

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2010

### TÉCNICA E PREÇO

A EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, doravante EMBRATUR, por intermédio da Comissão Especial Licitação (CEL) designada pela Portaria Conjunta nº 15, de 23 de março de 2010 e publicada no D.O.U. do dia 24 de março de 2010, torna público aos interessados que realizará licitação, na modalidade de **concorrência**, do tipo **técnica e preço**, para a contratação de 04 (QUATRO) empresas especializadas para prestação de serviços de consultoria e execução de relações públicas e assessoria de imprensa, a serem realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos às 15h do dia **14 de maio de 2010**, ou, se não houver expediente nessa data, no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, no Auditório do Edifício EMBRATUR, localizado no SCN Quadra 2, Bloco G, em Brasília/DF.

Esta concorrência será realizada com base na Lei nº 8.666, de 21 de junho 1993, no Decreto nº 3.722, de 9 de janeiro de 2001 e alterações posteriores, na Instrução Normativa MARE nº 5, de 21 de julho de 1995, Instrução Normativa MP/SLTI nº 02, de 30 de abril de 2008 e nas disposições deste Edital e demais disposições legais pertinentes.

#### 1 DO DIA, DA HORA E DO LOCAL

- 1.1 Os envelopes de documentação, proposta técnica e proposta de preço relativa à habilitação e das propostas das empresas proponentes, deverão ser entregues no dia, hora e local a seguir:

1.1.1 DIA : **14/05/2010**

1.1.2 HORA : **15 h**

1.1.3 LOCAL: **Auditório da Embratur – SCN Quadra 2, Bloco G, em Brasília/DF**

1.2 Não havendo expediente na data marcada para a abertura da licitação, ficará a reunião adiada para o primeiro dia útil subsequente, salvo disposições em contrário.

1.3 Constituem ANEXOS ao presente Edital:

1.3.1 **ANEXO I:** Projeto Básico e Apêndice 1.

1.3.2 **ANEXO II:** Briefing;

1.3.3 **ANEXO III:** Fatores para Composição do Índice Técnico e Critério de Pontuação;

1.3.4 **ANEXO IV:** Planilha de Proposta de Preço;

1.3.5 **ANEXO V:** Declaração de Superveniência de Fato Impeditivo de Habilitação;

1.3.6 **ANEXO vi:** Modelo de Declaração Menor (Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999);

1.3.7 **ANEXO VII:** Declaração de Alocação de Equipe Mínima;

1.3.8 **ANEXO VIII:** Minuta de Contrato.

## **2 DO OBJETO**

2.1 Constitui objeto do presente edital a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço(s) de consultoria e execução de relações públicas e assessoria de imprensa, para divulgar o Brasil no exterior enquanto destino turístico, conforme

especificações constantes do Projeto Básico (Anexo I deste Edital).

2.1.1 Os serviços constantes do Projeto Básico deste Edital realizados nos mercados internacionais serão executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Diretoria de Marketing da Embratur.

2.1.2 Os serviços realizados no mercado nacional serão realizados sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria de Comunicação da Presidência da Embratur.

2.2 O objeto será dividido em 4 (quatro) lotes, a saber:

2.2.1 **LOTE 1 – Europa (Exceto Portugal e Espanha)**

2.2.2 **LOTE 2 – Portugal, Espanha e América Latina**

2.2.3 **LOTE 3 – América do Norte, Ásia, África e Oceania**

2.2.4 **LOTE 4 – Institucional**

### **3 DA AQUISIÇÃO DO EDITAL**

3.1 Este Edital e seus ANEXOS encontram-se à disposição dos interessados nos dias úteis, de segunda à sexta-feira, no horário de 8h às 18h, no seguinte endereço:

**Embratur – SCN Quadra 2, Bloco G, em Brasília/DF**

Telefone: (61) 3429/7742

3.2 No ato da retirada do Edital, a proponente deverá fornecer à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO as seguintes informações: nome e endereço completo da empresa, números de telefone e fax, nome de pessoa para contato comercial e respectivo endereço eletrônico (e-mail), se houver.

3.3 O edital e seus anexos também poderão ser retirados no sítio [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br).

#### **4 DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO**

4.1 Somente poderão participar desta licitação as pessoas jurídicas que:

- a) atenderem às condições deste Edital e apresentarem os documentos nele exigidos;
- b) não estejam sob falência, concurso de credores, dissolução, liquidação ou que não tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública;
- c) não estejam reunidas em consórcio, não sejam controladoras, coligadas ou subsidiárias entre si;
- d) estejam adimplentes com suas obrigações fiscais, previdenciárias e com as demais exigências do Poder Público;
- e) que tenham em seu Contrato Social o objeto compatível com o da presente licitação;

f) que não sejam cooperativas de mão de obra.

4.2 Qualquer manifestação das proponentes em relação à presente licitação ficará condicionada à prévia apresentação de documento de identificação de seus prepostos ou representantes legais e do devido instrumento público ou privado de procuração, com firma reconhecida. Em sendo sócio da empresa, proprietário, dirigente ou assemelhado, deverá o interlocutor apresentar cópia do Contrato Social e documento de identificação pessoal.

