


PLANO DE TRABALHO DE TERMO DE FOMENTO

DADOS E INFORMAÇÕES DA OSC		
Razão Social: FUNDAÇÃO ASSIS CHATEAUBRIAND		
Endereço Completo: SIG QUADRA 02 LOTE 340		
CNPJ: 03.657.848/0001-86		
Município: BRASÍLIA	UF: DF	CEP: 70.610-901
Site, Blog, Outros: sites www.facbrasil.org.br e ww.ei.org.br ; nas redes sociais @comunidadeei		
Nome do Representante Legal: Leonardo Guilherme Lourenço Moisés		
Cargo: VICE PRESIDENTE		
RG: 193.2433	Órgão Expedidor: SSP/DF	CPF: 201.719.528-63
Telefone Fixo: 61-3214.1201	Telefone Celular: 61- 61- 9.9649-1186	
E-Mail do Representante Legal: leonardomoises@dabr.com.br		

ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA		
Responsável pelo acompanhamento da parceria: MARIANA DE GÓES BORGES		
Função na parceria: GESTÃO GERAL DO PROJETO		
RG: 904.779	Órgão Expedidor: SSP/DF	CPF: 410.939.411-20
Telefone Fixo:	Telefone Celular: 61-98168.9428	
E-Mail do Responsável: marianaborges@facbrasil.org.br		

OUTROS PARTÍCIPES (ATUAÇÃO EM REDE)		
Razão Social:		
Endereço Completo:		
CNPJ:		
Município:	UF:	CEP:
Site, Blog, Outros:		
Nome do Representante Legal:		
Cargo:		
RG:	Órgão Expedidor:	CPF:
Telefone Fixo:	Telefone Celular:	
E-Mail do Representante Legal:		
Objeto da Atuação em Rede:		
ANEXOS	<input type="checkbox"/> Termo de Atuação em Rede <input type="checkbox"/> Portfólio da OSC <input type="checkbox"/> Outros	



DESCRIÇÃO DO PROJETO

TÍTULO DO PROJETO: TODAS ELAS - MULHERES QUE TRANSFORMAM TALENTOS EM NEGÓCIO

PERÍODO DE EXECUÇÃO: AGOSTO A DEZEMBRO DE 2021

INÍCIO: 02/08/2021

TÉRMINO: 17/12/2021

DESCRIÇÃO DO OBJETO:

Apoio a mulheres de baixa renda em seu caminho de crescimento enquanto cidadãs protagonistas e autônomas a partir do desenvolvimento enquanto nanoempreendedoras. O apoio se dá pela oferta de uma capacitação empreendedora, conexão com um ecossistema de apoio local, para criar condições favoráveis ao desenvolvimento da mulher e de seu negócio e acesso ao microcrédito.

JUSTIFICATIVA:

A Fundação tem como foco estratégico disseminar pelo Brasil uma tecnologia social que investe no fortalecimento de ecossistemas de empreendedorismo e no desenvolvimento de habilidades e comportamentos empreendedores em mulheres em situação de vulnerabilidade, para que empreendam de forma mais humana, planejada e com segurança, contribuindo para a transformação sustentável de suas comunidades.

O baixo investimento em educação empreendedora no Brasil, aliado à desigualdade social e outros fatores, leva a uma alta taxa de mortalidade de empresas no país. É um desafio e tanto para ser superado apenas por uma organização. Por isso, acreditamos em soluções por meio de redes e parcerias.

Acreditamos que juntos podemos colaborar para um cenário em busca da cidadania plena, com mais pessoas social e economicamente incluídas, com acesso a direitos historicamente negados, em regiões que crescem de forma sustentável, e façam parte de um ecossistema com rede ativa de negócios e cultura empreendedora forte, gerando renda e com autonomia para realização dos seus sonhos.

O impacto social que esperamos ter com este projeto se reflete em um cenário de comunidades com mulheres empoderadas, gerando renda com seus negócios estruturados, e empresários com mentalidade de inovação, conectados e atuantes no ecossistema empreendedor de Brasília, gerando oportunidades de trabalho e renda, por meio de negócios mais resilientes e perenes.

Essa iniciativa se une a um movimento global expresso pela Agenda 2030 da ONU que luta pela igualdade de gênero, e que repercute também nas políticas no Brasil. Contribuímos efetivamente com os ODS 5 - Igualdade de Gênero, ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico e ODS 10 - Redução das desigualdades, apostando no empreendedorismo e na inovação enquanto estratégias para alcance da cidadania e para promoção da igualdade de gênero.

Das mulheres inscritas na primeira edição, tivemos uma predominância de artesãs (15%), costureiras (6%) e mulheres que trabalham com moda (31%), com um imenso potencial de se formalizarem na área da economia criativa e se entenderem como empreendedoras nesse setor. Isso tem um impacto bastante positivo no ecossistema do DF, à medida que essas mulheres passam a se reconhecer e a se conectar como empreendedoras da economia criativa, fortalecendo o setor. Por isso, usamos nossa tecnologia de ativação do ecossistema para realizar uma interlocução constante com a cultura e a economia criativa, incentivando e apresentando este como um setor em expansão e de profunda importância no DF.

