



2404131

00135.217518/2021-98



**MINISTÉRIO DA MULHER, DA FAMÍLIA E DOS DIREITOS HUMANOS
COORDENAÇÃO-GERAL DE GESTÃO ADMINISTRATIVA DA SECRETARIA-EXECUTIVA**

PLANO DE TRABALHO

1. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADORA

a) Unidade Descentralizadora e Responsável

Nome do órgão ou entidade descentralizador(a): MINISTÉRIO DA MULHER, DA FAMÍLIA E DOS DIREITOS HUMANOS

Nome da autoridade competente: Tatiana Barbosa de Alvarenga

Número do CPF: 602.679.761-00

Unidade Gestora: Coordenação-Geral de Logística – CGL/MMFDH - 810005

Gestão: 00001

CNPJ: 27.136.980/0008-87

2. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADA

a) Nome do órgão ou entidade descentralizada: MINISTÉRIO DA CIDADANIA

Nome da autoridade competente: LUIZ ANTONIO GALVÃO DA SILVA GORDO FILHO

Número do CPF: 782.315.315-72

Unidade Gestora: Diretoria de Comunicação Social – Secretaria Executiva

GESTÃO: 00001

CNPJ: 05.756.246/0004-54

b) UG SIAFI

Número e Nome da Unidade Gestora – UG que receberá o crédito: Coordenação-Geral de Licitações e Contratos - CGLC/MC

UG: 550005

Gestão: 00001

CPNJ: 05.756.246/0004-54

Número e Nome da Unidade Gestora – UG Responsável pelo acompanhamento da execução do objeto do TED: Diretoria de Comunicação Social – Secretaria Executiva

UG - 550005

Gestão: 00001

3. OBJETO

Ações cooperadas para a realização da Campanha Agosto Lilás, com vistas a alertar a sociedade sobre os riscos de feminicídio no contexto da pandemia, o que torna as mulheres ainda mais vulneráveis.

4. DESCRIÇÃO DAS AÇÕES E METAS A SEREM DESENVOLVIDAS NO ÂMBITO DO TED:

Dentre as metas a serem desenvolvidas com a criação e a produção da Campanha Agosto Lilás, que tem por objetivo alertar sobre os riscos de feminicídio no contexto da pandemia, cita-se:

DISCRIMINAÇÃO	MMFDH	CIDADANIA
Planejamento de Comunicação		X
Elaboração do documento de briefing com a necessidade de comunicação	X	X
Reunião de briefing com agência(s) de propaganda contratadas pelo MMFDH	X	X
Apresentação das propostas criativas das agências	X	X
Escolha e validação da proposta criativa	X	X
Aprovação do conteúdo técnico publicitário (leiautes/roteiros base)	X	X
Orçamentação e aprovação de custos de produção publicitária		X
Aprovação do Plano de Mídia	X	X
Produção das peças publicitárias		X
Veiculação / Distribuição de peças publicitárias		X

Os serviços de comunicação serão produzidos e veiculados por agência (s) de publicidade prestadora (s) de serviços ao Ministério da Cidadania em concordância com o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.

A campanha deverá ser produzida e veiculada pela agência com data ainda a definir, conforme plano de mídia.

5. JUSTIFICATIVAS E MOTIVAÇÃO PARA CELEBRAÇÃO DO TED:

Justificativa

A violência contra a mulher é um problema social grave, que, por muitos anos, foi naturalizado. O país teve, somente em 2020, mais de 105 mil denúncias de violência contra mulher registradas nos canais de atendimento da Ouvidoria Nacional de Direitos Humanos deste Ministério. O Brasil, infelizmente, figura na lista dos países que mais mata mulheres no mundo, sendo o quinto no ranking mundial.

Diariamente, a imprensa estampa casos de violência e os feminicídios são acompanhadas por toda a sociedade, que já não demonstra a “tolerância” observada em outros tempos. Toda essa atenção ao tema tem provocado reações institucionais e sociais, no sentido de buscar soluções para essa problemática.

A sociedade espera do Governo Federal ações estruturantes no campo da prevenção, atendimento humanizado das mulheres em situação de violência e justa punição dos agressores.

Nesse sentido, o Governo precisa reforçar o trabalho de incentivo à denúncia, fortalecimento da rede e aplicação da legislação, especialmente no contexto de pandemia.

Apesar dos avanços, dados da Segurança Pública indicam que 70% das vítimas de feminicídio nunca chegaram a recorrer à rede de atendimento antes de sua morte. Diante disso, torna-se ainda mais importante informar as mulheres que existe uma rede de proteção, bem como alertá-las sobre os fatores de risco para feminicídio íntimo (ou seja, aquele ocorrido numa relação íntima de afeto).