4.3 Fica assegurado às proponentes, a qualquer tempo e mediante juntada dos documentos previstos no **subitem 4.2**, a indicação ou substituição do seu representante legal junto à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

4.4 A não apresentação ou incorreção/invalidade dos documentos de que trata o **subitem 4.2** não inabilitará a proponente, mas impedirá o seu representante legal de se manifestar ou de responder pela empresa proponente perante a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

4.5 Não será admitida a participação de um mesmo representante legal para mais de uma empresa proponente.

## **5 DA PARTICIPAÇÃO EM MAIS DE UM LOTE**

5.1 As proponentes poderão optar por participar em apenas 01 (um) ou em todos os (04) lotes.

## **6 DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES**

6.1 Até o dia **14 de maio de 2010**, às 15:00 horas, no endereço SCN, Quadra 2, Bloco G, Brasília - DF, cada proponente deverá entregar, devidamente fechados e indevassados:

- 1 (um) único envelope no. 1 – DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO, contendo:

**Envelope nº 1**

**EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA Nº 1/2010**

**DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

[Razão Social da Licitante]

- 1 (um) envelope n. 2 – PROPOSTA TÉCNICA **PARA CADA LOTE DE INTERESSE DA PROPONENTE**, contendo:

**Envelope nº 2**

**EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**CONCORRÊNCIA Nº 1/2010**

**PROPOSTA TÉCNICA**

**LOTE Nº**

[Razão Social da Licitante]

- 1 (um) envelope n. 3 – PROPOSTA DE PREÇOS **PARA CADA LOTE DE INTERESSE DA PROPONENTE**, contendo:

**Envelope nº 3**

**EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

## CONCORRÊNCIA Nº 1/2010

### PROPOSTA DE PREÇO

#### LOTE Nº

[Razão Social da Licitante]

6.2 Não havendo, porventura, expediente na data marcada para abertura das propostas, fica a reunião adiada automaticamente para o primeiro dia útil subsequente, mantida a mesma hora e local, salvo disposições em contrário anunciadas pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

## 7 DA HABILITAÇÃO

7.1 A habilitação jurídica, regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira da proponente poderão ser verificadas por intermédio do Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF) ou comprovadas por meio de documentação a ser entregue à CEL.

7.1.1 É recomendável a inscrição prévia da proponente no SICAF, para abreviar os procedimentos de análise da documentação.

7.1.2 A proponente interessada deverá procurar qualquer Unidade Cadastradora para efetuar seu cadastramento e habilitação parcial, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para realização da licitação.

7.2 A proponente que estiver cadastrada e habilitada parcialmente no SICAF deverá apresentar no Invólucro nº 1 **APENAS** os seguintes documentos:

- a) os documentos atualizados, que porventura estiverem vencidos no SICAF;
- b) atestado de qualidade técnico-operacional dos serviços similares aos do

objeto desta concorrência;

- c) declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo de sua habilitação no presente processo licitatório, na forma do § 2º do art. 32 da Lei nº 8.666/93, alterado pela Lei nº 9.648/98, conforme modelo que constitui o Anexo V;
- d) declaração de inexistência de menor em seu quadro de pessoal, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme o modelo que constitui o Anexo VI;
- e) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento do valor da contratação, assim entendido o valor referente ao Lote pretendido, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente, a serem apurados por intermédio da consulta *on-line* ao SICAF, apresentarem resultado igual ou menor que 1 (um).
- f) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor do local do principal estabelecimento da pessoa jurídica.

i. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores.

ii. Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos Documentos de Habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de noventa dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento

7.3 As empresas não cadastradas no SICAF deverão apresentar no Invólucro nº 1 a documentação a seguir:

#### 7.3.1 **Habilitação Jurídica**

- a) cédula de identidade dos responsáveis legais da proponente;

- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
  - i. os documentos mencionados na alínea c deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

### 7.3.2 Regularidade Fiscal

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da proponente;
- d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da proponente;
- e) Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- f) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

7.3.2.1 Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos Documentos de Habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de noventa dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

### 7.3.3 **Qualificação Econômico-Financeira**

a) Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor do local do principal estabelecimento da pessoa jurídica.

i. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada um dos distribuidores.

ii. Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos Documentos de Habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de noventa dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, a saber:

i. Sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da proponente, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69);

ii. Sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/76: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da proponente e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/76);

iii. Sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial;

c) Sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do responsável por sua contabilidade e do sócio-gerente, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da proponente:

i. balanço de abertura – sociedades sem movimentação;

ii. balanço intermediário – sociedades com movimentação.

7.3.3.1 A comprovação da boa situação financeira da proponente será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea **b** do subitem **6.3.3**, cujos índices de Liquidez Geral (**LG**), de Solvência Geral (**SG**) e de Liquidez Corrente (**LC**), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

Ativo Total

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

Ativo Circulante

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Passivo Circulante

- b) do balanço referido na alínea **b1** do subitem **6.3.3**, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

Ativo Total

$$\text{S} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

Passivo Exigível Total

7.3.3.2 Os índices de que tratam as alíneas **a** e **b** do subitem **6.3.3.1** serão calculados pela proponente e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

7.3.3.3 A proponente que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea **a**, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea **b**, todos do subitem **6.3.3.1**, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 1 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, assim entendido o valor do Lote pretendido na licitação.

7.3.4 Deverá incluir, ainda, no Invólucro nº 1 declaração de inexistência de fato superveniente impeditivo de sua habilitação no presente processo licitatório, na forma do § 2º do art. 32 da Lei nº 8.666/93, alterado pela Lei nº 9.648/98, e Instrução Normativa MARE nº 5/95, republicada no DOU de 19.04.96, conforme modelo que constitui o Anexo V;

7.3.5 A proponente também deverá incluir no Invólucro nº 1 declaração de inexistência de menor em seu quadro de pessoal, na forma do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme o modelo que constitui o Anexo VI.

7.4 Todos os documentos deverão estar em nome da proponente. Se a proponente for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

7.5 Serão consideradas inabilitadas as empresas proponentes que não apresentarem a documentação solicitada na data, hora e local marcados pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, ou a apresentarem com vícios.

7.6 Serão devolvidos os **Envelopes nº. 2 e nº. 3**, fechados e indevassados, às empresas Proponentes inabilitadas, desde que não tenha havido recurso, ou após a sua denegação.

## **8 DA PROPOSTA TÉCNICA**

8.1 A **PROPOSTA TÉCNICA** deverá ser redigida em língua portuguesa, digitada, apresentada no local, dia e hora determinados neste Edital, em **01 (um) ENVELOPE PARA CADA LOTE EM DISPUTA**, na forma definida no **subitem 6.1**.