Esse objetivo está em plena consonância com o Art. 49. da Lei Orgânica da Cultura (LOC) do Distrito Federal, que reconhece como segmentos artísticos atividades como:

VIII - criações funcionais intensivas em cultura, tais como artesanato, cultura digital, design, moda, gastronomia, jogos eletrônicos e animação;

IX - outras formas de linguagem e de expressão cultural e artística.

Valorizar a cultura do Distrito Federal e mostrar a essas mulheres sua relevância enquanto empreendedoras na área da cultura será um dos objetivos e impactos gerados por este projeto.

Nesta edição, com incentivo à valorização da cultura e economia criativa, faremos uma live com o tema e nos aproximaremos da rede de economia criativa do DF, fazendo uma ponte com Todas Elas. Além dos conteúdos oficialmente do curso, as participantes receberão pelo WhatsApp vídeos de motivação, empoderamento e reflexões sobre o ser mulher, a superação de violências e a autonomia que juntas estão construindo.

Além disso, será contratado um arte-educador que ficará responsável por essa interlocução com o ecossistema da cultura do DF, além de realizar ao final do curso um evento cultural, com apresentação de artista local e celebração e enaltecimento da cultura local. Esse evento será, à princípio, realizado de forma online. Caso haja condições sanitárias de realização do evento presencial, priorizaremos esse encontro de forma presencial, realizando a entrega de certificados pessoalmente.

O curso será realizado de forma totalmente online, na modalidade de Ensino à Distância. Para isso, atendendo aos critérios de conectividade, foram escolhidas as ferramentas Facebook e Whatsapp como interface de educação. De acordo com sessão co-criativa realizada com mobilizadoras do programa, essas ferramentas eram de fácil acesso e normalmente tem pacotes de dados incluso em diversos planos pré-pagos, o que garantirá a permanência da aprendiz durante o programa, garantindo acessibilidade.

O Facebook em sua função Grupo Secreto conta com uma API (Application programming interface) chamada Aprendizagem Social que faz o acompanhamento dos membros do grupo como se fossem aprendizes em um LMS (learning Management System), garantindo métricas, *feedback* de exercícios e acompanhamento de cada pessoa. Essa ferramenta permite a geração de dados detalhados, com tempo de navegação individual, respostas a atividades, participação em lives, envio de atividades e outros, permitindo o acompanhamento da frequência e da "presença" no curso. O certificado será concedido para aquelas que participarem de, no mínimo, 70% das atividades.

Todo o nosso programa é desenvolvido de forma online, desde a divulgação, até as aulas – que se dão em plataformas acessíveis a este público – e a distribuição de prêmios. O projeto piloto ocorreu já durante a pandemia e se mostrou um sucesso. Além disso, o programa representa uma solução altamente positiva para o cenário de crise e pandemia, por apresentar uma alternativa para geração de renda num momento de altíssimas taxas de desemprego, desigualdade e miséria. Os impactos financeiros da estruturação do negócio são bastante rápidos e efetivos diante da crise atual, especialmente em setores como o da economia criativa.

DETALHAMENTO DAS AÇÕES:

META 1 - PRÉ - PRODUÇÃO

Etapa 1.1

Dirigir todas as etapas do projeto

A gestão geral pela Fundação será importante para garantir a boa execução do projeto e envolve validação do planejamento operacional, acompanhamento diário das atividades relacionadas ao projeto, além de gestão da plataforma digital, dos prestadores de serviços contratados, acompanhamento dos prazos e orçamentos.

A trajetória de mais de 30 anos e a ampla experiência da Fundação em gestão de projetos sociais de médio e grande porte irão garantir a adequada execução do projeto.

Para este gerenciamento será disponibilizado um espaço de trabalho que poderá ser utilizado eventualmente pelos prestadores de serviço, em reuniões ou outras atividades colaborativas, com acesso a internet e impressão, além de computadores.

Nesta meta (fase de pré-produção) ocorrerão as contratações dos prestadores de serviços, reuniões de orientação inicial, preparação e deflagração das primeiras ações de comunicação e preparação da plataforma para início do curso.

Etapa 1.2

Definir dados de análise de impacto com os parceiros

Medir a efetividade do impacto de sua atuação é fundamental para qualquer projeto social. Para tanto, a Fundação desenvolveu uma metodologia de análise de impacto baseada na Teoria da Mudança, para analisar o impacto que causa, gerar melhorias na solução e mostrar aos stakeholders os resultados do projeto.

Entendemos que cada parceiro tenha um foco de atuação e possa desejar medir diferentes impactos do projeto na vida das mulheres. Por isso, o primeiro passo é definir junto ao parceiro qual o enfoque que será dado naquela medição, antes mesmo de o curso começar. Desta forma, poderemos já no início do curso saber o direcionamento daquela turma com base nessas definições.

Por exemplo: alguns parceiros consideram importante um recorte racial, então os instrumentos seriam mais focados nesse aspecto. Outros consideram relevante analisar o impacto sobre mulheres em situação de violência doméstica, o que requer outros dados e outro olhar. Por isso, os instrumentos são customizados conforme o interesse da **Secretaria de Cultura e Economia Criativa** a partir dos múltiplos impactos gerados pelo projeto.

Etapa 1.3

Elaborar instrumentos de coleta de impacto

Após a definição dos focos, são elaborados os instrumentos de coleta, que são formulários, com suporte em texto ou em vídeo, a serem enviados às mulheres antes e depois do curso, de forma a permitir uma comparação entre os dois momentos.

