



DIA NACIONAL
DA CONSTRUÇÃO
SOCIAL

Valorizando o trabalhador do Setor da Construção

O Passo a Passo
da Tecnologia Social
do Dia Nacional da
Construção Social



Ficha Técnica

Câmara Brasileira da Indústria da Construção - CBIC

Paulo Safady Simão
Presidente

Maria Helena Mauad
Presidente do Fórum de
Ação Social e Cidadania – FASC

Andreia dos Santos Marão
Assessora de Responsabilidade Social

Carlos Ely
Consultor em Comunicação

Consultoria: John Snow Brasil

Miguel Fontes
Diretor Presidente

Rodrigo Laro
Gerente de Projetos

**Valorizando o Trabalhador do Setor da
Construção - O Passo a Passo da Tecnolo-
gia do Dia Nacional da Construção So-
cial. Brasília, 2014. 1ª Ed.**

**CBIC - Câmara Brasileira da
Indústria da Construção**
SCN - Quadra 01 - Bloco E
Edifício Central Park - 13º Andar
CEP 70.711-903 - Brasília/DF
Tel.:(61) 3327-1013
www.cbic.org.br

© 2014. Câmara Brasileira da
Indústria da Construção - CBIC

Qualquer parte desta obra poderá ser
reproduzida, desde que citada a fonte.





Apresentação

Apresentação

O Dia Nacional da Construção Social é o resultado do diálogo, da articulação e da parceria entre a Câmara Brasileira da Indústria da Construção e suas entidades associadas distribuídas por todo o país. A partir de uma experiência pioneira criada pelo Sinduscon Pernambuco em 2001, o projeto ganhou dimensão nacional e transformou-se no mais importante evento na área da responsabilidade social empresarial no setor da construção brasileiro.

Em mais de 7 anos, já foram 7 edições do Dia Nacional da Construção Social, que beneficiaram mais de 536.857 trabalhadores e seus familiares com mais de 2.970.632 atendimentos. Tendo-se como base as recentes entrevistas realizadas com beneficiados pelo programa, observa-se claramente uma mudança de posicionamento do Dia Nacional da Construção Social: de evento de prestação de serviço de saúde e socioeducativo ao trabalhador, o encontro tornou-se um programa de investimento social privado.

Para os trabalhadores e seus familiares, o Dia Nacional da Construção Social e as atividades realizadas ao longo do ano nos canteiros de obras em todo o país têm contribuído para a busca de novas perspectivas profissionais, para o reco-

nhecimento de seus empregadores, a fidelização empregatícia com o setor da Construção e o aumento da auto estima.

No entanto, sabe-se que os estados que obtêm melhores impactos para o fortalecimento dos vínculos socioeconômicos dos trabalhadores/dependentes com a indústria da Construção são aqueles que desenvolvem um bom planejamento das atividades. Ou seja, o Dia Nacional da Construção Social representa o ápice de um processo que se inicia bem antes. Além disso, após o Dia Nacional, sabe-se que a comunicação sobre seus resultados e impactos fortalece a fidelização também das empresas patrocinadoras e parceiras.

Sendo assim, este Manual da *Tecnologia Social* do Dia Nacional da Construção Social representa um marco para a sistematização de todas as atividades de planejamento, execução e comunicação. Com isto, a CBIC e suas afiliadas em todo o país terão acesso a um passo a passo de como montar um ciclo transformador de fidelização e aumento da produtividade do setor.

Como se sabe, alocar recursos para a área social não pode ser mais visto como um gasto, mas sim um investimento. O Brasil passa por uma significativa transição de-

mográfica e epidemiológica. Por exemplo, o maior segmento da população é composto por crianças com 10 anos de idade que vivem em famílias com renda até ¼ de salário mínimo per capita. Além disso, as doenças crônicas que estão associadas aos hábitos alimentares não saudáveis e à falta de atividade física já representam a principal causa de mortes e morbidade de segmentos em idade produtiva no Brasil. E no setor da Construção não é diferente, uma vez que o déficit em mão de obra qualificada e os problemas de sobrepeso, alcoolismo e falta de exercícios físicos já foram constatados em diversos estudos realizados pelo Serviço Social da Indústria (Sesi) em âmbito nacional.

Para confirmar o posicionamento do Dia Nacional como um programa de investimento social privado, a CBIC contratou também uma empresa especializada para mensurar as mudanças de comportamento e as oportunidades criadas para o crescimento profissional dos trabalhadores e de seus dependentes após a implantação do progra-

ma. Esses indicadores serão fundamentais para um reposicionamento definitivo do programa para os nossos associados.

Entretanto, as lições aprendidas ao longo dos anos já nos oferecem a oportunidade de uma sistematização estratégica do Dia Nacional da Construção Social. Em embasamento a este manual, equipes locais devem ser capacitadas e envolvidas para seguir um padrão de excelência no planejamento, na execução e na comunicação do programa. Logicamente, este manual não deve ser visto como uma “receita de bolo”, pois adequações e o uso de oportunidades deverão ser sempre utilizados na execução do programa no nível local. No entanto, as diretrizes fundamentais do programa devem ser seguidas.

Este manual também pode ser utilizado por qualquer agente privado ou público que deseje implementar um ciclo de ações estratégicas para a melhoria das condições de vida do trabalhador da construção e de seus familiares.



A CBIC

Os últimos 20 anos mudaram para sempre a realidade social e econômica do país. Alcançamos a maioria democrática com instituições estáveis e consolidadas e atingimos uma significativa estabilidade econômica, angariando o respeito e atraindo a atenção da opinião pública internacional.

Neste contexto, a indústria da Construção e do Mercado Imobiliário vem desempenhando um papel estratégico. Temos gerado números recordes de empregos formais, contribuído para aquecer a economia do país e oferecido soluções para os gargalos que ainda representam obstáculos ao nosso crescimento sustentável.

Em meio a esses avanços, a Câmara Brasileira da Indústria da Construção tem sido um protagonista estratégico ao mobilizar toda a cadeia produtiva do setor em prol do desenvolvimento do país. Criada em 1957, a CBIC representa a indústria da Construção e o Mercado Imobiliário e atua como parceira dos diferentes níveis de governo e da sociedade na formulação de políticas públicas que melho-

rem a qualidade de vida da nossa população e a competitividade da nossa economia.

A CBIC reúne 72 sindicatos e associações patronais do setor da Construção das 27 Unidades da Federação.

Dirigida por um Conselho de Administração eleito pelos associados, a Câmara atua por meio das suas cinco comissões técnicas, duas delas voltadas para as atividades-fim: Obras Públicas, Privatizações e Concessões (COP) e Indústria Imobiliária (CII). Outras três comissões estão voltadas para as atividades-meio: Política e Relações Trabalhistas (CPRT), Materiais, Equipamentos, Serviços, Tecnologia, Qualidade e Produtividade (COMAT) e Meio Ambiente (CMA). A entidade conta ainda com três fóruns voltados para atividades específicas: Fórum de Advogados (FA), Fórum de Ação Social e Cidadania (FASC) e Fórum dos Seconcis. Além disso, conta com um Banco de Dados responsável por monitorar e formular indicadores sobre o mercado e sobre a nossa atividade.



O Fórum de Ação Social e Cidadania

Nas últimas décadas, o conceito de responsabilidade social empresarial tem se consolidado e ganhado maior visibilidade na mesma proporção em que os empresários se aperceberam de que têm – assim como o poder público e a própria sociedade – um importante papel na busca pela superação dos problemas sociais e ambientais que marcam o mundo moderno.

A cobrança dos diferentes atores por uma atividade econômica de menor impacto ambiental, com maior transparência, mais compromisso com a coletividade e com os trabalhadores fez com que as empresas – nos diferentes ramos de atividade – buscassem construir uma nova ética de trabalho que contemplasse as suas responsabilidades no caminho de uma nova sociedade.

Neste contexto, a indústria da Construção e o Mercado Imobiliário também têm amadurecido suas próprias experiências na área

da responsabilidade social empresarial, inicialmente a partir de iniciativas isoladas de algumas empresas pioneiras e, particularmente a partir da década de 1990, com ações lideradas pelas entidades representativas do segmento.

Foi assim que a Câmara Brasileira da Indústria da Construção criou, em 2003, o seu Fórum de Ação Social e Cidadania, com o propósito de reunir as experiências que já existiam nos diferentes estados e estimular as demais entidades representativas do setor a desencadear ações semelhantes para as suas associadas.

Ao longo de mais de uma década de atividades, o Fórum tem desenvolvido ações como o Dia Nacional da Construção Social, a promoção da inclusão de mulheres nas empresas da construção, a valorização dos trabalhadores e o Prêmio CBIC de Responsabilidade Social, entre outras ações.

Sumário

1

Uma Visão Panorâmica do Dia Nacional da Construção Social: conceito, história e conquistas

Pág. 13

2

Um Novo Dia: de Projeto para Tecnologia Social

Pág. 17

3

O Mix Social do Dia Nacional: os 8 Ps da Valorização do Trabalhador

Pág. 23

4

Metodologia: o Passo a Passo da Tecnologia Social do Dia Nacional

Pág. 33

5

Os Pilares do Investimento e da Responsabilidade Social pela Ótica do Setor

Pág. 59

Anexos

A1 - Modelo sugerido de documento de vistoria do local definido para o Dia Nacional

Pág. 64

A2 - Modelo de relatório de pós-evento do Dia Nacional da Construção Social

Pág. 65

A3 - Modelo de Prestação de Contas

Pág. 71

A4 - Cadastro e Questionário de Usuários

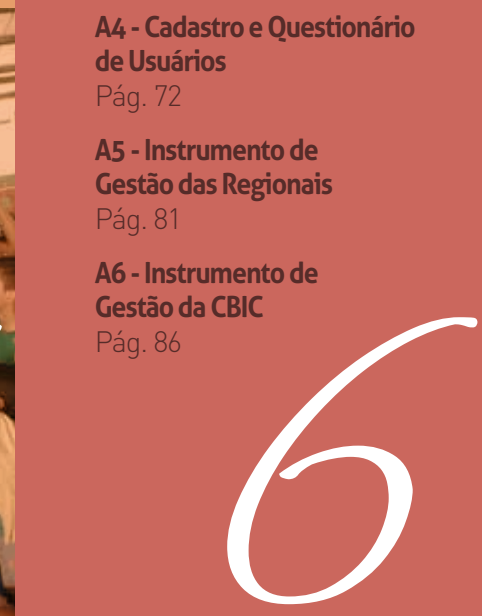
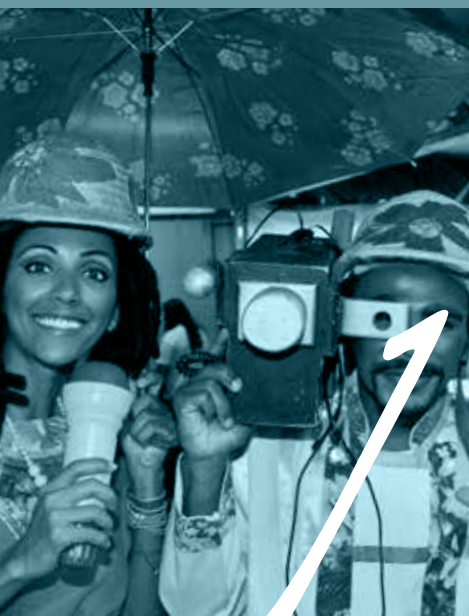
Pág. 72

A5 - Instrumento de Gestão das Regionais

Pág. 81

A6 - Instrumento de Gestão da CBIC

Pág. 86





Uma Visão Panorâmica do
Dia Nacional da Construção Social:
conceito, história e conquistas

I. Uma Visão Panorâmica do Dia Nacional da Construção Social: conceito, história e conquistas

A prática da responsabilidade social e empresarial na indústria da Construção e no Mercado Imobiliário vem sendo consolidada nos últimos anos na mesma medida em que o setor foi gradativamente resgatando a sua importância estratégica na economia e no desenvolvimento sustentado do país. Particularmente na última década, o nosso segmento gerou um volume recorde de

postos de trabalho, incorporou uma fatia expressiva do total de investimentos feitos no Brasil, aqueceu a economia e gerou um impacto positivo sobre o PIB brasileiro, entre outros avanços.

Foi assim que, em 2001, demos o primeiro passo no sentido de criarmos um evento de âmbito nacional que congregasse as ex-



periências de responsabilidade social que vinham sendo realizadas nos diferentes estados brasileiros. A história do Dia Nacional da Construção Social (DNCS) começou naquele ano, em Recife (PE), quando o Sinduscon Pernambuco realizou o primeiro evento do país, com a presença de cerca de 10 mil trabalhadores.

Apenas seis anos depois se daria a primeira grande proporção de caráter nacional, com a adesão de entidades representativas do setor em 16 estados e mais de 135 mil atendimentos.

