre	2º Trimestre	3º Trimestre	4º Trimestre	TOTAL
3.1	Aquisição de Bens Permanentes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Total Geral das Despesas de Investimento	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
	Total Geral de Despesas (Custeio + Investimento)	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**1.000.000,00**	**4.000.000,00**

Para o período de 36 meses.

5.3 QUADRO DE DESPESAS COM PESSOAL

ITEM 4.3 DESPESAS DE PESSOAL / SEÇÃO D - MODELO DE PROPOSTA DE TRABALHO ANO I, II E III

Nº.	Cargo	Qtde de trabalhadores (Q)	Forma de Vínculo	Carga Horária Semanal	REMUNERAÇÃO		ENCARGOS								BENEFÍCIOS E INSUMOS DE PESSOAL			PROVISÕES - ENCARGOS TRABALHISTAS E SOCIAIS									Subtotal (A+B+C+D)	Total Geral [(A+B+C+D)*Q]
					Remuneração Bruta (Mensal)	Total Remuneração Bruta Anual (A)	FGTS	FGTS Multa Rescisória	INSS Patronal	PIS	13º Salário	1/3 Férias	Total Encargos Mensal	Total de Encargos Anual (B)	Vale Transporte	Vale Alimentação	Total de Benefícios Anual (C)	Férias + abono de férias	13º Salário	FGTS incidente sobre férias, abono de férias e 13º salário	Multa FGTS por dispensa sem justa causa	Contribuições previdenciárias incidentes sobre férias, abono de férias e 13º	Rescisão de Trabalho (Aviso Prévio, Saldo de Salário, etc)	PIS Incidente sobre férias +abono de férias+13º Sal.	Total Provisões Mensal	Total de Provisões (D)		
1	Coordenação Geral - produção e comunicação	1	CLT	40h	R$ 8.000,00	R$ 96.000,00	640,00	0,00	2.120,00	80,00	0,00	0,00	2.840,00	R$ 34.080,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	222,40	666,40	0,00	320,00	0,00	0,00	0,00	1.208,80	R$ 14.505,60	153.842,76	153.842,76
2	Coordenação Administrativa	1	CLT	40h	R$ 6.250,00	R$ 75.000,00	500,00	0,00	1.656,25	62,50	0,00	0,00	2.218,75	R$ 26.625,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	173,75	520,63	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	944,38	R$ 11.332,50	122.214,66	122.214,66
3	Auxiliar Administrativo	1	CLT	40h	R$ 2.500,00	R$ 30.000,00	200,00	0,00	662,50	25,00	0,00	0,00	887,50	R$ 10.650,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	69,50	208,25	0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	377,75	R$ 4.533,00	54.440,16	54.440,16
4	Jornalista/ Assessor de Imprensa	1	CLT	40h	R$ 5.000,00	R$ 60.000,00	400,00	0,00	1.325,00	50,00	0,00	0,00	1.775,00	R$ 21.300,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	139,00	416,50	0,00	200,00	0,00	0,00	0,00	755,50	R$ 9.066,00	99.623,16	99.623,16
5	Designer	1	CLT	40h	R$ 4.500,00	R$ 54.000,00	360,00	0,00	1.192,50	45,00	0,00	0,00	1.597,50	R$ 19.170,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	125,10	374,85	0,00	180,00	0,00	0,00	0,00	679,95	R$ 8.159,40	90.586,56	90.586,56
6	Social Mídia	1	CLT	40h	R$ 4.500,00	R$ 54.000,00	360,00	0,00	1.192,50	45,00	0,00	0,00	1.597,50	R$ 19.170,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	125,10	374,85	0,00	180,00	0,00	0,00	0,00	679,95	R$ 8.159,40	90.586,56	90.586,56
7	Produtor Executivo	1	CLT	40h	R$ 6.250,00	R$ 75.000,00	500,00	0,00	1.656,25	62,50	0,00	0,00	2.218,75	R$ 26.625,00	171,43	600,00	R$ 9.257,16	173,75	520,63	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	944,38	R$ 11.332,50	122.214,66	122.214,66
	TOTAL	7			R$ 37.000,00	R$ 444.000,00	2.960,00	0,00	9.805,00	370,00	0,00	0,00	13.135,00	R$ 157.620,00	1.200,01	4.200,00	R$ 64.800,12	1.028,60	3.082,10	0,00	1.480,00	0,00	0,00	0,00	5.590,70	R$ 67.088,40	733.508,52	733.508,52

Para o período de 36 meses.