8.2 Todos os documentos constantes deste envelope deverão estar numerados seqüencialmente, da primeira à última folha, de modo a refletir o seu número exato.

8.3 A inclusão de qualquer documento da **PROPOSTA DE PREÇOS**, no envelope da **PROPOSTA TÉCNICA**, acarretará a desclassificação sumária da Proponente do certame.

8.4 A **PROPOSTA TÉCNICA** deverá observar as orientações do Anexo III deste Edital e consistirá de quatro parâmetros:

8.4.1 Planejamento de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Trabalhos Realizados e Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia.

8.4.2 A proponente deverá demonstrar na Proposta Técnica informações de serviços de natureza e escopo similares ao objeto do Projeto Básico, relacionadas à sua capacitação e experiência.

8.4.3 A pontuação técnica será apurada mediante análise e comprovação de:

### **Parâmetros do Planejamento de Comunicação**

Quesito 1: Diagnóstico de Situação.

1 - Demonstrar a compreensão do papel institucional exercido pela Embratur e seu protagonismo na promoção do Brasil como destino turístico, seu raio de ação e seus limites; sua relação institucional com outras esferas do poder público brasileiro e as parcerias com a iniciativa privada.

2 – Demonstrar a compreensão do Brasil como destino turístico, o posicionamento almejado pela Embratur frente ao posicionamento de países/mercados competidores.

3 – Demonstrar a compreensão da relação da Embratur com seus diversos públicos-alvo.

4 – Demonstrar o conhecimento específico do exercício proposto para o lote.

#### Quesito 2: Estratégia de Comunicação

1 – Frente ao problema proposto para o lote, determinar quais os públicos-alvo, o posicionamento almejado e o plano de geração de mídia espontânea. Serão avaliados a acuidade na compreensão e a pertinência das soluções propostas.

2 – Proposta tática de ações de assessoria de imprensa e relações públicas para o exercício proposto no lote, que demonstre acerto e acuro técnico para atingir os objetivos traçados no exercício proposto para o lote.

3 - Proposta de avaliação de resultados que se mostre mais crítica e fiel na percepção dos resultados alcançados.

#### **Parâmetros da Capacidade de Atendimento**

##### Quesito 1 – Metodologia de Atendimento

Neste quesito será avaliado o método utilizado pela concorrente para atender a demanda formulada no exercício do Lote. Serão avaliados a riqueza da descrição das providências tomadas e dos prazos utilizados pela empresa para atender a demanda, bem como sua pertinência.

## Quesito 2 – Estrutura de Atendimento

As concorrentes deverão apresentar declaração na qual demonstre a estrutura de atendimento que será colocada à disposição da Embratur.

## **Parâmetro – Trabalho Realizado**

### Quesito 1 – Relato de Trabalho

Serão avaliados dois relatos de trabalhos realizados para cliente de natureza jurídica, devidamente referendado com a assinatura do cliente em questão – ou responsável à época da realização da ação.

1 – Será avaliada a validade do referendo dado pelo cliente ou responsável à época. A Comissão de Licitação pode realizar uma diligência ou checagem dos documentos apresentados.

2 - Será avaliada a lógica da exposição do trabalho realizado para um cliente devidamente atestado pelo próprio.

3 – Será avaliada a consistência entre a causa e o efeito das ações apresentadas.

4 – Será avaliada a relevância, para o cliente, dos resultados apresentados.

## **Parâmetro Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia**

### Quesito – Metodologia da Análise

- 1 - Serão avaliados o rigor técnico e a consistência dos parâmetros apresentados.
  - 2 – Relato analítico – Serão avaliadas a clareza e a lógica na apresentação do relatório.
  - 3 – Análise da cobertura jornalística – Será avaliada a relevância da identificação dos temas e da análise feita, bem como sua assertividade.
  - 4 – Identificação de riscos e oportunidades – Será avaliada a consistência da percepção apurada do cenário encontrado.
  - 5 – Propostas - Serão avaliadas a capacidade de apresentar estratégia e ações frente ao cenário identificado pela licitante.
- 8.5 Serão desclassificadas as propostas que não apresentarem as especificações técnicas exigidas pelo projeto básico.

## **9 DA PROPOSTA DE PREÇO**

- 9.1 A **PROPOSTA DE PREÇO** deverá ser entregue separadamente, **01 (um) ENVELOPE PARA CADA LOTE EM DISPUTA**, lacrado(s), contendo em suas partes externas e frontais as indicações: “**PROPOSTA DE PREÇO**”, Razão Social da empresa e número da Concorrência, na forma definida no **subitem 5.1**.
- 9.2 Os documentos da **PROPOSTA DE PREÇO**, emitidos em papéis que identifiquem a Proponente, deverão ser numerados seqüencialmente a fim de permitir maior agilidade no seu manuseio durante a conferência e o exame correspondente.
- 9.3 Para fins de formulação de Proposta de Preços, a Proponente deverá

considerar:

9.3.1 Para os **Serviços**, cotar o valor por hora/homem trabalhado, levando-se em consideração a moeda e o valor de mercado da sede de cada país inserido no lote, conforme dados e informações que constam da planilha orçamentária (Anexo IV);

9.3.2 Para os **deslocamentos**, cotar os valores de diárias na moeda local de cada país e as passagens aéreas em Real (R\$), conforme estabelecido no Anexo IV.

9.3.2.1 Para fins de contratação será considerado o menor valor proposto dentre as vencedoras dos 04 (quatro) lotes.

9.3.3 Para as **subcontratações**, cotar o percentual de remuneração a incidir sobre o valor total dos serviços prestados por terceiros, na forma do Anexo IV.

9.3.3.1 Para fins de contratação será considerado o menor percentual proposto dentre as proponentes vencedoras dos 04 (quatro) lotes.