Dessa forma, o foco da campanha deve ser os fatores de risco e a apresentação completa da rede de enfrentamento à violência para a mulher. Propõe-se campanha na linha “entre na rede”; “a rede salva”; “saiba o que o Estado Brasileiro tem à sua disposição” (claro, abordagem precisa ser feita em tom publicitário).

Motivação

A descentralização do crédito é motivada pela execução de atividades específicas pela unidade descentralizada em benefício da unidade descentralizadora, conforme inciso II, do Art. 3º Decreto nº 10.426, de 16 de julho de 2020.

Além disso, em que pese haver disponibilidade orçamentária para execução da campanha neste Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, a Pasta não possui agência de publicidade contratada, o que impossibilita tal execução diretamente.

6. SUBDESCENTRALIZAÇÃO

A Unidade Descentralizadora autoriza a subdescentralização para outro órgão ou entidade da administração pública federal?

() Sim

(X) Não

7. FORMAS POSSÍVEIS DE EXECUÇÃO DOS CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS

A forma de execução dos créditos orçamentários descentralizados poderá ser:

() Direta, por meio da utilização capacidade organizacional da Unidade Descentralizada.

(X) Contratação de particulares, observadas as normas para contratos da administração pública.

() Descentralizada, por meio da celebração de convênios, acordos, ajustes ou outros instrumentos congêneres, com entes federativos, entidades privadas sem fins lucrativos, organismos internacionais ou fundações de apoio regidas pela Lei nº 8.958, de 20 de dezembro de 1994.

8. CUSTOS INDIRETOS (ART.8 §2º)

A Unidade Descentralizadora autoriza a realização de despesas com custos operacionais necessários à consecução do objeto da descentralização?

() Sim

(X) Não

9. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

Meta	Descrição	Unidade de Medida	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	Início	Fim
Transferência de crédito	O crédito será descentralizado em parcela única e imediata, porquanto caberá ao Ministério da Cidadania empenhar todos os recursos disponíveis para imediata execução das ações previstas no plano de trabalho. Não há indicação de data específica de início e fim, pois a transferência do crédito está condicionada à análise e autorização das partes, não sendo possível prever a data exata em que isso ocorrerá.	R\$	1	R\$ 2.000.000,00	R\$ 2.000.000,00	a definir	a definir

Criação e produção	Consiste na criação e produção de campanha publicitária, a partir de briefing a ser executado pela agência de publicidade. O valor está a definir, pois depende da solução de comunicação sugerida pela empresa responsável. O valor integral da campanha não ultrapassará o importe total de R\$ 2 milhões, disponível a partir da transferência do crédito (etapa 1).	Serviço	1	a definir	a definir	a definir	a definir
Veiculação/distribuição de peças publicitárias	Consiste na veiculação de mídia que, assim como a etapa 2, criação e produção de material publicitário, dependem da estratégia de comunicação a ser definida pela agência escolhida para executar a campanha. Desta forma, o valor unitário e total também está a definir, porém, o valor integral da campanha não ultrapassará o importe total de R\$ 2 milhões, disponível a partir da transferência do crédito (etapa 1).	Serviço	1	a definir	a definir	a definir	a definir
Prestação de contas e devolução de recursos orçamentários/financeiros remanescentes	Consiste na realização da prestação de contas, e caso verificado necessário a devolução de recursos orçamentários/financeiros remanescentes.	Real	1	a definir	a definir	a definir	a definir

Observação:

Início e fim: O início e o término da execução de cada etapa de trabalho serão definidos a partir da descentralização de recursos e do início do processo de produção, execução e veiculação da campanha.

10. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

MÊS/ANO	VALOR
Agosto/21	R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)
Observação: O crédito será descentralizado em parcela única, porquanto caberá ao Ministério da Cidadania empenhar todos os recursos disponíveis para a imediata execução das ações previstas no plano de trabalho.	

11. PLANO DE APLICAÇÃO CONSOLIDADO - PAD

CÓDIGO DA NATUREZA DA DESPESA	CUSTO INDIRETO	VALOR PREVISTO
Programa de Trabalho: 14.131.0032.4641.0001		

PTRES: 195302 Ação: 4641 – Nacional PO: 0000 - Publicidade de Utilidade Publica Fonte: 0100 Natureza da Despesa: 339039	Não	R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)
--	-----	--

12. PROPOSIÇÃO

Brasília, 11 de agosto de 2021.

TATIANA BARBOSA DE ALVARENGA
Secretária-Executiva
Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos

13. APROVAÇÃO

Brasília, de agosto de 2021.

De acordo,

LUIZ ANTONIO GALVÃO DA SILVA GORDO FILHO
Secretário-Executivo
Ministério da Cidadania

Em 06 de agosto de 2021.



Documento assinado eletronicamente por **Tatiana Barbosa de Alvarenga, Secretaria(a)-Executiva**, em 12/08/2021, às 10:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mdh.gov.br/autenticidade>, informando o código verificador **2404131** e o código CRC **6B709BBC**.