



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Assessoria de Comunicação Social

ANEXO

TRANSFERÊNCIA DE RECURSOS

(Complementação de verba)

(Decreto nº 10.426, de 16 de julho de 2020 – inciso IV do parágrafo 3º do Art. 3º)

1. IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES

Unidade Descentralizadora: Ministério do Desenvolvimento Regional

Unidade Gestora: 530001 – Ministério do Desenvolvimento Regional - MDR

Gestão: 00001

CNPJ: 03.353.358/0001-96

Endereço: Esplanada dos Ministérios Bloco “E”, 8º andar - sala 818.

CEP: 70.067-901 - Brasília – DF

Responsável: Romeu Mendes do Carmo – CPF: 244.255.161-61

Diretor de Administração (DA) da Secretaria de Coordenação Estrutural e Gestão Corporativa (SECOG)

Unidade Descentralizada: SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Unidade Gestora: 110319 – Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom)

Gestão: 00001 CNPJ: 09.234.494/0001-43

Endereço: Esplanada dos Ministérios, bloco “A”, 6º andar, sala 642 CEP: 70.054-906 – Brasília-DF

Responsável: FABIO WAJNGARTEN – CPF: 248.023.178-08

Secretário Executivo do Ministério das Comunicações

2. OBJETO

Complemento de verba para execução da campanha publicitária sobre o novo programa habitacional do Ministério do Desenvolvimento Regional – “Casa Verde e Amarela” - que tem por objetivo reformas de casas e regularizar lotes de famílias de baixa renda em assentamentos irregulares, bem como ampliar os financiamentos habitacionais para famílias de baixa e média rendas.

3. JUSTIFICATIVA

A complementação da campanha publicitária justifica-se pela necessidade de atingir os objetivos de comunicação do lançamento do novo programa habitacional e a necessidade de dar ciência aos beneficiários, promovendo o acesso à moradia, uma das missões do Ministério do Desenvolvimento Regional, de forma mais abrangente e eficaz.

4. FINALIDADE

Promover a sensibilização e demonstrar o compromisso do Governo Federal com a temática, informar o público-alvo, alavancando o conhecimento da sociedade e o acesso ao novo programa.

5. MOTIVAÇÃO

Para execução da campanha publicitária há disponibilidade orçamentária, porém não há contrato formalizado com agência publicitária junto ao Ministério do Desenvolvimento Regional - MDR, para criação, produção e veiculação da referida campanha.

6. PÚBLICO DE INTERESSE

Sociedade em geral e famílias de baixa e média renda em âmbito nacional, sendo prioritárias as praças: capitais do nordeste, região com os maiores índices de inadequação.

7. RELAÇÃO ENTRE AS PARTES

O **Ministério do Desenvolvimento Regional** compromete-se a:

- Realizar a imediata descentralização orçamentária e financeira;
- Realizar os lançamentos contábeis relacionados à transferência, no sistema SIAFI;
- Informar à Unidade Gestora Descentralizada do repasse de recursos.

A **SECOM** compromete-se a:

- Promover a execução das ações necessárias ao alcance dos objetivos previstos neste termo, na forma e prazos estabelecidos entre as partes;
- Prestar contas dos valores descentralizados, de forma a permitir a adequada identificação da aplicação dos recursos dentre o conjunto de atividades previstas na ação de comunicação, especialmente caso haja, na composição do esforço de comunicação, valores de outras origens envolvidos;
- Prestar contas dos valores recebidos e executados juntamente às contas anuais a serem apresentadas aos órgãos de controle interno e externo;
- Devolver, antes do encerramento do presente exercício, os saldos não utilizados, bem como aqueles resultantes de ajustes e correções que venham a ser constatados;
- Encaminhar ao Ministério do Desenvolvimento Regional o Relatório físico-financeiro, no prazo de 60 (sessenta) dias após o encerramento da vigência deste Acordo, dispondo sobre a execução orçamentária e financeira resumida dos recursos na forma da descentralização, indicando, se for o caso, a restituição de possível saldo apurado. Caso todos os pagamentos relativos à produção e veiculação das peças ainda não tenham sido concluídos, à época da primeira prestação de contas, outras prestações de contas poderão ser feitas posteriormente em periodicidade a ser acordada entre as partes.

8. PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA:

Programa de trabalho/Projeto/Atividade	Fonte	PTRES	Natureza da Despesa	Valor (R\$)
04.131.0032.4641.0001 Publicidade de Utilidade Pública	0100	174326	339039	2.507.010,00

04.131.0032.4641.R000 Publicidade de Utilidade Pública	0144	188865	339039	5.910.574,00
TOTAL				8.417.584,00

9. CRONOGRAMA

Etapa / Atividade	Responsável	Interveniente	Prazo Estimado	Data Estimada
Descentralização orçamentária e financeira	MDR	SECOM	Imediato	Até 07/10/2020
<u>Aprovação do conteúdo técnico publicitário</u> (leiautes/roteiros base)	SECOM	ASCOM/MDR	D+1	08/10/2020
<u>Orçamentação e aprovação</u> de custos de produção publicitária	SECOM	Agências de propaganda	D+2	09/10/2020
<u>Aprovação do Plano de Mídia</u>	SECOM	ASCOM/MDR e Agências de Propaganda	D+3	10/10/2020
<u>Produção das peças</u> publicitárias	Agências de Propaganda	ASCOM/MDR e SECOM	D+7	14/10/2020
<u>Veiculação / Distribuição</u> de peças publicitárias	Agências de Propaganda	SECOM	D+8	15/10/2020 a 30/11/2020
<u>Prestação de contas e devolução</u> de recursos orçamentários/financeiros remanescentes.	SECOM	ASCOM/MDR	Encerramento da veiculação + 60	30/01/2021

10. PLANO DE APLICAÇÃO

O Plano de Aplicação é apresentado no Anexo I.

11. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

O crédito complementar será descentralizado em parcela única, porquanto caberá à SECOM empenhar todos os recursos disponíveis para a imediata execução das ações previstas no plano de trabalho.

12. VIGÊNCIA E POSSIBILIDADE DE ADITAMENTO

O termo da transferência em tela tem início na data de sua assinatura e término no dia 30 de janeiro de 2021, podendo ser prorrogado se houver interesse das partes. A vigência está relacionada à execução das ações vinculadas à transferência de recursos, podendo a liquidação e o pagamento ocorrerem a posteriori, devido aos prazos e condições contratuais previamente pactuados com as agências contratadas.

13. DENÚNCIA E RESCISÃO

Esta Transferência de Recursos poderá ser denunciada a qualquer tempo pelos Partícipes ou rescindido por descumprimento de qualquer de suas cláusulas, independentemente de notificação ou interpelações judiciais ou extrajudiciais.

14. CONTROVÉRSIA E FORO

Na eventualidade de ocorrerem controvérsias à interpretação e/ou cumprimento da presente Transferência de Recursos, os partícipes concordam, preliminarmente, em solucioná-las administrativamente e, em última instância, submeter os eventuais conflitos à apreciação da Câmara de Conciliação e Arbitragem da Administração Federal CCAF, integrante da Advocacia-Geral de União, na forma da Portaria Advocacia-Geral da União, na forma do inciso XI, do artigo 4º, da Lei Complementar n. 73/1993 e Portaria AGU n. 1.281/2007.

15. DATA E ASSINATURA:

Brasília, 13 de outubro de 2020

ROMEU MENDES DO CARMO

Diretor de Administração da Secretaria de Coordenação Estrutural e Gestão Corporativa

Ministério do Desenvolvimento Regional

FABIO WAJNGARTEN

Secretário Executivo

Ministério das Comunicações

59000.007523/2020-81

2016564v1



Documento assinado eletronicamente por **Romeu Mendes do Carmo, Diretor(a) de Administração**, em 13/10/2020, às 14:46, com fundamento no art. 6º, §1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Fabio Wajngarten, Usuário Externo**, em 15/10/2020, às 12:05, com fundamento no art. 6º, §1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.mi.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **2819717** e o código CRC **AEBB48A0**.



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Assessoria de Comunicação Social

ANEXO

PLANO DE APLICAÇÃO

(Atualizado para utilização da verba complementar)

1. ETAPA/ATIVIDADE:

Execução da campanha publicitária sobre lançamento do novo programa habitacional do MDR.

