



Centro de Capacitação e Formação Pública

1. Dados Cadastrais do Proponente

Organização da Sociedade Civil (OSC): Centro de Capacitação e Formação Pública - CEFOP			CNPJ: 11.691.937/0001-77
Endereço: Avenida Marechal Deodoro, 718 , Centro, Paudalho, PE			
Município: Paudalho	UF: PE	CEP: 55.825-000	DDD/Telefone: (81)9.9618.2922
E-mail: cefopformacao@gmail.com		Site: https://instagram.com/cefopformacao?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	

2. Representante Legal (Proponente)

Nome: FABIANA CARVALHO DA SILVA			
CPF: 027.205.884-07	RG: 5.186.432	Órgão Expedidor: SSP/PE	
Cargo / Função: Diretora Presidente		E-mail: cefopformacao@gmail.com	
Período Mandato: 15/05/2021 a 31/12/2023			
Endereço: RUA BARÃO DE COCAIS, 122 - A - IPSEP RECIFE/PE CEP: 51.190.736			
Município: Paudalho	UF: PE	CEP: 51.190.736	DDD/Telefone: (81) 9.9719-9711

3. Outros Partícipes (se houver)

Órgão / Entidade / OSC			CNPJ
Endereço			
Município	UF	CEP	DDD/Telefone

YPR



Centro de Capacitação e Formação Pública

E-mail	Site
Data de Assinatura do Termo de Atuação em Rede (se for o caso)	
Objeto da atuação em rede (se for o caso)	

4. Representante Legal (outro partícipe)

Nome		
CPF	RG	Órgão Expedidor
Cargo / Função	Matrícula	E-mail
Local e Data	Assinatura Conveniente	Assinatura Concedente

5. Informações Bancárias

Banco BRASIL	Agência 3613-7	Conta Corrente nº 75765-9
-----------------	-------------------	------------------------------

upk



Centro de Capacitação e Formação Pública

6. Descrição do Projeto

Título do Projeto: PROJETO EDUCACIONAL COM UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTA DE MARKETING 4.0, PARA PREVENÇÃO AO USO DAS DROGAS AO JOVENS E ADOLESCENTES DO MUNICÍPIO DE RECIFE/PE.		
Período de Execução: 06 meses	Início: Na assinatura do Termo de Fomento	Término: Até mês 06 após o recebimento do recurso
Valor Parceiro Público:	Contrapartida em () Sim Bens e Serviços: (x) Não	Valor Total da Proposta: R\$ 200.000,00
Descrição do Objeto: Objetivo Geral ❖ Projeto educacional com utilização de ferramenta de marketing 4.0, para prevenção ao uso das drogas ao jovens e adolescentes do estado de Pernambuco. Objetivos Específicos ❖ Realizar atividades educacional preventiva voltada para os jovens e adolescentes; ❖ Utilizar ferramental de marketing digital 4.0 para alcance da temática junto aos jovens de maneira mais efetiva; ❖ Levar conhecimento a respeito das consequências do uso das drogas para os jovens e adolescentes do estado de Pernambuco; ❖ Formar agentes multiplicadores de informações; ❖ Valorizar a importância das atividades de prevenção ao uso das drogas junto ao público atendido; ❖ Fomentar ações didáticas e interdisciplinares que objetivem formar cidadãos conscientes de seus direitos enquanto cidadão.		
Justificativa: Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS) droga é qualquer substância não produzida pelo organismo que tem a propriedade de atuar sobre um ou mais de seus sistemas, produzindo alterações em seu funcionamento. As drogas legais são aquelas que a lei não proíbe seu uso, como por exemplo, cigarro, bebida alcoólica e medicamentos. As drogas ilegais são aquelas que a lei proíbe seu uso e comercialização, como por exemplo, maconha, cocaína, heroína, ecstasy, crack, entre outras. A humanidade possui inúmeros registros históricos evidenciando o uso de drogas. Na antiguidade as drogas eram utilizadas em cerimônias e rituais para se obter prazer, diversão e experiências místicas (SENAD, 2008). Povos primitivos utilizavam bebidas fermentadas em rituais sagrados e/ou festividades sociais. Os egípcios usavam o vinho e a cerveja para o tratamento de uma série de doenças, como meio para aliviar a dor e como abortivo. O ópio era utilizado pelos gregos e árabes para fins medicinais, para alívio da dor e como tranquilizantes. O cogumelo era considerado sagrado por certas tribos de índios do México, que o utilizavam		