9.3.3.1.1 A apresentação de proposta implicará aceitação expressa da proponente com as condições da cláusula 9.3.3.1 acima.

9.4 **Será desclassificada a empresa que não apresentar todos os preços indicados no item 9.3 deste Edital.**

9.5 A Proponente Adjudicatária deverá manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de qualidade, sem nenhum custo adicional para a EMBRATUR.

9.5.1 O especificado no subitem acima diz respeito a:

9.5.1.1 Gerenciamento de pessoal local e remotamente;

9.5.1.2 Controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais alocados para execução dos serviços;

9.5.1.3 Gerenciamento de contingência na manutenção da execução ininterrupta dos serviços;

9.5.1.4 Gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela proponente adjudicatária para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na EMBRATUR para manter o sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais; e,

9.5.1.5 Gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o repasse do mesmo em caso de substituição ou ao final do contrato.

9.5.1.6 Gerenciamento e acompanhamento dos serviços subcontratados, com total responsabilidade pela qualidade e execução dos mesmos.

9.6 No valor proposto deverão estar contemplados todas e quaisquer despesas a permitir a identificação de todos os custos envolvidos na execução do serviço, tais como: tributos, custos com estrutura administrativa, encargos e demais despesas que venham a incidir, direta ou indiretamente na prestação de serviços objeto dessa licitação, quaisquer despesas com mão-de-obra (com base no salário e em outros direitos fixados para cada categoria por meio de acordo ou convenção coletiva de trabalho, sentença normativa ou outra forma prevista em lei), material - inclusive de consumo -, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, inclusive equipamentos (hardware), programas (software) e lucro visando o perfeito cumprimento do objeto deste Edital e projeto básico.

9.7 Na PROPOSTA DE PREÇOS, a proponente deverá indicar a Razão Social,

CNPJ/MF, nome do Banco, Agência, localidade e o número da conta corrente da Proponente, para a qual deverá ser emitida a Ordem Bancária.

- 9.8 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto ou reservado, que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as empresas proponentes.
- 9.9 Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, nem preço ou vantagens baseadas nas ofertas das demais Proponentes.
- 9.10 Serão desclassificadas as empresas que ofertarem preços irrisórios, manifestamente inexeqüíveis, ou incompatíveis com os valores de mercado.
- 9.10.1 Não será admitida Proposta de Preços que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero ou que venham a ser consideradas inexeqüíveis.
- 9.10.2 Serão consideradas em presunção relativa de inexequibilidade as propostas que não atinjam 70% do valor orçado pela administração ou o mesmo percentual em relação à média aritmética das propostas que atingirem valores acima de 50% do valor orçado pela Administração, o que for menor.
- 9.10.2.1 A análise de inexequibilidade levará em conta tantos os valores globais, como os valores unitários de cada item cotado (hora homem, diária, passagens e percentual sobre serviços de terceiros.)
- 9.10.2.2 As propostas que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de informações adicionais ou em processo de diligência promovido pela CEL serão desclassificadas por inexequibilidade.

9.10.2.3 As propostas em presunção de inexequibilidade que vierem a ser aceitas pela CEL deverão, todavia, ser objeto de garantia adicional, nos termos, pressupostos e valores do §2º do art. 48 da Lei 8.666/93.

9.11 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da proponente e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto similar.

9.12 Nas hipóteses de subcontratação de terceiros, relacionadas no item 12.1.7 do Projeto Básico, em nome da Embratur, fará jus a Proponente Adjudicatária a honorários a serem fixados em proposta, incidentes sobre o valor cobrado pelo terceiro, decorrente de sua efetiva atuação e responsabilidade pela qualidade e fiscalização do serviço subcontratado.

## **10 DESPESA ESTIMADA COM A CONTRATAÇÃO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

10.1 A despesa com o Contrato resultante desta concorrência está estimada em R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais), assim divididos: **LOTE 1)** R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais); **LOTE 2)** 12.000.000,00 (doze milhões de reais); **LOTE 3)** 10.000.000,00 (dez milhões de reais) e **LOTE 4)** 3.000.000,00 (três milhões de reais) pelos primeiros doze meses, admitindo-se prorrogação até o limite de 60 (sessenta) meses e será custeada pelas rubricas 23 695 1163 8224 0001-PROMOÇÃO MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO EUROPEU; 23 695 1163 8230 0001-PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO LATINO AMERICANO; 23 695 1163 8228 0001--PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO NORTE AMERICANO; 23 695 1163 8232 0001-PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO EM OUTROS MERCADOS.

10.2 Na hipótese de prorrogação do Contrato que vier a ser assinado, a **EMBRATUR**

consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

10.3 A **EMBRATUR** se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## 11 REEMBOLSO DE DESPESAS

11.1 Para viabilizar a execução dos serviços, poderá, eventualmente, ocorrer necessidade de deslocamento de funcionários da Proponente Adjudicatária, ou seja, viagem a serviço no exclusivo interesse da EMBRATUR. Nessa hipótese, a Proponente Adjudicatária proverá os meios de deslocamento, bem como adiantará a (s) diária (s) aos seus funcionários, conforme estabelecido no Contrato.

11.1.1 As despesas, decorrentes do exposto no subitem acima, serão ressarcidas pela EMBRATUR mediante a apresentação de Planilha que contemplará o custo do transporte e das diárias pagas, conforme valores estabelecidos no Contrato.

11.1.2 Eventuais viagens não orçadas na proposta apresentada na licitação poderão ser objeto de reembolso, pelo valor líquido, sem a incidência de honorário e mediante apresentação de minucioso relatório de comprovação. Sua realização, da mesma forma, dependerá de prévia e expressa autorização do gestor do contrato

## 12 DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES

12.1 Os envelopes contendo os **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO** e as **PROPOSTAS TÉCNICA** e de **PREÇO** deverão ser entregues à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO no dia, hora e local indicados, devendo os trabalhos obedecer à ordem descrita a seguir.