Algumas perguntas têm como base indicadores de performance e indicadores de impacto definidos previamente pela Fundação.

Etapa 1.4

Mapear e acionar ecossistema local

Para identificar, acionar e manter essa rede ativa, será utilizada uma tecnologia social desenvolvida pela Fundação, que será executada principalmente pela equipe de arte-educação.

O primeiro passo desta articulação social será mapear a rede local que pode se interessar em apoiar mulheres nanoempreendedoras a transformar seus talentos em negócios. O apoio pode vir de formas diversas: brindes, atendimentos psicossociais, mentoria, participação em momentos especiais, priorização dos negócios dessas mulheres em sua cadeia de valor, etc.

Qualquer pessoa pode apoiar *Todas Elas*, e é importante que cada um perceba o valor e o ganho de estimular o desenvolvimento dessas mulheres. Investir nelas é investir em sua própria comunidade. O crescimento delas, significa o crescimento de todos à sua volta.

Etapa 1.5

Divulgar nova turma

Um fator de sucesso do projeto é o cuidadoso processo de mobilização e seleção das mulheres participantes.

A mobilização será feita pelas mídias digitais, mas também diretamente pelas mobilizadoras sociais e pelos parceiros apoiadores do projeto, além das próprias mulheres participantes da edição anterior, que já ficam ávidas por divulgar a oportunidade para suas redes de contato.

Serão elaborados cards para uso em redes sociais e para envio por plataformas de comunicação que serão utilizados para esta mobilização. Neles, além de informação sobre o projeto, será inserido um link de um formulário para inscrição no programa. Será utilizada uma inscrição multimídia, por plataforma específica para esta finalidade, para que as participantes possam interagir e mandar suas respostas abertas em áudio e/ou vídeo, já que a escrita ainda é um barreira para muitas delas.

O contato das mobilizadoras constará no início do formulário para contato direto via WhatsApp para aquelas que tiverem dificuldade no processo.

Além de dados cadastrais necessários a inscrição, será solicitada informação sobre renda familiar, um pouco sobre seus talentos e sonhos e sobre as expectativas com relação ao curso, além de um texto/áudio contando mais sobre ela e sobre o porquê de aquela vaga dever ser dela.

No mesmo arquivo, ela já fará o aceite do termo de consentimento sobre o curso pois, em caso de seleção, nenhuma etapa mais será necessária para sua admissão.

Após o término do período de inscrição, uma comissão composta por profissionais da Fundação e mobilizadoras locais será formada para selecionar as mulheres que irão participar do programa. Como critérios para esta seleção serão observadas: a renda individual máxima de R\$ 500,00 por membro da família; o local de residência, que deverá ser os mesmos em que a oferta de vagas foi anunciada; as considerações sobre talentos e sonhos; o grau de motivação, disponibilidade e abertura para o curso. Neste último critério será avaliado se a mulher encontra-se em seu melhor momento para fazer o curso e se consideramos que para ela será efetivo e relevante participar do Todas Elas neste momento.

Etapa 1.6

Coletar dados de impacto - D0

Os formulários são enviados em dois momentos, como dito anteriormente, um no início do curso e outro no final. Para tanto, é necessária uma estratégia de sensibilização das mulheres para que entendam a importância do mesmo e se sintam estimuladas a responder ao formulário.

Etapa 1.7

Analisar e gerar relatórios de impacto

Após o recebimento das respostas do primeiro formulário é feita uma análise, para entender qual o contexto de vida daquelas mulheres. Os dados são consolidados e inseridos em um *dashboard* para melhor visualização e compartilhados com os stakeholders, sempre de forma geral garantindo privacidade aos dados de cada participante.

Etapa 1.8

Disponibilizar conteúdos na plataforma

A Jornada Todas Elas foi estruturada com centro na aprendiz, a partir da criação de uma *persona*. Pesquisa previamente realizada sobre a aprendiz mostrou que a jornada deveria ser focada em ação, com conteúdos de apoio e atividades coletivas.

Para o desenho da jornada, deve-se considerar os aspectos de fácil acesso ao conteúdo, fácil compreensão de termos complexos, escolaridade do público e conectividade. Para o desenho do conteúdo, propõe-se o uso da metodologia do *Effectuation*, teoria sobre comportamento empreendedor de Sara Sarasvathy, considerando os pilares:

- Centrado na pessoa: o conteúdo deve reforçar os conhecimentos, habilidades e atitudes que a aprendiz tem em mãos.
- Soluções possíveis: o conteúdo deve promover interações para que a aprendiz encontre soluções que ela possa executar.
- Financeiramente viável: o conteúdo deve promover ações que não onerem as aprendizes financeiramente, seja no âmbito de atividades para o negócio delas ou no âmbito de investimentos desproporcionais para realizar o processo de aprendizagem.

A jornada foi organizada em três ciclos sendo eles: Descoberta, Aperfeiçoamento e Fortalecimento, cada uma seguida por um lançamento e um exercício de reflexão. A duração do ciclo é de três a quatro semanas e conta com entrega de conteúdo e atividades práticas semanais.

Os tópicos de aprendizagem foram divididos em duas linhas, uma de conteúdo expositivo e outra de atividades práticas para reforçar o aprendizado, seguindo a categoria de orientação.