para rituais religiosos induzindo alucinações. Os gregos e os romanos usavam o álcool em festividades sociais e religiosas (Brucher, 1991). Vale notar que ainda hoje o vinho é utilizado em cerimônias católicas e protestantes, bem como no judaísmo, no candomblé e outras práticas espirituais.

Nesse sentido, do ponto de vista histórico poderíamos afirmar que a utilização de drogas não representava, em geral, uma ameaça à sociedade, pois seu uso estava relacionado aos rituais, aos costumes e aos próprios valores coletivos e talvez não se soubesse dos efeitos negativos que elas poderiam causar (Escotado, 1994). No final do século XIX e início do século XX, com a aceleração dos processos de industrialização e urbanização e com a implantação de uma nova ordem médica que o uso e abuso de vários tipos de drogas passaram a ser problematizados.

Ocorre que tal como a humanidade o uso de drogas foi se modificando. Atualmente pode-se dizer que o uso de drogas tem um caráter consumista (SENAD, 2008). Em uma sociedade focada no consumo, onde o importante é “ter” e não “ser”, onde a inversão de valores e crenças gera desigualdades sociais, favorece a competitividade e o individualismo, não há mais “certezas” religiosas, morais, econômicas ou políticas (Idem). Este estado de insegurança, de insatisfação e de estresse constante incentiva à busca de novos produtos e prazeres e neste contexto, muitos encontram as drogas (Idem).

Talvez, por esta razão o consumo de álcool e outras drogas tem atingido índices alarmantes em todo o mundo. Estudos da Organização Mundial de Saúde (OMS, 2006) indicam que 10% de qualquer população, independente da raça, sexo ou nível sócio-econômico apresenta dependência de algum tipo de droga. Pesquisas da Associação Brasileira de Estudos do Álcool e outras Drogas (ABEAD, 2008) revelam um número assustador e crescente: cerca de 17 milhões de brasileiros dependentes. O Centro Brasileiro de Informações sobre Drogas Psicotrópicas (CEBRID, 2006) afirma que 48,3% dos jovens na faixa etária de 12 a 17 anos já experimentou bebidas alcoólicas e 19 milhões de brasileiros são dependentes de álcool. Estes dados enfatizam um triste quadro de pequenas tragédias particulares: em cada três famílias brasileiras há pelo menos um caso de dependência de álcool ou outras drogas.

O uso de drogas é doença biopsicosocial, com sérias consequências para o indivíduo, família e sociedade, pois o uso de psicotrópicos afeta biologicamente o organismo do usuário ocasionando transtornos psicológicos e, ainda, consequências sociais afetando todos os partícipes que possuem alguma relação social com o dependente. Na realidade a distinção entre bio, psico e social possui um caráter meramente linguístico e didático, pois as esferas se interconectam de tal modo que, tratando-se da relação entre psicoativos e a mente, não é fácil separá-los na prática (Santos, 2007).

O tema costuma ser tratado por modelos biomédicos, farmacológicos e jurídico-policiais, menosprezando muitas vezes as variáveis psicológicas e socioculturais envolvidas (Bucher, 1996). Nossa proposta consiste em uma abordagem jurídico-pedagógica, que aborda de maneira circunstancial a legislação vigente por meio de uma linguagem acessível aos jovens estudantes, mas levando em conta princípios pedagógicos do ensino-aprendizagem, tais como priorização do ensino dinâmico e criativo; valorização das iniciativas dos estudantes; a prática de atividades saudáveis, a estimulação da atitude investigadora na construção do conhecimento etc., sempre com o intuito de tornar a intervenção efetivamente acessível.