Hoje, com a adesão de praticamente todas as unidades da Federação, o Dia Nacional da Construção Social tornou-se o mais importante acontecimento de responsabilidade social e empresarial da nossa indústria, com mais de 550 mil atendimentos nas áreas de cidadania, lazer, esporte e saúde. Essa *tecnologia social*, que agora está sendo consolidada no presente Manual, é uma ação que não se encerra em si própria, mas representa o momento de maior visibilidade pública de uma prática cada vez mais difundida.



Um Novo Dia: de Projeto
para Tecnologia Social

II. Um Novo Dia: de Projeto para Tecnologia Social

Para detalharmos este tópico, precisamos compreender primeiro o que significa o conceito de *tecnologia*.

O conceito de tecnologia se parece muito com o de conhecimento. A diferença está na aplicabilidade. Enquanto o conhecimento, por si só, não passa de teoria, a tecnologia é o conhecimento aplicado para alguma finalidade específica. No caso do Dia Nacional, falamos de uma tecnologia social, ou seja, uma tecnologia aplicada com finalidade social: a de valorizar o trabalhador da construção.

A partir desta premissa, alguns podem pensar: se o Dia Nacional nasceu justamente com uma missão social, já não era uma tecnologia? Podemos dizer que não. O Dia era um projeto, quando em sua versão-piloto, se tornou um programa, a partir de sua segunda edição e, agora, após todos os trabalhos de levantamento de ofertas e demandas sociais e estudos de mercado, pode-se dizer que este manual eleva o Dia Nacional a um novo padrão: o de tecnologia social do setor da Construção no Brasil.

De forma definitiva, uma tecnologia social é todo conhecimento sistematizado, aplicado e avaliado para a transformação social¹. Ou seja, não basta que o gestor

elabore um projeto considerando apenas aspectos que ele considera importantes. É preciso verificar também as demandas envolvidas, executar a intervenção de forma monitorada, além de avaliá-la.

As primeiras discussões sobre o termo tecnologia social surgiram no contexto dos movimentos de economia solidária em contexto internacional de globalização nos anos 1990. O intuito era permitir a recuperação da cidadania de segmentos mais penalizados economicamente, incluindo-os na construção de processos de desenvolvimento mais sustentável. Um aspecto de inovação envolvido nas discussões era, por incrível que pareça, incluir nas discussões os públicos que “recebiam” os programas das organizações que “criavam” as intervenções diretamente. Em outras palavras, unir as perspectivas de oferta e demanda na gestão.

No Brasil, o conceito de tecnologia social foi apresentado originalmente por Miguel Fontes, em cursos e palestras de marketing social, na segunda metade dos anos 1990. Naquele momento, o termo já tomava corpo e ganhava dimensões mais sólidas. Para o autor, toda tecnologia social (TS) facilita a adoção de novos conhecimentos, atitudes e práticas. Por isso, para que um projeto se

torne uma TS, é preciso empreender um processo de sistematização e pesquisa.

Sistematizar, neste sentido, pode ter vários significados com orientação bastante similar:

- Mapear, organizar, detalhar e padronizar processos.
- Formatar as experiências aplicadas com resultado positivo aferido.

- Aumentar a efetividade de processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais.
- Reconstruir experiências.
- Compreender, registrar e ordenar, de forma compartilhada, a dimensão educativa de uma experiência vivenciada.
- Realizar uma reflexão crítica.



1 - Definição elaborada pela John Snow Brasil Consultoria (www.johnsnow.com.br).



Este foi o caminho tomado pela CBIC: a partir do importante caminho já cumprido pelo Dia Nacional – com todos os seus atendimentos, seus resultados e suas contribuições para os trabalhadores e empresários do setor –, procurou buscar um parâmetro ainda mais elevado de gestão e transformação social, a partir da sistematização do Dia Nacional em Tecnologia Social.

Quando um projeto é sistematizado em tecnologia social, proporcionam-se vários benefícios. Entre eles:

- Consolidação das metodologias utilizadas.

- Formalização e padronização de processos.
- Maior controle de qualidade.
- Fortalecimento da comunicação e visibilidade perante as partes interessadas (*stakeholders*).
- Maior facilidade na atração de potenciais investidores e parceiros.
- Maior facilidade na reaplicação e ampliação.
- Ampliação dos resultados e impactos.
- Potencialização de políticas públicas.

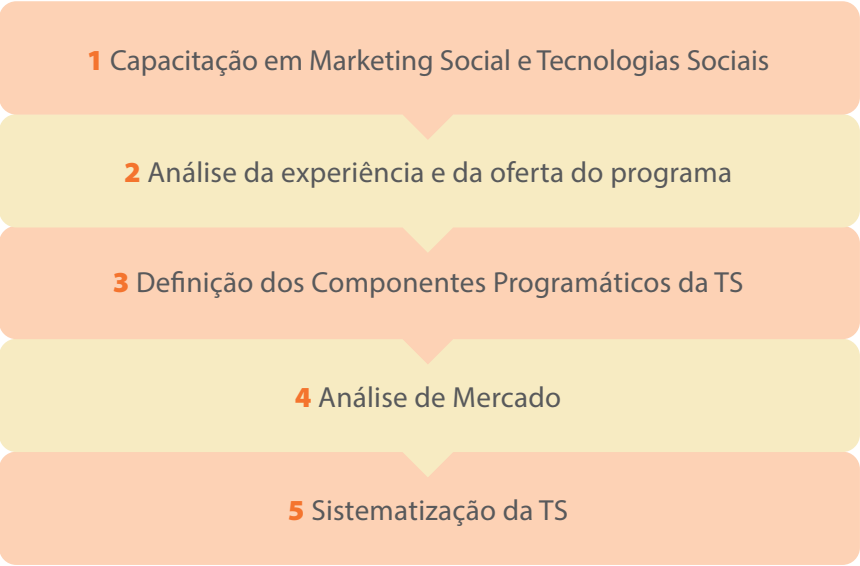


Figura 1: fluxo da sistematização da tecnologia social do DNCS

Não existe uma forma única para sistematizar uma tecnologia social. Há etapas que facilitam o processo, mas cada projeto e programa possuem características únicas, que devem ser respeitadas e investigadas. Foi assim com o processo empreendido pela CBIC e pelas Regionais participantes, em parceria com os consultores da *John Snow Brasil*. Para sistematizar o Dia Nacional da Construção Social foram realizadas cinco etapas:

1. No primeiro estágio, gestores da CBIC e das Regionais foram capacitados em marketing social – conceito este que embasou todos os trabalhos de sistematização da TS do Dia e que é detalhado no item IV deste manual.
2. Na segunda etapa, foi verificado como o Dia Nacional é ofertado em cinco Estados: RJ, PR, CE, GO e TO, a partir de entrevistas com as coordenadoras do Dia nas capitais dos Estados citados e a partir de documentos do próprio Dia Nacional, de relatórios de resultados, entre outros.

3. Na etapa três, definiram-se os componentes da TS perante a CBIC e as Regionais. Os componentes são detalhados no item IV deste Manual.

4. No estágio quatro, foram investigados os principais públicos de demanda e os parceiros do Dia Nacional, ou seja, os trabalhadores e empresários, além de outros parceiros, para as Regionais participantes deste trabalho-piloto de sistematização.

5. Por último, a TS 1.0 do Dia Nacional da Construção Social foi sistematizada neste Manual, que você está lendo agora.

Nos tópicos a seguir, apresentamos os elementos efetivamente construídos no processo de sistematização da TS do Dia. Elementos, estes, primordiais para que você, na sua cidade, possa atuar de forma cada vez mais alinhada com colegas de outros Estados, produzindo impactos cada vez mais significativos para os trabalhadores e as partes interessadas do setor.



O Mix Social do Dia Nacional: os 8 Ps da Valorização do Trabalhador

III. O Mix Social do Dia Nacional: os 8 Ps da Valorização do Trabalhador

Se, por um lado, o marketing tradicional busca transformar desejos em necessidades, o marketing social faz o contrário: transforma necessidades em desejos. Como isso ocorre?

O termo *mercado*, pelo Dicionário Aurélio, nada mais é do que “permutação ou troca de produtos e/ou valores”². E, de fato, o significado parece um tanto pobre, se considerada a variedade de usos e denominações adquiridas pelo termo nos últimos tempos,

em especial nesta era globalizada. Porém, o problema não é o mercado enquanto conceito, mas algumas relações dentro dele. É o tipo de relação que qualifica o mercado. Ou seja, o termo, em si, é linear, mas há dinâmicas diferentes que perfazem mercados distintos. Para Fontes (2009), há três tipos de mercado que, apesar de diversos, não existem sem a influência dos outros. São eles: o caritário ou assistencialista, o comercial e o social³.

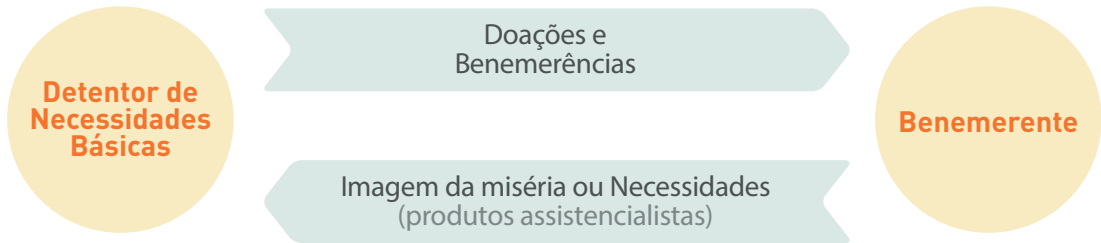
O assistencialista

O mercado assistencialista é forte (em especial nos países onde a distribuição de renda é precária) e, em consequência, grande parte das descobertas tecnológicas beneficia apenas quem possui poder aquisitivo elevado. Neste contexto, o Brasil é um ambiente altamente propício à propagação do modelo caritário, pois existe no país uma quantidade enorme de pessoas vivendo em condições subumanas, à margem de qualquer perspectiva cidadã. “E os principais trabalhadores do mercado assistencialista são os miseráveis”⁴.

As relações de troca, aí, são facilmente notadas, embora não sejam totalmente tangíveis. Quer dizer, a doação é mensurada por esmolas, alimentos, roupas, eletrodomésti-

cos ou qualquer outro material que o doador ache, por bem, dar a outro. A novidade, revelada por Fontes, é o papel do beneficiado no escambo assistencialista. Para ele, no ato da doação, o assistido troca a sua condição de miséria pelo apaziguamento da culpa do doador, e todos têm um ganho momentâneo com isso. Ganho que é passageiro, porque – como diz Machado de Assis em sua Teoria do Benefício – “o ato de cessar momentaneamente as privações do indivíduo não altera sua condição de miserável”⁵ e alivia o provável doador de “abordagens inconvenientes”. A seguir, a figura ilustra como ocorre a relação de troca entre o detentor de necessidades básicas e o benemerente no mercado assistencialista:

Figura 2: a dinâmica do Mercado Assistencialista

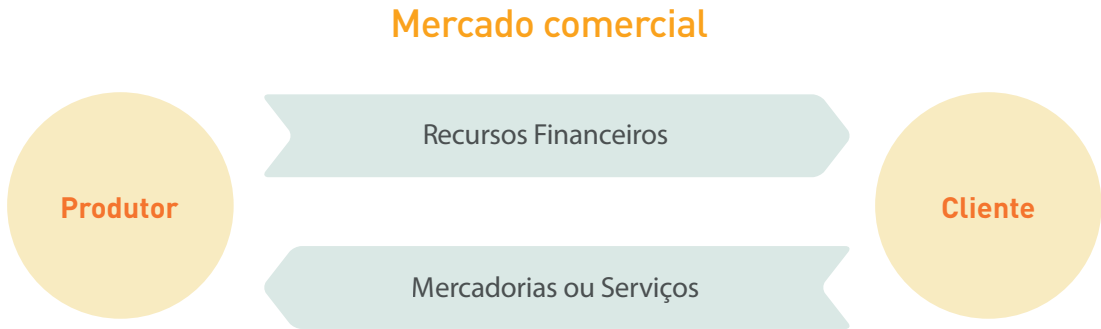


O comercial

A dinâmica do mercado comercial é mais facilmente percebida porque é intrínseca ao dia a dia das pessoas. Desde a infância, de uma forma ou outra, faz-se necessário apren-

der a lidar com dinheiro e, aos poucos, esta prática torna-se comum. A noção de troca, neste caso, é material e facilita a incorporação do hábito. Veja o quadro a seguir⁶:

Figura 3: A dinâmica do Mercado Comercial



2 - FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Minidicionário Aurélio. SP, Nova Fronteira. 1993:335.
3 - FONTES, Miguel (2009).
4 - Vide FONTES, Miguel (2009).
5 - ASSIS, Machado de. Memórias Póstumas de Brás Cubas. Ministério da Cultura. RJ, Instituto Nacional do Livro. Capítulo 149. 1960: 294.

