

Orientações para aplicação da verba descentralizada dos Estados

INDÍCE

1. INTRODUÇÃO

2. LINEARIDADE DOS ESTADOS AOS PROGRAMAS DO PLANO AQUARELA

3. ORIENTAÇÕES ESPECÍFICAS

4. CONDIÇÕES PARA CELEBRAÇÃO DE CONVÊNIOS

(Entidades Públicas/Privadas)

5. ORIENTAÇÕES ESPECÍFICAS PARA ORÇAMENTO

6. EXIGÊNCIAS LEGAIS NA EXECUÇÃO DE DESPESA DO CONVÊNIO

ANEXOS

I - TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGENS

II - FICHA DE INDEXAÇÃO

III – DECLARAÇÃO DE EXISTÊNCIA DE CONTRAPARTIDA FINANCEIRA – ÓRGÃO/ ENTIDADE PÚBLICA

IV – DECLARAÇÃO DE CONTRAPARTIDA – ENTIDADE PRIVADA FINANCEIRA

1. INTRODUÇÃO:

A segunda fase do Plano Aquarela, lançada em 2007 com metas até 2010, tem objetivo de situar o Brasil no grupo dos países líderes do turismo mundial e consolidar a posição de destino líder na América do Sul. Para alcançar esse posicionamento, a segunda fase do Plano estabelece foco de atuação por países-alvo, no intuito de otimizar investimentos, e identifica 12 mercados prioritários.

O Plano também aponta orientações específicas para distribuição orçamentária, de acordo com o grau de prioridade do mercado e por público: setor turístico, turista e imprensa internacionais. Os critérios que definem a prioridade dos investimentos de promoção nos países são: gasto médio do turista, permanência média e potencial de consumo.

O incremento da capacidade profissional no esforço de promover o Brasil como destino turístico no exterior já trouxe alguns resultados positivos. Entre 2003 e 2008, houve um crescimento de 20,05% na entrada de turistas e, no mesmo período, o ingresso de divisas aumentou em 233,5%. Atualmente, o turismo é o 5º item da balança comercial.

O Plano Aquarela desenha planejamentos específicos para cada um dos 24 países alvo a seguir: **Alemanha, Argentina, Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Chile, Espanha, França, Holanda, Bélgica, Itália, Portugal, Uruguai, Colômbia, Japão, México, Paraguai, Peru, Suécia, Noruega, Dinamarca, Finlândia, Suíça e China.**



Sensacional!

Os planejamentos se subdividem em *estratégias* e *ações táticas*. A parte estratégica oferece os seguintes dados do mercado:

- Evolução da entrada de turistas
- Metas da entrada de turistas
- Gasto médio
- Permanência média
- Destinos competidores
- Situação da acessibilidade aérea
- Metas da acessibilidade aérea
- Recomendações promocionais
- Conteúdo dos produtos
- Mensagem específica para o mercado
- Distribuição de orçamento por público alvo

As ações táticas que compõem cada planejamento operacional estão assim desenhadas:

- Ações gerais
- Orçamento total para o mercado
- Ações por público alvo
- Imprensa
- Trade
- Consumidor
- Orçamento por ação
- Cronograma de execução
- Setor responsável pela gestão da ação
- Parceiros públicos e privados



Sensacional!

Na prática, o Plano Aquarela é traduzido por meio dos programas executados pela *EMBRATUR – Instituto Brasileiro do Turismo*. A tônica comum a todos esses programas consiste no foco direcionado às principais especificidades de cada país. São eles:

- Feiras internacionais de turismo
- Feiras de negócios
- Captação e promoção de eventos internacionais
- Seminários Descubra o Brasil (realizados pelos Escritórios Brasileiros de Turismo – EBTs, nos principais mercados)
- Noite Brasileira
- Missões comerciais com bureax de comercialização
- Treinamento on line para agentes de viagens que são potenciais vendedores do destino Brasil no exterior
- Programa de relações públicas
- Campanhas publicitárias
- Pesquisas periódicas que orientam as ações.
- Ações de oportunidade – participação em grandes eventos brasileiros no exterior, como oportunidade de promoção do turismo.
- Portal Brasileiro do Turismo para promoção internacional
- Programa de marketing de relacionamento
- Marca Brasil – gestão da marca que identifica os atributos de exportação do Brasil no mercado internacional
- Banco de imagem
- Verba descentralizada de promoção para os Estados.



Sensacional!

Estratégias de atuação mercadológica para as 27 Unidades da Federação, por meio da ferramenta denominada *Fichas dos Estados*. Esse instrumento é um desdobramento analítico do Plano Aquarela por Estado. O intuito dessa ferramenta é unificar o discurso e estimular a promoção do País como destino turístico no exterior de maneira integrada, viabilizando critérios para a aplicação das chamadas verbas descentralizadas de promoção para os Estados.

É importante destacar a relevância da conquista de um discurso unificado para a promoção do Brasil no exterior. Essa integração contribui fundamentalmente para fortalecer a Marca Brasil e a imagem do País como destino turístico no mercado internacional.



Sensacional!

2. LINEARIDADE DOS ESTADOS AOS PROGRAMAS DO PLANO AQUARELA:

Mesmo o Plano Aquarela ter apontado a realização de planejamentos específicos para cada um dos 24 países, orienta-se que as ações de Marketing sejam realizadas nos países, onde a EMBRATUR, já realiza campanha de promoção: Alemanha, Argentina, Chile, Espanha, Estados Unidos, França, Inglaterra, Benelux, Canadá, Itália, México e Portugal.

O Plano Aquarela, de acordo com as Fichas, recomenda atividades específicas por Estado para a promoção internacional do Brasil. Com base nessas recomendações, as verbas descentralizadas de promoção para os Estados somente poderão ser utilizadas nas ações abaixo listadas:

2.1 Campanha Consumidor (Publicidade)

Descrição:

Concepção da idéia criativa e criação de campanha dirigida ao consumidor (turistas estrangeiros).

Esta campanha publicitária deverá ser criada a partir de uma reunião de planejamento, e servirá como base para a elaboração das campanhas específicas de cada mercado, bem como para a produção das publicações gerais para consumidor.

Deve-se contemplar a produção de conteúdo para os seguintes tipos de mídia, com aplicação variada em cada mercado, de acordo com o perfil do público correspondente:

- Mídias eletrônicas
- Mídias Impressas
- Mídia Interativa
- Mídia Exterior



Sensacional!

Objetivo:

A campanha publicitária de caráter geral tem objetivo de aumentar o nível de conhecimento e de desejo pelo Destino Brasil, incentivando o aumento dos fluxos de turistas estrangeiros.

Observações importantes:

- As campanhas devem seguir a linha de comunicação criada pela EMBRATUR;
- A Marca Brasil deve constar em todas as peças;
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela.
- Os mercados a serem trabalhados deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela.
- As diretrizes para criação dos *layouts* deverão ser fornecidas pela EMBRATUR;
- A campanha deverá ser no idioma dos mercados prioritários indicados pela Ficha do Estado.
- As peças criadas para as campanhas deverão ser aprovadas pela EMBRATUR.

2.2. Campanha Trade (Publicidade)

Concepção da idéia criativa e criação de campanha dirigida aos profissionais de turismo no exterior (trade internacional).