- 12.2 Na presença das Proponentes, serão recebidos, em separado, os envelopes de **DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO, PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇO**, devidamente fechados e indevassados, os quais receberão um mesmo número, conforme a ordem de apresentação.
- 12.3 Encerrado o prazo para recebimento dos envelopes de **DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO, PROPOSTA TÉCNICA e PROPOSTA DE PREÇO**, nenhum outro será aceito, assim como não serão admitidos quaisquer adendos ou alterações nos documentos e proposta entregues à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.
- 12.4 Será então procedida consulta “*On line*” ao **SICAF** e impressa a declaração demonstrativa da situação de cada empresa Proponente, que deverá ser assinada pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO e por todos os representantes das Proponentes presentes.
- 12.5 A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO procederá à abertura dos envelopes de **DOCUMENTO DE HABILITAÇÃO**, na presença das Proponentes, para fins de verificação e abrirá vista às proponentes dos documentos, os quais serão rubricados pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO e pelos respectivos representantes legais das Proponentes presentes à sessão.
- 12.6 A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO poderá, a seu juízo, analisar os documentos de cada empresa Proponente e, na mesma reunião, divulgar o nome das habilitadas e das inabilitadas.
- 12.6.1 Caso necessite de mais tempo para efetuar a análise conclusiva dos documentos de habilitação, poderá a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO transferir a publicação do julgamento para outra data.
- 12.6.2 Os envelopes contendo as **PROPOSTAS TÉCNICA** e de **PREÇO**, devidamente fechados e indevassados, serão rubricados pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, ficando em seu poder até que seja

decidida a habilitação.

- 12.7 Conferida e apreciada toda a documentação pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, bem como as eventuais impugnações, serão as proponentes habilitadas convocadas para a fase seguinte, decorrido o prazo legal para interposição de recursos ou após renúncia formal registrada em ata ou por escrito ao direito de interposição de recurso por todas as proponentes e, ainda, após ser dado conhecimento de decisão de recurso interposto.
- 12.8 Não caberá, após a fase de habilitação, desistência da proposta, salvo por motivo decorrente de fato superveniente à apresentação das propostas que venha a inviabilizar a participação da Proponente no certame, conforme julgamento a critério da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.
- 12.9 Encerrada a fase de habilitação, a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO passará à abertura dos envelopes de **PROPOSTA TÉCNICA** das empresas habilitadas, procedendo ao respectivo julgamento em conformidade com a legislação vigente e com os critérios estabelecidos neste Edital e seus ANEXOS.
- 12.10 A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO e os representantes das proponentes, após tomar conhecimento das propostas, rubricarão todas as suas folhas e demais elementos integrantes, as quais serão examinadas para fins de julgamento e classificação.
- 12.11 A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO poderá apreciar as **PROPOSTAS TÉCNICAS** das Proponentes e, na mesma reunião, divulgar o nome das classificadas e das desclassificadas, devendo devolver às últimas os envelopes de **PROPOSTA DE PREÇO** devidamente fechados.
- 12.12 Ato contínuo, poderão ser abertos os envelopes de **PROPOSTA DE PREÇO** das Proponentes classificadas tecnicamente.

12.13 A abertura dos envelopes de **PROPOSTA DE PREÇO** somente ocorrerá após concluída a pontuação dos fatores de avaliação estabelecidos neste Edital e em seus ANEXOS.

12.14 É facultada à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO ou autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo licitatório, sendo vedada inclusão posterior de documentação ou informação que deveria constar originalmente da proposta.

12.15 Ultrapassada a fase de habilitação e abertas as **PROPOSTAS TÉCNICAS** e de **PREÇOS**, não cabe desclassificação por motivo relacionado com a habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou conhecidos somente após o julgamento.

### **13 DA AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO**

13.1 Na avaliação técnica e julgamento, será qualificada e classificada a Proposta Técnica que obtiver pontuação total igual ou superior a 70 pontos.

13.2 A avaliação técnica consistirá na pontuação dos quesitos e subquesitos que, somados, determinarão a nota atribuída ao parâmetro, conforme descrito nas tabelas 1, 2, 3 e 4, constantes no anexo III deste edital.

13.3 A nota obtida será a PONTUAÇÃO TÉCNICA de cada proposta.

13.4 Será denominada PONTUAÇÃO TÉCNICA a soma da nota dos parâmetros mencionados no subitem anterior.

13.5 Para calcular o ÍNDICE TÉCNICO (IT) da proposta, a Comissão julgadora fará a

divisão da PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) da proposta em exame, pela que obteve a MAIOR PONTUAÇÃO TÉCNICA (MPT), conforme fórmula abaixo, utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente:

$$IT = PT/MPT$$

Onde:

IT = Índice Técnico

PT = Pontuação Técnica da proposta em exame

MPT = Maior Pontuação Técnica

13.5.1 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

13.6 Os preços ofertados nas propostas classificadas tecnicamente serão avaliados e valorados conforme segue:

$$IP = MPP/PP$$

Onde:

IP = Índice de Preços

MPP = Menor preço proposto no item Hora Homem pelas empresas classificadas tecnicamente

PP = Preço proposto da empresa avaliada.

13.7 As propostas serão classificadas de acordo com a nota final, conforme abaixo indicado:

$$NF = [(IT \times 60) + (IP \times 40)]$$

13.8 Em caso de absoluta igualdade de propostas, será aplicado o disposto no § 2º do art. 45, da Lei nº. 8.666/93, atualizada.

## **14 - DA ADJUDICAÇÃO**

14.1 O objeto desta licitação será adjudicado ao proponente que obtiver a maior nota final, obedecidos os critérios fixados neste Edital.

14.2 Proferida a decisão, após decorrido o prazo recursal, o resultado constará de Ata, lavrada pela COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, e publicado no Diário Oficial da União.