6 - FONTES, M. Marketing Social Revisitado. Novos Paradigmas do Mercado Social. São Paulo. Ed. Campus Elsevier, 2008.



O social

O mercado social é essencialmente diferente dos outros dois. “Nesse caso, a relação de troca é obtida por meio de custos e benefícios sociais” (FONTES, 2009), pois representa a adoção de comportamentos, atitudes e valores que beneficiam tanto o indivíduo quanto a sociedade. O lucro e o produto são socializados, mas não são fáceis de ser obtidos, já que representam ganhos e custos de valor intangível. Os benefícios relacionados ao prazer e às necessidades básicas, no caso dos mercados comercial e assistencialista, são mais tangíveis em curto prazo do que os relacionados à melhoria da qualidade

de vida. Veja alguns exemplos de troca por meio da dinâmica social:

- O hábito de não fumar em favor da satisfação que o vício proporciona.
- O ato de doar sangue em detrimento do medo de contrair doenças ou devido a preceitos morais e religiosos contrários à mudança de atitude.
- A prática do sexo seguro (com camisinha) em troca do prazer da relação sem preservativo.

Os custos são altos e os lucros são difíceis de ser percebidos em grande parte das vezes. Veja, no quadro de Fontes, a demonstração das relações de troca no mercado social⁷:

Figura 4: A dinâmica do Mercado Social



“De um lado tem um agente de mudança, que pode ser uma agência governamental ou uma organização não governamental (ONG), e do outro encontra-se o indivíduo que adotará os produtos sociais ofertados”.⁸ Observe-se, ainda, que é essencial levar em conta o impacto da adoção destes produtos sociais, a fim de se verificar a eficácia das intervenções. A verificação de impacto é um fator característico da terceira geração do marketing social, que será mais bem aprofundada a seguir.

No caso específico do Dia Nacional, o mercado social acontece da seguinte maneira:

A) Os agentes de transformação social do DNCS se dividem em três categorias:

- Promoção: CBIC.
- Realização: entidades empresariais (sindicatos e associações da construção e do mercado imobiliário).

- Correalização: Sesi.

B) Para fazer que os produtos sociais de fato sejam incorporados pelo público adotante primário, é representado pelas seguintes atividades:

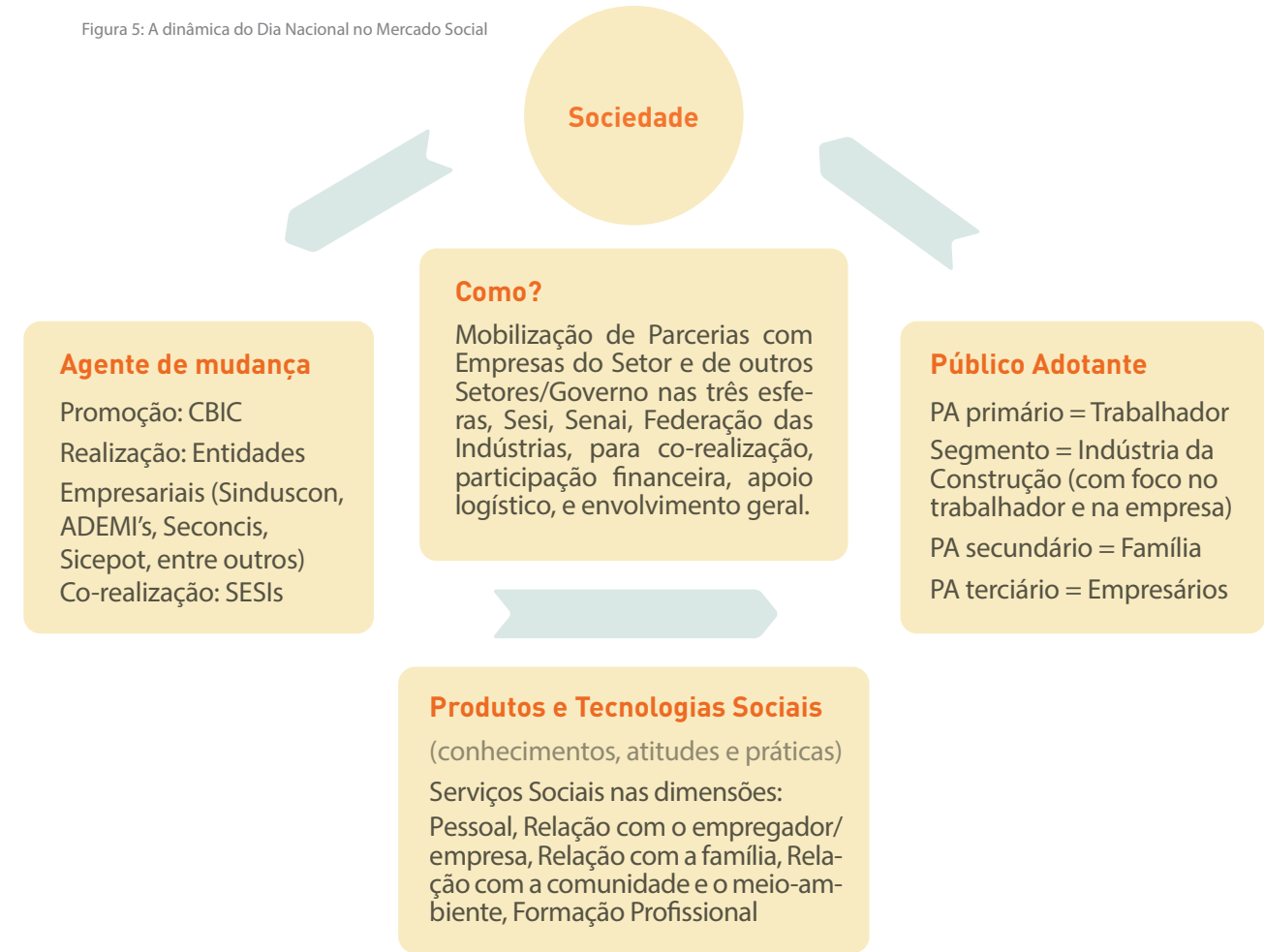
- Mobilização de parcerias para correalização, participação financeira, apoio logístico e envolvimento geral com:
 - Empresas do setor;
 - Empresas de outros setores;
 - Governos Federal, Estaduais e Municipais; e
 - Sesi, Senai e Federação das Indústrias.

Desta forma, a dinâmica de mercado social inicial do DNCS foi delineada da seguinte maneira:

7 - FONTES, M. Marketing Social Revisitado. Novos Paradigmas do Mercado Social. São Paulo. Ed. Campus Elsevier, 2008.

8 - FONTES, M. Marketing Social Revisitado. Novos Paradigmas do Mercado Social. São Paulo. Ed. Campus Elsevier, 2008.

Figura 5: A dinâmica do Dia Nacional no Mercado Social



O marketing mix social representa o conjunto de elementos do marketing social estabelecidos para a intervenção em análise. Os 8 Ps (produto social, público-adotante - PA, preço social, promoção social, ponto de distribuição, pessoal, parcerias e políticas públicas) são componentes essenciais da sistematização da tecnologia porque incluem os principais conteúdos de orientação do

DNCS para a transformação social dos trabalhadores e dos demais participantes do segmento da Indústria da Construção. A seguir, apresentamos os elementos definidos pelas coordenadoras participantes do DNCS e pela CBIC, incluindo a explicação para cada um dos oito elementos do marketing mix social:

8 “Ps” do Marketing Social	Dia Nacional da Construção Social (DNCS)
1 Público adotante (PA)	Segmento = indústria da Construção (com foco no trabalhador e na empresa). PA primário = trabalhador. PA secundário = família. PA terciário = empresários.
Por quê?	Até se chegar à opção definida, discutiu-se sobre se o segmento seria apenas o trabalhador da indústria da construção ou se o segmento a ser imediatamente beneficiado pelo DNCS não seria apenas a própria indústria. A opção tomada se deve ao fato de que o principal segmento a ser focado é o trabalhador, mas considerando-se toda a indústria da Construção como elemento maior. O público adotante primário é o próprio trabalhador, sendo influenciado diretamente por sua família para que participe do DNCS e sendo indiretamente influenciado pelos empresários do setor.
2 Produtos Sociais	Valorização pessoal, relação familiar, profissional, comunidade/meio ambiente e formação laboral. Autoestima, estímulo de diálogo na família, hábitos saudáveis de saúde, alimentação, relação interpessoal, aumento da qualificação, escolaridade.
Por quê?	Os produtos sociais são os principais conhecimentos, atitudes e práticas fomentados pelo programa.
3 Pessoal	Voluntários, colaboradores das entidades representativas do setor, Sesi e Senai, representantes dos parceiros (servidores públicos, banco de sangue, AA, polícia, empresas e outros voluntários interessados).
Por quê?	O pessoal representa a equipe técnica envolvida no programa, responsável pela sua gestão.
4 Promoção Social	Antes = Convenção no terceiro sábado do mês de agosto, mobilização em canteiros (atividades lúdicas e culturais/shows musicais), cartazes nos ônibus, garoto(a) propaganda ou mascote, “undercover boss”, passeio ciclístico, café da manhã com empresários, exibição dos vídeos de valorização e inserção da mulher no setor da Construção desenvolvidos pela CBIC. Reuniões com pessoal técnico-segurança/RH/empresas. Deve-se averiguar a possibilidade de se incluir na Convenção o dia do evento como “folga, pois se verificou que tal iniciativa propicia o comprometimento e a adesão das empresas e dos trabalhadores. Durante = jogos de futebol, fotos com a família, brindes (bonés, camisetas), subsídio de transporte (diminuição do preço da passagem). Depois = book pós-evento, ofício, mensagem de agradecimento aos realizadores, parceiros e patrocinadores pelo envolvimento no evento.

Por quê?	As estratégias de promoção social são utilizadas para aproximar a demanda da oferta. No caso do DNCS, podem ser serviços complementares aos principais (que servem para atrair os trabalhadores para os serviços principais) ou mesmo atividades de comunicação e divulgação do DNCS (que servem para mobilizar os públicos adotantes para o programa).
5 Preço	Custos = liberar o trabalhador no dia do evento, não ter alimentação e ter transporte durante o evento, abrir mão de complementar renda, falta de apoio de empresários. Benefícios = integração com os colegas e com o setor. Momentos de lazer com a família proporcionados pelo trabalhador, reconhecimento pela família, acesso a serviços.
Por quê?	O preço social se refere às barreiras e aos facilitadores para a adoção dos produtos sociais. No caso do DNCS, os principais custos se referem à liberação do trabalhador, que por vezes é vista como custo para o empresário. No caso dos benefícios, a possibilidade de haver um momento de valorização e integração com os colegas e a família é importante. Quanto mais tangíveis são os benefícios para o trabalhador e o empresário, mais simples se torna a incorporação dos produtos sociais ao seu estilo de vida.
6 Ponto/distribuição	Acesso = local de fácil acesso para o transporte público. Estrutura = Centros de Atividades do Sesi ou de demais instituições que ofereçam estrutura adequada, como escolas, Senai, etc. Local = canteiro de obra, Sesi.
Por quê?	Este elemento é complementar à promoção social. Representa uma das estratégias para aproximar a oferta da demanda. Pode ocorrer em locais fixos ou itinerantes.
7 Parcerias	Empresas do setor e de outros setores, governo nas três esferas, Sesi, Senai, Federação das Indústrias, empresas do setor da Construção, sindicatos patronais.
Por quê?	Para que sejam parceiras, as organizações precisam ter vantagens comparativas diferentes das destinadas aos agentes de transformação. Ou seja, somando-se expertises e vocações diferentes para a mesma finalidade.
8 Políticas públicas	A <i>John Snow Brasil</i> verificará possíveis políticas públicas vinculadas ao DNCS.
Por quê?	A vinculação de uma intervenção com a política pública é importante para que o programa possa ser fortalecido pela política e vice-versa, pois o DNCS também pode contribuir para o fortalecimento de políticas públicas relacionadas à causa social promovida pelo programa.



É preciso lembrar que a relação de troca no mercado social “é obtida por meio de custos e benefícios sociais”,⁹ pois representa a adoção de comportamentos, atitudes e valores que beneficiam tanto o indivíduo quanto a sociedade. O lucro e o produto são socializados, mas não são fáceis de ser obtidos, já que representam ganhos e custos de valor

intangível. Vejam-se alguns exemplos de troca por meio da dinâmica social:

- Trocar um trabalho pontual (“bico”) pela participação no Dia Nacional.
- Trocar o prazer proporcionado pelo fumo pelo hábito de não fumar.
- Trocar o prazer do sexo sem proteção pelo uso do preservativo.

9 - FONTES, M. Marketing Social Revisitado. Novos Paradigmas do Mercado Social. São Paulo. Ed. Campus Elsevier, 2008.