De acordo com a Tabela 1.1, do Relatório Brasileiro sobre Drogas, realizado em 2010, com exceção de álcool e tabaco, as drogas com maior uso na vida em 2001 são: maconha (6,9%), solventes (5,8%), orexígenos (4,3%), benzodiazepínicos (3,3%) e cocaína (2,3%); em 2005, são: maconha (8,8%), solventes (6,1%), benzodiazepínicos (5,6%), orexígenos (4,1%) e estimulantes (3,2%). De 2001 para 2005, houve aumento nas estimativas de uso na vida de álcool, tabaco, maconha, solventes, benzodiazepínicos, cocaína, estimulantes, barbitúricos, esteroides, alucinógenos e crack e diminuição nas de orexígenos, xaropes, opiáceos e anticolinérgicos. Essa diferença foi estatisticamente significativa somente para os estimulantes. Um dos aspectos dessa última informação é que ela se refere ao consumo indevido de medicamentos para emagrecer, mais frequente entre as mulheres.

Na Região Nordeste, o qual o município de Jaboatão dos Guararapes foi incluído, foram entrevistadas, em 2001, 1.644 pessoas, sendo 693 do sexo masculino e 951 do sexo feminino. Em 2005, a amostra continha 692 homens e 988 mulheres, totalizando 1.680 pessoas.

De acordo com a Tabela 1.17, do mesmo estudo, com exceção de álcool e tabaco, as drogas com maior uso na vida são, em 2001, orexígenos (11,2%), solventes (9,7%), maconha (5,5%), benzodiazepínicos (5,3%) e xaropes (3,2%); em 2005, orexígenos (9,3%), solventes (8,4%), maconha (6,1%), benzodiazepínicos (6,0%) e estimulantes (2,8%). Na Região Nordeste, de 2001 para 2005, houve aumento nas estimativas de uso na vida de maconha, benzodiazepínicos, estimulantes, esteroides, alucinógenos e crack; e diminuição nas de tabaco, solventes, orexígenos e xaropes. Nenhuma das diferenças observadas foi estatisticamente significativa.

Prevenir o uso de drogas pressupõe estabelecer um conjunto de medidas, para impedir ou reduzir o consumo abusivo de entorpecentes. Historicamente no Brasil as propostas de prevenção são tratadas numa perspectiva de “guerra às drogas”, espelhadas no modelo americano implantado em 1989 sob o governo de George Bush (Canoletti; Soares, 2005). Abordagens que tratam de um tema tão complexo de forma a amedrontar ou aterrorizar mostram clara ineficiência, pois além de não surtir o resultado esperado, ao contrário, despertam a curiosidade. (Idem). Como alternativa ao preventivismo, essa visão limitada focada no “agente causador da doença” a qualquer custo ou de maneira isolada, seria a prevenção como parte de um sistema mais amplo com uma visão mais compreensiva sobre o problema, considerando toda a condição de saúde como uma perspectiva biopsicossocial que atua de forma complexa e interativa (Ronzani, 2009).

Uma intervenção preventiva como parte de um sistema visa fortalecer os fatores de proteção com intuito de atribuir autonomia e responsabilidade ao jovem possibilitando-o a fazer escolhas conscientes quanto ao uso indevido de drogas por meios da ponderação crítica sobre os efeitos e consequências do uso, diluindo assim os fatores de risco como normas e atitudes sociais favoráveis a experimentação.

O modo tradicional de fazer marketing e campanhas educativas todo mundo já conhece. Porém, a distribuição de panfletos, os anúncios em revistas, jornais e outros meios de comunicação precisam ser complementados pelas estratégias do marketing 4.0.

Esse termo foi utilizado por Philip Kotler em uma de suas publicações para se referir ao marketing digital. Ele

Tabela 1.1.
Prevalência de uso de drogas entre os entrevistados das 108 cidades com mais de 200 mil habitantes do Brasil.