Esta campanha publicitária deverá ser elaborada a partir de uma reunião de planejamento geral e servirá como base para a criação das campanhas específicas de cada um mercado, bem como para a produção das publicações gerais para o trade internacional, materiais promocionais e para os materiais de ponto de vendas, salientando que as características técnicas deverão ser informadas no Projeto Básico, no Plano de Trabalho e nos orçamentos, os quais serão objetos de análise do corpo técnico da EMBRATUR.



Sensacional!

Deve-se contemplar a produção de conteúdo para os seguintes tipos de mídia, cuja aplicação deverá variar em cada mercado, de acordo com o perfil correspondente:

- Mídia Impressa
- Mídia Interativa
- Não Mídia

Objetivo:

Esta estratégia é importante, sobretudo, para comunicar os produtos e serviços para os nichos de mercado e grupos de consumo de interesse do programa, para o Trade, definidos para cada mercado.

Também deve dar continuidade à comunicação estabelecida nos anos de 2005 a 2008, inovando no estilo da campanha de promoção do Brasil, que dá preferência à quantidade de inserções, em detrimento dos grandes formatos, para consolidar a imagem do Brasil como um destino líder na América do Sul junto aos profissionais que vendem o País.

Observações importantes:

- As campanhas devem seguir a linha de comunicação criada pela EMBRATUR;
- A Marca Brasil deve constar em todas as peças;
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela;
- Os mercados a serem trabalhados deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela;
- As diretrizes para criação dos *layouts* deverão ser fornecidas pela EMBRATUR;
- A campanha deverá ser no idioma dos mercados prioritários indicados pela Ficha do Estado.
- As peças criadas para as campanhas deverão ser aprovadas pela EMBRATUR.

2.3. Publicações e Materiais Áudio Visuais para o Trade:

Descrição:

Produção e impressão de folder ou material audiovisual dirigido ao trade internacional (operadores de turismo e agentes de viagem), para distribuição geral (não-seletiva) durante as feiras de turismo e outras ações de promoção focadas nos profissionais dos mercados.

O objetivo desta ação é desenvolver uma peça simplificada, que apresente sinteticamente a gama de produtos turísticos gerais do Estado.

Observações importantes:

- Estas peças devem seguir a linha de comunicação criada pela EMBRATUR;
- A Marca Brasil deve constar em todas as peças;
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela.
- Deverão ser no idioma dos mercados prioritários indicados pela Ficha do Estado.
- As diretrizes para criação dos *layouts* deverão ser fornecidas pela EMBRATUR;
- As peças criadas para as campanhas deverão ser aprovadas pela EMBRATUR.

2.4. Publicações e Material Promocional

2.4.1. Folder Consumidor:

Produção e impressão de folder dirigido ao público consumidor. Sugere-se a elaboração de duas versões deste folder:



Sensacional!

- **Geral:** versão mais completa, a ser distribuída pelas agências de viagens nos mercados, pelos consulados e embaixadas do Brasil;
- **Simplificado:** versão para distribuição massiva durante as feiras de turismo e outras ações promocionais de público final.

Conteúdo:

O folder deve servir como uma espécie de guia para indicar, ao Turista potencial, os principais produtos turísticos do Estado. Assim, seu conteúdo deve contemplar os seguintes itens:

- Capa: Aplicação de imagem de grande impacto marca turística e mensagem permanente no idioma correspondente.
- Indicação do Portal Brasileiro do Turismo para informações mais detalhadas.

2.4.2. Outras peças promocionais:

Folder, Pôster, Flyer, Folheto, Filipeta, Mapa, Revista, Catálogo, Cartaz, Cartazete, Faixa, Banner, Totem, Display e Painel Fotográfico.

Observações importantes:

- Estas peças devem seguir a linha de comunicação criada pela EMBRATUR;
- A Marca Brasil deve constar em todas as peças;
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela.
- Deverão ser no idioma dos mercados prioritários indicados pela Ficha do Estado;
- As diretrizes para criação dos layouts deverão ser fornecidas pela EMBRATUR;
- As peças criadas para as campanhas deverão ser aprovadas pela EMBRATUR.



Sensacional!

2.5. Campanha para o Turista Internacional no Brasil (Apoio às Ações Promocionais e de Publicidade)

Descrição:

Criação e desenvolvimento de campanha publicitária visando estimular o retorno do turista internacional que está saindo do país e incentivar o aumento da permanência do turista internacional que está entrando no Brasil.

Com esses objetivos, sugere-se que a campanha seja desenvolvida pela EMBRATUR em parceria com os Estados nos principais aeroportos internacionais do país, em seus arredores e principais corredores de acesso, onde o fluxo de passageiros estrangeiros seja representativo.

Propõe-se que sejam envolvidos os seguintes tipos de mídia:

- **Mídia Eletrônica:** utilizando os canais internos dos aeroportos e painéis eletrônicos;
- **Mídia Impressa:** produção de material gráfico específico
- **Não-Mídia:** ações promocionais diversas

Observação: A campanha deverá ser desenvolvida em inglês e espanhol e, uma vez que não é possível fazer distinção aos diferentes mercados, é importante que esteja adequada aos consumidores de diferentes origens.

Observações importantes:

- Estas peças devem seguir a linha de comunicação criada pela EMBRATUR;
- A Marca Brasil deve constar em todas as peças;
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela;



Sensacional!

- As diretrizes para criação dos layouts deverão ser fornecidas pela EMBRATUR;
- Os mercados a serem trabalhados deverão ser os indicados pela Ficha do Estado.
- As peças criadas para as campanhas e ações promocionais deverão ser aprovadas pela EMBRATUR.

2.6 Ações promocionais: Caravanas

Compreende o planejamento, a organização e a operacionalização de Caravanas nos estados, não sendo permitida a utilização de recurso de convênio para a realização de ações promocionais em eventos no exterior.

As Caravanas têm como principal objetivo viabilizar viagens de familiarização com apresentação in-loco dos destinos turísticos brasileiros a operadores internacionais e agentes de viagens, em convergência com as estratégias de promoção do Brasil no exterior, considerando os produtos indicados pelo Plano Aquarela e as estratégias produto-mercado estabelecidos pelas Fichas dos Estados.

Objetivam ampliar o número de operadores turísticos e agentes de viagens internacionais que comercializam produtos turísticos brasileiros, aumentando o conhecimento daqueles que já vendem e apresentando novos produtos, serviços e destinos que demonstrem a potencialidade dos mesmos, além de proporcionar à cadeia produtiva do turismo receptivo a oportunidade gerar negócios com empresas que compõem a rede de distribuição nos mercados internacionais.

Durante a realização das caravanas poderão ser organizados encontros de negócios.

Lembrando que os profissionais convidados às ações deverão ser oriundos dos mercados indicados na Ficha do Estado estabelecida pelo Plano Aquarela.

Os convênios poderão contemplar as seguintes ações:

- Produção de material promocional específico (banners, brindes, DVD, convites, website, etc.). Estes deverão conter, obrigatoriamente, a Marca Brasil e ter a aprovação do departamento de marketing deste Instituto;
- Passagens aéreas (classe econômica), traslado, alimentação, hospedagem, serviço de receptivo local.
- Contratação de serviços de terceiros/pessoa física (fotógrafo, guias, outros);
- Locação de espaço (sala de reuniões, auditório);
- Locação de equipamentos (computadores, áudio-visual, data show, telão, TV, som, etc.);

2.7. Press Trips

Descrição:

Profissionais de mídia estrangeira são convidados a conhecer o Brasil com o objetivo de gerar mídia espontânea em veículos de interesse do Estado e da EMBRATUR. Recebem no momento da viagem material específico (Kit Imprensa) com informações pertinentes ao Brasil, que possam subsidiar a matéria. Durante a viagem, os jornalistas podem produzir imagens exclusivas.