Metodologia: o Passo a Passo
da Tecnologia Social
do Dia Nacional

IV. Metodologia: o Passo a Passo da Tecnologia Social do Dia Nacional

IV.1. Introdução

Em embasamento a uma pesquisa realizada com os trabalhadores, os colaboradores e as empresas parceiras do Dia Nacional da Construção Social, um ciclo de cinco etapas foi definido para os processos de planejamento, execução e comunicação do programa. Neste capítulo, iremos abordar cada uma destas etapas e apresentar os principais instrumentos de apoio (formulário, tabela de dados, questionários) que devem ser utilizados. O uso mais rigoroso desses instrumentos irá ajudar na garantia do padrão de implementação do programa, independentemente da localidade.

Como poderemos observar, a seguir há a descrição dos meios para a implementação do ciclo do Dia Nacional da Construção Social e não o seu conteúdo específico. Os conteúdos

serão preenchidos e formulados pelas equipes locais. Por exemplo, não há uma meta específica de atendimento em saúde, mas a tabela de planejamento deverá ser utilizada como meio para especificar qual meta de atendimento foi estabelecida pela equipe técnica.

Além disso, cabe esclarecer que as etapas a seguir deverão ser desenvolvidas em um ciclo de um ano (doze meses). As cinco etapas são:

- 1 Idealização.
- 2 Planejamento.
- 3 Mobilização/comunicação.
- 4 Operacionalização.
- 5 Avaliação.

O prazo médio de implementação de cada uma dessas etapas é sugerido na tabela a seguir:

	Mês											
Etapas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Idealização												
Planejamento												
Comunicação												
Operacionalização												
Avaliação												



IV.2. Principais atribuições da CBIC, das entidades empresariais e do Sesi nas diferentes localidades

É importante apresentar aqui as principais atividades/atribuições operacionais a serem realizadas pela CBIC, pelas entidades empresariais (Sinduscon/Seconci)¹⁰ e pelo Sesi em cada localidade. Não se sugere obrigatoriedade para as atividades disponibilizadas a seguir, até porque a relação

entre entidade empresarial e Sesi pode variar dependendo da localidade. Porém, é importante que todos os profissionais e colaboradores envolvidos na gestão do Dia possam analisar a aplicabilidade e a utilidade das atribuições a seguir, a fim de adaptá-las à sua própria realidade.

10 - Atividades/atribuições adaptadas do Projeto do Dia elaborado pelo Sesi/PR.

CBIC

1 Definir, junto ao Fasc, as principais diretrizes do Dia, como tema e data que devem ser considerados para o ano corrente.

2 Consolidar as informações em um caderno e encaminhá-lo para todas as entidades participantes do Dia.

3 Encaminhar circular para as localidades informando as informações principais, como a data e o tema. Desta forma, os Estados tomam a decisão de participar ou não.

4 Disponibilizar os materiais por *e-mail* para as localidades que tiverem aderido, detalhando o tema, a data e as principais ações propostas para o ano, a fim de facilitar o processo de articulação e organização local.

5 Realizar reunião com o Sesi/departamento nacional.

6 Acompanhar preparativos do Dia Nacional, acompanhando os principais desafios relatados pelas localidades e buscando apoiá-las na solução das principais questões.

7 Produzir e encaminhar materiais-padrão para os locais que participarão do Dia.

8 Apoiar e acompanhar a execução do Dia.

9 Solicitar ao Sesi/departamento nacional os relatórios estatísticos de serviços realizados.

10 Solicitar os relatórios de avaliação/pós-evento para as localidades.

11 A cada dois anos, realizar uma avaliação nacional do Dia, seguindo as possibilidades apresentadas na quinta etapa da Tecnologia Social.

Entidades Empresariais

1 Garantir a informação efetiva das empresas envolvidas no Dia.

2 Divulgar o Dia para afiliados nos canteiros de obra em curso, via website e/ou mídias sociais, contato telefônico direto, entre outros.

3 Buscar parceiros locais para o Dia.

4 Garantir os recursos humanos necessários à gestão completa do Dia para as 5 etapas da Tecnologia Social do Dia.

5 Disponibilizar apoio para recursos de infraestrutura, tecnológicos ou outros quando possível.

6 Acompanhar/apoiar o Sesi local na realização de suas atribuições considerando todas as 5 etapas da Tecnologia Social do Dia.

SESI local

1 Disponibilizar o local para a realização do Dia.

2 Definir e realizar cronograma de reuniões com as entidades empresariais.

3 Enviar ofícios aos parceiros e às atividades envolvidas no Dia.

4 Definir as necessidades e os custos para a realização do Dia em conjunto com as entidades empresariais.

5 Disponibilizar um gestor responsável pelo Dia para atuar na orientação e na coordenação técnica das atividades.

6 Coordenar conjuntamente a realização do Dia de forma integrada com as entidades empresariais.

7 Realizar a supervisão operacional e administrativa antes, durante e após o Dia.

8 Prestar contas dos resultados físicos e das aplicações financeiras para as entidades empresariais.

A seguir, apresentamos a descrição dos principais procedimentos para cada uma das 5 Etapas da Tecnologia Social do Dia Nacional da Construção Social (DNCS).



IV.3. As 5 Etapas da Tecnologia Social do Dia Nacional

Etapa I: Idealização (Mês 1)

Todo ano, um tema como saúde, profissionalização ou educação é escolhido e aprovado pelo Fórum de Ação Social e Cidadania. O tema deve ser utilizado como o ponto de partida para o planejamento das atividades do ciclo de implementação do Dia Nacional da Construção Social. Por exemplo, se o lema escolhido for “Nutrição é Vida”, todas as etapas subsequentes deverão se utilizar deste tema para o desenvolvimento das atividades.

No entanto, o primeiro passo para que o processo de planejamento se inicie é ampliar os conhecimentos sobre nutrição e força de trabalho. Sendo assim, um especialista ou uma empresa de nutrição deverá ser contratada para fazer uma apresentação na entidade associada local sobre os desafios da boa alimentação no local de trabalho, na escola e em casa. O entendimento dos desafios nutricionais do país e de como isso vem afetando a força de trabalho, especialmente no setor da Construção, é um passo fundamental para que os profissionais que estarão envolvidos nas demais etapas possam planejar as atividades corretamente.

Esta apresentação deve ocorrer já no primeiro mês do ciclo e informações complementares (a serem encaminhadas pela CBIC ou não) devem ser utilizadas para um aprofundamento sobre o lema escolhido. Nesta etapa, não há necessidade de qualquer reunião de planejamento da equipe, mas sim de uma participação em atividades de troca de informações.

Caso haja profissionais na própria associada que já tenham formação em temas relacionados ao lema escolhido, eles devem ser valorizados e convidados a participar da equipe de implementação deste ciclo do programa. Após a apresentação do especialista, sugere-se um tempo para discussões e identificação dos principais desafios nutricionais a serem discutidos durante o ciclo de implementação do programa. Tudo isto deve ser documentado em um documento sucinto que descreva as principais discussões realizadas pelo grupo de profissionais da associada local.

Todos os profissionais da associada e empresas parceiras e colaboradoras devem ser convidados a participar desta primeira etapa de idealização do Dia Nacional da Construção Social. Em embasamento à participação de diversos profissionais, um

grupo pode ser selecionado para participar da equipe de implementação do programa nas etapas posteriores.

Sendo assim, nesta etapa, as principais atividades e metas são:

- 1** Identificar e convidar um profissional qualificado que possa proferir uma apresentação relacionada ao tema definido pelo Fasc para o Dia Nacional da Construção Social.
- 2** Organizar uma oficina ou palestra de capacitação sobre temas referentes ao lema escolhido para profissionais da associada

local da CBIC, empresas parceiras e empresas colaboradoras.

- 3** Durante a oficina ou palestra (que deverá ser de no máximo uma hora), abrir espaço para uma discussão sobre os principais temas abordados.
- 4** Definir quais temas prioritários serão utilizados no planejamento das atividades.
- 5** Definir quais profissionais estarão envolvidos nas etapas posteriores de implementação do programa.



Etapa II: Planejamento
(Meses 2 e 3)

A) O Essencial

Para o correto planejamento das atividades, a tabela a seguir apresenta os principais componentes de implementação a serem definidos pela equipe de organização local:

O Quê?	Quanto?	Onde?	Quem?	Quando?	Barreiras
1 Local do evento					
2 Público beneficiado					
3 Atendimentos					
A:					
B:					
C:					
D:					
4 Patrocínio					
5 Organização					
6 Atividades educativas prévias					
A:					
B:					
C:					
D:					
7 Materiais de Comunicação					
A:					
B:					
C:					
8 Avaliação					

Como demonstrado, estes são os principais componentes que devem ser definidos durante a etapa de planejamento do ciclo programático. Na primeira coluna, há os itens que deverão ser listados pela equipe técnica. Os únicos itens que precisarão ser listados são o tipo de atendimento que será possível ofertar em base ao lema escolhido, as atividades educativas prévias e os materiais de comunicação a serem utilizados.

Para a linha de atendimentos, podem-se incluir serviços de saúde, capacitação, lazer, entre outros. Tudo isto depende das necessidades e demandas observadas pelo setor da Construção em base ao lema escolhido. Mais uma vez, utilizando-se do exemplo do

lema de “Nutrição é Vida”, oficinas de educação alimentar poderão ser priorizadas, assim como oportunidades para manipulação de alimentos por crianças e jovens (dependentes dos trabalhadores do setor da Construção).

Finalmente, os materiais de comunicação deverão ser definidos em base ao lema escolhido e direcionados a diferentes grupos de interesse, como empresários, trabalhadores e fornecedores. A comunicação pode ocorrer também por meio de atividades socioeducativas de promoção do Dia Nacional da Construção Social. Essas atividades podem e devem ocorrer nos canteiros de obra com autorização prévia das empresas.

Case de promoção do Dia Nacional do Ceará:

No estado do Ceará, o Sinduscon desenvolve um trabalho inovador de mobilização dos trabalhadores para o Dia Nacional da Construção Civil: O Teatro Itinerante. Durante o horário de almoço ou outro horário cedido pelo empresário, trabalhadores da construção civil são convidados a participar da exibição de uma peça de teatro no canteiro de obras. Com muita animação e comédia, o teatro serve para sensibilizar os trabalhadores para o lema escolhido do Dia

Nacional da Construção Civil. Além disso, promovem-se os serviços a serem oferecidos, assim como a distribuição de convites (pulseiras) aos trabalhadores e seus dependentes. O teatro itinerante é uma ação lúdica de mobilização do trabalho e vem apresentando ótimos resultados. No último ano, o Sinduscon Ceará verificou um aumento significativo da presença de trabalhadores e seus dependentes durante o Dia Nacional da Construção Civil.

Após a definição dos itens que deverão ser utilizados para a implementação do ciclo programático, deve-se definir a quantidade que será disponibilizada ou o valor a ser desembolsado em relação a cada um dos itens. Por exemplo, se for necessário pagar pelo local do evento, isto deve ser definido já na fase de planejamento. No caso do público beneficiado, uma estimativa aproximada do número de participantes também deverá ser calculada para se evitar surpresas. Neste caso, uma faixa de número de participantes é a mais recomendada, em que a variação entre o estimado e os limites máximos e mínimos não passem de 15%. Os outros itens da coluna “quanto?” devem seguir este mesmo raciocínio com o estabelecimento de metas de atendimento ou valores a serem desembolsados para cada um dos itens de planejamento.

No componente “onde”, todos os itens devem demonstrar qual será a localidade em que irão ocorrer. Por exemplo, no caso da comunicação, atividades específicas podem ocorrer nos canteiros de obra ou na sede da empresa parceira de construção. Ou pode até mesmo ser durante as reuniões de Conselho e Diretoria da filiadas da CBIC no nível local.

Para a coluna “quem”, os responsáveis por cada um dos itens de planejamento devem ser bem estabelecidos. Por exemplo, para a negociação do local de evento, quais serão os profissionais envolvidos. Isto porque, muitas vezes, as equipes serão formadas para fins diferentes. No caso da comunicação, a equipe poderá ter um perfil mais sociopedagógico, enquanto que, no caso de encontros de negociação, a equipe será formada por profissionais de mercado. Além disso, é nesta coluna que se deve definir quem ficará responsável pelos diversos atendimentos. Muitas vezes, utiliza-se de empresas colaboradoras para a organização das atividades educativas. Sendo assim, os nomes da organização e da pessoa responsável devem ser incluídos na matriz.

A matriz de planejamento ainda deve estabelecer claramente quando as atividades vão ocorrer. Sabe-se que muitas ocorrerão no próprio Dia Nacional, mas deve-se lembrar de que as atividades de negociação e definição de local ocorrem antes do Dia Nacional. Já no caso da avaliação, esta será realizada somente ao final ou após o Dia.

Ao final, devem ser estabelecidas, ainda, as barreiras que poderão ser encontradas durante a execução dos itens de planejamento. Por exemplo, no caso do local, devem-se levar em conta questões climáticas, a época do ano desfavorável, etc. que poderão gerar dificuldades para a execução do item. Isto deve ser previsto antes para verificar se não há alternativas com menos risco.