Nas atividades práticas, as participantes serão convidadas a botar a mão na massa e colocar em prática em seus negócios os aprendizados de cada etapa. Poderão contar com apoio umas das outras e, em caso de dúvidas, acionarão as mobilizadoras, que levarão para as lives, onde a facilitadora poderá apoiá-las.

Com o tempo, o programa contará com um banco de dados das dúvidas mais recorrentes, para que possa ser desenhado um processo de envio de dúvidas via WhatsApp, que será respondido de forma automatizada de acordo com categorias pré estabelecidas, com envio de conteúdo complementar para sanar as dúvidas.

Para esse processo, deve-se considerar as seguintes modalidades de aprendizagem:

- **Vídeo-aula:** aulas com conteúdos ilustrados com cinco a dez minutos de duração. Esse modal também será usado para orientações de exercícios práticos e outras necessárias para a jornada. (carga-horária de 10 minutos por vídeo)
- **Cartilha:** material de apoio que acompanha a vídeo-aula semanal. (carga-horária de 50 minutos por cartilha)
- **Exercício:** atividade sem pontuação para praticar o conteúdo da semana. (carga-horária de 60 minutos por Exercício)
- **Desafio/Grupo de estudos:** Grupo para troca de práticas, com perguntas orientadoras para debate entre as aprendizes. (carga-horária de 360 minutos por etapa do desafio)
- **Quizz:** Teste com pontuação realizado na plataforma de aprendizagem (carga-horária de 50 minutos por quizz)
- **Aula online ao vivo:** Transmissão ao vivo com aula síncrona, tira-dúvida e mini-palestras com convidadas de temáticas específicas. A aula ao-vivo pode prever interações de acordo com objetivo de aprendizagem. (carga-horária de 120 minutos por aula online ao vivo)

A carga horária do curso, com todos esses modais, será de 100 horas/aula.

Conteúdos

Ambientação e introdução

Ciclo	Semana	Modal	Tema	Carga horária (em minutos)	Tipo
1	1	Vídeo-aula	Boas vindas para as participantes	10	conteúdo
		Cartilha	Guia da Participante	350	conteúdo
		Ambiente de estudos	Ambientação - Apresentação e uso das ferramentas	30	Atividade prática
		vídeo-aula	Dicas de estudo	10	conteúdo
Tempo total Ciclo 1 Semana 1				400	

Ciclo 01 - Descoberta

Objetivo de aprendizagem do ciclo: Conectar. Despertar. Desenvolver olhar de foco nos clientes

Ao final do ciclo, as aprendizes devem ser capazes de compreender os pontos positivos do seu negócio para seus clientes.

Essa fase começará com o *onboarding* e com estratégias de formação de rede entre as mulheres participantes.

Visará despertar as participantes para o fato de que já sabem muitas coisas, já têm muitos talentos e conhecimentos e que suas atividades voltadas à sobrevivência podem ser, na verdade, nanoempreendimentos.

A base da fase será o *effectuation* e as primeiras etapas do *design thinking*, com foco no humanamente desejável. As participantes farão pesquisas com clientes e serão estimuladas a desenvolver esse *mindset* de foco nos clientes e de melhoria contínua.

Ao longo dessa fase, as participantes serão convidadas a fazerem seu primeiro investimento em ajustes e melhorias em seus negócios com base nas primeiras pesquisas. Serão pontuadas também a partir de entregas específicas e interações entre participantes, em um processo de gamificação para engajamento.

Ciclo	Semana	Modal	Tema	Carga horária (em minutos)	Tipo
1	2	vídeo-aula	Conteúdo sobre efetive-se	10	conteúdo
		cartilha	slides do vídeo-aula em formato pdf	50	conteúdo
		vídeo-aula	Reflexão da semana	10	conteúdo
		Exercício	Reflexão da semana	50	prática
		vídeo-aula	Diagnóstico do negócio	10	conteúdo
		Exercício	Diagnóstico do negócio	60	prática
		vídeo-aula	Exercício	10	conteúdo
		cartilha	Exercício	50	Atividade prática
		Quizz	3 perguntas sobre effectuation	30	Atividade prática
		Aula online ao vivo	Auto estima e empreendedorismo	120	Conteúdo
		Desafio de grupo de estudo	- Lançamento do Desafio - grupo de estudo do ciclo 01 e formação dos grupos	360	Atividade prática
		Tempo total Ciclo 1 Semana 2			
3		vídeo-aula	Mapeando os clientes	10	conteúdo
		cartilha	Mapeando os clientes	50	conteúdo
		vídeo-aula	Mapa de característica dos clientes	10	conteúdo
		cartilha	Mapa de característica dos clientes	50	conteúdo
		vídeo-aula	Reflexão da semana	10	conteúdo
		Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
		Quizz	3 perguntas sobre mapeamento	30	atividade prática

	Desafio grupo estudo - de	Envio de pergunta da fase 2 do Desafio - grupo de estudo	360	atividade prática
Tempo total Ciclo 1 Semana 3			570	
4	vídeo-aula	Pitch de vendas e canais de comunicação	10	conteúdo
	cartilha	Pitch de vendas e canais de comunicação	50	conteúdo
	vídeo-aula	Reflexão da semana	10	conteúdo
	Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
	Quizz	3 perguntas sobre pitch	30	atividade prática
	Aula online ao vivo	tema: a definir	120	conteúdo
Tempo total Ciclo 1 Semana 4			270	

Ciclo 02 - Aperfeiçoamento

Objetivo de aprendizagem do ciclo: Ao final do ciclo, as aprendizes devem ser capazes de compreender suas capacidades produtivas evitando prejuízos.

