

# PROJETOS DE PRODUÇÃO ESPECÍFICA

## Índice

1. Prefácio
2. Eixos e Linhas de Atuação do Edital
3. Públicos e Territórios Prioritários
4. Sumário – Projetos de Produção Específica
5. Resumo
6. Histórico da Instituição e Contexto
7. Sinopse e Links para Materiais de Referência
8. Objetivos e Cronograma de Execução
9. Estratégia de Ação
10. Equipe Técnica
11. Plano de Comunicação
12. Orçamento
  - A. Composição do Orçamento do Projeto
  - B. Orçamento Solicitado à Smart Fit

## Prefácio

O Edital Smart Fit é a principal estratégia da Smart Fit para apoio a iniciativas que:

- Promovam práticas de atividade física vinculadas a valores como saúde, bem estar físico e emocional, fortalecimento e consciência corporal, sociabilidade e qualidade de vida;
- Democratizem e qualifiquem espaços para a prática de atividade física de forma transversal e adequada à diversidade de segmentos, grupos e identidades que caracterizam a sociedade brasileira
- Criem novas formas de mobilização, engajamento e “comunidades de práticas” que, utilizando possibilidades geradas pela ciência e tecnologia, se conectam e articulam a atividade física com saúde, bem estar, consciência corporal, sociabilidade e qualidade de vida.

Nesta edição, serão aceitas duas modalidades de projetos:

**Projetos de Atendimento Continuado:** projetos com cronograma de atividades de 12 meses com promoção de atendimento contínuo e acompanhamento direto dos participantes e dos resultados das ações que serão desenvolvidas. Nessa categoria enquadram-se projetos que oferecem práticas regulares de atividades físicas para grupos de participantes, projetos que desenvolvem atividades de educação complementar para crianças e adolescentes, tendo o esporte como estratégia educativa e estímulo para permanência, projetos que focalizam a atividade física junto a terceira idade, dentre outros. Podem ser projetos sociais, esportivos ou culturais.

**Projetos de Produção Específica:** projetos que objetivam resultados que não necessitam da mobilização contínua nem do acompanhamento permanente de grupos de participantes. Nessa categoria enquadram-se projetos de produção cultural (filmes, publicações, espetáculos etc.), propostas de realização de oficinas de condicionamento físico, projetos que objetivam ofertar equipamento para prática de atividade física em espaços públicos, projetos que produzem equipamentos para condicionamento físico utilizando materiais reciclados ou projetos que desenvolvem tecnologias

voltadas a prática de atividades físicas, dentre outros. Nesta modalidade podem ser enquadrados tanto projetos culturais, como sociais ou esportivos.

Para auxiliar os proponentes do Edital foi desenvolvido o **Guia de Elaboração de Projetos** que aborda as questões consideradas prioritárias para sua reflexão e para a construção da proposta que deverá ser enviada através do **Formulário de Apresentação de Projetos** (acessado, preenchido e enviado pelo site [www.editalsmartfit.com.br](http://www.editalsmartfit.com.br)).

No decorrer do guia, são relacionadas Perguntas Orientadoras com Dicas de Elaboração. Elas não são de preenchimento obrigatório, tem como objetivo orientar a elaboração de uma proposta mais objetiva e consistente. Ambos documentos estão disponíveis no site do Edital Smart Fit, no endereço: [www.editalsmartfit.com.br](http://www.editalsmartfit.com.br).

Antes de iniciar a elaboração do seu projeto tenha certeza que está utilizando o Guia de Elaboração referente à sua modalidade de proposta!

Além disso, verifique com qual (ais) eixo e linhas de atuação o seu projeto dialoga, esse é o primeiro e principal passo para uma boa apresentação da sua proposta. Não se esqueça que o alinhamento com uma ou mais linhas de atuação é um requisito obrigatório para a aprovação de qualquer projeto!

## EIXOS E LINHAS DE ATUAÇÃO DO EDITAL

<b>Eixo</b>	<b>Linha de Atuação</b>	<b>Escopo</b>
Acesso	Cidades Smart	Eventos e /ou projetos de qualificação e ocupação dos espaços públicos para o desenvolvimento de atividades físicas com foco na saúde e qualidade de vida.
	Tribos Smart	Projetos e ações voltadas para a disseminação de práticas regulares de atividade física junto a grupos, categorias profissionais, segmentos ou identidades tradicionalmente pouco sensíveis a essas práticas.
	Smart Para Todos	Projetos e ações voltadas para a disseminação de práticas de atividade física junto a grupos sociais, populações e territórios vulneráveis e sujeitos a maior privação de direitos.
Integração	Pegada Smart	Projetos que não tem foco principal na promoção de atividades físicas, mas que podem incorporar ações dessa natureza às suas atividades.