B) Pontos adicionais

• Poder Público

Além dos principais pontos já apresentados, pode ser necessário que as Entidades Empresariais busquem oficializar possíveis questões junto ao Poder Público, para garantir tranquilidade ao evento. Entre as instituições que poderão ser procuradas, há a Defesa, o Corpo de Bombeiros, a Polícia Militar, a companhia de água e esgoto local, a companhia de energia elétrica, além de empresas de telefonia e prefeitura.

No caso dos órgãos de segurança pública, é preciso garantir que o local seja adequado para garantir eventos desse porte e que tenha saídas de emergência. Deve-se também assegurar que alguns

agentes públicos possam fazer rondas e estejam presentes no evento. Com a prefeitura, a organização do evento precisa descobrir se a liberação do local depende de alvará ou de outro documento. Com as companhias públicas, é preciso verificar a disponibilidade de instalação ou adequações nas ligações elétricas e de água no local.

Documentos extras podem ser exigidos como, por exemplo, o projeto técnico do evento. Neste caso, tal documento deve ser elaborado por engenheiro civil cadastrado no corpo de bombeiros e aprovado conforme legislação. Para evitar imprevistos, é essencial que a coordenação geral do evento se informe com antecedência sobre as exigências legais e sobre a documentação necessária a realização do Dia Nacional no local definido.

É possível que alguns dos itens sugeridos acima sejam de responsabilidade do SESI local, dependendo da parceria deste com a Entidade Empresarial responsável pela realização do Dia em cada localidade. Reitera-se apenas a importância de considerar este tópico para que não haja problemas na data de realização do Dia Nacional.

Itens necessários em cada Instituição

Nome do órgão público	Documentação ou serviço necessário à realização do evento
Defesa Civil	Documento de vistoria – para verificar se o local é adequado e tem capacidade para receber o público esperado
Corpo de Bombeiros	Também pode fornecer documentos de vistoria técnica para verificar se as condições mínimas de segurança contra incêndio e pânico estão garantidas
Polícia Militar	Disponibilizar homens para garantir a segurança no dia do evento. Para isso, é preciso entrar em contato com a corporação com antecedência
Batalhão de trânsito	Responsável por organizar o trânsito nas imediações do local. Também é necessário viabilizar a parceria dias antes do evento
Prefeitura	Alvará ou autorização para utilização de espaço público
Companhia de Água	Garantir o fornecimento de água
Companhia de Esgoto	Garantir a instalação e o funcionamento da rede sanitária
Companhia Elétrica	Garantir a instalação de rede elétrica
Empresa de telefonia fixa e móvel	Garantir instalação necessária à operacionalização de equipamentos de informática e outros.

C) 14 Cuidados para o acesso aos Serviços

É muito importante prever todo o tipo de necessidade que possa surgir antes, durante e depois do Dia Nacional. Alguns cuidados

especiais podem minimizar problemas e ajudar a organizar melhor o espaço. Toda a organização deve procurar garantir maior comodidade e evitar filas para os usuários. Assim, sugere-se que as Entidades observem os seguintes pontos:

- 1 Agrupar os serviços de cada categoria em diferentes cores pode ajudar na visualização e também a identificação pelos usuários de menor escolaridade. A sinalização e a identificação precisam estar em locais visíveis.
- 2 Os serviços mais procurados devem ser colocados em locais mais abertos ou arejados que, preferencialmente, tenham sombra ou sejam cobertos.
- 3 É preciso estar atento à circulação das pessoas, levando-as a ter acesso ao maior número de serviços.
- 4 Grandes filas costumam desanimar os usuários. É necessário gerenciar tanto as atividades quanto o tempo para executá-las, a fim de minimizar esse tipo de problema.
- 5 Caso seja período de chuvas na região, recomenda-se realizar o evento em local fechado ou coberto.
- 6 Serviços especiais individuais, como exames, devem ser realizados em local reservado.
- 7 É essencial disponibilizar na entrada do local o mapa do evento, ressaltando os serviços oferecidos de forma clara

- 8 Sugere-se manter uma equipe de manutenção de plantão para consertar pequenos problemas na fiação elétrica, fornecimento de água, ou similares.
- 9 Caso não haja uma equipe permanente de policiais ou bombeiros no local, é preciso ter o contato dos responsáveis nas duas corporações em caso de urgência.
- 10 Por Lei, talvez seja necessário manter uma ambulância no local. É necessário também ter um Posto Médico para atendimentos urgentes ou de emergência.
- 11 A equipe de limpeza precisa estar sempre atenta para manter o local organizado e limpo.
- 12 É preciso reservar um espaço – que deve ficar sob a supervisão de algum voluntário – para organizar todo o material de expediente (caneta, papel, tesoura, fita crepe, durex).
- 13 Monte uma lista com nome e telefone dos principais colaboradores que atuarão na realização do Dia, e também de representantes de empresas e entidades parceiras para contato imediato no caso de algum problema.
- 14 Vide modelo em anexo (A1) para a vistoria do local definido para o Dia.

D) Check List de Montagem e Desmontagem

A montagem e a desmontagem da estrutura necessária para a realização do Dia Nacional pode ser um trabalho minucioso, que deve ser planejado com antecedência. Caso necessário, o primeiro cuidado a ser tomado é procurar fornecedores de confiança para montagem de estruturas físicas como palcos e tendas. Além disso, deve-se dimensionar o número de participantes e de colaboradores/ voluntários para que o espaço seja suficiente para abrigar a todos e prever o número adequado de banheiros. Outro ponto importante é a identidade visual. Essa equipe deve estar atenta para que adesivos, totens e placas de sinalização estejam em locais visíveis e sigam o mesmo padrão.

Na elaboração do layout é bom ficar atento a alguns serviços que, por sua especificidade, precisam de cuidados especiais. Um estande de saúde que faça exame de câncer de mama, por exemplo, deve ter um espaço reservado para que o participante tenha a privacidade necessária. É essencial disponibilizar o mapa do evento em local de fácil visualização.

O ideal é que a equipe responsável por todos os processos que envolvem a montagem do evento seja definida com o máximo de antecedência, uma vez que as atribuições são muitas e perpassam um longo período antes e depois do evento.

A seguir, quadro com check list¹¹ de itens que podem ser de suma importância para a realização do Dia.



O Quê?	Como?	Quem?	Quando?
Layout do evento	• Visitas para reconhecimento da área • Mapeamento dos Locais • Elaboração de layout	A definir	2 meses de antecedência
Material para montagem	Análise do material necessário para compras	A definir	2 meses de antecedência
Solicitação de Material	Preparar lista de material e encaminhar para área de Compras	A definir	2 meses de antecedência
Equipe de Trabalho	• Definição da Equipe • Negociação com Entidades Empresariais parceiras, empresas parceiras, e SESI para disponibilização de pessoal de apoio	Gerente da Área	1 mês de antecedência
Análise de pedidos de outras áreas	• Análise das demandas de equipamentos e materiais necessários ao evento • Número de tendas, mesas, cadeiras, tomadas, pontos de água e luz	Equipe de montagem e desmontagem e Equipe de Manutenção	15 dias de antecedência
Placas de sinalização	Contatar fornecedores para confecção de placas de sinalização	A definir	2 semanas de antecedência
Sinalização do evento	Demarcação dos espaços físicos para cada parceiro	A definir	1 semana de antecedência
Montagem do evento	Instalação dos equipamentos e estrutura	Toda a equipe	Semana do evento
Desmontagem do evento	Desinstalação dos equipamentos e materiais	Toda a equipe	2 ou 3 dias após o evento

11 - Adaptado do manual da Tecnologia Social da Ação Global.

Etapa III: Comunicação e Mobilização (Meses 4 a 12)

As atividades de comunicação e mobilização são as que mais levam tempo durante o ciclo programático. Logo após a aprovação da matriz de planejamento, as atividades de comunicação e mobilização vão ocorrer antes, durante e após o Dia Nacional. Porém, nas três etapas, apresentarão características distintas.

Antes, a comunicação deve ter foco na mobilização de parceiros, colaboradores e participantes para o Dia Nacional. Todo o material desenvolvido e as atividades sociopedagógicas deverão necessariamente ocorrer antes do Dia Nacional e ser apre-

sentados nas empresas e organizações filiadas da CBIC. Os materiais com o lema principal do ciclo programático serão produzidos e distribuídos pela CBIC, porém não há qualquer restrição para que outros materiais sejam produzidos localmente. Os materiais, no entanto, devem seguir o lema escolhido e buscar incluir indicadores e números concretos para mobilizar empresas parceiras.

Além disso, as atividades sociopedagógicas deverão ser promovidas nos canteiros de obras para estimular a presença dos trabalhadores no Dia Nacional, mas também para promover o tema escolhido. Como citado anteriormente, se o tema for “Nutrição é Vida”, nutricionistas podem fazer parte da



equipe que irá desenvolver as atividades sociopedagógicas nos canteiros de obras. Além disso, tal atividade servirá para promover a participação dos trabalhadores e de seus dependentes no desenvolvimento de algumas atividades em forma de teatro ou de grupos de discussão.

Durante o Dia Nacional, a comunicação deve ter como foco a promoção das empresas parceiras e as atividades socioeducativas. Em relação à promoção das empresas parceiras, recursos audiovisuais devem ser utilizados citando os nomes das empresas parceiras e criando espaços para que tais empresas possam oferecer seus brindes ou materiais. Já para as atividades socioeducativas, há registro de diversas opções de conscientização no

espaço escolhido, com oferta de brindes e eventos relacionados ao lema do ciclo programático.

Como mencionado anteriormente, a comunicação continua também após o evento. Após uma semana, a CBIC fornece informações sobre o número de trabalhadores atendidos por tipo de atendimento. Essas informações podem ser utilizadas na comunicação a empresas parceiras e organizações filiadas. Além disso, em algumas edições do Dia Nacional, a CBIC estará realizando uma avaliação de impacto socioeconômico do programa por estado. Neste caso, os indicadores de impacto também poderão ser utilizados para comprovar para os empresários os retornos socioeconômicos do investimento.

Etapa IV: Operacionalização (Meses 8, 9 e 10)

A) Principais Aspectos

Após a implementação das três etapas iniciais, agora é o momento de focar na operacionalização do Dia Nacional. Isto porque, embora muitas atividades socioeducativas já tenham sido desenvolvidas, o Dia Nacional (que deve ocorrer sempre em um sábado na terceira semana de agosto em todo o país) é a atividade que irá culminar com todo o esforço empreendido para garantir o impacto do programa para os trabalhadores, seus dependentes e empresas.

Os dez principais aspectos a serem considerados são:

- 1 Definição dos espaços para os diversos serviços a serem oferecidos;
- 2 Montagem da estrutura de estandes e mobilização de unidades móveis para a oferta de serviços;
- 3 Confirmação de todos os colaboradores e fornecedores que irão atuar no dia;
- 4 Mobilização dos agentes de segurança, salva-vidas e bombeiros;
- 5 Contratação do serviço de limpeza;
- 6 Confirmação de estoques suficientes de materiais promocionais, de limpeza e brindes;

- 7 Mobilização dos voluntários e animadores;
- 8 Instalação de sistema de áudio, vídeo e elétrico;
- 9 Montagem de palco para eventos culturais;
- 10 Organização dos eventos esportivos.

B) Controle Estatístico dos Serviços Oferecidos e Efetivados

Além das questões principais da fase de Operacionalização do Dia, é importante ter definidos os colaboradores ou voluntários responsáveis pelo preenchimento das planilhas de Estatística dos serviços realizados. É essencial realizar o registro dos dados de forma fidedigna, pois a partir desses dados serão levantados os principais serviços procurados pelos trabalhadores e suas famílias, importante para o controle das Regionais e da CBIC, e também relevante para os relatórios de pós evento, e para a Avaliação de Impacto do Dia Nacional.

A planilha é padrão para todas as localidades realizadoras do Dia Nacional possibilitará o monitoramento das ações com o objetivo de identificar os números de atendimentos realizados. Em breve, a CBIC enviará esta planilha modelo para todas as localidades participantes do Dia.

Etapa V: Avaliação (Meses 4, 5 e 10)

Todo o trabalho realizado ao longo de um ano inteiro para realizar o Dia Nacional deve ser avaliado. É importante buscar os números que comprovem que o programa alcançou as metas propostas. Um programa com tamanho significado, sem resultados, seria inócuo.

A avaliação do Dia Nacional é extremamente importante para quem executa o evento, mas também para fortalecer suas bases de sustentabilidade. Esta etapa pode demonstrar resultados palpáveis e dar a real dimensão do programa, contribuindo para o estabelecimento de parce-

rias duradouras e para a execução de novas edições.

Apesar de não ser uma etapa obrigatória, a avaliação é um quesito que agrega valor ao DNCS.