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

5.4 QUADRO ANALÍTICO DE DESPESAS GERAIS, SERVIÇOS DE TERCEIROS, DESPESAS COM MANUTENÇÃO E BENS PERMANENTES

DESPESAS GERAIS

ANO I

ITEM 4.4 QUADRO ANALÍTICO DE DESPESAS GERAIS - ANO I

Nº.	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL	JUSTIFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Telefonia	1	Und	R$ 500,00	R$ 6.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
2	Energia Elétrica	1	Und	R$ 500,00	R$ 6.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
3	Água e Esgoto	1	Und	R$ 200,00	R$ 2.400,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
4	Correio, Telégrafos e Internet	1	Und	R$ 400,00	R$ 4.800,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
5	Material de Copa e Cozinha	1	Und	R$ 1.500,00	R$ 18.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
6	Material de Limpeza	1	Und	R$ 2.000,00	R$ 24.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
7	Material de Expediente	1	Und	R$ 2.500,00	R$ 30.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
8	Despesas de Viagem (Diárias, hospedagens, alimentação, translados e outros)	1	Und	R$ 40.333,33	R$ 484.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
9	Combustível	1	Und	R$ 6.000,00	R$ 72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
10	Despesas bancárias	1	Und	R$ 100,00	R$ 1.200,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
11	Sistema Operacional (Licença para Software)	1	Und	R$ 133,33	R$ 1.600,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
12	Outras Despesas Gerais	1	Und	R$ 574,30	R$ 6.891,60	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
					R$ 656.891,60	

ANO II E III

ITEM 4.4 QUADRO ANALÍTICO DE DESPESAS GERAIS - ANO II E III

Nº	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL	JUSTIFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Telefonia	1	Und	R$ 500,00	R$ 6.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
2	Energia Elétrica	1	Und	R$ 500,00	R$ 6.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
3	Água e Esgoto	1	Und	R$ 200,00	R$ 2.400,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
4	Correio, Telégrafos e Internet	1	Und	R$ 400,00	R$ 4.800,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
5	Material de Copa e Cozinha	1	Und	R$ 1.500,00	R$ 18.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
6	Material de Limpeza	1	Und	R$ 2.000,00	R$ 24.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
7	Material de Expediente	1	Und	R$ 2.500,00	R$ 30.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
8	Despesas de Viagem (Diárias, hospedagens, alimentação, translados	1	Und	R$ 40.333,33	R$ 484.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
9	Combustível	1	Und	R$ 6.000,00	R$ 72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
10	Despesas bancárias	1	Und	R$ 100,00	R$ 1.200,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
11	Sistema Operacional (Licença para Software)	1	Und	R$ 133,33	R$ 1.600,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
12	Outras Despesas Gerais	1	Und	R$ 574,30	R$ 6.891,60	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
					R$ 656.891,60	