Droga	Prevalência de uso (%)			
	2001	2005		
	Na vida	Na vida	No ano	No mês
Álcool	68,7	74,6	49,8	38,3
Tabaco	41,1	44,0	19,2	18,4
Maconha	6,9	8,8	2,6	1,9
Solventes	5,8	6,1	1,2	0,4
Benzodiazepínicos	3,3	5,6	2,1	1,3
Orexígenos	4,3	4,1	3,8	0,1
Cocaína	2,3	2,9	0,7	0,4
Xaropes (codeína)	2,0	1,9	0,4	0,2
Estimulantes	1,5	3,2	0,7	0,3
Barbitúricos	0,5	0,7	0,2	0,1
Esteroides	0,3	0,9	0,2	0,1
Opiáceos	1,4	1,3	0,5	0,3
Anticolinérgicos	1,1	0,5	0,0	0,0
Alucinógenos	0,6	1,1	0,3	0,2
Crack	0,4	0,7	0,1	0,1
Merla	0,2	0,2	0,0	0,0
Heroína	0,1	0,1	0,0	0,0
Qualquer droga exceto álcool e tabaco	19,4	22,8	10,3	4,5

Fonte: SENAD/CEBRID/ II Levantamento Domiciliar sobre o Uso de Drogas Psicotrópicas no Brasil, 2005.

1 Prevalências de uso no ano e no mês não disponíveis para 2001.



Centro de Capacitação e Formação Pública

também fala sobre o que os consumidores estão procurando atualmente, afinal, mais do que produtos ou serviços eles querem informação, soluções e uma relação mais próxima com as marcas que utilizam.

É fato que a internet vem crescendo cada vez mais, bem como seus usuários ativos aqui no Brasil. Por isso, o marketing 4.0 é essencial para todas as campanhas educativas no Brasil, especialmente aquelas voltadas para os jovens. Além de conectar pessoas, as redes sociais permitem uma interação maior entre as empresas e o seu público-alvo, melhoram a visibilidade da marca no meio virtual e tudo isso com investimentos muito pequenos.

A produção de conteúdo para a web consiste na tarefa de produzir materiais digitais, nos mais diversos formatos e plataformas, que contenham informações úteis ao público a que se destinam.

E o principal objetivo dessa atividade é tornar o emissor uma autoridade em um nicho específico.

Ao produzir conteúdo para internet, é necessário sempre ter um objetivo previamente determinado. Um bom conteúdo visa atender a 04 finalidades básicas:

- Ensinar;
- Inspirar;
- Entreter;
- Resolver algum ponto de dor;

Considerando que o meio digital é a ferramenta de maior alcance junto aos jovens e a importância da qualificação como prevenção do uso de drogas junto aos jovens no município de Olinda.

Público-Alvo Beneficiado: O projeto atenderá, prioritariamente, jovens e adolescentes do município de Recife/PE.

Quantidade (número de pessoas beneficiadas): 125 (cento e vinte e cinco) jovens e adolescentes do Município de Recife/PE.



Centro de Capacitação e Formação Pública

7. Cronograma de Execução (Meta, etapa ou fase)

7.1 FASE DE IMPLANTAÇÃO

PRÉ-PRODUÇÃO

- Assinatura do Convênio e contratos;
- Providenciar as cotações para aquisição dos materiais e serviços para a realização da qualificação;
- Confeção de cronograma de atividades da qualificação;
- Levantamento de toda infraestrutura necessária para a realização da qualificação;
- Selecionar o corpo técnico qualificado para ministrar os cursos;
- Realizar reuniões e visitas aos órgãos competentes para formalização, realização e comunicação da realização da qualificação;

7.2 FASE DE EXECUÇÃO

PRODUÇÃO

- Contratação de serviços e materiais necessários para a realização da qualificação;
- Início das aulas dos cursos de qualificação;
- Acompanhamento da execução do serviço de transporte da qualificação;
- Acompanhamento da montagem da infraestrutura da qualificação;
- Acompanhamento da execução do serviço de alimentação da qualificação;
- Distribuição do pessoal de acordo com a área de atuação de cada na qualificação;
- Fazer relatório sobre todas as atividades das coordenações da qualificação.