Os aprendizados obtidos com os testes serão processados coletivamente e as participantes implementarão ainda mais efetivas em seus negócios.

Será introduzida a lente do financeiramente viável, com pesquisas de precificação e conteúdos sobre gestão financeira, todos com linguagem absolutamente simples e prática.

A lente do tecnicamente possível também será abordada, para que elas façam o que é possível com o que têm, mas tenham também um plano de desenvolvimento para os próximos passos de seu nanonegócio.

Será lançado um desafio de vendas, a ser realizado no fim desta fase, a partir do aperfeiçoamento já realizado. Esse desafio consiste em colocar em prática o que descobriram nas pesquisas do Ciclo 01. Seja mudar o produto, testar um novo canal de venda, etc. Será um teste rápido daquilo que os clientes indicaram. É a hora botar a mão na massa e fazer mudanças efetivas no negócio de forma experimental, para em seguida coletivamente analisar os resultados, processar erros e acertos e aperfeiçoar o negócio.

Ciclo	Semana	Modal	Tema	Carga horária (em minutos)	Tipo
2	5	vídeo-aula	Diagnóstico do negócio	10	conteúdo
		Exercício	Diagnóstico do negócio	60	atividade prática
		vídeo-aula	Segmento de clientes	10	conteúdo
		cartilha	Segmento de clientes	50	atividade prática
		vídeo-aula	Reflexão da semana	10	conteúdo
		Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
		Quizz	3 perguntas sobre segmento de cliente	30	atividade prática

	Aula online ao vivo	Tema: a definir	120	conteúdo
	Desafio - grupo de estudo	Lançamento do Desafio - grupo de estudo do ciclo 02 e formação de equipes	360	atividade prática
Tempo total Ciclo 2 Semana 5			700	
6	vídeo-aula	Custo	10	conteúdo
	vídeo-aula	capacidade produtiva	10	conteúdo
	cartilha	custo	50	conteúdo
	cartilha	Capacidade produtiva	50	conteúdo
	vídeo-aula	Reflexão da semana	10	conteúdo
	Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
	Quizz	Três perguntas sobre custo, capacidade produtiva e produto	30	atividade prática
	Desafio - grupo de estudo	Lançamento da pergunta 1 do Desafio - grupo de estudo	360	atividade prática
Tempo total Ciclo 2 Semana 6			570	
7	vídeo-aula	Marketing	10	Conteúdo
	vídeo-aula	Canais de vendas	10	Conteúdo
	cartilha	Marketing	50	Conteúdo
	cartilha	Canais de vendas	50	Conteúdo
	vídeo-aula	Reflexão da semana	10	Conteúdo
	Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
	quizz	3 perguntas sobre marketing e canais de vendas	30	atividade prática
	Desafio - grupo de estudo	Lançamento da pergunta 2 do Desafio - grupo de estudo	360	Atividade prática
Tempo total Ciclo 2 Semana 7			570	
8	vídeo-aula	Minhas vendas	10	Conteúdo
	cartilha	Minhas vendas	50	Conteúdo
	vídeo-aula	Reflexão da semana	10	Conteúdo
	Exercício	Reflexão da semana	50	Atividade prática
	Quizz	3 perguntas sobre vendas	30	Atividade prática
	Aula online ao vivo	tema a definir	120	Conteúdo
Tempo total Ciclo 2 Semana 8			270	

Ciclo 03 - Fortalecimento e autonomia

Objetivo de aprendizagem do ciclo: Ao final do ciclo, as aprendizes devem ser capazes de compreender como vender e ter lucro em seus negócios.

Nessa terceira e última fase, o foco será no fortalecimento e na autonomia das mulheres participantes. Elas serão convidadas a refletir sobre seu papel no mundo e em suas comunidades, e assumirão o compromisso de inspirar muitas outras mulheres em seus processos de empoderamento.

Receberão mentorias e apoio para desenvolvimento comportamental, além de serem preparadas para receber o investimento em microcrédito.

Ao final dessa fase, terão a oportunidade de contratação do microcrédito, caso desejem e necessitem para prosseguirem com seus negócios.

Farão as últimas revisões em seus negócios a partir das lentes da inovação e apresentarão seus resultados em um evento final, para o qual serão convidados parceiros e outras mulheres que possam participar de edições futuras do Programa.