SERVIÇOS DE TERCEIROS

ANO I

ITEM 4.4 QUADRO ANALÍTICO DE SERVIÇOS DE TERCEIROS - ANO I

Nº	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL	JUSTFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Manutenção de Máquinas e Equipamentos	1	und	R$ 1.000,00	R$ 12.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
2	Contratação de Assessoria Contábil	1	und	R$ 3.400,00	R$ 40.800,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
3	Contratação de Assessoria Jurídica	1	und	R$ 8.000,00	R$ 96.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
4	Contratação de serviços de agência de Comunicação para execução do plano integrado de marketing	1	und	R$ 8.000,00	R$ 96.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
5	Seguro Patrimonial para feiras, cursos, oficinas e eventos	1	und	R$ 3.000,00	R$ 36.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
6	Locação de Equipamento recreativo	1	und	R$ 16.000,00	R$ 192.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
7	Locação de Imóvel com IPTU incluso	1	und	R$ 4.000,00	R$ 48.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
8	Despesas de frete e Locação de Veículos	1	und	R$ 6.500,00	R$ 78.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
9	Contratação de Serviços Gráficos e Impressão em lona vinílica	1	und	R$ 11.000,00	R$ 132.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
10	Contratação de Produtora de áudios e vídeos	1	und	R$ 6.000,00	R$ 72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
11	Contratação de Especializada em vinculação Rede Sociais	1	und	R$ 6.000,00	R$ 72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
12	Locação de Infraestrutura...	1	und	R$ 67.166,67	R$ 806.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
13	Contratação de Serviços de Limpeza, Segurança Privada, Brigadista...)	1	und	R$ 14.699,99	R$ 176.399,88	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
14	Contratação para Capacitação	1	und	R$ 8.916,67	R$ 107.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
15	Contratação para Consultorias	1	und	R$ 8.916,67	R$ 107.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
16	Contratação para Marketing e Divulgação em Outdoors...	1	und	R$ 32.500,00	R$ 390.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
17	Serviço de Alimentação	1	und	R$ 4.200,00	R$ 50.400,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
					R$ 2.511.599,88	

ANO II E III

ITEM 4.4 QUADRO ANALITICO DE SERVIÇOS DE TERCEIROS - ANO II e III							
Nº	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL		JUSTFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Manutenção de Máquinas e Equipamentos	1	und	R$ 1.000,00	R$	12.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
2	Contratação de Assessoria Contábil	1	und	R$ 3.400,00	R$	40.800,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
3	Contratação de Assessoria Jurídica	1	und	R$ 4.000,00	R$	48.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
4	Contratação de serviços de agência de Comunicação para execução do plano integrado de marketing	1	und	R$ 8.000,00	R$	96.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
5	Seguro Patrimonial para feiras, cursos, oficinas e eventos	1	und	R$ 3.000,00	R$	36.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
6	Locação de Equipamento recreativo	1	und	R$ 16.000,00	R$	192.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
7	Locação de Imóvel com IPTU incluso	1	und	R$ 4.000,00	R$	48.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
8	Despesas de frete e Locação de Veículos	1	und	R$ 12.000,00	R$	144.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
9	Contratação de Serviços Gráficos e Impressão em lona vinílica	1	und	R$ 11.000,00	R$	132.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
10	Contratação de Produtora de áudios e vídeos	1	und	R$ 6.000,00	R$	72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
11	Contratação de Especializada em vinculação Rede Sociais	1	und	R$ 6.000,00	R$	72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
12	Locação de Infraestrutura...	1	und	R$ 67.166,67	R$	806.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
13	Contratação de Serviços de Limpeza, Segurança Privada, Brigadista...)	1	und	R$ 14.699,99	R$	176.399,88	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
14	Contratação para Capacitação	1	und	R$ 11.666,67	R$	140.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
15	Contratação para Consultorias	1	und	R$ 11.666,67	R$	140.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
16	Contratação para Marketing e Divulgação em Outdoors...	1	und	R$ 32.500,00	R$	390.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
17	Serviço de Alimentação	1	und	R$ 8.700,00	R$	104.400,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
					R$	**2.649.599,88**	

DESPESAS COM MANUTENÇÃO

ANO I, II E III

ITEM 4.4 QUADRO ANALÍTICO DE DESPESAS COM MANUTENÇÃO - ANO I, II E III						
Nº	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL	JUSTFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Despesas com manutenção	1	und	R$ 2.000,00	R$ 24.000,00	Necessário para o bom funcionamento
					R$ 24.000,00	

Para o período de 36 meses.

BENS PERMANENTES

ANO I

ITEM 4.4 QUADRO ANALÍTICO DA AQUISIÇÃO DE BENS PERMANENTES - ANO I							
Nº	DESCRIÇÃO	QTDE	UNIDADE	VALOR MENSAL UNITÁRIO	VALOR ANUAL		JUSTFICATIVA DDA CONTRATAÇÃO
1	Móveis - cadeiras de escritório	1	und	R$ 2.500,00	R$	2.500,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
2	Móveis - mesas de escritório	1	und	R$ 2.450,00	R$	2.450,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
3	Móveis - estantes e armários	1	und	R$ 4.500,00	R$	4.500,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
4	Móveis - sofás e poltronas	1	und	R$ 2.350,00	R$	2.350,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
5	Equipamentos - projetor e telas	1	und	R$ 1.500,00	R$	1.500,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
6	Equipamentos - computador/ notebook	1	und	R$ 21.000,00	R$	21.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
7	Utenspilios - bebedouro de água	1	und	R$ 1.500,00	R$	1.500,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
8	Equipamentos - impressora com wifi	1	und	R$ 2.800,00	R$	2.800,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
9	Smartphones	1	und	R$ 8.000,00	R$	8.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
10	Móveis - balcão para artesanato	40	und	R$ 1.800,00	R$	72.000,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
11	Equipamento de rede (roteadores e switches)	1	und	R$ 1.400,00	R$	1.400,00	Necessário para o bom funcionamento e realização das atividades
					R$	**120.000,00**	