## **15 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

15.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto do Contrato, o Contratante poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à Contratada as seguintes penalidades:

I - advertência;

II - multa de **0,3%** (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência

de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no Contrato, até o máximo de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de **15** (quinze) dias corridos, uma vez comunicada oficialmente;

III - multa de até **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de **15** (quinze) dias corridos, contado da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados ao Contratante pela não execução parcial ou total do Contrato;

IV - suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de até **2** (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

V - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior.

15.2 - As sanções previstas nos **incisos I, IV, e V** deste item poderão ser aplicadas juntamente com as sanções dos **incisos II e III**, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de **10** (dez) dias úteis.

15.3 – A multa aplicada será descontada dos pagamentos devidos à Administração ou cobrada judicialmente.

## **16 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

16.1 - A Contratada obriga-se cumprir as obrigações constantes deste Edital, as

relacionadas no **item 14** do Projeto Básico (**ANEXO I**) e as prescritas no Contrato.

## **17 - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

17.1 - A Contratante obriga-se a cumprir as obrigações relacionadas no **item 15** do Projeto Básico (**ANEXO I**), as prescritas no Contrato, sem prejuízo das decorrentes das normas, dos ANEXOS e da natureza da atividade.

## **18 – DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DOS RECURSOS**

18.1 - Em qualquer fase desta licitação caberá recurso, no prazo de **5** (cinco) dias úteis, a contar da data da intimação, do ato contestado ou da lavratura da respectiva ata, nos termos do inciso I e § 1º, do art. 109, da Lei nº. 8.666/93.

18.2 - Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade na aplicação da lei, devendo, para tanto, protocolar requerimento de impugnação junto à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO até **5** (cinco) dias úteis antes da data fixada para a abertura dos envelopes de Habilitação.

18.3 - Decairá do direito de impugnar os termos do Edital, perante a Administração, a proponente que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes de Habilitação e, tendo-o aceito sem objeção, venha a apontar, posteriormente, falhas ou irregularidades que o viciariam, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

18.4 - Os recursos referentes à fase de Habilitação e Julgamento das Propostas terão efeito suspensivo.

18.5 - Os recursos deverão ser dirigidos à Presidente da Embratur, por intermédio da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, a qual poderá reconsiderar suas

decisões no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, encaminhá-los, devidamente informados, para apreciação e decisão da autoridade superior.

18.6 - Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento, prorrogando-os automaticamente, para o primeiro dia útil subsequente, quando recair em data em que não haja expediente.

18.7 - Não serão conhecidos os pedidos de reconsideração e os recursos cujas petições tenham sido apresentadas fora do prazo e/ou subscritos por procurador não habilitado legalmente no processo para responder pela empresa.

## **19 - PAGAMENTO, REPACTUAÇÃO E REEQUILÍBRIO ECONOMICO FINANCEIRO**

19.1 Pela perfeita execução dos serviços objeto deste Edital e obedecidas as demais condições, a EMBRATUR pagará à Contratada, conforme Ordens de Serviço executadas.

19.1.1 Os serviços prestados serão remunerados de acordo com os valores fixados nas respectivas Ordens de Serviço.

19.1.2 Todos os serviços necessários à execução do objeto do Contrato deverão ser discriminados e previamente aprovados pela EMBRATUR, por meio de Ordem de Serviço, que especificará todos os serviços a serem prestados, tomando-se por base os valores fixados na planilha de composição de preço.

19.1.2.1 Os serviços passíveis de subcontratação serão aprovados com base na apresentação de no mínimo 03 (três) orçamentos.

- 19.1.3 As repactuações serão precedidas de solicitação da contratada, acompanhada de demonstração analítica da alteração dos custos, por meio de apresentação da planilha de custos e formação de preços, do novo acordo, convenção ou dissídio coletivo que fundamenta a repactuação, dos preços vigentes no mercado, conforme for a variação de custos objeto da repactuação.
- 19.1.4 A Contratada deverá apresentar planilhas de custos comparativas entre a data da formulação da proposta e do momento do pedido de repactuação, contemplando os custos unitários envolvidos e evidenciando a repercussão do aumento de preços ocorrido nos valores vigentes para cada serviço.
- 19.1.5 Deverão ser apresentados os documentos comprobatórios do aumento de custo, tais como acordo, convenção, dissídio coletivo de trabalho ou equivalente, notas fiscais e informações de mercado.
- 19.1.6 A repactuação poderá contemplar todos os componentes de custo que tenham sofrido variação, no período, desde que haja demonstração analítica dessa variação, devidamente comprovada.
- 19.1.7 Nas repactuações subseqüentes à primeira, a anualidade será contada a partir da data do fato gerador que deu ensejo a última repactuação.
- 19.1.8 O pedido de repactuação será processado e poderá ser autorizado pela EMBRATUR, após exame dos atos e documentos comprobatórios que o motivaram, observando-se a legislação pertinente.
- 19.1.9 A repactuação obrigará a Contratada ao reforço de garantia correspondente.
- 19.1.10 Os casos de reequilíbrio econômico financeiro do contrato serão realizados nos termos do artigo 65 da Lei 8.666/93, mediante comprovação inequívoca pelo

Contratado das condições que motivaram o desequilíbrio em relação ao preço inicial.

19.1.11 O pagamento à Contratada será feito em até 30 (trinta) dias após o recebimento da nota fiscal de serviços/fatura, por crédito em conta corrente, discriminando os serviços efetivamente executados, acompanhada do atesto de conformidade firmado pelo Gestor do Contrato ou por Comissão de Acompanhamento de Contrato, nomeada para tal fim.

19.1.12 Para execução do pagamento a Contratada deverá fazer constar da nota fiscal de serviços/fatura correspondente – emitida, sem rasura, em letra legível, o nome da EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo, CNPJ nº 33.741.794/0001-01 – o nome do Banco, o número de sua Conta Bancária e a respectiva Agência.