Ciclo	Semana	Modal	Tema	Carga horária (em minutos)	Tipo	
3	9	vídeo-aula	Finanças pessoais e finanças empresariais	10	Conteúdo	
		cartilha	Finanças pessoais e finanças empresariais	10	Conteúdo	
		vídeo-aula	Diagnóstico do negócio	10	Conteúdo	
		Exercício	Diagnóstico do negócio	60	Atividade prática	
		vídeo-aula	Reflexão da semana	10	Conteúdo	
		Exercício	Reflexão da semana	50	Atividade prática	
		Quizz	Finanças pessoais e finanças empresariais	30	Atividade prática	
		Aula online ao vivo	Tema a definir	120	Conteúdo	
		Desafio grupo de estudo	- Lançamento do Desafio - grupo de estudo 3 e formação de equipes	360	Atividade prática	
	Tempo total Ciclo 3 Semana 9				660	
	10	vídeo-aula	Economia comportamental	10	Conteúdo	
		cartilha	Economia comportamental	50	Conteúdo	
		vídeo-aula	Reflexão da semana	10	Conteúdo	
		Exercício	Reflexão da semana	50	Atividade prática	
		Desafio grupo de estudo	- Lançamento da pergunta 2 do Desafio - grupo de estudo	360	Atividade prática	
	Tempo total Ciclo 3 Semana 10				480	
	11	vídeo-aula	microcrédito	10	Conteúdo	
		vídeo-aula	Investindo no negócio	10	Conteúdo	
		cartilha	microcrédito	50	Conteúdo	

	cartilha	Investindo no negócio	50	Conteúdo
	vídeo-aula	Reflexão da semana	10	Conteúdo
	Exercício	Reflexão da semana	50	atividade prática
	Quizz	3 perguntas sobre microcrédito	30	atividade prática
	Desafio grupo de estudo	Lançamento da pergunta 3 do Desafio - grupo de estudo	360	atividade prática
Tempo total Ciclo 3 Semana 11			570	
12	vídeo-aula	Diagnóstico do Negócio	10	Conteúdo
	Exercício	Diagnóstico do negócio	60	Atividade prática
	vídeo-aula	Como seguir em frente	10	Conteúdo
	Aula online ao vivo	Encerramento, premiações	120	Conteúdo
Tempo total Ciclo 3 Semana 12			200	
Carga horária dos 3 ciclos			6020	

META 2 - PRODUÇÃO

Etapa 2.1

Dirigir todas as etapas do projeto

A gestão geral do projeto estará presente em todas as fases pré-produção, produção e pós-produção.

Durante esta meta (produção) serão dedicadas horas para identificar e mitigar riscos, tomar medidas necessárias para melhor andamento do projeto, sempre visando a eficiência e a boa utilização de recursos, sejam eles financeiros ou não. Também será realizado monitoramento sistemático da execução e da qualidade dos prestadores de serviço, realizando substituições se necessárias.

A rotina administrativo-financeira do projeto também está inserida nas atividades desta etapa.

Etapa 2.2

Dar Boas Vindas ao curso

Assim que a participante for selecionada ela receberá, por whatsapp, uma mensagem de boas vindas de sua mobilizadora.

Nesta mensagem ela terá todas as orientações necessárias para o início da jornada e para a entrada nos grupos do curso no facebook e WhatsApp.

Etapa 2.3

Mapear e acionar ecossistema local

Durante a realização do curso o mapeamento e a ativação de atores locais com interesse em apoiar mulheres nanoempreendedoras a transformar seus talentos em negócios continua.

A intensificação do contato (mesmo que virtual) com as mulheres participantes irá orientar o trabalho de articulação e o perfil dos atores mais relevantes para o grupo de mulheres.

Etapa 2.4

Manter ativo o ecossistema local

Para manutenção desse ecossistema, é importante criar um meio de comunicação entre os parceiros, para que possam receber informações sobre resultados das mulheres participantes, divulgar suas ações que sejam afins e, sobretudo, para que a rede se fortaleça.

Todos os parceiros serão convidados a fazer parte de um grupo no WhatsApp, onde serão incentivadas essas interações. Receberão, ainda, um kit digital de apoiador do projeto, para que se sintam parte dessa rede. Encontros presenciais ou on-line também serão realizados para fortalecer a relação.

Caberá à equipe de articulação social e arte-educação manter essa rede viva e pulsante, gerando valor para todos os envolvidos para que mesmo após a finalização do projeto, esse ecossistema siga existindo e siga sendo uma importante referência de apoio para essas mulheres.

O ecossistema local de apoio às empreendedoras de cada RA é, também, um fator importante para o sucesso do Todas Elas. Manter ativa a rede local significa dizer que, mesmo após o término do curso, as mulheres poderão contar com essa nova rede e também gerar valor para os parceiros. Incentivamos que essa parceria seja uma via de mão dupla, uma efetiva troca dentro de cada comunidade que atuamos.

Etapa 2.5

Realizar momentos ao vivo

Para aumentar a interação entre as participantes, sobretudo entre RAs, e também com a equipe, serão realizadas aulas ao vivo, pela própria plataforma do Facebook. Serão, ao todo, 6 encontros ao vivo, totalizando 12 horas.

Para essas lives serão trazidos convidados que tratem de temas que estão sendo explorados no ciclo e que possam enriquecer os debates e reflexões, além de agregar valor às participantes.

As lives serão gravadas e ficarão disponíveis para acesso posterior.

Etapa 2.6

Esclarecer dúvidas ao longo do curso

Além do acesso aos conteúdos em vídeo e dos momentos ao vivo, as mulheres poderão tirar dúvidas específicas sobre seus negócios, através de formulário para este fim. Essas dúvidas

serão respondidas por uma facilitadora com experiência em empreendedorismo e negócios por meio de vídeos, que serão postados na plataforma e poderão ser acessados por todas as mulheres, formando um banco de dados de dúvidas e questões que poderá ser útil para todas as participantes.