Para o período de 36 meses.

5.5 CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO									
ANO	RECURSO	Parcela		Parcela		Parcela		Parcela	TOTAL
I	Custeio	R$	916.000,00	R$	964.000,00	R$	1.000.000,00	R$ 1.000.000,00	R$ 3.880.000,00
	Investimento	R$	84.000,00	R$	36.000,00	R$	-	R$ -	R$ 120.000,00
TOTAL ANO I		**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$ 1.000.000,00**	**R$ 4.000.000,00**
ANO	RECURSO	Parcela		Parcela		Parcela		Parcela	TOTAL
II	Custeio	R$	1.000.000,00	R$	1.000.000,00	R$	1.000.000,00	R$ 1.000.000,00	R$ 4.000.000,00
	Investimento	R$	-	R$	-	R$	-	R$ -	R$ -
TOTAL ANO II		**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$ 1.000.000,00**	**R$ 4.000.000,00**
ANO	RECURSO	Parcela		Parcela		Parcela		Parcela	TOTAL
III	Custeio	R$	1.000.000,00	R$	1.000.000,00	R$	1.000.000,00	R$ 1.000.000,00	R$ 4.000.000,00
	Investimento	R$	-	R$	-	R$	-	R$ -	R$ -
TOTAL ANO III		**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$**	**1.000.000,00**	**R$ 1.000.000,00**	**R$ 4.000.000,00**
TOTAL		**R$**	**2.000.000,00**	**R$**	**2.000.000,00**	**R$**	**2.000.000,00**	**R$ 2.000.000,00**	**R$ 12.000.000,00**

A proposta orçamentaria Instituto Brasileiro do Desenvolvimento do Esporte - IBDE é no valor total de R$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), sendo valida pelo período de 120 (cento e vinte) dias.

Salvador, 26 de maio de 2025

ANO I

RECURSO 1° PARCELA 2° PARCELA 3° PARCELA 4° PARCELA T OTAL ANUAL

Custei: R$916.000,00 - R$964.000,00 - R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00

Investimento: R$120.000,00

Total por trimestre: R$1.000.000,00

TOTAL GERAL: R$4.000.000,00

ANO II

RECURSO 5° PARCELA 6° PARCELA 7° PARCELA 8° PARCELA TOTAL ANUAL II

Custeio R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00

Investimento R$0,00

Total por trimestre R$1.000.000,00

TOTAL GERAL R$4.000.000,00

ANO III

RECURSO 9° PARCELA 10° PARCELA 11° PARCELA 12° PARCELA TOTAL ANUAL

Custeio R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00 - R$1.000.000,00

Investimento R$0,00

Total por trimestre R$1.000.000,00

TOTAL GERAL R$4.000.000,00

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

A proposta orçamentária da Instituto Brasileiro de Desenvolvimento do Esporte - IBDE é no valor de **R$12.000.000,00 (doze milhões de reais), sendo válida pelo prazo de 120 (cento e vinte) dias a contar do dia 27/05/2025.**

Salvador, 04 de 08 de 2025.