19.1.13 A nota fiscal de serviços/fatura correspondente deverá ser encaminhada, pela Contratada, diretamente ao Gestor do Contrato, que somente atestará o recebimento e liberará a referida nota fiscal de serviços/fatura para pagamento, quando cumpridas todas as condições pactuadas.

19.1.14 Serviços não aprovados ou solicitados e não prestados em conformidade com as especificações das Ordens de Serviço não serão pagos.

19.1.15 No caso de eventual atraso de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira devido será calculado mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$\mathbf{EM = I \times N \times VP}$$

Onde:

**EM** = Encargos Moratórios;

**N** = Numero de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

**VP** = Valor da parcela a ser paga;

**I** = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX)}{365} \qquad I = \frac{(6/100)}{365} \qquad I = 0,00016438$$

**TX** = Percentual da Taxa anual = 6%

19.1.16 A compensação financeira, no caso de atraso considerado, será cobrada mediante emissão de Nota fiscal específica.

19.1.17 Os documentos apresentados com incorreção, incluídas as notas fiscais/faturas, serão restituídos à Contratada para as correções solicitadas, não respondendo a EMBRATUR por quaisquer encargos resultantes de atrasos na liquidação dos pagamentos correspondentes.

19.1.18 Qualquer alteração nos dados bancários deverá ser comunicada à EMBRATUR, por meio de Carta assinada por quem tenha poderes de representação da Contratada, com firma reconhecida em cartório, ficando sob inteira responsabilidade da Contratada os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

19.1.19 O pagamento efetuado pela EMBRATUR não isenta a Contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

19.1.20 Todo pagamento será feito apenas mediante apresentação da 1ª via da Nota Fiscal, nos termos da jurisprudência do TCU.

## 20 DO CONTRATO, PRAZOS E GARANTIAS

- 20.1 - A EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, conforme previsto na legislação vigente, convocará os proponentes vencedores para assinar o Contrato no prazo máximo de **5** (cinco) dias úteis contados a partir do recebimento da notificação, sob pena de, em não o fazendo, ficar caracterizado o descumprimento total das obrigações assumidas perante a União, dando causa às sanções indicadas no item 15 deste Edital e demais penalidades cabíveis.
- 20.2 O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela proponente vencedora, e desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Administração.
- 20.3 É facultado à Administração, quando a convocada não assinar o Contrato no prazo e condições estabelecidos, chamar as proponentes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/93.
- 20.4 Deverá ser procedida consulta "**On Line**" ao **SICAF** antes da contratação da empresa adjudicatária, para verificação das condições de habilitação exigidas na licitação, cujo resultado será impresso e juntado ao processo.
- 20.5 Será exigida da empresa proponente vencedora a prestação de garantia.
- 20.6 A Contratada, como garantia para execução deste Contrato, fornecerá à EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, no ato de sua assinatura, o valor correspondente a **2%** (dois por cento) do seu valor total, ficando a seu critério optar por uma das modalidades descritas no art. 56, §1º, da Lei nº 8666/93.

20.7 A vigência do Contrato será de **12** (doze) meses, contados da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado a critério da administração, mediante termo aditivo, até o limite de **60** (sessenta) meses, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

20.8 Durante a vigência do Contrato, a prestação dos serviços de que trata o objeto deste Edital será acompanhada e fiscalizada por servidor público designado para esse fim. As decisões e providências que ultrapassarem a competência do servidor designado deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

## **21 - DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO**

21.1 - A inexecução total ou parcial do Contrato ensejará a sua rescisão, com as conseqüências contratuais, inclusive o reconhecimento dos direitos da Administração, de acordo com o disposto nos arts. 77 a 80 da Lei nº 8.666/93.

21.1.1 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

21.1.2 A rescisão do Contrato poderá ser:

21.1.2.1 determinada por ato unilateral e escrito do Contratante, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 da Lei nº 8.666/93;

21.1.2.2 amigável, por acordo das partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;

21.1.2.3 judicial, nos termos da legislação.

21.1.3 A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

## **22 - DA ANULAÇÃO E REVOGAÇÃO DA LICITAÇÃO**

22.1 - A presente licitação poderá ser revogada por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar sua revogação, devendo ser anulada por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito devidamente fundamentado, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

## **23 - DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

23.1 - Os pedidos de esclarecimentos sobre quaisquer elementos do presente Edital serão atendidos quando solicitados por escrito, recebidos até 10 (dez) dias úteis anteriores à data prevista no preâmbulo deste, devendo ser considerados os pedidos de esclarecimentos encaminhados via postal ou fac-símile.

23.2 - Qualquer expediente para a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO deverá ser encaminhado para o seguinte endereço:

**EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**

**COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

SCN, Quadra 02, Bloco G – Brasília - DF

## **24 - DAS CONSIDERAÇÕES FINAIS**

24.1 A entrega da documentação e propostas implica a aceitação plena e irrestrita das condições e termos que regem o presente processo licitatório.

- 24.2 Os atos praticados nas reuniões da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO com as proponentes, inclusive quanto à abertura dos envelopes contendo os documentos para Habilitação e as Propostas Técnica e de Preço, bem como o resultado do exame dos mesmos, serão registrados em atas circunstanciadas, assinadas pelos membros da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, e pelas proponentes presentes.
- 24.3 Nenhuma responsabilidade caberá à Comissão Especial de Licitação pelo envio de documentação ou propostas, através de correio ou sistemas similares, sobre cobrança de serviços extras e sobre dúvidas posteriores.
- 24.4 Não será admitida a remessa de documentação e proposta via **fac-símile**.
- 24.5 A critério da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO, poderão ser solicitadas de qualquer Proponente informações complementares e determinadas diligências destinadas à esclarecer ou complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.
- 24.6 Nenhuma indenização será devida às proponentes pela elaboração e/ou apresentação de documentos e propostas relativos ao presente Edital.
- 24.7 A proposta e quaisquer documentos deverão ser apresentados em português, idioma em que também será redigido o Contrato. Documentos emitidos em língua estrangeira deverão ser entregues acompanhados da tradução para o Português, feita por tradutor juramentado e também devidamente consularizados ou registrados em Cartório de Títulos e Documentos. Nestes casos, tais traduções prevalecerão sobre os originais.
- 24.7.1 Documentos de procedência estrangeira, mas emitidos em Português, também deverão ser apresentados devidamente consularizados ou registrados no Cartório de Títulos e Documentos.