Etapa 2.7 **Encerrar o curso**

Antes do encerramento do curso, que será realizado em uma live, um esforço concentrado da coordenação e mobilizadoras será feito para estimular as mulheres que ainda não atingiram 75% do curso o façam. O atingimento desta meta é fundamental para o recebimento do certificado de conclusão do curso.

É importante que nesta etapa as mulheres sintam que é apenas o começo, que a jornada empreendedora segue e que elas poderão contar com essa rede que foi formada.

Etapa 2.8 **Realizar Bootcamp de marketing digital**

Após a realização da Jornada, serão oferecidas vagas (15% do quantitativo de mulheres participantes) para uma imersão em formato Bootcamp voltada para marketing digital, de forma a orientar as participantes sobre como produzir conteúdos e se posicionar online. Para tanto, faremos uma curadoria de conteúdos adequados à linguagem do público em questão, e disponibilizaremos para as empreendedoras. Após essa imersão, elas terão oportunidade de enviar peças e publicações para avaliação, além das dúvidas principais sobre o universo digital.

Munido dessas dúvidas, um mentor será contratado para conduzir uma live, onde responderá as dúvidas e, a partir das peças, dará dicas práticas e sugestões para que as empreendedoras possam atuar online com mais segurança.

META 3 - PÓS PRODUÇÃO

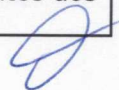
Etapa 3.1 **Dirigir todas as etapas do projeto**

Nessa etapa do projeto as providências finais serão tomadas, tais como a entrega de brindes ligada aos desafios do projeto de gamificação e emissão e envio dos certificados.

Serão ainda consolidados os relatórios e elaborada a prestação de contas do projeto. Uma empresa de contabilidade será contratada para apoio financeiro ao projeto, tais como emissão de guias para pagamentos de impostos, controle de receitas e despesas, elaboração de balanço e balancetes, registro e lançamentos contábeis, análise de contas e outros.

Etapa 3.2 **Coletar dados de impacto - D1**

Os formulários são enviados, como dito, um no início do curso e outro no final. Uma nova ação de sensibilização será feita com as mulheres participantes para que respondam ao formulário. Um infográfico também será produzido para disseminar os resultados juntos aos stakeholders do projeto.



Etapa 3.3**Analisar e gerar relatórios de impacto**

Com as informações consolidadas do primeiro questionário e os resultados obtidos com o segundo questionário, uma análise comparativa é feita entre as duas situações, antes e após o curso, para analisar impactos e mudanças na vida das participantes.

A partir dessa análise comparativa amostral é gerado um relatório final de impacto a ser entregue à Secretaria, e também a ser utilizado para melhorias na solução.

OBJETIVOS E METAS:

Objetivos Específicos:

- Oferecer uma formação em nanoempreendedorismo para **250 mulheres** de baixa renda das RAs de Brazlândia e Samambaia;
- Desenvolver a comunidade em que essas mulheres estão inseridas, criando um ecossistema de apoio a essas nanoempreendedoras e estimulando que elas sejam também agentes de transformação;
- Oportunizar acesso a microcrédito para continuidade do desenvolvimento de seus negócios;
- Oferecer o *Bootcamp Conecta* com curadoria de conteúdos e mentoria focada em marketing digital, para 15% das participantes.

PÚBLICO-ALVO BENEFICIADO:

Mulheres de baixa renda que queiram empreender ou já empreendam, das **Regiões Administrativas de Brazlândia e Samambaia** do Distrito Federal.

CONTRAPARTIDA:

NÃO SE APLICA (PARCERIA INFERIOR A R\$ 600.000,00)

Cronograma Executivo (Metas e Etapas)

Meta	Etapa	Duração	
		Início	Término
1 - Pré-produção	1.1 - Gerenciar todas as etapas do projeto	02/08	02/09
	1.2 - Definir dados de análise de impacto com parceiro	02/08	06/08
	1.3 - Elaborar instrumentos de coleta de impacto	09/08	13/08
	1.4 - Mapear e acionar ecossistema local	09/08	02/09
	1.5 - Divulgar nova turma	06/08	13/08
	1.6 - Coletar dados de impacto - D0	14/08	21/08
	1.7 - Analisar e gerar relatórios de impacto	23/08	31/08
	1.8 - Disponibilizar conteúdos na plataforma	09/08	15/08

2 - Produção	2.1 - Gerenciar todas as etapas do projeto	03/09	17/11
	2.2 - Dar boas vindas ao curso	16/08	16/08
	2.3 - Mapear e acionar ecossistema local	03/09	28/10
	2.4 - Manter ativo ecossistema local	03/09	28/10
	2.5 - Realizar momentos ao vivo	19/08	28/10
	2.6 - Esclarecer dúvidas ao longo do curso	17/08	28/10
	2.7 - Encerrar o curso	28/10	28/10
	2.8 - Realizar Bootcamp de Marketing Digital	03/11	17/11
3. Pós-Produção	3.1 - Gerenciar todas as etapas do projeto	18/11	17/12
	3.2 - Coletar dados de impacto - D1	29/10	05/11
	3.3 - Analisar e gerar relatórios de impacto	08/11	19/11