A fim de que as localidades utilizem o mesmo tipo de relatório pós-evento, sugerimos modelo em anexo (A2).

Sugestões de modelos de avaliação:

- Relatório para a CBIC

Outra iniciativa que pode ajudar a aprimorar o formato do programa nos estados é o envio e a apresentação dos relatórios das



entidades realizadoras à CBIC. Esse levantamento deve conter números de atendimentos e de usuários e incluir as metas traçadas inicialmente para esses indicadores (em formato semelhante à avaliação devolutiva para os parceiros).

É interessante que as equipes responsáveis se unam depois do evento e, juntamente com a coordenadora geral de cada localidade, possam fazer uma revisão para apontar o que deu certo, o que deu errado e ainda o que pode ser melhorado ou aprimorado. Dessa forma, é importante fazer uma lista de pontos fortes, pontos fracos e, se possível, uma lista de sugestões para as próximas edições.

Todos esses elementos ajudarão a estruturar novas edições do DNCS.

• Devolutiva para os parceiros

Este tipo de avaliação procura fazer um retrato do Dia Nacional da Construção Social, com a apresentação de números de usuários e de atendimentos a partir das metas traçadas. O levantamento de dados, além de consolidar o próprio DNCS, é uma espécie de prestação de contas com o parceiro – que é ator fundamental para o sucesso do programa.

Este modelo deverá ser criado a partir do modelo do Relatório sugerido para a CBIC.

• Prestação de contas

Além de números de atendimentos, também é possível fazer uma prestação de contas do evento levando-se em consideração os investimentos aplicados. Nessa conta é preciso incluir os recursos aportados pela coordenação de cada localidade e por parceiros. No caso da CBIC, é preciso incluir os recursos repassados pelo Departamento Nacional do Sesi, das Regionais ou localidades que executam o DNCS e dos parceiros nacionais ou locais.

O intuito dessa prestação de contas é dar transparência aos investimentos e ajudar na previsão orçamentária do ano seguinte. A prestação de contas também pode ajudar a encontrar gargalos na aplicação dos recursos e, dessa forma, contribuir para a economia de verbas nas próximas edições. Sugerimos modelo anexo (A4).

• Metodologia de Avaliação de Impacto Social (Mais)

Iniciativas como o Dia Nacional da Construção Social também podem ser submetidas a avaliações de impacto social. Essa

metodologia brasileira faz uma ampla e inovadora avaliação de programas sociais, analisando três esferas de desempenho: econômica, financeira e social.

O primeiro passo para se chegar a essa análise é a construção de um Marco Lógico – ferramenta que ajuda a acompanhar as etapas da realização de um programa social. Nele estão todos os objetivos, as metas, os indicadores, os meios de verificação e os riscos do projeto, além de seus insumos, suas atividades e seus produtos.

A seguir, entenda no que consistem as três análises da *Mais*:

• Análise financeira (custo-eficácia):

Identifica o desempenho e os possíveis gargalos no planejamento e na gestão do programa, levando em conta os objetivos específicos, os insumos e suas metas definidas no Marco Lógico.

• Análise econômica (custo-benefício):

Busca medir quanto o programa rende para a sociedade e como os usuários serão reconhecidos pelo mercado de trabalho e pela indústria brasileira a partir dos novos hábitos e saberes incorporados a partir da participação no programa ou projeto. A pergunta norteadora é: quanto cada real investido

gera de retorno econômico para a sociedade? Em última instância, o intuito é descobrir a riqueza gerada pelo programa.

• Análise Social (Equidade)

Terceira e última análise da *Mais* tem o objetivo de demonstrar o impacto do programa na promoção de relações mais equitativas, ou seja, na redução das diferenças estruturais entre segmentos sociais, como de gênero, raça e idade. O estudo mede a situação do público beneficiado antes e depois da intervenção social e compara os resultados obtidos com indicadores de desigualdade social, como o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o coeficiente Gini e o indicador Hoover. Assim, torna-se capaz de medir se o programa ou o projeto social conseguiu interferir positivamente na redução das desigualdades sociais.

• Papel das Regionais na avaliação de impacto

Para se chegar a essas análises, é preciso papel ativo das Regionais, responsáveis por fornecer todas as informações por meio do preenchimento correto do cadastro e das planilhas de insumos e de gestão. Esses instrumentos podem ser solicitados à CBIC, que tem os formulários e manuais

de orientação para realizar a avaliação de impacto social do DNCS.

O cadastro de usuários (participantes do programa) deve ser preenchido de forma correta para que seja possível encontrar essas pessoas posteriormente. O cadastro é composto de informações gerais, como nome, endereço e telefone de contato do participante. Esse documento também registra uma pequena pesquisa de satisfação do usuário com o programa e inclui perguntas sobre o tempo de atendimento e a cordialidade dos atendentes.

É fundamental coletar dados com os gestores do DNCS, uma vez que esses indicadores são importantes para as análises de gestão e do impacto econômico. Os questionários devem ser respondidos pelo Departamento Nacional e pelos Departamentos Regionais. Em tabelas, os gestores precisam indicar de forma detalhada todos os gastos efetivados com insumos, o alcance obtido nas metas do programa, entre outros. Os instrumentos principais para isso são os seguintes:

• Planilha de Capacidade Instalada e Efetiva:

Na qual as entidades realizadoras devem indicar a capacidade instalada (número de

atendimentos previstos) e a capacidade efetivada (número de atendimentos realizados) dos serviços principais (utilizados para as análises de impacto) e complementares.

• Planilha dos Dados de Eficácia dos DRs:

É um instrumento que auxilia na análise financeira para o dimensionamento do custo, da eficácia e da eficiência da gestão de cada entidade realizadora.

• Planilha de Serviços Prestados por Parceiros:

Este instrumento é preenchido por todas as entidades realizadoras, permitindo o cálculo do custo-oportunidade do programa, mediante a razão entre os serviços prestados pelos parceiros e os serviços prestados pela própria entidade.

• Instrumento de insumos gerais e alimentação:

apenas uma entidade realizadora por região preenche este instrumento – se possível, a entidade que realiza o Dia em cada capital, permitindo o cálculo do preço-sombra,¹² necessário à análise econômica.

Além destes, a CBIC preenche seu instrumento de gestão específico e o ins-

trumento de rateio, ambos para a análise financeira.

A aplicação do questionário de pesquisa é de responsabilidade da CBIC, por meio da contratação de agência especializada em coleta de dados. O questionário de pesquisa deve ser respondido pelas pessoas que participaram do Dia Nacional da Construção Social em dois momentos: no momento de cadastro dos dados pessoais, no próprio Dia e depois de terem passado pelo programa (ex-post), em prazo de 2 a 6 meses depois do Dia avaliado. As questões são desenvolvidas com base na Escala de Valorização do Trabalhador da Construção, capaz de mensurar “se” e “quanto” um dia de atividade pode ter influenciado no aumento ou resgate da cidadania (veja o questionário em anexo - A5).

- Serviços pessoais (qualidade de vida e bem-estar).
- Relação com a empresa/empregador.
- Relação com a família.
- Relação com a comunidade.

Por meio deste questionário, é possível traçar as mudanças ocasionadas na vida do cidadão, uma vez que há um raio-x após a realização do DNCS.

Também em anexo, apresentamos o cadastro e o questionário que devem ser utilizados na avaliação de impacto do Dia Nacional:

Escala de Serviços Planejados X Efetivados

A escala de serviços compõe um instrumento que apresenta os principais serviços que serão ofertados, mas subdivididos em campos de serviços planejados e efetivados. As Regionais responderão ao referido instrumento, incluindo a quantidade planejada de serviços antes que o DNCS ocorra e, depois de ocorrido, preencherão a quantidade de serviços ofertados especificamente, ainda subdividindo-os nas categorias de serviços prestados pelos parceiros ou prestados diretamente pela CBIC, para verificação do custo-oportunidade, elemento necessário à análise econômica (custo-benefício).

A seguir, apresentamos o instrumento completo:

12 - Preço Sombra é o valor praticado pelo mercado na comparação com os valores dos insumos que são adquiridos pelo programa. Ou seja, é o preço com a menor distorção possível. O preço sombra representa o valor médio de mercado de um produto ou serviço, em uma realidade de mercado específica. Ref: John Snow Brasil Consultoria.

Escala de Serviços Planejados X Efetivados (DNCS, 2013)					
Cód. do serviço	Serviços	Nº de serviços planejados.	Nº de serviços efetivados	Nº de serviços realizados pelo(s) parceiro (s)	Nº de serviços realizados pela entidade
Pessoal – Serviços de Saúde (Qualidade de Vida)					
	Triagem (anamnese)				
	Entrevista sobre questões da história de vida (hábitos de consumo de álcool, frequência de exercícios físicos, alimentação, entre outros)				
	Consulta ginecológica				
	Consulta dermatológica				
	Consulta oftalmológica				
	Consulta urológica				
	Consulta cardiológica				
	Consulta odontológica				
	Consulta de pré-natal				
	Exame de eletrocardiograma				
	Exame de ultrassom				
	Exame ginecológico				
	Exame de próstata				
	Exame de mamografia				
	Exame de raio-x				
Pessoal – Serviços de Bem-Estar					
	Corte de cabelo				
	Limpeza de pele				
	Manicure				
	Pedicure				
	Podologia				
	Massagem				
	Orientações para escovação				
	Aplicação de flúor				
	Orientações nutricionais				
	Orientações para prevenção e promoção da saúde (álcool, fumo, drogas, câncer, DST/ aids, dengue, entre outros)				
Relação com o Empregador/Empresa					
	Oficinas de educação profissional (foco na construção; taxa de mulheres que participaram de oficinas de educação profissional)				
	Banco de empregos (taxa de mulheres que foram encaminhadas para cargos na construção e taxa de mulheres que foram efetivadas em cargos na construção)				

	Oficinas de saúde e segurança no trabalho (SST) (Cipas/EPI)				
	Oficinas de conscientização sobre o Programa Jovem Aprendiz e a inserção de deficientes físicos				
	Torneios esportivos				
Relação com a Família					
	Oficinas de educação continuada (orçamento familiar; geração de emprego e renda – panificação, alimentos e bebidas, mecânica, entre outros; customização de tecidos; reciclagem e re utilização de materiais; pequenos reparos domésticos; entre outros)				
	Oficinas psicossociais (violência doméstica, deficiência física, fortalecimento de vínculos, direito de família)				
Relação com a Comunidade					
	RG				
	CPF				
	Carteira de Trabalho				
	Título de Eleitor				
	Certidão de Nascimento				
	Oficinas de sustentabilidade (preservação ambiental, reutilização da água e resíduos sólidos, poluição sonora, entre outros)				
	Oficinas de direitos humanos (direitos da criança e do adolescente, Lei Maria da Penha, deficientes físicos, homofobia, assédio sexual, abuso e exploração sexual de adultos, adolescentes e crianças, entre outros)				
	Outros serviços (atração social ou chamarizes)				

• Instrumentos de Gestão para as Regionais e a CBIC

Os instrumentos de gestão servem para a primeira análise principal da avaliação de impacto social, que é a análise de gestão (financeira), que investiga o custo, a eficácia e a eficácia do custo do programa.

Os 20 indicadores das Regionais serão preenchidos por todas as 5 regionais participantes do processo avaliativo, que são centros de

custos específicos do programa. Os 7 indicadores da CBIC farão parte de instrumento específico a ser respondido pela própria CBIC.

Os níveis de eficácia da CBIC serão reproduzidos para todas as Regionais.

Os instrumentos são apresentados em anexo (A5 – Regionais; A6 – CBIC).



Os Pilares do Investimento e da Responsabilidade Social pela Ótica do Setor

V. Os Pilares do Investimento e da Responsabilidade Social pela Ótica do Setor

A seguir, apresenta-se uma matriz que inclui os principais aspectos da responsabilidade social e do investimento social relacionados ao Dia Nacional da Construção Social. Estes elementos foram verificados com os empresários, os parceiros, os colaboradores e seus dependentes. Além disso, a matriz foi validada pela CBIC, pelo FASC e pelas Entidades Empresariais dos Estados participantes do processo de sistematização deste manual.

Pode-se notar uma clara diferença entre a percepção da natureza do DNCS entre o grupo de empresários/parceiros e colaboradores/dependentes. A primeira foca a dimensão interna ou de prestação de serviço direcionada à própria indústria da Construção pelos empresários e parceiros. Na segunda, o foco é dado pelos colaboradores e suas famílias, cujo fortalecimento de valores é considerado o principal diferencial do programa.

Para facilitar o entendimento destas diferenças, remete-se tal noção a conceitos de responsabilidade e investimento social privado. Segundo o Instituto Ethos (2001), a “responsabilidade social relaciona-se à capacidade da empresa de atender simultaneamente os interesses dos diferentes públicos com os quais ela se inter-relaciona, sendo capaz de incorporá-los ao planejamento de suas atividades”. Ou seja, no caso do DNCS, posicionando-se como um evento incorporado ao planejamento das

empresas para atender interesses específicos do público de colaboradores/dependentes.