ADMINISTRAÇÃO

- Redigir convites, ofícios, cartas e demais documentos;
- Manter em ordem a rotina administrativa;
- Receber e encaminhar toda documentação;
- Preparação e organização de toda documentação;
- Providenciar os contratos com fornecedores e profissionais envolvidos na qualificação;
- Realizar os pagamentos e emitir comprovantes de quitação;
- Gerenciar toda contabilidade da qualificação;

yl



Centro de Capacitação e Formação Pública

- Preparar todas as prestações de contas da qualificação;
- Recolher a pagar todos os impostos, taxas, tributos referentes a material e pessoal contratado para a qualificação;

PÓS-PRODUÇÃO

- Fazer relatório completo de todas as atividades da qualificação;
- Providenciar toda a prestação de contas da qualificação;
- Prestar contas às instituições públicas dos recursos recebidos para a realização da qualificação;
- Realizar reunião de avaliação dos resultados atingidos da qualificação;

7.4 DINÂMICA DAS ATIVIDADES PROPOSTAS

O procedimento metodológico será compatível com uma prática formativa, contínua e processual, na sua forma de instigar os participantes a procederem com investigações, observações, confrontos e outros procedimentos decorrentes das situações - problema propostas e encaminhadas através de aulas expositivas com utilização de vídeos, slides, etc., visando à apresentação do assunto (problematização) a ser trabalhado e posterior discussão e troca de experiências.

A qualificação terá um conteúdo programático que será ministrado em 80 (oitenta) horas/aula, que serão divididos em dois módulos, sendo 20 (vinte) horas o módulo social e 60 (sessenta) horas o módulo profissional. As aulas terão duração de 04 (quatro) horas diárias.

Aulas práticas serão ministradas para melhor vivência e compreensão dos tópicos teóricos, pesquisas, elaboração de painéis diversos e trabalhos em grupo.

7.5 - METAS

- ✓ Realizar uma qualificação de qualidade;
- ✓ Formar 05 turmas em Marketing 4.0 no município de Recife/PE;
- ✓ Capacitar 125 (cento e vinte e cinco) jovens e adolescentes;
- ✓ Garantir segurança física a todos os participantes.

Centro de Capacitação e Formação Pública

6.2 RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ 95% de participação efetiva e frequência;
- ✓ 95% melhoria da autoestima e postura mais assertiva;
- ✓ 95% das participantes mais esclarecidas sobre seus direitos sociais;
- ✓ 100% dos participantes qualificados profissionalmente;

6.3 CRONOGRAMA DE METAS/ATIVIDADES

METAS/ ATIVIDADES	MESES								
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9
01 – Pré – Produção	X	X							
02 - Produção			X	X					
03- Pós-produção					X	X			

8. Plano de Aplicação dos Recursos Financeiros

Natureza da Despesa	Especificação	Concedente (R\$)-
LOCAÇÃO	Locação de Veículo de passeio, ano de fabricação 2015 acima, potência do motor 1.4 acima, modelo sedan, com ar condicionado, direção hidráulica, capacidade para 5 passageiros, modalidade de locação sem limite de quilometragem a ser utilizada, valor unitário: R\$ 120,00	R\$ 2.400,00
LOCAÇÃO	Locação de notebooks para atender aos serviços de digitação, com software e hardware compatíveis para confecção de textos e gravação em CD/DVD, funcionando durante o período da conferência, para utilização no credenciamento, bem como nas salas com os grupos de trabalho. Valor unitário: R\$ 62,00	R\$ 1.240,00