Augusto Sérgio Vasconcelos de Oliveira
Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte – SETRE

Rilson Silva Campos
Instituto Brasileiro do Desenvolvimento do Esporte- IBDE

Testemunhas:
CPF

CPF 505585285-20

ANEXO II- SISTEMÁTICA PARA AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE GESTÃO DA ORGANIZAÇÃO SOCIAL CONTRAO DE GESTÃO Nº 047/2025

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

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

ID anual = Média aritmética dos ID trimestrais

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

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

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

Os índices ICF e ICG serão calculados a cada trimestre após a valoração dos indicadores.Os indicadores estão organizados por componentes: Componente Finalístico - CF, Componente de Gestão –CG e Componente de Implantação - CI.OCF reúne os indicadores relacionados às atividades e entregas associadas à finalidade de atender ao público, atingindo os objetivos definidos. Engloba ainda os indicadores vinculados ao Objetivo Superior - OSU e ao Objetivo do Serviço - OSE, que se constituem no componentefinalístico ampliado. O CG contempla os indicadores relacionados às atividades e entregas associadas à gestão orçamentária, dos recursos humanos, dos bens patrimoniais etc.O CI envolve os indicadores afetos às atividades por vezes necessárias à disponibilização dos meios para execução do serviço nos padrões pactuados, envolvendo estrutura, instalações, equipamentos, sistemas, processos de trabalho, pessoas etc. Os indicadores vinculadosao CI serão acompanhados trimestralmente, entretanto, não integram as avaliações trimestrais (ID trimestral) e anuais (ID anual)."

A valoração dos indicadores será realizada com base nos parâmetros para avaliação de desempenho definidos no Quadro de Indicadores e Metas, Parâmetros para Avaliação de Desempenho e Aplicação de Desconto e será realizada da seguinte forma:

(a) aplica-se a relação percentual entre o resultado alcançado e a meta vinculada à variável pactuada;
(b) verifica-se o parâmetro de avaliação de desempenho do indicador, o qual determina a quantidade de pontos de acordo com o percentual de alcance da meta e
(c) multiplica-se a quantidade de pontos obtida com o peso previsto para o indicador, conforme exemplo abaixo:

[Utilizar informação dos indicadores do serviço]

Variável Pactuada:	Nº previsto de EVE para o período
Meta (a):	450
Resultado alcançado (b):	400
Percentual de Alcance (b/a x 100):	400/450 x 100 = 89%
Parâmetro de Avaliação de Desempenho:	100% = 10 pontos < 100% e >= 90% = 9 pontos < 90% e >= 80% =8 pontos < 80% = 0 ponto
Pontuação Parcial (c):	8 pontos
Peso (d):	3
Pontuação Obtida (c x d):	8 x 3 = 24 pontos

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

[Utilizar informação do total de pontos do componente finalístico do quadro de indicadores do serviço]

Total de Pontos doComponente Finalístico (e):	230
Total de Pontos Obtidos (f):	200
Percentual de alcance doComponente Finalístico(f/e x 100):	200/230 x 100 = 87%
ICF:	0,87

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

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

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

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

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

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

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

A Comissão de Monitoramento e Avaliação realizará o acompanhamento trimestral,de acordo com a periodicidade da prestação de contas do Plano de Ação de Melhoria e apresentará o estágio de execução nos Relatórios Técnicos Trimestrais.

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 Secretariado 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.

Local/Data	**Nome Completo do(a) Proponente**	**Assinatura do(a) Proponente**
Salvador, 2025	**RILSON SILVA CAMPOS**	

APROVAÇÃO PELA CONCEDENTE (USO EXCLUSIVO DA SETRE)

Comissão de Seleção de Projetos: ( ) Aprovado

Data: /	Data: / /	Data: / /
Assinatura:	Assinatura	Assinatura:
Nome	Nome	Nome
Matrícula	Matrícula	Matrícula

Salvador, 04 / 08 /2025.

AUGUSTO SÉRGIO VASCONCELOS DE OLIVEIRA
SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE

DIÁRIO OFICIAL
República Federativa do Brasil - Estado da Bahia
SALVADOR, **TERÇA-FEIRA**, 5 DE AGOSTO DE 2025 - ANO CIX - Nº 24.208

SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE

RESUMO DO CONTRATO DE GESTÃO Nº. 047/2025

Processo SEI n. 021.2107.2025.0003963-84. Contratante: Estado da Bahia/SETRE. Contratada: INSTITUTO BRASILEIRO DO DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE - IBDE. OBJETO: Contrato a gestão do lote 03 Edital 06/2025 cujo serviço é o apoio para comercialização da produção artesanal e cadastramento de Artesãs e Artesãos do Estado; de acordo com as especificações e obrigações constantes do Edital de Seleção. PRAZO: Será de 03 (três) anos, tendo por termo inicial a data 02/08/2025 e por termo final a data 01/08/2028. REPASSES FINANCEIROS: Valor global estimado no lote 03 em R$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais). DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	FONTE	PAOE	NATUREZA DA DESPESA	UNIDADE GESTORA
21.101 - APG	0.100.000000 0.100.500108	7975	33.50.85.000	0009 - CFA

Assinam: Augusto Sérgio Vasconcelos De Oliveira - Secretário da SETRE e Rilson Silva Campos - representante da contratada.

Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia – SUDESB

Resumo do Primeiro Termo Aditivo ao Contrato nº 32/2024
Processo: 069.1469.2025.0003993-45. **Contratante:** SUDESB. **Contratada:** SUPERMERCADO SANTA RITA LTDA. **Do Aditamento** Fica prorrogada por mais 06 (seis) meses, a vigência do Contrato nº 032/2024. **Data:** 01/08/2025. **Assinam:** Vicente José de Lima Neto, Diretor-Geral da SUDESB e Iuri Ribeiro Silva, Representante Legal da Contratada.

SECRETARIA DE TURISMO

SECRETARIA DE TURISMO.

RESUMO DO CONTRATO Nº 666/2025.

PROCESSO: 032.1313.2025.0007886-22; **MODALIDADE:** INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO nº 638/2025; **CONTRATANTE:** Estado da Bahia/Secretaria de Turismo. **CONTRATADA:** MANOEL SABINO MARQUES NETO ME, CNPJ Nº 43.620.320/0001-57. **OBJETO**: Patrocínio ao evento "IV GRANDE CAVALGADA DO POVÃO 2025", a ser realizado nos dias 31 de agosto e 06 de setembro de 2025, no município de Sítio do Quinto/BA. **VIGÊNCIA: 60** (sessenta) dias, a contar da data da assinatura do contrato. **VALOR:** R$ 250.000,00 (duzentos e cinqüenta mil reais). **DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:** Unidade Orçamentária: 32.101; Unidade Gestora: 0003; Ação: 23.695.411.3701; Natureza da Despesa: 33.90.39.000; Destinação de Recurso: 1.500.0.100.500104.00.00.00. **BASE LEGAL:** Art. 74, Inciso I, da Lei Nº 14.133/2021. **DATA DA ASSINATURA:** 04.08.2025. ASSINATURA: Luís Maurício Bacellar Batista, Secretário de Turismo.

SECRETARIA DE TURISMO

RESUMO DO CONTRATO Nº 668/2025

PROCESSO: 032.2294.2024.0010718-17; **MODALIDADE:** PREGÃO ELETRÔNICO Nº 011/2025; **CONTRATANTE:** Estado da Bahia/Secretaria de Turismo; **CONTRATADA:** START SOLUÇÕES INTEGRADAS LTDA, inscrita no CNPJ nº 21.450.165/0001-35. **OBJETO:** Contratação de empresa especializada para a elaboração de projeto de engenharia e execução das obras de reforma do Convento Nossa Senhora do Rosário em Esplanada-BA. **VIGÊNCIA:** 12 (doze) meses, a contar da data da subscrição da Autorização de Prestação de Serviços - APS**. VALOR:** R$ 1.445.000,00 (um milhão, quatrocentos e quarenta e cinco mil). **DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:** Unidade Orçamentária: 32.101; Unidade Gestora: 0002; Ação: 23.451.303.5491; Natureza da Despesa: 4.4.90.51.000; Destinação de Recurso: 2.706.0.366.600040.01.05.00; **BASE LEGAL:** Lei nº 14.133/2021. **DATA DE ASSINATURA:** 04.08.2025; **ASSINATURA:** Luís Mauricio Bacellar Batista, Secretário de Turismo.