Já no caso do investimento social privado, o Gife (2013) define o conceito como “o repasse voluntário de recursos privados, de forma planejada, monitorada e sistemática, para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos. Os elementos fundamentais – intrínsecos ao conceito de investimento social privado – que diferenciam essa prática das ações assistencialistas são:

- Preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos;
- Estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social;
- Envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação”.

Nas colunas de *responsabilidade e investimento social* estão as principais percepções averiguadas nas entrevistas efetivadas com os colaboradores/dependentes e parceiros/empresários e as principais diferenças de visão entre estes dois grupos.

Veja-se a seguir:

Enfoque (Pilares)	Responsabilidade Social Visão predominante entre empresários e parceiros	Investimento Social Visão predominante entre colaboradores e seus dependentes
1 Objetivos	Qualidade de vida do trabalhador, entendida como a oferta de serviços sociais essenciais, principalmente de lazer e bem-estar.	Qualidade de vida do trabalhador, entendida como melhoria na integração, convivência, percepções e novas perspectivas no mundo do trabalho.
2 Significado	Oportunidade de promoção social da indústria.	Oportunidade de fidelização dos colaboradores e de seus dependentes com a indústria da construção.
3 Comunicação	Necessidade de comunicação com antecedência de um a dois meses com as empresas para facilitar a divulgação aos colaboradores. Foco na sensibilização e no engajamento dos empresários. Busca-se a realização de eventos pontuais com empresários (sejam momentos apenas para o Dia ou aproveitando-se momentos já agendados pelas entidades locais) para que empresários engajados possam apresentar suas experiências e percepções de melhoria no próprio negócio proporcionadas pelo Dia.	Foco na utilização de mecanismos de incentivo à participação dos trabalhadores e de suas famílias. Exemplos: visitas culturais aos canteiros de obras, entrega de convites com pequenos brindes (como chaveiros), comunicação antecipada dos concursos culturais (fotografia, redação), entre outros. Priorizam-se os artistas locais para shows com boa relação preço/identificação perante os trabalhadores e suas famílias. Se possível, devem-se aumentar as modalidades dos torneios esportivos, com participação também dos filhos dos trabalhadores.
4 Organização	Foco no acesso a serviços de lazer (bem-estar), saúde e educação.	Foco na mudança de conhecimentos, atitudes e práticas (CAP) a partir de atividades lúdicas de saúde, profissionalização e lazer (bem-estar).
5 Avaliação	Resultado dos atendimentos e satisfação com o atendimento.	Impacto na mudança de CAP e associação com produtividade e “presenteísmo”.
6 Sistematização	Foco no processo de análise das demandas por serviços para o melhor planejamento da oferta.	Foco no processo de análise dos principais fatores de falta de produtividade e “presenteísmo” na indústria e planejamento de atividades lúdicas que estimulem uma mudança de CAP.

Em embasamento a este sumário, a seguir, foram feitas as tentativas de aprofundar algumas observações feitas pelos grupos entrevistados e sugerir medidas estratégicas para a sistematização do DNCS. O principal ob-

jetivo foi validar o quadro-sumário apresentado e buscar subsídios sobre boas práticas e processos consolidados de organização do DNCS que foram efetivamente utilizados na sistematização final do Dia.



Anexos

A1 Modelo sugerido de documento de vistoria do local definido para o Dia Nacional¹³

Dia Nacional da Construção Social (DNCS) Data: ____ - ____ - ____ Responsável pela vistoria: _____ Data da vistoria: ____ - ____ - ____	
1	O local atende as necessidades para a realização do DNCS? [] Sim [] Não
2	O local é: [] Aberto [] Fechado
3	Possui instalações elétricas e hidráulicas que atendem as necessidades do DNCS? [] Sim [] Não Precisa:
4	Possui banheiros para serem utilizados pelos colaboradores/voluntários e pelo público no dia do DNCS? [] Sim Quantos: _____ [] Não Tem que solicitar banheiros móveis? [] Sim [] Não
5	Possui portas facilitando a saída do público em caso de emergência? (só para ambientes fechados) [] Sim Quantas: _____ [] Não
6	Possui quantidade de cadeiras suficientes ao número previsto do público? [] Sim [] Não Colocar mais _____ cadeiras
7	Os extintores de incêndio estão em local de fácil acesso? [] Sim [] Não Onde? _____
Observações	



A2 Modelo de relatório de pós-evento do Dia Nacional da Construção Social

Índice

- 1 - Resumo
- 2 - Introdução
- 3 - Custos
- 4 - Serviços Planejados e Efetivados
- 5 - Percepção dos participantes sobre o evento
- 6 - Considerações finais

1 – Resumo do Relatório

Breve descrição do relatório, de maneira simples e rápida, contendo uma síntese dos principais pontos chaves do relatório.

2 - Introdução

- Como foi o evento?
- Onde ocorreu?
- Qual foi o período (Data e tempo de duração) do evento?
- Responsáveis pelo evento:

13 - Adaptado do manual da Tecnologia Social da Ação Global.

Patrocinadores		
Empresa	Ramo de atuação	Contato

- Descrição do que se referem cada centro de custos (Exemplo: Centro de custo matéria de limpeza: Produtos de limpeza, rodos, vassouras, panos, etc.).
- Fluxo de caixa do evento.

Anexos

4 - Serviços Planejados e Efetivados

Escala de serviços Planejados x Efetivados (DNCS 2013)					
Código do serviço	Serviços	Nº de serviços planejados	Nº de serviços efetivados	Nº de serviços realizados pelo(s) parceiro(s)	Nº de serviços realizados pela Entidade
Pessoal - Serviços de Saúde (Qualidade de Vida)					
	Triagem (anamnese)				
	Entrevista sobre questões da história de vida (hábitos de consumo de álcool, frequência de exercícios físicos, alimentação, entre outros)				
	Consulta ginecológica				
	Consulta dermatológica				
	Consulta oftalmológica				
	Consulta urológica				
	Consulta cardiológica				
	Consulta odontológica				
	Consulta de pré-natal				
	Exame de eletrocardiograma				
	Exame de ultrassom				
	Exame ginecológico				
	Exame de próstata				
	Exame de mamografia				
	Exame de raio-x				
Pessoal - Serviços de Bem-Estar					
	Corte de cabelo				
	Limpeza de pele				
	Manicure				
	Pedicure				
	Podologia				

	Massagem				
	Orientações para escovação				
	Aplicação de flúor				
	Orientações nutricionais				
	Orientações para prevenção e promoção da saúde (álcool, fumo, drogas, câncer, DST/aids, dengue, entre outros)				
	Torneios esportivos				
Relação com o Empregador/Empresa					
	Oficinas de educação profissional (foco na construção; taxa de mulheres que participaram de oficinas de educação profissional)				
	Banco de empregos (taxa de mulheres que foram encaminhadas para cargos na construção e taxa de mulheres que foram efetivadas em cargos na construção)				
	Oficinas de saúde e segurança no trabalho (SST) (Cipas/EPI)				
	Oficinas de conscientização sobre o Programa Jovem Aprendiz e a inserção de deficientes físicos				
Relação com a Família					
	Oficinas de educação continuada (orçamento familiar; geração de emprego e renda – panificação, alimentos e bebidas, mecânica, entre outros; customização de tecidos; reciclagem e reutilização de materiais; pequenos reparos domésticos, entre outros)				
	Oficinas psicossociais (violência doméstica, deficiência física, fortalecimento de vínculos, direito de família)				
Relação com a Comunidade					
	RG				
	CPF				
	Carteira de Trabalho				
	Título de Eleitor				
	Certidão de Nascimento				
	Oficinas de sustentabilidade (preservação ambiental, reutilização da água e resíduos sólidos, poluição sonora, entre outros)				
	Oficinas de direitos humanos (direitos da criança e do adolescente, Lei Maria da Penha, deficientes físicos, homofobia, assédio sexual, abuso e exploração sexual de adultos, adolescentes e crianças, entre outros)				
	Outros serviços (atração social ou chamarizes)				

Estrutura utilizada	
Descrição	Quantidade
Cobertura	
Local para o evento	
Quantidade de cadeiras	
Mesas	
Estrutura elétrica	
...	

Doações/Fornecimentos				
Nº	Empresa	Responsável	Descrição	Quantidade

5 - Percepção de participantes sobre o evento.

- Trechos de Entrevistas de participantes para coletar relatos da opinião deles sobre o evento (Pontos positivos e a melhorar).
- Fotos do evento.

6 - Considerações Finais

Na visão dos organizadores descreverem os pontos positivos, negativos e o que pode ser melhorado.

Pontos Positivos:
Sugestões para o próximo evento (pontos a melhorar):

A3 Modelo de Prestação de Contas

Dia Nacional da Construção Social (ano xx)	
Prestação de contas	
Qual foi o valor total em R\$ repassado do SESI/DN para sua localidade destinado ao Dia Nacional?	
Qual foi o valor total gasto por sua Localidade no Dia Nacional, em R\$? (valem valores de rateio em termos de salários e outros itens)	
Considerando o número total de parceiros pré-confirmados, quantos deles (em %) participaram efetivamente do Dia Nacional?	
Considerando o número previsto total de profissionais convidados e voluntários, quantos (em %) participaram efetivamente do Dia Nacional?	
Considerando apenas o total previsto de recursos do própria localidade para utilização no Dia Nacional, qual percentual (%) foi efetivamente realizado?	

Aspectos Pessoais

Serviços de Saúde (Qualidade de Vida)

P.1. Você foi entrevistado para verificação de se você precisava de algum serviço de saúde nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.1.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.1.1. Essa entrevista ocorreu no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.2. Você foi entrevistado sobre questões da sua história de vida (hábitos de consumo de álcool, frequência de exercícios físicos, alimentação) nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.2.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.2.1. Essa entrevista ocorreu no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.3. Recebeu consulta médica nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.3.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.3.1. Você recebeu consulta médica no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.4. Foi ao dentista (para ver os dentes) nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.4.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.4.1. Você foi ao dentista (para ver os dentes) no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.5. Recebeu consulta oftalmológica (para ver a vista) nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.5.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.5.1. Você recebeu consulta oftalmológica (para ver a vista) no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.6. Recebeu consulta dermatológica (para ver sua pele) nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.6.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.6.1. Você recebeu consulta dermatológica (para ver sua pele) no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.7. Recebeu consulta urológica (para ver suas partes íntimas) nos últimos doze meses? 1. ☐ Sim (vá p/ P.7.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu
P.7.1. Você recebeu consulta urológica (para ver suas partes íntimas) no último Dia Nacional? 1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.8. (Para mulheres) Você está grávida?

1. ☐ Sim (vá p/ P.8.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.8.1. Você está grávida há mais de quatro meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.8.1.2.) 2. ☐ Não

3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.8.1.2. Realizou exame de pré-natal nos últimos seis meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.8.1.2.1.) 2. ☐ Não

3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.8.1.2.1. Você realizou exame de pré-natal no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não

3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.9. Você fez exame de eletrocardiograma nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.9.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.9.1. Você fez exame de eletrocardiograma no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.10. Você fez raio-x nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.10.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.10.1. Você fez raio-x no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.11. (Só para mulheres) Você fez exame de ultrassom nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.11.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.11.1. Você fez exame de ultrassom no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.12. (Só para mulheres) Você fez exame ginecológico nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.12.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.12.1. Você fez exame ginecológico no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.13. (Só para homens) Você fez exame de próstata nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.13.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.13.1. Você fez exame de próstata no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.14. (Para maiores de 40 anos) Fez exame cardiológico nos últimos doze meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.14.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.14.1. Você fez exame cardiológico no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.15. (Para mulheres acima dos trinta anos) Fez exame de câncer de mama nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.15.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.15.1. Fez exame de câncer de mama no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

Serviços de Bem-Estar

P.16. Você cortou o cabelo nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.16.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.16.1. Você cortou o cabelo no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.17. Você fez limpeza de pele nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.17.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.17.1. Você fez limpeza de pele no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.18. (Só para mulheres) Você fez manicure nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.18.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.18.1. Você fez manicure no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.19. (Só para mulheres) Você fez pedicure nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.19.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.19.1. Você fez pedicure no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.20. Você fez alguma massagem nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.20.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.20.1. Você fez massagem no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.21. Você fez exame podológico (para ver os pés) nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.21.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.21.1. Você fez exame podológico (para ver os pés) no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.22. Você foi orientado a como escovar os dentes nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.22.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.22.1. Você foi orientado a como escovar os dentes no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.23. Aplicaram flúor nos seus dentes nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.23.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.23.1. Aplicaram flúor nos seus dentes no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.24. Você teve alguma orientação nutricional nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.24.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.24.1. Você teve alguma orientação nutricional no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.25. Você teve alguma orientação sobre prevenção de saúde nos últimos 12 meses (por exemplo, sobre questões de álcool, fumo, drogas, câncer, DST/aids, dengue ou outros)?