YR



Centro de Capacitação e Formação Pública

LOCAÇÃO	Locação de impressora multifuncional a laser, monocromática, 40 p.p.m, para atender aos serviços de digitação, com software e hardware compatíveis para confecção de textos e gravação em CD/DVD, funcionando em horário integral durante a conferência, utilizada pelos grupos de trabalho e pela secretaria, com tonner incluído. Valor unitário: R\$ 90,00	R\$ 1.800,00
PESSOA JURIDICA	Combustível Valor unitário R\$ 5,98	R\$ 1.196,00
PESSOA JURIDICA	Criação da identidade visual do projeto Valor unitário: R\$ 3.252,94	R\$ 3.252,94
PESSOA JURIDICA	Serviço Técnico especializado de elaboração de apostila. Valor unitário R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
PESSOA JURIDICA	Serviço diagramação de apostila Valor unitário R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
PESSOA JURIDICA	Serviço Técnico Especializado de Coordenação e organização do curso com rotinas administrativas de pré produção, execução e pós produção do curso. Valor unitário R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
PESSOA JURIDICA	Serviço Técnico Especializado de facilitador do curso Valor unitário R\$ 32,50	R\$ 1.950,00
ALIMENTAÇÃO	Serviço de café e água – manter disponibilizado permanentemente para os participantes durante os dias do curso. Valor unitário R\$ 2,00	R\$ 750,00
ALIMENTAÇÃO	Serviço de fornecimento de lanche. Descritivo: suco de fruta ou refrigerante, 01 sanduíche e 01 salgado ou bolo. 01 lanche por dia Valor unitário R\$ 9,00	R\$ 3.375,00
LOCAÇÃO	Locação de projetor multimídia 1200 lumens xga, resolução 1024x768	R\$ 1.740,00



Centro de Capacitação e Formação Pública

	Valor unitário R\$ 145,00	
LOCAÇÃO	Locação de notebooks para atender aos serviços de digitação, com software e hardware compatíveis para confecção de textos e gravação em CD/DVD, funcionando durante o período da conferência, para utilização no credenciamento, bem como nas salas com os grupos de trabalho. Valor unitário R\$ 62,00	R\$ 930,00
LOCAÇÃO	Locação de Microfone de mão sem fio Valor unitário R\$ 55,00	R\$ 825,00
LOCAÇÃO	Locação de Caixa Amplificada 10 polegadas 200wrms Valor unitário R\$ 100,00	R\$ 600,00
LOCAÇÃO	Locação de Veículo de passeio, ano de fabricação 2015 acima, potência do motor 1.4 acima, modelo sedan, com ar condicionado, direção hidráulica, capacidade para 5 passageiros, modalidade de locação sem limite de quilometragem a ser utilizada Valor unitário R\$ 120,00	R\$ 1.200,00
LOCAÇÃO	Locação de material necessário para aula prática Valor unitário R\$ 175,00	R\$ 1.750,00
MATERIAL GRÁFICO	Camisas em tecido poliéster, na cor branca, com manga, gola e impressão tipo sublimação Valor unitário R\$ 28,50	R\$ 712,50
LOCAÇÃO	Locação de Gelágua Valor unitário R\$ 20,00	R\$ 300,00
MATERIAL GRÁFICO	Sacolas eco Bag na cor cru 40x40 (com a logomarca do curso) Valor unitário R\$ 18,00	R\$ 450,00
MATERIAL GRÁFICO	Caneta esferiográfica Valor unitário R\$ 3,20	R\$ 80,00
MATERIAL GRÁFICO	Confecção de Apostila com 60 páginas, tamanho A4, miolo impresso em papel 75g ou 90g - 4x4 cores.	R\$ 1.200,00