	Escola Smart	Projetos de esporte educacional que desenvolvem atividades físicas com foco na qualidade de vida, saúde, longevidade e prevenção.
	Smart Toda a Vida	Projetos e ações voltadas para a promoção de atividade física com foco na saúde e qualidade de vida junto a terceira idade.
Inovação	Conexões Smart	Projetos e ações voltadas para práticas inovadoras de atividade física com foco na saúde e qualidade de vida.
Difusão	Smart Para Sempre	Projetos, eventos ou iniciativas de difusão da cultura de atividade física com foco na qualidade de vida, saúde, longevidade e prevenção.
	Documenta Smart	Projetos focados no registro e divulgação de uma cultura da atividade física com foco na saúde e qualidade de vida.

## PÚBLICOS E TERRITÓRIOS PRIORITÁRIOS

Verifique também com qual(ais) público (s) e/ou territórios prioritários seu projeto interage. Não se esqueça que o alinhamento com pelo menos um desses itens é obrigatório para a aprovação do seu projeto.

- Jovens;
- Populações vulneráveis e sujeitas a maior grau de exclusão;
- Grupos sociais (tribos urbanas) pouco sensíveis às práticas de atividade física regular;
- Idosos;
- Regiões de adensamento urbano;
- Comunidades próximas às unidades da empresa.

# SUMÁRIO – PROJETOS DE ATENDIMENTO CONTINUADO

Seção 1 – RESUMO

Seção 2 – HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO E CONTEXTO

Seção 3 – SINOPSE E LINKS PARA MATERIAIS DE REFERÊNCIA

Seção 4 – OBJETIVOS E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Seção 5 – ESTRATÉGIA DE AÇÃO E PERÍODO DE EXECUÇÃO

Seção 6 – EQUIPE TÉCNICA

Seção 7 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Seção 8 – ORÇAMENTO

## 1. RESUMO

O resumo do projeto é uma síntese das ações a serem executadas e uma das partes mais importantes na elaboração de um projeto. É a partir dele que os avaliadores poderão ter uma visão geral da proposta.

Descreva de modo sucinto o histórico, objetivos, as atividades previstas, os resultados esperados e o valor do investimento solicitado, tanto o total aprovado na certificação da lei, como o já capitado, e o solicitado nesse edital.

### **Perguntas Orientadoras:**

- Qual o principal produto cultural a ser executado?
- Quem são os beneficiários (diretos e eventuais) envolvidos?
- Em que contexto o projeto se insere?
- Quais as principais etapas do projeto?
- Quais os principais resultados esperados?
- Quais os resultados relacionados à ampliação da cultura de atividade física, bem-estar, sociabilidade e qualidade de vida.
- Quais empresas/instituições participarão do projeto e sob quais chancelas e categorias (ex: patrocínio, apoio, realização, parceria etc.)
- Qual o orçamento total do projeto e qual o valor solicitado para a Smart Fit?

### **Dica**

É fundamental indicar os resultados concretos, referentes a ampliação da cultura de atividade física, bem-estar, sociabilidade e qualidade de vida, a serem obtidos com a execução do projeto.

## 2. HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO E CONTEXTO

Faça um breve histórico da organização proponente, indique quais as principais produções culturais que já executou, quais suas motivações para realizar o projeto, quais são seus atributos, e quais os requisitos que reúne que a habilitam para alcançar os resultados previstos.

### Perguntas Orientadoras:

- Por que tomou a iniciativa de realizar o projeto?
- Quais circunstâncias favorecem a sua execução?
- Qual o diferencial do seu projeto (ineditismo, pioneirismo, resgate histórico, etc.)

## 3. SINOPSE E LINKS PARA MATERIAIS DE REFERÊNCIA

Descreva as especificações técnicas e conceituais do seu projeto de acordo com o segmento cultural em que o mesmo se enquadra (exemplo: se o projeto for de artes cênicas, descrever o nome da peça, detalhar o que será apresentado, os conceitos e valores que serão disseminados, com a técnica utilizada pelos artistas. Indicar links para materiais de referência.

Indique também (se houver) links de acesso na WEB de outros trabalhos já realizados pela instituição executora.

## 4. OBJETIVOS E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Nesta seção, devem ser descritos o principal produto cultural que é o objeto principal do projeto, os outros objetivos / produtos secundários a serem alcançados e as ações e resultados esperados relacionados a cada um deles, bem como o cronograma das ações que serão executadas.