A escolha dos destinos e o itinerário da viagem devem combinar com o perfil do mercado e do produto a ser promovido, de acordo com as Fichas dos Estados formuladas com base no Plano Aquarela.

A definição dos veículos a serem convidados deve ocorrer sempre em conjunto com a gerência de Relações Públicas, a fim de evitar sobreposição e contradição de informações no trabalho de campo de cada um dos profissionais envolvidos.



Sensacional!

Trata-se de uma ação importante para o trabalho de promoção dos produtos e serviços brasileiros para os nichos de mercado e grupos de consumo específicos, com excelente relação custo-benefício.

Objetivos:

- O objetivo final das ações de *press trip* é gerar, espontaneamente por parte do jornalista convidado, matérias jornalísticas nos principais veículos formadores de opinião do turista potencial, mídia especializada por nicho de mercado e/ou segmento turístico e dos profissionais do setor de turismo de lazer e de negócios (viagens corporativas) no exterior;

Observações importantes:

- Os produtos e destinos a serem promovidos, bem como os países que deverão ser contemplados com a realização de *press trips*, deverão ser aqueles indicados na Ficha do Estado, conforme estabelecido pelo Plano Aquarela.
- Para aprovação do Plano de Trabalho, no que se refere à realização de *press trips*, será necessário o envio de informações detalhadas sobre o profissional a ser convidado (perfil), o veículo de comunicação para o qual trabalha e o roteiro programado para análise e aprovação do corpo técnico da EMBRATUR.
- Para obtenção de melhor resultado recomenda-se convidar um jornalista por vez ou, no máximo, grupos de até 5 jornalistas, desde que representem veículos de comunicação diferentes e tenham interesses comuns, de modo a prestar um atendimento personalizado e de qualidade ao(s) convidado(s).
- É de extrema importância que a hospedagem e alimentação seja em estabelecimento de qualidade reconhecida, visto que, para a publicação de matérias, a estrutura oferecida durante a viagem será um dos temas da reportagem.
- A viagem deve ser sempre acompanhada por um profissional qualificado da área



Sensacional!

de Relações Públicas para conduzir adequadamente a visita e pautar a imprensa sob o ponto de vista favorável ao destino Brasil.

2.8. BANCO DE IMAGENS

Descrição:

Compra e/ou produção de imagens dos destinos e produtos turísticos brasileiros priorizados pelo Plano Aquarela para criação ou ampliação dos acervos de banco de imagens dos Estados e da EMBRATUR, para atender a demanda internacional e para uso em ações promocionais, publicitárias e de comunicação no exterior.

Objetivo:

Criar, completar e manter atualizado e diversificado o banco de imagens dos Estados e da EMBRATUR, com fotografias digitalizadas e de alta qualidade. Estas imagens configuram-se como importantes instrumentos de comunicação visual, em sua função de fornecer ao turista e ao profissional do setor elementos para a escolha do destino, tanto para viajar, divulgar, como para vender ao seu cliente. As fotografias são imprescindíveis na composição de ações institucionais e de promoção, na criação e produção de peças publicitárias, na manutenção do portal brasileiro de turismo, nas apresentações do destino, no atendimento a demandas da imprensa internacional, entre outros.

Conteúdo:

As produções fotográficas deverão se ajustar às definições de valores, posicionamento desejado para o Brasil no mercado internacional - país com estilo de vida diferenciado e natureza diversificada - e estruturação de produto definidas na fase estratégica do Plano Aquarela.

É recomendável a compra ou produção de imagens que contemplem a



Sensacional!

participação de pessoas nos cenários, para mostrar a atividade turística, a demanda acomodada, a infra-estrutura ofertada e a dimensão das paisagens naturais.

Sugere-se também a compra de fotos de editoras de turismo e de fotógrafos reconhecidos, com todos os direitos de uso para sua distribuição aos meios de comunicação e sua utilização nos materiais de promoção turística do Brasil, tanto pelo Estado quanto pela EMBRATUR.

É importante a ampliação periódica do banco de imagens, incorporando novas fotografias e/ou novas versões das existentes, visando à atualização e diversificação do acervo.

Critérios:

Para garantir a produção ou a compra de imagens - digitais ou cromos - com padrões de qualidade adequados ao uso em diversos meios, sejam para fins publicitários, promocionais ou de comunicação, detalhamos abaixo os requisitos mínimos necessários à aprovação dos projetos apresentados pelos Estados, de investimento da verba descentralizada para esta finalidade:

- Digitais - As imagens digitais deverão ser compradas ou produzidas nos sistemas “JPEG” ou “TIFF”, em arquivos medindo, no mínimo, 21 cm x 14 cm e com 300 dpis de resolução.
- Analógicos - Os cromos de compra ou venda deverão ter o formato de 35 milímetros ou maior, sendo que nos de compra serão verificados o bom estado dos mesmos.

Esses requisitos ou características técnicas deverão ser informados no Projeto Básico, no Plano de Trabalho e nos orçamentos que serão objeto de análise do corpo técnico da EMBRATUR.



Sensacional!

Observações importantes:

- Os produtos e destinos objetos dessas imagens deverão ser os indicados pela Ficha do respectivo Estado, conforme estabelecido pelo Plano Aquarela;
- Deverá ser negociado com o fornecedor e formalizado, por meio de um Termo de Autorização de Uso de Imagens, “**Modelo I**” anexo, o direito de uso livre das imagens, por tempo indeterminado ou determinado, para o Estado e para a EMBRATUR;
- Recomendamos que o Termo de Autorização de Uso de Imagens mencionado no item anterior seja submetido à apreciação da área jurídica da entidade ou órgão proponente, para análise de modo que se proceda aos ajustes necessários.
- Produção ou compra de Imagens a partir de fornecedores fotógrafos - caso as imagens sejam produzidas ou compradas diretamente dos seus autores, deverão ser apresentados o perfil profissional do(s) fotógrafo(s), contendo informações detalhadas sobre os trabalhos já realizados e a indicação de clientes atendidos, bem como o seu portfólio (amostras de imagens fotográficas, em meio digital, produzidas ao longo de sua carreira), para análise e aprovação pelo corpo técnico da EMBRATUR;
- Quando houver uma ou mais pessoas em evidência na(s) fotografia(s) será necessário à apresentação dos respectivos termos de autorização de uso de imagem, assinado por cada uma delas, ou pelo profissional autor das fotografias assumindo total responsabilidade pela cessão desses direitos ao Estado e à EMBRATUR;
- Deverá ser negociado direito de uso livre das imagens, no Brasil e no exterior, tanto para o Estado e para a EMBRATUR;
- Ao enviar a Prestação de Contas do convênio à EMBRATUR, o conveniente deverá enviar, também, as imagens (digitais e/ou cromos) produzidas ou compradas para imediata incorporação no acervo de imagens deste instituto.
- As imagens deverão, obrigatoriamente, ser acompanhadas de sua respectiva Ficha de Indexação, “**Modelo II**” anexo, documento este que permitirá a sua



Sensacional!

correta identificação, para que não ocorram equívocos em sua utilização e para tornar o processo de seleção mais rápido, tanto por parte do Estado, quanto da EMBRATUR.