2. RESPONSÁVEL PELA ORDEM DE SERVIÇO:

Secretaria Especial de Comunicação Social - SECOM

3. INTERVENIENTE:

Ministério do Desenvolvimento Regional - MDR

4. PRODUTO/SERVIÇOS:

Criação e veiculação de peças publicitárias para campanha sobre o novo programa habitacional do MDR – Casa Verde e Amarela.

BRIEFING DE COMUNICAÇÃO

5. DEMANDANTE

Ministério do Desenvolvimento Regional – MDR

6. DATA

28 de agosto de 2020

7. OBJETIVO GERAL DA PUBLICIDADE

Informar a população sobre o novo programa habitacional do MDR, Casa Verde e Amarela.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar as novas oportunidades de acesso à moradia;
- Estimular a adesão das prefeituras ao programa.

9. PÚBLICO-ALVO

- Jovens e adultos- faixa etária a partir dos 20 anos;
- Gestores municipais.

10. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DA COMUNICAÇÃO DE GOVERNO

- [MEDIDA PROVISÓRIA Nº 996, DE 25 DE AGOSTO DE 2020](#)

Institui o Programa Casa Verde e Amarela.

11. HISTÓRICO

Apesar da existência de programas habitacionais e de urbanização conduzidos pelo governo brasileiro, as necessidades habitacionais permanecem pendentes de equacionamento. O déficit habitacional, acumulado ao longo de décadas, representa um passivo de 6,35 milhões de moradias, que agregado à demanda habitacional futura, correspondente à quantidade de moradias que deverão ser acrescidas ao estoque habitacional para acomodar o crescimento populacional futuro e a formação de novas famílias, resulta no desafio de produção média de cerca de 1,23 milhão ano a ano, até 2030. Para além do déficit propriamente dito, há ainda outros tantos milhões de habitações inadequadas, isto é, que carecem de um ou mais requisitos de habitabilidade, como serviços de infraestrutura urbana (água, esgotos, energia elétrica ou coleta de lixo) e unidade sanitária interna, ou que apresentam má conservação, problemas de regularização fundiária e adensamento excessivo (mais de 3 moradores por dormitório).

Diante da complexidade e da escala dos desafios postos no setor, o Programa Casa Verde e Amarela justifica-se pela necessidade de corrigir erros do passado com o aprimoramento dos programas habitacionais existentes e a diversificação do catálogo de opções ofertado, tendo em vista as realidades diversas sobre as quais a política habitacional deve incidir.

Parte-se da premissa de que a habitação consiste em questão mister nas políticas públicas, ao se projetar como uma forma material de inclusão social. Nessa linha, o Programa proposto tem por finalidade a efetivação do direito constitucional à moradia, com a perspectiva de que, em paralelo ao alcance da melhoria das condições de vida e de habitabilidade das populações urbanas e rurais, o desenvolvimento socioeconômico e a geração de trabalho e renda possam ser fomentados. Esse aspecto é ainda mais importante no contexto de pandemia enfrentado pelo Brasil.

12. CONCEITO

Nos últimos anos, os programas conduzidos pelo Governo Federal para enfrentar os problemas de déficit habitacional centraram-se quase que exclusivamente na estratégia de produção de moradias. Ao longo do tempo, falhas como a criação de condomínios afastados dos centros urbanos, carentes de infraestrutura básica, foram se tornando evidentes, exigindo novas abordagens para enfrentar o problema.

O programa Casa Verde e Amarela traz inovações e tem como principais pilares:

- A ampliação do acesso ao financiamento imobiliário, por meio da redução das taxas de juros, que possibilitará que famílias com rendas menores possam contratar. Essa medida possibilitará produzir mais moradias com o mesmo recurso.
- Ampliação da capacidade de contratação de unidades habitacionais a partir da renegociação da remuneração do agente financeiro – com o mesmo orçamento será possível contratar mais unidades;
- Estímulos que favoreçam a expansão do acesso a moradia nas regiões onde historicamente as contratações de financiamentos são mais baixas do que a disponibilidade financeira – Norte e Nordeste. Essas regiões terão tratamento diferenciado;
- Regularização Fundiária – há no Brasil entre 10 a 12 milhões de residências que se encontram na ilegalidade, sem escritura pública, mas que são passíveis de regularização. Por meio de editais de seleção, o programa vai apoiar prefeituras na regularização dessas moradias. Além da segurança garantida pela escritura pública, a regularização proporciona uma valorização do imóvel entre 40 a 60%, bem como a inclusão financeira dessas famílias,

que passam a ter um bem como garantia.