O **objetivo principal** é a razão de ser do projeto. Deve estar diretamente relacionado à(s) linha(s) de atuação prioritária(s) e demonstrar o resultado concreto que se pretende alcançar com a realização do projeto. Precisa ser passível de ser alcançado por meio dos objetivos específicos e das ações propostas, e não deve conter números ou descrição de atividades.

O **objetivos específicos** são os passos necessários para se alcançar o objetivo geral e ter relação direta com os resultados esperados do projeto. As **ações** são as atividades que deverão ser realizadas para concretizar os objetivos específicos e atingir os resultados esperados. Os **resultados** são os efeitos que se deseja alcançar através dos objetivos específicos e de suas ações, que podem ser quantitativos ou qualitativos.

As **ações** são as atividades que deverão ser realizadas para garantir o cumprimento dos objetivos propostos e o alcance dos resultados esperados. Devem ser mensuráveis (refletir a quantidade a ser atingida); específicas (não genéricas); temporais (indicar prazo para sua realização) e significativas (importantes para o alcance dos resultados e para resolver ou minimizar o problema descrito no contexto).

Definidas as ações, é importante organizá-las com o auxílio de um quadro que as distribua mês a mês, como no modelo abaixo.

Objetivo geral									
Objetivos específicos	Ações	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês	Resultados esperados
		01	02	03	04	05	...	12	
1.	01.								
	02.								
	03.								
2.	01.								
	02.								
	03.								

### Perguntas Orientadoras:

Como os objetivos e respectivas ações propostas dialogam com as diretrizes do Plano de Investimentos Sociais da Smart Fit (\*)?

(\*) Diretrizes:

- Promoção de práticas de atividade física vinculadas a valores como saúde, bem estar físico e emocional, fortalecimento e consciência corporal, sociabilidade e qualidade de vida;
- Democratização e qualificação de espaços para a prática de atividade física de forma transversal e adequada à diversidade de segmentos, grupos e identidades que caracterizam a sociedade brasileira;
- Criação de novas formas de mobilização, engajamento e “comunidades de práticas” que, utilizando possibilidades geradas pela ciência e tecnologia, se conectam e articulam a atividade física com saúde, bem estar, consciência corporal, sociabilidade e qualidade de vida.

## **Dica**

As planilhas preenchidas no Formulário de Apresentação de Projetos deverão ser formatadas contemplando os meses de realização do projeto. Os meses 01, 02, e assim por diante, indicam os meses de realização das ações do projeto e não os meses do ano. Assim, se as ações se iniciarem num mês de maio, este será o mês 01 do projeto.

## **5. ESTRATÉGIA DE AÇÃO**

A estratégia de ação é o detalhamento das etapas do trabalho. Enumere e descreva as atividades necessárias para atingir os objetivos desejados.

### **Perguntas Orientadoras:**

- O que demonstra a capacidade do proponente em viabilizar o projeto?
- Quais são e qual a ordem de realização dos objetivos?
- Qual o tempo de duração de cada etapa?
- Quais são os perfis profissionais necessários?
- As etapas previstas dialogam com a previsão orçamentária?
- Caso existam, são informadas ações que não serão subsidiadas pelo Edital Smart Fit, mas que serão importantes na compreensão geral do projeto? É indicado como essas ações serão custeadas?
- É informada a data prevista para início e término do projeto, considerando todas as suas etapas.
- Quais as estratégias previstas para garantir a acessibilidade do público focalizado?
- Quais as estratégias previstas para garantir um acesso democrático aos produtos culturais desenvolvidos pelo projeto?

## **Dica**

Procure descrever o detalhamento de cada ação, de forma sequencial e numerada conforme a Seção 4 (Objetivos e Cronograma de Execução): Ação 1.A (Descreva a ação A do objetivo específico 1); Ação 1.B (Descreva a ação B do objetivo específico 1), e assim por diante.

## 6. EQUIPE TÉCNICA

Relacione a equipe técnica do projeto, incluindo a função, a formação e/ou qualificação profissional e a carga horária semanal de trabalho dedicada ao projeto, conforme tabela abaixo. Defina, também, se o profissional será remunerado ou não com os recursos solicitados à Smart Fit.

<b>Nome</b>	<b>Função no projeto</b>	<b>Formação e/ou qualificação profissional</b>	<b>Carga horária semanal</b>	<b>Remunerado com recursos solicitados? (SIM/NÃO)</b>

### **Dica**

É importante demonstrar que a equipe técnica tem porte e histórico de realização compatível com os objetivos e os produtos propostos pelo projeto.