2.9. CD DE IMAGENS

Descrição:

Produção de CD contendo uma seleção de imagens de destinos e/ou produtos turísticos destinados à distribuição para a imprensa e para os profissionais do setor turístico no mercado internacional, para uso com direitos limitados, em atendimento a solicitações específicas desses profissionais e ainda ser distribuído como material de apoio em ações promocionais dirigidas a esses públicos.

Esse material deverá contemplar imagens dos destinos e/ou produtos turísticos indicados pela Ficha do respectivo Estados, conforme estabelecido pelo Plano Aquarela.

Objetivo:

Fornecer imagens do Brasil, de maneira fácil e prática, para os agentes e operadores que comercializam o produto Brasil, bem como para a imprensa. Considerando a importância das imagens para a promoção de um destino turístico, esta ação é essencial para garantir a presença dos destinos e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional de maneira eficaz e coerente com a imagem e o posicionamento desejados.

Observações importantes:

- A compra ou produção das imagens utilizadas para esse CD deverão ser negociadas com direito de uso livre, especialmente para cessão a terceiros, no Brasil e no exterior, tanto pelo Estado, quanto pela EMBRATUR, formalizado por



Sensacional!

meio do Termo de Autorização de Uso de Imagens, “**Modelo I**” anexo;

- Recomendamos que o Termo de Autorização de Uso de Imagens mencionado no item anterior seja submetido à apreciação da área jurídica da entidade ou órgão proponente, para análise de modo que se proceda aos ajustes necessários.
- Os produtos a serem promovidos deverão ser os indicados pela Ficha do respectivo Estado, conforme estabelecido pelo Plano Aquarela,
- Ao enviar a Prestação de Contas do convênio à EMBRATUR, o conveniente deverá enviar, também, as imagens (digitais e/ou cromos) produzidas ou compradas para produção deste CD, para imediata incorporação no acervo de imagens deste instituto.
- As imagens adquiridas deverão, obrigatoriamente, ser acompanhadas de sua respectiva Ficha de Indexação, “**Modelo II**” anexo, documento este que permitirá a sua correta identificação, para que não ocorram equívocos em sua utilização e para tornar o processo de seleção mais rápido, tanto por parte do Estado, quanto da EMBRATUR.

3. ORIENTAÇÕES ESPECÍFICAS:

3.1 As verbas descentralizadas repassadas pela EMBRATUR para os Estados apenas poderão ser utilizadas nas ações descritas acima;

3.2 Os materiais e campanhas deverão ser executados nos idiomas dos mercados determinados como prioritários pela Ficha do Estado.

3.3 É indispensável a aplicação da marca BRASIL, de acordo com o Manual de Aplicação, nas peças publicitárias produzidas, veiculadas e/ou na ambientação de eventos com recursos do presente Instrumento;



Sensacional!

Obs.: A marca BRASIL deverá ser aplicada em destaque, separada das logomarcas institucionais, por se tratar de uma marca promocional, e de acordo com as normas do manual de uso que poderá ser acessado pelo **site** <http://www.braziltour.com/marcabrasil/marcabrasil.htm>.

3.4 Submeter à aprovação prévia da EMBRATUR os layouts e roteiros, quando for o caso, de todas as peças publicitárias, impressas, eletrônicas, gráficas, fotográficas, brindes, internet, digitais e de mídia exterior que serão produzidas e/ou veiculadas, bem como, os layouts de projetos para ambientação de eventos que demonstrem a aplicação das logomarcas mencionadas no item anterior;

Obs.: Os **layouts** das peças deverão ser encaminhados para os endereços eletrônicos sergio.diniz@embratur.gov.br e marcabrasil@embratur.gov.br, antes da finalização, para a prévia análise, sugestões e aprovação da EMBRATUR.

3.5. Registrar a entrada do bem adquirido, quando for o caso, no almoxarifado do conveniente ou, na impossibilidade, no local de execução, utilização ou exibição do material, com identificação da pessoa responsável pelo recebimento (assinatura, nome, cargo, matrícula ou CPF);

3.6. Remeter à EMBRATUR amostra dos bens produzidos ou serviços prestados, quando for o caso, obedecendo, nas hipóteses especificadas abaixo, os seguintes critérios:

3.6.1 Peças Eletrônicas: um exemplar da peça produzida (filmes, vídeos, vinhetas, cartelas, story boards para TV, cinema ou qualquer outro meio eletrônico de audiovisual, spots, jingles ou trilhas sonoras para rádio ou qualquer outro meio eletrônico de áudio);

3.6.2 Peças Gráficas e Fotográficas: enviar um exemplar de cada peça produzida (folder, cartaz, brochuras, filipetas, flyers, cartazes, mapas, móbile, painel fotográfico, pôster, folheto, catálogo, broadside, show case, capa CD/DVD, VHS, cartão postal, adesivo, adesivo de chão);

3.6.3 Internet e Peças Digitais: informar o Uniform Resource Locator – URL e enviar página impressa do Site, banner eletrônico, hotspots, portais;

3.6.4 Mídia Impressa: um exemplar do veículo de comunicação (revista, jornal ou periódico) em que for publicada a peça (anúncio, editorial, encarte, informe publicitário e outros);

3.6.5 Mídia Eletrônica: enviar relatório (mapas de veiculação das inserções em rádio, TV, e cinema) emitido pelo próprio veículo ou, na impossibilidade, por empresa especializada em checagem de mídia exterior;

3.6.6 Mídia Exterior: enviar relatório emitido pelo próprio veículo ou, na impossibilidade, por empresa especializada em checagem de mídia exterior, contendo fotos das peças e especificação de onde foram veiculadas (lateral, traseira, testeira, luminoso ou envelopamento de teto de veículos; painel de pontos de táxi, ônibus, estação de trem ou metrô; placa ou faixa de rua, estrada, sinalização ou obra; outdoor, banner, front light, back light, empena, relógio, mobiliário urbano ou qualquer outra peça de mídia exterior).

Obs.: Na hipótese de não haver possibilidade de envio do bem produzido (banner, placa comemorativa, placa de sinalização, outdoor, bandeira, backdrop, display e outros), quanto às exigências que trata o item “6” das orientações específicas, também constante em cláusula do contrato de convênio, o CONVENIENTE deverá enviar relatório fotográfico.



Sensacional!

Para o esclarecimento de dúvidas, entrar em contato através dos emails e telefones abaixo:

- **Dúvidas sobre documentação e regularidade fiscal da proponente: (061) 3429-7806/7816** (marcia.dias@embratur.gov.br) e (paulo.strack@embratur.gov.br)
- **Dúvidas sobre plano de trabalho e valores:** (necessário verificar quais os técnicos que irão participar)
- **Dúvidas sobre ações e outras questões: (061) 3429-7704**

4. CONDIÇÕES PARA CELEBRAÇÃO DE CONVÊNIOS (Órgãos ou Entidades Públicas/Privadas)

4.1 As normas relativas às transferências de recursos da União mediante convênios, contrato de repasse e termos de cooperação são as dispostas no Decreto 6.170, de 25 de julho de 2007 (com dispositivos alterados pelos Decretos 6.329/2007 e 6.428/2008 e acrescidos pelo Decreto 6.497/2008) e na Portaria Interministerial nº 127, de 29/05/2008, dos Ministérios do Planejamento, Orçamento e Gestão, da Fazenda e do Controle e da Transparência. O Decreto 6.170/2007 também instituiu o Sistema de Gestão de Convênios e Contratos de Repasse - SICONV e o Portal de Convênios do Governo Federal (www.convenios.gov.br).