1. ☐ Sim (vá p/ P.25.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.25.1. Você teve alguma orientação sobre prevenção de saúde no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

Aspectos da Relação com Empregador/Empresa

P.26. Você participou de alguma oficina de educação profissional nos últimos 12 meses (por exemplo, com foco na construção ou em outro setor)?

1. ☐ Sim (vá p/ P.26.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.26.1. Você participou de alguma oficina de educação profissional no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.27. Você foi encaminhado para algum emprego na construção nos últimos 12 meses?

1. ☐ Sim (vá p/ P.27.1) 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

P.27.1. Você foi encaminhado para algum emprego na construção no último Dia Nacional?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não 3. ☐ Não sabe 9. ☐ Não respondeu

1. ☐ Até R\$ 339,00 (até ½ SM)
2. ☐ De R\$ 339,01 a R\$ 678,00 (de ½ a 1 SM)
3. ☐ De R\$ 678,01 a R\$ 1.017,00 (+ de 1 a 1 e ½ SM)
4. ☐ De R\$ 1.017,01 a R\$ 1.356,00 (+ de 1 e ½ a 2 SM)
5. ☐ De R\$ 1.356,01 a R\$ 2.034,00 (+ de 2 a 3 SM)
6. ☐ De R\$ 2.034,01 a R\$ 3.390,00 (+ de 3 a 5 SM)
7. ☐ Acima de R\$ 3.390,01 (mais de 5 SM)
8. ☐ Não sabe

1. ☐ Sim
2. ☐ Não
3. ☐ Ficou exatamente a mesma coisa

1. ☐ Até R\$ 339,00 (até ½ SM)
2. ☐ De R\$ 339,01 a R\$ 678,00 (de ½ a 1 SM)
3. ☐ De R\$ 678,01 a R\$ 1.017,00 (+ de 1 a 1 e ½ SM)
4. ☐ De R\$ 1.017,01 a R\$ 1.356,00 (+ de 1 e ½ a 2 SM)
5. ☐ De R\$ 1.356,01 a R\$ 2.034,00 (+ de 2 a 3 SM)
6. ☐ De R\$ 2.034,01 a R\$ 3.390,00 (+ de 3 a 5 SM)
7. ☐ Acima de R\$ 3.390,01 (mais de 5 SM)
8. ☐ Não sabe

_____ (responder em porcentagem entre zero e 100%)

1. ☐ Sim
2. ☐ Não
3. ☐ Ficou exatamente a mesma coisa

1. [] Branco
2. [] Negro
3. [] Pardo
4. [] Amarelo
5. [] Indígena
6. [] Outros

Anexos

Instrumento de Gestão da Regional (20 indicadores)

2 Todos os DRs devem preencher todos os dados solicitados. Se o indicador não for aplicável à sua Regional, coloque N/A.

4 Na coluna de **instrumentos de verificação dos dados**, você deve incluir exatamente os documentos, instrumentos ou outros meios que irão fornecer os dados que serão preenchidos.

5 Solicita-se a entrega dos instrumentos preenchidos até o dia (a definir), a fim de que as análises de custo-eficácia-e-ficiência do programa, relativas ao ciclo de 2014, não sejam prejudicadas.

7 Os indicadores do objetivo específico 4 não estão incluídos neste instrumento. A relação planejado x efetivado será realizada por meio de instrumento específico.

Os campos em vermelho não devem ser preenchidos. Se referem a dados efetivados do DNCS 2014			
Incluir apenas os dados referentes ao planejamento do DNCS 2014			
Indicadores dos objetivos específicos (OEs) segundo numeração na matriz do Marco Lógico	Itens a serem respondidos	Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	Campos de preenchimento pelas Regionais (dados de planejamento do DNCS 2014)
2.1.1. Taxa de parcerias prospectadas localmente	Número de parcerias locais realizadas	Nº	
	Número de parcerias locais planejadas	Nº	
2.1.2. Taxa de participação dos parceiros pré-confirmados	Número de parceiros participantes do DNCS 2014	Nº	
	Número de parceiros planejados para o DNCS 2013	Nº	
2.1.3. Taxa de participação de parceiros locais em relação ao ano anterior	Número de parceiros participantes do DNCS 2014	Nº	
	Número de parceiros participantes do DNCS 2013	Nº	
2.1.4. Taxa de voluntários mobilizados	Número de voluntários confirmados no DNCS 2014	Nº	
	Número de voluntários planejados para o DNCS 2014	Nº	
2.1.5. Taxa de voluntários efetivados	Número de voluntários participantes no DNCS 2014	Nº	
	Número de voluntários confirmados no DNCS 2014	Nº	
2.1.6. Taxa de necessidades locais de serviços realizados	Número de necessidades locais de serviços realizados	Nº	
	Número de necessidades locais de serviços planejados	Nº	
3.1.1. Taxa de divulgação do DNCS para empresários locais	Número de divulgações realizadas do DNCS para empresários locais	Nº	
	Número de divulgações planejadas do DNCS para empresários locais	Nº	

3.1.2. Taxa de divulgação do DNCS para entidades	Número de divulgações realizadas do DNCS para entidades	Nº	
	Número de divulgações planejadas do DNCS para entidades	Nº	
3.1.3. Taxa de divulgação do DNCS para trabalhadores e suas famílias	Número de divulgações realizadas do DNCS para famílias	Nº	
	Número de divulgações planejadas do DNCS para famílias	Nº	
3.2.1. Taxa de empresários mobilizados	Número de empresários confirmados para o DNCS 2014	Nº	
	Número de empresários mobilizados para o DNCS 2014	Nº	
3.2.2. Taxa de entidades mobilizadas	Número de entidades confirmadas para o DNCS 2014	Nº	
	Número de entidades mobilizadas para o DNCS 2013	Nº	
3.2.3. Taxa de trabalhadores e familiares mobilizados	Número de famílias confirmadas para o DNCS 2014	Nº	
	Número de famílias confirmadas para o DNCS 2014	Nº	
3.3.1. Taxa de empresários fidelizados	Número de empresários fidelizados	Nº	
	Número planejado de empresários a serem fidelizados	Nº	
3.3.2. Taxa de entidades fidelizadas	Número de entidades fidelizadas	Nº	
	Número planejado de entidades a serem fidelizadas	Nº	
3.3.3. Taxa de trabalhadores e familiares fidelizados	Número de famílias fidelizadas	Nº	
	Número planejado de famílias a serem fidelizadas	Nº	
5.1.1. Taxa de documento de avaliação elaborado	% de documentos de avaliação elaborados	%	
	% de documentos de avaliação planejados	100%	

5.2.1. Taxa de levantamento de necessidades e demandas locais para o DNCS	Número efetivado de necessidades e demandas locais	Nº	
	Número planejado de necessidades e demandas locais a serem levantadas	Nº	
5.3.1. Taxa de reportes efetivados pelas Regionais à CBIC	Número de reportes efetivados pela Regional à CBIC	Nº	
	Número de reportes planejados pela Regional à CBIC	Nº	
1.1.1. Taxa efetivada de organização e da infraestrutura (indicador válido para a CBIC e para as Regionais)	% de organização e infraestrutura efetivado	%	
	% de organização e infraestrutura planejado	%	
2.1.2. Taxa de contrapartidas financeiras efetivadas pelas entidades	Valor das contrapartidas financeiras efetivadas pela entidade	R\$	
	Valor das contrapartidas financeiras planejadas pela entidade	R\$	

Verificação das contrapartidas econômicas dos parceiros (contrapartidas não financeiras, em espécie)			
Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	A) Contrapartidas econômicas previstas (incluir o nome do item)	B) Contrapartidas econômicas efetivadas (não/sim)	Quantidade total efetivada
Obs. 1: Descrever cada contrapartida não financeira na coluna "a". Obs. 2: Escrever sim para cada contrapartida efetivada e não para cada contrapartida não efetivada na coluna "b". Obs. 3: Caso necessário, devem-se abrir mais linhas até a descrição de todas as contrapartidas não financeiras.	Ex.: Computadores	Sim	12
	Ex.: Voluntários	Sim	104
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...

Verificação das contrapartidas financeiras dos parceiros		
Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	A) Valor total das contrapartidas financeiras previstas (não incluir valores repassados pela CBIC e pela Regional)	B) Valor total das contrapartidas financeiras efetivadas (não incluir valores repassados pela CBIC e pela Regional)
R\$		

Observações ou comentários adicionais	
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	
6)	
7)	
8)	
9)	
10)	

A6 Instrumento de Gestão da CBIC

Ciclo 2014 do Dia Nacional da Construção Social (DNCS)
Instrumento de Gestão da CBIC (7 indicadores)
1 Preencha somente os campos em amarelo das colunas de campos de preenchimento pela CBIC e, ao final da planilha, nos campos de contrapartida econômica e financeira.
2 Todos os DRs devem preencher todos os dados solicitados. Se o indicador não for aplicável à sua Regional, coloque N/A.
3 As unidades de medida indicam como os itens devem ser preenchidos na coluna campos de preenchimento, com as células preenchidas em amarelo. Por exemplo, no item número total de matrículas oferecido, a unidade é nº. Assim, deve-se colocar o número correspondente à previsão (ex.: 450). As unidades ainda podem estar descritas como valores (\$), percentuais (%) ou indicação de sim ou não.
4 Na coluna de instrumentos de verificação dos dados, você deve incluir exatamente os documentos, instrumentos ou outros meios que irão fornecer os dados que serão preenchidos.
5 Solicita-se a entrega dos instrumentos preenchidos até o dia (a definir).
6 No caso de dúvidas sobre o preenchimento, contate Rodrigo Laro, gerente de projetos da John Snow Brasil Consultoria (r.laro@johnsnow.com.br - (61) 3328-1278).
7 Os indicadores do objetivo específico 4 não estão incluídos neste instrumento. A relação planejado x efetivado será realizada por meio de instrumento específico.

Os campos em vermelho não devem ser preenchidos. Se referem a dados efetivados do DNCS 2014

Incluir apenas os dados referentes ao planejamento do DNCS 2014

Indicadores dos objetivos específicos (OEs) segundo numeração na matriz do Marco Lógico	Itens a serem respondidos	Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	Campos de preenchimento pela CBIC (dados de planejamento do DNCS 2013)
1.1.1. Taxa de celebração de parcerias nacionais	Número de parcerias nacionais realizadas	Nº	
	Número de parcerias nacionais previstas	Nº	
1.1.2. Taxa de recursos captados nacionalmente	Valor dos recursos nacionais captados	R\$	
	Valor dos recursos nacionais previstos a serem captados	R\$	
1.2.1. Taxa de Estados participantes	Número de Estados participantes do DNCS 2013	Nº	
	Número de Estados previstos para o DNCS 2013	Nº	
1.2.2. Taxa de DNCS realizados por Estado	Número de DNCS realizados por Estado	Nº	
	Número de DNCS previstos para cada Estado	Nº	
1.3.1. Taxa de Termos de Adesão enviados pelas entidades para a realização do DNCS de 2014	Número de Termos de Adesão enviados pelas entidades para a realização do DNCS de 2014	Nº	
	Número de Termos de Adesão planejados a serem enviados pelas entidades para a realização do DNCS de 2014	Nº	
1.1.1. Taxa efetivada de organização e da infraestrutura	% de organização e infraestrutura efetivado	%	
	% de organização e infraestrutura planejado	%	
2.1.2. Taxa de contrapartidas financeiras efetivadas pela CBIC (indicador válido para CBIC e para Regionais)	Valor das contrapartidas financeiras efetivadas pela CBIC	%	
	Valor das contrapartidas financeiras planejadas pela CBIC	%	

Verificação das contrapartidas econômicas dos parceiros (contrapartidas não financeiras, em espécie)			
Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	A) Contrapartidas econômicas previstas (incluir o nome do item)	B) Contrapartidas econômicas efetivadas (não/sim)	Quantidade total efetivada
Obs. 1: Descrever cada contrapartida não financeira na coluna “a”. Obs. 2: Escrever sim para cada contrapartida efetivada e não para cada contrapartida não efetivada na coluna “b”. Obs. 3: Caso necessário, devem-se abrir mais linhas até a descrição de todas as contrapartidas não financeiras.	Ex.: Computadores	Sim	12
	Ex.: Voluntários	Sim	104
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...
	Ex.: ...	...	...

Verificação das contrapartidas financeiras dos parceiros		
Unidade numérica (a ser considerada para o preenchimento)	A) Valor total das contrapartidas financeiras previstas (não incluir valores repassados pela CBIC e pelas Regionais)	B) Valor total das contrapartidas financeiras efetivadas (não incluir valores repassados pela CBIC e pelas Regionais)
R\$		

Observações ou comentários adicionais	
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	
6)	
7)	
8)	
9)	
10)	



Realização



Parceria