Marcos Executores			
Ação	Local	Início	Término
Definir indicadores de resultado específicos	Reunião on line	02/08	06/08
Conhecer o perfil das mulheres participantes (Q0)	Relatório por e-mail	01/09	08/09
Acessar a plataforma do curso	https://www.facebook.com/groups/todaselas	16/08	23/08
Receber informações sobre resultado de cada fase do programa e cases	Relatório por e-mail	06/09	4/11
Participar do primeiro momento ao vivo - online	Link a ser enviado	19/08	19/08
Participar do 1o encontro dos atores do ecossistema de apoio - online	Link a ser enviado	16/09	23/09
Conhecer o perfil do ecossistema de apoio	Relatório por e-mail	01/09	15/09
Participar do último momento ao vivo - online	Link a ser enviado	28/10	28/10
Conhecer a satisfação das participantes da mentoria	Relatório por e-mail	24/11	2/12
Conhecer o perfil das mulheres participantes (Q1)	Relatório por e-mail	22/11	30/11

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

Em parcela única, no mês de assinatura do Termo de Fomento, no valor de R\$ 159.999,98.

CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

Item	Descrição	Qty	Unidade de medida	Valor unitário	Valor total	
Consultor de adm e seleção de pessoal	Condução do processo de seleção da equipe do projeto e das mulheres	horas	20	R\$83,70	R\$1.674,00	Agosto

	participantes					
Coordenador de Projetos	Liderança do projeto	mês	4	R\$4.304,13	R\$17.216,52	Ago/Nov
Facilitadora	Esclarecimento de dúvidas e acompanhamento do cumprimento dos desafios	mês	3	R\$2.000,00	R\$6.000,00	Set/Nov
Programador	Upload de novos conteúdos na plataforma; Geração, cruzamento e acompanhamento de dados do curso	mês	4	R\$1.826,55	R\$7.306,20	Ago/Nov
Analista de impacto	Planejamento e realização de encontros para definição de indicadores específicos, coleta e análise de dados	Mês	2	R\$5.912,72	R\$11.825,44	Ago - Nov
Contador	Serviço de contabilidade	Mês	4	R\$2.137,54	R\$8.550,16	Ago/Nov
Serviço de criação de certificado digital	Certificado de conclusão do curso	Serviço	1	R\$2.000,00	R\$2.000,00	Novembro
Arte-educador	Articulação do ecossistema empreendedor cultural de cada localidade do projeto	Semana	6	R\$2.154,06	R\$12.924,36	Ago/Nov
Arte-educador	Planejamento e organização de evento final	Semana	2	R\$2.154,06	R\$4.308,12	Novembro
Mentor Marketing Digital	Mentoria de Marketing Digital para mulheres participantes	Semana	1	R\$1.500,00	R\$1.500,00	Novembro
Arte-educador	Apoio e acompanhamento das mulheres participantes da jornada	Semana	32	R\$750,00	R\$24.000,00	Ago/Nov
Arte-educador	Planejamento e organização de live-aulas	Semana	3,6	R\$2.154,06	R\$7.754,62	Ago/Nov
Serviço de Direção Geral do Projeto	Acompanhamento macro do projeto	Meses	5	R\$4.247,83	R\$21.239,15	Ago/Dez
Serviço de Criação de peça de comunicação	Perfil das inscritas	Serviço	1	R\$2.353,82	R\$2.353,82	Agosto
Adaptação de peça de comunicação	Comunicação de resultados	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Setembro
Adaptação de peça de comunicação	Depoimentos participantes	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Setembro
Adaptação de peça de comunicação	Depoimentos participantes	Serviço	5	R\$1.725,60	R\$8.628,00	Outubro
Adaptação de peça de comunicação	Evento com ecossistema local	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Setembro
Adaptação de peça de comunicação	Resultados e depoimentos (lives)	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Agosto
Adaptação de peça de comunicação	Depoimentos participantes	Serviço	5	R\$1.725,60	R\$8.628,00	Ago/Out
Adaptação de peça de comunicação	Divulgação mentoria de marketing	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Outubro
Adaptação de peça de comunicação	Divulgação resultados mentoria de marketing	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Novembro
Adaptação de peça de comunicação	Divulgação evento final - Post simples	Serviço	1	R\$1.725,60	R\$1.725,60	Novembro
Serviço de criação de peça de comunicação	Para a identificação do projeto e disponibilização de informações	Serviço	1	R\$1.917,69	R\$1.917,69	Agosto

de Banner	legais da parceria					
Produção de Banner	Em lona vinílica padrão 04 cores	Metro Quadrado	2	R\$47,35	R\$94,70	Agosto
					R\$159.999,98	

ANEXOS
<input checked="" type="checkbox"/> EQUIPE DE TRABALHO (OBRIGATÓRIO)
<input checked="" type="checkbox"/> CURRÍCULO PADRÃO DA EQUIPE DE TRABALHO
<input type="checkbox"/> CROQUI DO EVENTO (SE HOUVER)
<input checked="" type="checkbox"/> PLANO DE COMUNICAÇÃO
<input type="checkbox"/> PLANO DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS COMPLEMENTARES
<input type="checkbox"/> OUTROS. Especificar: _____

Assinatura do dirigente da OSC: _____