4.2 A Portaria Interministerial nº. 127/2008 estabelece normas para execução do disposto no Decreto no 6.170/2007, que dispõe sobre as normas relativas às transferências de recursos da União mediante convênios e contratos de repasse, e dá outras providências.



Sensacional!

4.3 De acordo com o art. 3º da Portaria Interministerial nº 127/2008, os atos e os procedimentos relativos à formalização, execução, acompanhamento, prestação de contas e informações acerca de tomada de conta especial dos convênios, contratos de repasse e termos de parceria serão realizados no **SISTEMA DE GESTÃO DE CONVÊNIOS E CONTRATOS DE REPASSE – SICONV**, aberto à consulta pública, por meio do Portal dos Convênios (www.convenios.gov.br).

4.4 PORTAL DOS CONVÊNIOS

Para uma melhor utilização dos recursos disponíveis no Portal dos Convênios todos os usuários deverão conhecer a legislação vigente relativa as transferências voluntárias, disponível na opção “**AJUDA**” do Portal dos Convênios, bem como estudar os tutoriais de livre acesso e fazer uso dos manuais, ambos disponíveis no *banner* “**CAPACITAÇÃO TREINAMENTO**”.

4.5 Toda a execução, tanto pelo **CONCEDENTE**, quanto pelo **PROPONENTE/CONVENENTE** deverá, obrigatoriamente, ser feita a partir do **PORTAL/ SICONV**.

4.6 CRENCIAMENTO

a. Para apresentar proposta de trabalho, o proponente deverá estar, no mínimo, **CRENCIADO** no Portal de Convênios - SICONV.

b. O credenciamento será realizado diretamente no Portal, uma única vez. As informações deverão ser atualizadas pelo conveniente ou contratado até que exauridas todas as obrigações referentes ao convênio ou contrato de repasse.



Sensacional!

c. Após o credenciamento, o proponente receberá por e-mail *login* e senha para acesso ao sistema.

d. O credenciamento será realizado diretamente no SICONV e conterá, no mínimo, as seguintes informações:

- nome, endereço da sede, endereço eletrônico e número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ, bem como endereço residencial do responsável que assinará o instrumento, quando se tratar de **instituições públicas**; e

- razão social, endereço, endereço eletrônico, número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ, transcrição do objeto social da entidade atualizado, relação nominal atualizada dos dirigentes da entidade, com endereço, número e órgão expedidor da carteira de identidade e CPF de cada um deles, quando se tratar das **entidades privadas sem fins lucrativos**.

e. De posse do *login* e senha, o proponente poderá enviar propostas para os programas disponibilizados que aceitam propostas de proponentes não CADASTRADOS, ou seja, apenas **CREDENCIADOS**.

4.7 CADASTRAMENTO

a. Para a celebração de convênio, contrato de repasse, termo de cooperação e termo de parceria, os órgãos, entidades e entes, dispostos no art. 1º da Portaria Interministerial nº 127/2008, deverão estar CADASTRADOS no SICONV.

b. **Para órgãos e entidades públicas:** o representante do órgão ou da entidade pública ou privada responsável pela entrega dos documentos e das informações para fins de cadastramento deverá comprovar seu vínculo com o



Sensacional!

cadastrado, demonstrando os poderes para representá-lo neste ato, mediante a apresentação de documento hábil, com firma reconhecida em cartório, conforme art. 17 da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008.

c. Para as entidades privadas sem fins lucrativos: o cadastramento consistirá na apresentação dos documentos referentes à sua qualificação jurídica, fiscal e previdenciária, bem como à sua capacidade técnica e operacional.

d. O CADASTRAMENTO dos órgãos ou entidades públicas ou privadas sem fins lucrativos será realizado nas unidades cadastradoras do Sistema de Cadastro Unificado de Fornecedores - SICAF e terá validade de 1 (um) ano.

e. A comprovação do representante do órgão ou da entidade pública ou privada responsável pela entrega dos documentos e das informações para fins de cadastramento, sem prejuízo da apresentação adicional de qualquer documento hábil, poderá ser feita mediante apresentação de:

- cópia autenticada dos documentos pessoais do representante, em especial, Carteira de Identidade e CPF;

- cópia autenticada do diploma eleitoral, acompanhada da publicação da portaria de nomeação ou outro instrumento equivalente, que delegue competência para representar o ente, órgão ou entidade pública, quando for o caso; e

- cópia autenticada da ata da assembleia que elegeu o corpo dirigente da entidade privada sem fins lucrativos, devidamente registrada no cartório competente, acompanhada de instrumento particular de procuração, com firma reconhecida, assinado pelo dirigente máximo, quando for o caso.



Sensacional!

f. O CADASTRAMENTO de proponente deverá ser feito através do endereço www.convenios.gov.br e o usuário deverá clicar no banner “**Sistema de Convênios - Acesse aqui**”.

g. Para realização do CADASTRAMENTO das Entidades Privadas sem fins lucrativos, será exigido a apresentação de:

1) cópia do estatuto ou contrato social registrado no cartório competente e suas alterações;

2) relação nominal atualizada dos dirigentes da entidade, com Cadastro de Pessoas Físicas - CPF;

3) declaração do dirigente máximo da entidade acerca da inexistência de dívida com o Poder Público e de inscrição nos bancos de dados públicos ou privados de proteção ao crédito;

4) declaração da autoridade máxima da entidade informando que nenhuma das pessoas relacionadas no subitem 2 acima é agente político de Poder ou do Ministério Público, tanto quanto dirigente de órgão ou entidade da administração pública, de qualquer esfera governamental, ou respectivo cônjuge ou companheiro, bem como parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o segundo grau;

5) prova de inscrição da entidade no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ pelo prazo mínimo de três anos;

6) prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal e com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, na forma da lei; e



Sensacional!

7) comprovação da qualificação técnica e da capacidade operacional, mediante declaração de funcionamento regular nos 3 (três) anos anteriores ao credenciamento, emitida por 3 (três) autoridades do local de sua sede.

h) O Portal dos Convênios – SICONV disponibiliza área específica para registro dos documentos mencionados:

1) Certidões: registro dos dados das certidões SRF/PGFN, FGTS, INSS, Receita Estadual, Receita Municipal, etc.

2) Estatuto: registro dos dados do estatuto social como, cartório, livro/folha de registro, etc.

3) Dirigentes: registro dos dados sobre o(s) dirigente(s).

4) Declarações: registro das declarações de não dívida com o poder público e de funcionamento regular nos últimos anos.

OBS: Essas informações poderão ser registradas no SICONV, tanto pelo proponente quanto pela Unidade Cadastradora do SICAF.

4.8 PROPOSTA DE TRABALHO

a. O proponente credenciado manifestará seu interesse em celebrar instrumentos regulados pela Portaria nº 127/2008, mediante apresentação de **PROPOSTA DE TRABALHO** no SICONV, em conformidade com o programa e com as diretrizes disponíveis no sistema, que conterà, no mínimo:

- descrição do objeto a ser executado;



Sensacional!

- justificativa contendo a caracterização dos interesses recíprocos, a relação entre a proposta apresentada e os objetivos e diretrizes do programa federal e a indicação do público alvo, do problema a ser resolvido e dos resultados esperados;

- estimativa dos recursos financeiros, discriminando o repasse a ser realizado pelo concedente ou contratante e a contrapartida prevista para o proponente, especificando o valor de cada parcela e do montante de todos os recursos, na forma estabelecida em Lei;

- previsão de prazo para a execução; e

- informações relativas à capacidade técnica e gerencial do proponente para execução do objeto.