SECRETARIA DE TURISMO

RESUMO DO CONTRATO Nº 667/2025

PROCESSO: 032.2294.2024.0008487-45; **MODALIDADE:** PREGÃO ELETRÔNICO Nº 012/2025; **CONTRATANTE:** Estado da Bahia/Secretaria de Turismo; **CONTRATADA:** R.N ENGENHARIA LTDA, inscrita no CNPJ nº 26.757.074/0001-60. **OBJETO:** Contratação de empresa especializada para a realização da reforma e pintura, nas áreas internas e externas da Igreja de Bom Jesus dos Passos/BA em Salvador-BA. **VIGÊNCIA:** 12 (doze) meses, a contar da data da assinatura do Contrato**. VALOR:** R$ 195.247,28 (cento e noventa e cinco mil duzentos e quarenta e sete reais e vinte e oito centavos). **DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:** Unidade Orçamentária: 32.101; Unidade Gestora: 0002; Ação: 23.451.303.5491; Natureza da Despesa: 4.4.90.51.000; Destinação de Recurso: 2.706.0.366.600040.01.05.00; **BASE LEGAL:** Lei nº 14.133/2021. **DATA DE ASSINATURA:** 04.08.2025; **ASSINATURA:** Luís Mauricio Bacellar Batista, Secretário de Turismo.

Superintendência de Fomento ao Turismo - SUFOTUR

RESUMOS DE CONTRATOS

Firmaram Contrato com a Superintendência de Fomento ao Turismo, os Interessados abaixo relacionados, tendo como objeto a Contratação da atração artística, para realização de apresentação, conforme elementos insertos em cada Processo; VIGÊNCIA: 90 (noventa) dias; FONTE ORÇAMENTÁRIA: 1.500.0.100.000000.00.00.00 e/ou 1.501.0.100.000000.00.00.00 e/ou 2.500.0.300.000000.00.00.00 e/ou 2.501.0.300.000000.00.00.00 e/ou 1.500.0.500080.00.00.00.

Nº do Processo	Contratado	Nº do contrato	Objeto	Nº da Inexigibilidade	Assinatura	Valor
032.2298.2025.0008346-55	OLÁ MUSIC ENTERTAINMENT LTDA	1824/2025	no dia 19 de julho de 2025, na cidade de Baixa Grande - BA.	1808/2025	18/07/2025	R$ 300.000,00
032.2298.2025.0008362-75	INFEST EMPREENDIMENTOS ARTISTICOS E PUBLICIDADE LTDA	1830/2025	no dia 18 de julho de 2025, na cidade de Nova Itarana - BA.	1814/2025	18/07/2025	R$ 150.000,00
032.2298.2025.0008353-84	AM PRODUÇÕES ARTISTICAS LTDA	1835/2025	no dia 20 de julho de 2025, na cidade de Santaluz-BA.	1819/2025	18/07/2025	R$ 180.000,00

RESUMOS DE CONTRATOS

Firmaram Contrato com a Superintendência de Fomento ao Turismo, os Interessados abaixo relacionados, tendo como VIGÊNCIA: 90 (noventa) dias; FONTE ORÇAMENTÁRIA: 1.500.0.100.000000.00.00.00 e/ou 1.501.0.100.000000.00.00.00 e/ou 2.500.0.300.000000.00.00.00 e/ou 2.501.0.300.000000.00.00.00 e/ou 1.500.0.100.500051.00.00.00.

Nº do Processo	Contratado	Nº do contrato	Objeto	Nº da Inexigibilidade	Assinatura	Valor
032.2298.2025.0003542-89	MAIS AÇÕES INTEGRADAS LTDA	810/2025	Cota de Patrocínio para a realização do Projeto, nos dias 11 e 12 de abril de 2025, na cidade de Salvador - BA.	804/2025	07/04/2025	R$ 400.000,00
032.2298.2025.0004604-70	CENTRAL ÚNICA DA CIDADANIA	925/2025	Cota de Patrocínio para a realização do Projeto, nos dias 10, 11, 17, 24, 25 e 31 de maio e 01, 07, 08 e 14 de junho de 2025, na cidade de Salvador-BA.	919/2025	09/05/2025	R$ 280.000,00
032.2298.2025.0004807-48	MM PRODUÇÕES E MARKETING LTDA	943/2025	Cota de Patrocínio para a realização do Projeto, no dia 18 de maio de 2025, na cidade de Santa Terezinha - BA.	936/2025	16/05/2025	R$ 300.000,00

CÓPIA - Consulte informação oficial em www.dool.egba.ba.gov.br