- Melhorias habitacionais - dentro das áreas selecionados pelas prefeituras para as ações de regularização, serão selecionadas residências de famílias de baixa renda que precisem de melhorias que garantam as condições mínimas de habitabilidade. O programa vai financiar essas reformas e intervenções.

Diante deste contexto, o Ministério pretende realizar uma campanha de utilidade pública visando a divulgação dessas novas oportunidades de acesso à moradia e estimulando a adesão das prefeituras ao programa.

13. CONTEÚDO DA COMUNICAÇÃO

A campanha deve sensibilizar o público-alvo reforçando que:

- mais pessoas terão acesso a moradia;
- que com o mesmo recurso, mas melhor empregado, será possível ampliar esse acesso;
- que o programa vai garantir a regularização, dando segurança às famílias que passarão a ter a propriedade assegurada;
- que as melhorias vão garantir dignidade;
- que o programa também vai possibilitar a criação e manutenção de empregos.

14. LINHA CRIATIVA (REVISADO)

Sugerimos desenvolver peças para divulgação nas redes sociais, internet, rádios e outros meios de comunicação pertinentes a temática e seu respectivo público-alvo. A Assessoria Comunicação repassará dados que serão obtidos junto à SECRETARIA NACIONAL DE HABITAÇÃO que servirão como aporte e referência. A campanha deve conscientizar o público sobre os avanços promovidos na área habitacional a partir da implantação do programa, a facilitação no acesso a moradia e os ganhos proporcionados pela regularização.

PEÇAS SUGERIDAS: vídeo para redes sociais, spots de rádio, merchandising em programas voltados ao público-alvo;

MÍDIAS SUGERIDAS: rádios regionais, Youtube, redes sociais, portais de notícia, web e outras plataformas digitais adequadas à campanha, bem como Televisão.

15. PERÍODO (REVISADO)

De 15 de outubro a 30 de novembro de 2021.

16. PRAÇAS

A campanha visa impactar a Sociedade em geral, e famílias de baixa e média renda em âmbito nacional, sendo prioritárias as praças: capitais do nordeste, região com os maiores índices de inadequação.

17. TRANSVERSALIDADES

Não se aplica

18. INVESTIMENTO (REVISADO)

1º REPASSE - EFETIVADO DIA 03/09/2020 - R\$4.000.000,00

2º REPASSE - A SER EFETIVADO ATÉ 07/10/2020 - R\$ 8.417.584,00

INVESTIMENTO TOTAL - R\$ 12.417.584,00

19. CRONOGRAMA

Etapa / Atividade	Responsável	Interveniente	Prazo Estimado	Data Estimada
Descentralização orçamentária e financeira	MDR	SECOM	Imediato	Até 07/10/2020
<u>Aprovação do conteúdo técnico publicitário</u> (leiautes/roteiros base)	SECOM	ASCOM/MDR	D+1	08/10/2020
<u>Orçamentação e aprovação</u> de custos de produção publicitária	SECOM	Agências de propaganda	D+2	09/10/2020
<u>Aprovação do Plano de Mídia</u>	SECOM	ASCOM/MDR e Agências de Propaganda	D+3	10/10/2020
<u>Produção das peças publicitárias</u>	Agências de Propaganda	ASCOM/MDR e SECOM	D+7	14/10/2020
<u>Veiculação / Distribuição</u> de peças publicitárias	Agências de Propaganda	SECOM	D+8	15/10/2020 a 30/11/2020
<u>Prestação de contas e devolução</u> de recursos orçamentários/financeiros remanescentes.	SECOM	ASCOM/MDR	Encerramento da veiculação + 60	30/01/2021

Responsável pelos aspectos técnicos de conteúdo presentes neste briefing.

Rodrigo Kaiser Saccone

Chefe da Assessoria de Comunicação
Ministério do Desenvolvimento Regional

59000.007523/2020-81

2016572v1



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Kaiser Saccone**, **Chefe da Assessoria de Comunicação Social do Gabinete do Ministro**, em 02/10/2020, às 20:02, com fundamento no art. 6º, §1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.mi.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **2807371** e o código CRC **DCA89E40**.