OBS: Outros documentos exigidos pelos Programas disponibilizados no SICONV (orçamentos, atas, ofícios, planilhas indicativas do emprego da contrapartida, por meio bens e serviços, contendo a forma de aferição do valor correspondente, em conformidade com os valores praticados no mercado) deverão ser digitalizados e anexados a proposta, **no SICONV**, na aba “Anexos”, bem como o comprovante de **abertura de conta bancária específica** aberta exclusivamente em **instituições financeiras controladas pela União** e a **Declaração de Contrapartida** (quando financeira), conforme modelo anexo a este Manual.

4.9 CONTRAPARTIDA

a. Quanto aos recursos da contrapartida, regulados pelo art. 20 da Portaria Interministerial nº. 127/2008, informamos que os percentuais estão definidos nos Programas da EMBRATUR, disponíveis no SICONV.

4.10 PLANO DE TRABALHO

a. De acordo com o art. 21 da Portaria nº 127/2008, o Plano de Trabalho será avaliado após a efetivação do cadastro do proponente e conterá, no mínimo:

- justificativa para a celebração do instrumento;
- descrição completa do objeto a ser executado;
- descrição das metas a serem atingidas;
- definição das etapas ou fases da execução;
- cronograma de execução do objeto e cronograma de desembolso; e
- plano de aplicação dos recursos a serem desembolsados pelo concedente e da contrapartida financeira do proponente, se for o caso.

b. A Proposta/Plano de Trabalho será devolvida à PROPONENTE, quando for constatado, qualquer irregularidade ou imprecisão no Plano de Trabalho, que deverá ser sanada no prazo estabelecido pelo concedente.

c. A ausência da manifestação do proponente no prazo estipulado implicará a desistência no prosseguimento do processo.

d. Os ajustes realizados durante a execução do objeto integrarão o Plano de Trabalho, desde que submetidos e aprovados previamente pela autoridade competente.



Sensacional!

e. O Plano de Trabalho não pode ser elaborado de forma genérica, devendo trazer de forma clara e sucinta todas as informações suficientes para a identificação do projeto, atividade ou evento de duração certa.

4.11 TERMO DE REFERÊNCIA

a. Para os efeitos da Portaria Interministerial nº 128/2008, considera-se Termo de Referência:

“Documento apresentado quando o objeto do convênio, contrato de repasse ou termo de cooperação envolver aquisição de bens ou prestação de serviços, que deverá conter elementos capazes de propiciar a avaliação do custo pela Administração, diante de orçamento detalhado, considerando os preços praticados no mercado, a definição dos métodos e o prazo de execução do objeto”.

b. O **Termo de Referência** deverá ser encaminhado, junto com a Proposta/Plano de Trabalho, digitalizado na aba **“Projeto Básico/Termo de Referência”**, no SICONV.

c. O Termo de Referência será apreciado pelo concedente e, se aprovado, ensejará a adequação do Plano de Trabalho.

d. Constatados vícios sanáveis no Termo de Referência, estes serão comunicados ao conveniente ou contratado, que disporá de prazo para saná-los.



Sensacional!

e. Caso o Termo de Referência não seja entregue no prazo estabelecido no parágrafo anterior ou receba parecer contrário à sua aprovação, proceder-se-á à extinção do convênio ou contrato de repasse, caso já tenha sido assinado.

4.12 REGULARIDADE FISCAL

a. As entidades privadas sem fins lucrativos deverão anexar seus Estatutos, no SICONV, na Aba “**ESTATUTO**”, no campo “Documento Digitalizado”, e manter em dia sua situação fiscal regular, ou seja, atualizando a validade de suas **CERTIDÕES**, cadastradas no **SICONV**.

b. Para os entes, órgãos ou entidades públicas, as exigências para celebração serão atendidas por meio de consulta ao Cadastro Único de Convênio - CAUC, observadas as normas específicas que o disciplinam.

c. A comprovação da regularidade será efetuada ainda mediante consulta aos sistemas de informação do Governo Federal ou, na impossibilidade de efetuar-la, mediante apresentação da devida documentação junto ao órgão responsável pela manutenção do respectivo sistema.

4.13 EXIGÊNCIAS LEGAIS NA EXECUÇÃO DE DESPESA DO CONVÊNIO

A (o) Conveniente, na execução das despesas previstas no Plano de Trabalho aprovado, deverá atentar-se para as disposições constantes no Instrumento de Transferência Voluntária, bem como aos itens abaixo relacionados:



Sensacional!

a. Entidades Privadas Sem Fins Lucrativos.

- Para a aquisição de bens e contratação de serviços com recursos de órgãos ou entidades da Administração Pública federal, as entidades privadas sem fins lucrativos deverão realizar, no mínimo, cotação prévia de preços no mercado, observados os princípios da impessoalidade, moralidade e economicidade.

- Para execução das ações previstas no Plano de Trabalho, observar as disposições constantes nos arts. 45 a 48, da Seção I, da Portaria Interministerial nº. 127/2008;

b. Órgãos e Entidades da Administração Pública.

- Os órgãos e entidades públicas que receberem recursos da União por meio dos instrumentos regulamentados pela Portaria nº 127/2008 estão obrigados a observar as disposições contidas na Lei Federal de Licitações e Contratos Administrativos e demais normas federais pertinentes ao assunto, quando da contratação de terceiros.

- Para execução das ações previstas no Plano de Trabalho, observar as disposições constantes no art. 49, da Seção II da Portaria Interministerial nº 127/2008.

c. Contratação com Terceiros - os **CONTRATOS** celebrados à conta dos recursos de convênios ou contratos de repasse deverão conter cláusula que obrigue o contratado a conceder livre acesso aos documentos e registros contábeis da empresa, referentes ao objeto contratado, para os servidores dos órgãos e entidades públicas concedentes e dos órgãos de controle interno e externo, nos termos do art. 44 da Portaria Interministerial nº. 127/2008.

4.14 PAGAMENTOS

Os recursos deverão ser mantidos na conta bancária específica do convênio ou contrato de repasse e somente poderão ser utilizados para pagamento de despesas constantes do Plano de Trabalho ou para aplicação no mercado financeiro, nas hipóteses previstas em lei ou nos termos do art. 50 da Portaria nº 127/2008.

4.15 PUBLICIDADE

a. Os convenientes deverão dar ciência da celebração ao conselho local ou instância de controle social da área vinculada ao programa de governo que originou a transferência, quando houver;

b. As entidades privadas sem fins lucrativos deverão notificar, se houver, o conselho municipal ou estadual responsável pela respectiva política pública onde será executada a ação.

4.16 DISPOSIÇÕES GERAIS

a. Os convenientes deverão disponibilizar, por meio da internet ou, na sua falta, em sua sede, em local de fácil visibilidade, consulta ao extrato do convênio ou outro instrumento utilizado, contendo, pelo menos, objeto, a finalidade, os valores e as datas de liberação e detalhamento da aplicação dos recursos, bem como as contratações realizadas para a execução do objeto pactuado;

b. Para efeito do disposto no item “a” acima, e disponibilização do extrato na Internet poderá ser suprida com a inserção de link na página oficial do órgão ou entidade conveniente que possibilite acesso direto ao Portal de Convênios – SICONV.