yp



Centro de Capacitação e Formação Pública

	Valor unitário R\$ 48,00	
MATERIAL GRÁFICO	Confecção de Bloco de anotação, com 30fls, tam: 10cm x 15cm Valor unitário R\$ 4,20	R\$ 105,00
MATERIAL GRÁFICO	Confecção de Certificados em papel couchê fosco, gramatura 200g, tamanho A5, impresso em cores 4 x 0 Valor unitário R\$ 4,50	R\$ 112,50
PESSOA JURIDICA	Diária de equipe técnica de supervisão (01 técnico x 10 dias) Valor unitário R\$ 60,00	R\$ 600,00
FOTOGRAFIA	Serviço de Fotografia Valor unitário R\$ 600,00	R\$ 600,00
PASSAGEM	Vale transporte tipo A para os alunos Valor unitário R\$ 4,10	R\$ 3.075,00
PASSAGEM	Taxa ADM do Consórcio Grande Recife – 2,50%	R\$ 76,88
PASSAGEM	Custo para compra de VEM Valor unitário R\$ 3,45	R\$ 86,25
MATERIAL DE CONSUMO	Material de consumo para realização das aulas (giz 5 cx), 01 quadro branco, piloto (1 cx), papel 40 quilos(1 pacote), apagador (6 unidades), cola (1 cx), tesoura sem ponta(6 unidades), resma de papel (3 unidades) Valor unitário R\$ 330,00	R\$ 330,00
MATERIAL DE LIMPEZA	Material de limpeza para realização das aulas (água sanitária (8 unidades), desinfetante (1cx), sabão em pó (3 sacos 1kg) , álcool (8 unidades), saco de lixo(60 unidades de 50l), vassoura(2 duas), rodo(2 dois), pano de chão(6 unidades), esponja(6 unidades), pá de lixo(2 unidades) Valor unitário R\$ 200,00	R\$ 200,00
PESSOA JURIDICA	Serviço Técnico especializado de auxiliar administrativo Valor unitário R\$ 100,00	R\$ 500,00

YR



Centro de Capacitação e Formação Pública

Total Geral:	R\$ 199.873,94
---------------------	-----------------------

9. Descrição das ações que demandarão pagamento em espécie, quando for o caso

Não se aplica.

10. Cronograma de Desembolso

Parceiro Público - Ano:

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO CONCEDENTE					
META	PARCELA	CONCEDENTE	CONVENIENTE	DATA INICIAL	DATA FINAL
Meta 01 a 5	Única na assinatura do termo de fomento	R\$ 199.873,94	R\$ 0,00	Na assinatura do Termo de Fomento	Até mês 06 após o recebimento do recurso

OSC (Contrapartida):

O presente projeto não terá contrapartida, conforme previsto conforme previsto em lei específica



Centro de Capacitação e Formação Pública

11. Mensuração de Contrapartida

O presente projeto não terá contrapartida, conforme previsto conforme previsto em lei específica.

12. Previsão de Receita e Despesa

Relatório de Previsão de Receita e Despesa	
Receita	Despesa
Recursos Financeiros Recebidos	Recursos Financeiros Despendidos
-Transferidos pelo Parceiro Público:	-Transferidos pelo Parceiro Público:
R\$ 199.873,94	R\$ 199.873,94
-Doações	
R\$ 00,00	
Total: R\$ 199.873,94	Total: R\$ 199.873,94

ykr



Centro de Capacitação e Formação Pública



Centro de Capacitação e Formação Pública

13. Relação de Equipamentos e Material Permanente

Especificação	Unidade	Qtde	Valor Unit.	Valor Total	Local de Destino
O REFERIDO PROJETO NÃO CONTEMPLA A AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS E MATERIAL PERMANENTE.					
Total Geral:					

Handwritten signature



Centro de Capacitação e Formação Pública

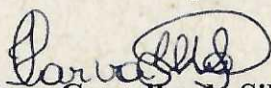
DECLARAÇÃO

Na qualidade de representante legal do proponente, **DECLARO**, para os efeitos e sob as penas da lei, que inexistente qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro Estadual, ou qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Estadual, que impeça a transferência de recursos oriundos de dotações consignadas no orçamento do Estado, na forma deste Plano de Trabalho.

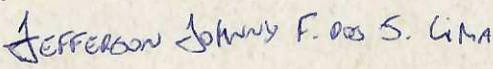
Local e Data:

Paudalho, 30 de Agosto de 2023.

Nome e Assinatura do Representante Legal


Fabiana Carvalho da Silva

Aprovado pela Secretaria Estadual
**Secretaria de Desenvolvimento Social,
Criança, Juventude e Prevenção a
violência e as drogas**


Jefferson Johnny F. dos S. Lima

Local e Data:


Nome e Assinatura do Representante Legal