Anexe o currículo resumido de todos os integrantes da equipe executora que são essenciais para o sucesso do projeto.

No caso da coordenação, sua carga horária deve ser compatível com suas responsabilidades com a execução e com as funções de interlocução com a Smart Fit e com outros parceiros.

## 7. PLANO DE COMUNICAÇÃO

A comunicação é uma ferramenta fundamental porque é por meio dela que os projetos conseguem envolver as pessoas, e criar o sentimento de participação e responsabilidade. A comunicação deve ser utilizada não só para divulgar resultados, mas também para compartilhar propósitos, mobilizar as pessoas e promover seu engajamento nos processos desejados.

As formas de comunicação do projeto representam elementos importantes da proposta e da sustentabilidade de suas iniciativas e, por esse motivo, devem ser pensadas e definidas como uma questão estratégica de relacionamento com todos os envolvidos (parceiros, líderes locais, formadores de opinião, comunidade em geral, entre outros). Por isso, é recomendável que a instituição faça uma previsão do profissional responsável pelas atividades de comunicação do projeto.

### **Dica**

- Todo plano de comunicação deve se basear nas pessoas (públicos) às quais se destina. Portanto, descreva os objetivos de comunicação, considerando as características desses públicos.
- Deve-se estabelecer “o quê” fazer e “como” fazer. Defina as estratégias e táticas de comunicação para alcançar os objetivos propostos. Também é importante definir quais são as melhores formas de acesso aos públicos, por meio da escolha dos veículos de divulgação e instrumentos de comunicação adequados a eles.
- Os instrumentos de comunicação a serem utilizados devem ser quantificáveis e passível de serem demonstrados por evidências.



Considerando essas informações preencha a tabela abaixo:

<b>Objetivo</b>	<b>Público alvo</b>	<b>Atividade</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Período</b>

**Objetivos da Comunicação (Para quê?):** O que se pretende alcançar com o plano de comunicação.

**Públicos de Interesse (Para quem?):** Para quem a comunicação se destina. Considere sempre a realidade local e as características dos seus públicos para efeito de comunicação.

**Atividades (Como?):** Ações que serão realizadas para o alcance do objetivo de comunicação proposto.

**Instrumentos / Produtos de comunicação (O quê?):** Materiais produzidos com aplicação de marca da Smart Fit, para desenvolver as ações e alcançar os objetivos propostos (ex.: uniformes, boletins, banners, folders, revistas, vídeos, cartilhas, etc.) e mídias utilizadas para a divulgação de conteúdos de comunicação (ex: rádio, TV, jornal, revista, internet, etc.).

**Quantidade total (Quantos?):** O quanto será produzido de cada instrumento e suas possíveis edições.

**Período de divulgação (Quando?):** Mês (es) de divulgação dos instrumentos de comunicação previstos.

**Atenção:**

Os instrumentos de comunicação previstos serão monitorados durante a execução do projeto pela equipe da Smart Fit que terá sua logomarca aplicada de forma padronizada, e previamente aprovadas pela Empresa nas peças de comunicação do projeto.

## 8. ORÇAMENTO

Nesta seção, dois aspectos são centrais. Primeiro é necessário explicitar como o orçamento total do projeto está estruturado, ou seja, como é viabilizado por meio da contribuição de diferentes fontes financiadoras caso apenas os recursos solicitados por meio do Edital Smart Fit, não sejam suficientes para a viabilização total das ações.

Depois, devem ser informados os subtotais correspondentes a cada fase do projeto (Pré-produção, Produção, Execução, Divulgação, Comercialização, Custos Administrativos, Impostos, Seguros, Elaboração, Agenciamento e totais).

### 8.1. Composição do Orçamento do Projeto

<b>Valor total do Projeto</b>		<b>R\$</b>
<b>Parceiro</b>	<b>Valor do Investimento (em R\$)</b>	
Valor Solicitado Smart Fit		
Parceiro 01		
Parceiro 02		
Total Captado		

### 8.2. Orçamento Solicitado à Smart Fit

<b>Natureza do Custo</b>	<b>R\$</b>
Custos Fixos	
Pessoal	
Comunicação	
Equipamentos	
Ação 1	
Ação 2	
Ação ...	
<b>Total Solicitado Smart Fit</b>	

- Os itens de custos devem estar coerentes com as ações propostas na seção 4.
- Cuidado para não replicar custos comuns a diversas ações