4.17 APLICAÇÃO DOS RECURSOS DO CONVÊNIO

a. Os recursos serão depositados e geridos na conta bancária específica do convênio, exclusivamente em instituições financeiras controladas pela União e, enquanto não empregados na sua finalidade, serão obrigatoriamente aplicados:

- em caderneta de poupança de instituição financeira pública federal, se a previsão de seu uso for igual ou superior a um mês; e

- em fundo de aplicação financeira de curto prazo, ou operação de mercado aberto lastreado em título da dívida pública, quando sua utilização estiver prevista para prazos menores.

b. Os rendimentos das aplicações serão obrigatoriamente aplicados no objeto do convênio, estando sujeitos às mesmas condições de prestação de contas exigidas para os recursos transferidos.

c. As receitas oriundas dos rendimentos da aplicação no mercado financeiro não poderão ser computados como contrapartida devida pelo conveniente.

4.18 PRESTAÇÃO DE CONTAS

a. O órgão ou entidade que receber recursos na forma estabelecida na Portaria nº 127/2008 estará sujeito a prestar contas da sua boa e regular aplicação.

b. Quando a prestação de contas não for encaminhada no prazo estabelecido no convênio ou contrato de repasse (**Prazo estabelecido pela EMBRATUR: trinta dias**



Sensacional!

após o término da vigência do convênio), o concedente ou contratante estabelecerá o prazo máximo de trinta dias para sua apresentação, ou recolhimento dos recursos, incluídos os rendimentos da aplicação no mercado financeiro, atualizados monetariamente e acrescidos de juros de mora, na forma da lei.

c. Se, ao término do prazo estabelecido, o conveniente ou contratado não apresentar a prestação de contas nem devolver os recursos, o concedente registrará a inadimplência no SICONV por omissão do dever de prestar contas e comunicará o fato ao órgão de contabilidade analítica a que estiver vinculado, para fins de instauração de tomada de contas especial sob aquele argumento e adoção de outras medidas para reparação do dano ao erário, sob pena de responsabilização solidária.

d. A aprovação de prestação de contas de convênios e contratos de repasse, celebrados com entidades privadas sem fins lucrativos, fica condicionada à validade do cadastramento.

e. Os saldos financeiros remanescentes, inclusive os provenientes das receitas obtidas nas aplicações financeiras realizadas, não utilizadas no objeto pactuado, serão devolvidos à entidade ou órgão repassador dos recursos, no prazo estabelecido para a apresentação da prestação de contas.

f. A prestação de contas será composta, além dos documentos e informações apresentados pelo conveniente ou contratado no SICONV, do seguinte:

- I - Relatório de Cumprimento do Objeto;
- II - declaração de realização dos objetivos a que se propunha o instrumento;
- III - relação de bens adquiridos, produzidos ou construídos, quando for o caso;



Sensacional!

- IV - a relação de treinados ou capacitados, quando for o caso;
- V - a relação dos serviços prestados, quando for o caso;
- VI - comprovante de recolhimento do saldo de recursos, quando houver; e
- VII - termo de compromisso por meio do qual o conveniente ou contratado será obrigado a manter os documentos relacionados ao convênio ou contrato de repasse, nos termos do § 3º do art. 3º da Portaria nº. 127/2008.

OBS: Outros documentos pertinentes a Prestação de Contas poderão ser solicitados, se for o caso.

5. ORIENTAÇÕES ESPECÍFICAS PARA ORÇAMENTO:

Em cumprimento à Portaria EMBRATUR nº. 30, de 05 de dezembro de 2007, informamos que as áreas técnicas realizarão análises detalhadas dos custos indicados nas propostas, com elementos de convicções embasando as referidas investigações, como cotações (orçamentos), que deverão estar embasados em tabelas de preços de associações profissionais, publicações especializadas e outras fontes disponíveis, de modo a certificar-se e comprovar que tais custos estão condizentes com os praticados no mercado da respectiva região.

Em referência aos custos, seguem as informações mínimas de decupagem que devem constar para cada serviço:

Decupagem

Folder, Pôster, Flyer, Folheto, Filipeta, Mapa, Revista, Catálogo:

- Medidas (formato aberto, formato fechado);
- Nº. de páginas (quando houver);
- Nº. de dobras;
- Cores (4x4, 4x2, 1x0 etc.);
- Tipo do papel (capa e miolo, quando houver);
- Gramatura do papel (capa e miolo, quando houver);



Sensacional!

- Idioma(s) / tradução;
- Custo unitário e custo total;
- Acabamento.

Cartaz, Cartazete, Faixa, Banner, Totem, Display, Painel Fotográfico:

- Medidas;
- Cores (4x4, 4x2; 1x0 etc.);
- Tipo do papel;
- Gramatura;;
- Idioma(s) / tradução;
- Custo unitário e custo total;
- Descritivo do material a ser usado na produção das peças (papel, lona, etc.)
- Acabamento.

Filmes, Vinhetas, Vídeos, VT, Spot (VHS, Betacam, DVD, CD Rom, Mini – CD):

- Direção;
- Edição;
- Sonorização;
- Produção;
- Idioma(s);
- Cenário;
- Imagem / imagem aérea;
- Profissionais envolvidos (maquiador, eletricista, figurantes, modelos, etc.)

Plano de Mídia:

- Meio (TV, Rádio, Revista, Mídia Exterior, Jornal, outros);



Sensacional!

- Veículo;
- Mercados;
- Período de veiculação;
- Tiragem (mídia impressa);
- Circulação (mídia impressa);
- Valor de tabela por veículo;
- Valor negociado por veículo;
- Valor total do Plano.

Produção para Mídia Impressa e Mídia Exterior:

- Peça (anúncio, etc.) Ex.: front light, busdoor, outdoor, etc.
- Formato;
- Medidas;
- Cores (4x4, 4x2; 1x0 etc.);
- Descritivo do material;
- Tipo do suporte utilizado;
- Idiomas / Tradução;
- Custo unitário e custo total.

Foto:

- Quantidade de fotos;
- Valor da montagem;
- Fusão;
- Colorido / Preto e Branco;
- Tratamento;
- Tipo de papel
- Cromo (Slide) ou Digital.

6. EXIGÊNCIAS LEGAIS NA EXECUÇÃO DE DESPESA DO CONVÊNIO:

A (o) Conveniente, na execução das despesas previstas no Plano de Trabalho aprovado, deverá atentar-se para as disposições constantes no Instrumento de Transferência Voluntária, bem como aos itens abaixo relacionados:

1 – Da Contratação por Entidades Privadas Sem Fins Lucrativos, observar os dispostos nos arts. 45 a 48, da Seção I da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008;

2 – Da Contratação por Órgãos e Entidades da Administração Pública, observar o disposto no art. 49, da Seção II da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008;

3 – Quanto aos Pagamentos os Convenientes deverão observar as disposições no art. 50, do Capítulo IV da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008;



ANEXOS

Modelo I - Termo de Autorização de Uso de Imagens

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGENS

Pelo presente instrumento as partes celebram acordo que caracteriza a concessão de licença de reprodução de Obras Fotográficas, conforme o abaixo relacionado, e se obrigam por si e por seus eventuais sucessores ao cumprimento das cláusulas aqui dispostas.

1. CONCEDENTE

NOME:

Área Responsável:

Representante:

Endereço:

Cidade:

Estado:

País:

CEP:

Telefone: ()

CNPJ/RG:

2. AUTORIZADA

Razão Social:

Nome Fantasia:

CNPJ:

Representante:

Cargo:

Endereço:

Cidade:

Estado:

CEP:

País:

Telefone/Fax:

Neste ato, representados por seus prepostos identificados acima.

3. OBRA(S) OBJETO DA LICENÇA:

.....

4. PRODUTO(S) EM QUE A(S) OBRA(S) SERÁ(ÃO) UTILIZADA(S) E PRAÇA(S) DE VEICULAÇÃO:

.....

5. DIREITOS E OBRIGAÇÕES DA AUTORIZADA:

A AUTORIZADA tem permissão para reproduzir a(s) obra(s) fotográfica(s) discriminada(s) neste instrumento, no(s) produto(s) e/ou evento(s) indicado(s) nas cláusulas anteriores.

A AUTORIZADA não poderá ceder, transferir ou sublicenciar a reprodução das obras a terceiros, sem a expressa concordância por escrito do CONCEDENTE.

A AUTORIZADA se compromete a não efetuar cessão ou transferências dos direitos autorais inerentes ao objeto do presente termo, permanecendo o CONCEDENTE como único e exclusivo titular deste.

A AUTORIZADA obriga-se a indicar, sempre que possível, a autoria da obra licenciada, fazendo expressa menção ao nome dos autores “inserir o(s) nome(s)” e/ou ao Banco de Imagens “inserir o nome”.

A AUTORIZADA poderá reproduzir a(s) obra(s) fotográfica(s) discriminada(s) neste instrumento, no(s) produto(s) indicado(s) no item 4, em todas suas versões impressas e eletrônicas (internet), em qualquer idioma e/ou área geográfica, até (informar a data limite de uso das imagens negociadas) ou no período... (informar o período de uso das



Sensacional!

imagens negociado), desde que se comprometa a não divulgar imagens e/ou informações com conotação sexista.

6. DIREITOS E OBRIGAÇÕES DO CONCEDENTE:

O CONCEDENTE declara ser o titular dos direitos autorais e patrimoniais das obras objeto desta Licença.

A concessão de licença objeto deste termo não importará na cessão e transferência dos direitos autorais, dos quais o CONCEDENTE permanece como único e exclusivo titular.

O CONCEDENTE concorda com a cessão, transferência ou sublicenciamento da(s) obra(s) indicada(s) no item 3, deste termo, pela AUTORIZADA para a EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo.

O CONCEDENTE concorda com a cessão da(s) obra(s) indicada(s) no item 3, deste termo, pela AUTORIZADA para terceiros (imprensa e profissionais do setor de turismo no mercado internacional), para uso com direitos limitados, em atendimento a solicitações específicas desses profissionais.

O CONCEDENTE obriga-se a disponibilizar o material descrito no item 3 do presente ajuste para uso da AUTORIZADA até (informar a data limite de uso das imagens negociadas) ou no período... (informar o período de uso das imagens negociado), a contar da assinatura deste termo.

7. VALOR E FORMA DE PAGAMENTO:

O pagamento, no valor de R\$... (valor por extenso), será realizado por meio da emissão de cheque nominal ao CONCEDENTE, depósito, remessa bancária ou outra forma que o valha, mediante a entrega da(s) obra(s) indicada(s) no item 3, deste termo, pelo CONCEDENTE à AUTORIZADA.



Sensacional!

8. PENALIDADES:

Pelo uso indevido da(s) obra(s) indicada(s) no item 3, deste termo, o CONCEDENTE, será cobrada uma multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por mês de veiculação em cada peça exposta.

Local e data.

CONCEDENTE:

AUTORIZADA:

Representante:

Representante:

Cargo:

Cargo:



Sensacional!

Modelo II - Ficha de Indexação

DESCRIÇÃO DE IMAGENS PARA INDEXAÇÃO

As informações abaixo devem ser fornecidas pelo fotógrafo ou agência fotográfica. São indispensáveis para a utilização das imagens, através da correta indexação, e para sua inserção no Banco de Imagens do EMBRATUR.

A descrição é a atividade de compor a legenda que, anexada a uma imagem, se presta a contextualizar e individualizar uma tomada em particular. É a informação sobre o assunto de uma imagem e os assuntos a ele relacionados, que deve acompanhar essa imagem de forma a suprir com informação textual aquilo que a informação visual por si só não é capaz de suprir. A descrição é indispensável para a utilização da imagem e apreensão de seu significado por aqueles que não o conhecem.

Elementos da descrição da imagem

1. Objeto ou assunto principal:

(coisa, pessoa, grupo de pessoas ou atividade)

2. Qualificativo:

(função ou atividade do objeto ou assunto principal)

3. Ação:

(indica e introduz o item seguinte - nem sempre é necessário - ex: caminha, joga, discursa, inaugura)



Sensacional!

4. Situação / Contextualização:

(Acontecimentos ou circunstâncias que justificam a feitura da imagem e sua importância)

5. Dados toponímicos (geográficos)

(local, cidade, unidade da federação)

Dados cronológicos:

Data da realização da imagem: ___ / ___ / _____

6. Crédito a:

Imagem fornecida por: () Fotógrafo () Banco de Imagens / Agência
Fotográfica

Nome do Fotógrafo:

Nome da Agência:

Informações para contato: (Endereço, telefone, e.mail)

7. Autorização de uso:

Disponibilizada em: ___ / ___ / _____ Autorizado o uso até: ___ / ___ / ___

Afirmo que me responsabilizo por todas as informações acima.

Local e data

Assinatura

Ass



Sensacional!

Modelo III

P A P E L T I M B R A D O

MODELO DE DECLARAÇÃO DE EXISTÊNCIA DE CONTRAPARTIDA FINANCEIRA

ÒRGÃO/ENTIDADE PÚBLICA

Declaro, perante a EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, sob as penas da lei, em conformidade com a Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, com a Lei de Diretrizes Orçamentária nº 11.768, de 14 de agosto de 2008 e em conformidade com o § 4º do art. 20 da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008, dos Ministérios de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão, da Fazenda e do Controle e da Transparência, que a **(NOME DA PROPONENTE)**, dispõe de recursos financeiros consignados na lei orçamentária anual (*citar a Lei Orçamentária do Estado*), no valor de **R\$****(por extenso)**, a serem considerados como contrapartida financeira, destinados a execução do convênio com o objetivo de (*descrever o objeto*).

Programa de trabalho: (*descrever o programa orçamentário*)

Ação Orçamentária: (*código e descrição*)

Natureza de despesa:

Fonte:

Valor:

(Deverá ser anexada cópia do detalhamento do orçamento onde conste o referido projeto orçamentário)

Local/Data.

Assinatura

Nome e cargo da autoridade competente – Ordenador de Despesa



Sensacional!

Modelo IV

P A P E L T I M B R A D O

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONTRAPARTIDA

ENTIDADE PRIVADA

FINANCEIRA

Declaro, perante a EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo, em conformidade com a Lei das Diretrizes Orçamentárias, vigente, e em conformidade com o § 4º do art. 20 da Portaria Interministerial nº 127, de 29 de maio de 2008, dos Ministérios de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão, da Fazenda e do Controle e da Transparência, que dispomos dos recursos financeiros, no valor de R\$.....(por extenso), para participação na contrapartida ao repasse de recursos a serem aplicados no (informar o objeto do convênio).

Declaro, também, que na hipótese de eventual necessidade de um aporte adicional de recurso, este Agente Executor se compromete pela sua integralização durante a vigência do convênio que vier a ser celebrado.

Local/Data.

Assinatura

Nome e cargo da autoridade proponente