24.8 Caso haja a inabilitação de todas as empresas proponentes ou todas as propostas sejam desclassificadas, a COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO poderá fixar às proponentes o prazo de **8** (oito) dias úteis para a apresentação de novas propostas, escoimadas as causas que as inabilitaram ou desclassificaram anteriormente.

24.9 - Os quantitativos previstos nesta licitação poderão ser acrescidos ou suprimidos, a critério da Administração e de acordo com os § 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/93.

24.10 A execução do Contrato decorrente da presente licitação, bem como os casos omissos, serão regulados pelas cláusulas contratuais e pelos preceitos de direito público, aplicando-lhes, supletivamente, a Teoria Geral dos Contratos e das disposições do Direito Privado, na forma do art. 54 da Lei nº 8.666/93, combinado com o inciso XII do art. 55 do mesmo diploma legal.

24.11 As questões decorrentes da execução deste Instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, poderão ser processadas e julgadas na Justiça Federal, Seção Judiciária do Distrito Federal, com exclusão de qualquer outro.

Brasília, 30 de março de 2010.

WALTER NUNES DE VASCONCELOS JUNIOR  
**Presidente da Comissão ESPECIAL de Licitação**

# CONCORRÊNCIA Nº 1/2010

## ANEXO I

### PROJETO BÁSICO

#### 1. PREMISSAS

##### 1.1. O CENÁRIO

#### O Mundo Vê a Copa

*“A Copa é a nossa chance de mostrar ao mundo a nova Alemanha. Aqui, as pessoas sorriem, se divertem e se emocionam com a equipe, unidas. Queremos aproveitar para mostrar o que é este país hoje.” Jürgen Klismann.*

Era início de junho de 2006 e milhares de aviões, trens, carros de passeio, motorhomes e ônibus começaram a desembarcar cerca de 2 milhões de turistas de todo o mundo na Alemanha.

O quê motivou esta imensa migração, uma das maiores da história recente, talvez a maior em tempos de paz? O nome desta paixão, capaz de mobilizar tamanha multidão, é bem conhecido por nós brasileiros: o futebol.

##### 1.2. A Copa Traz Novos Clientes e faz Girar a Roda da Economia

Para além da festa, a iniciativa privada, os órgãos de turismo e os alemães comemoraram a geração de centenas de milhares de empregos e a circulação de riqueza, movidos por

cerca de 2 milhões de turistas – sem contar os próprios alemães que viajaram internamente entre as cidades que foram sede dos jogos.

Estes dois milhões de turistas estrangeiros moveram bilhões de euros em reservas em todos os meios de hospedagem disponíveis, restaurantes, bares, boates, venda de tickets de atrações turísticas, bilhetes de todos os meios de locomoção – fora a compra de toda espécie de produtos e serviços associados ao turismo, como artesanato.

Quase um milhão destes turistas – dados oficiais apontam 45% - jamais tinham pisado em solo alemão. O objetivo estratégico para o turismo do país foi cumprido: conseguiu atrair novos clientes e reposicionar sua imagem, apagando de vez a idéia de uma Alemanha cindida.

### 1.3. **A Copa Pode Mudar ou Reafirmar a Imagem de Um País**

Mas cada edição da Copa do Mundo de Futebol é uma história diferente e os países se apropriam dela de maneira única. Quando há estratégia clara, o país usa a Copa para consolidar momentos nacionais e sua imagem no exterior.

Foi assim na Alemanha. Governo, organizadores e o próprio povo alemão mostraram ao mundo que quase vinte anos após a queda do Muro de Berlim, o país conseguiu se juntar em torno de um hino e uma bandeira, e sepultar a ideia de que o sentimento nacionalista alemão é, necessariamente, xenófobo e ligado ao ultrapassado ideário de extrema direita. A Copa foi uma festa, e o mundo viu uma Alemanha leve e unida.

A África do Sul, que, neste momento, se prepara para sediar a próxima edição da Copa do Mundo, vem trabalhando a ideia de que é um país moderno, que sepultou o regime segregacionista do Apartheid, e é capaz de se reinventar com democracia e justiça racial. Uma Nova África do Sul.

Para a Copa de 2010 o objetivo da África do Sul é receber um extra de 3 milhões de turistas durante o evento, atingindo 10 milhões de turistas num único ano. Em 2007 a

África do Sul impulsionou o crescimento de turistas mais rapidamente do que a média internacional, e o turismo chegou a crescer 7,6% nos primeiros meses do ano de 2008. Em comparação com a marca de menos de 600 mil turistas estrangeiros em 1994, o crescimento a longo prazo que foi registrado é realmente algo que a África do Sul precisa celebrar.

Assim, os números de visitantes na África do Sul, que já é um destino turístico importante, já que é um *hub* de aviação importante, deverão ser impulsionados significativamente durante e depois de 2010 e pequenos negócios do setor de hospitalidade seguirão amplamente beneficiados.

O *Tourism Grading Council*, fundado pelo Departamento de Assuntos Ambientais e Turismo, tem aumentado a sua capacidade e se empenhado na classificação de alojamentos fornecedores em todo o país. A MATCH-AG, companhia designada pela FIFA para organizar as acomodações para 2010, assinou um termo com o *Tourism Grading Council* para garantir que há suficientes acomodações certificadas para a Copa. Dessa forma, os estabelecimentos de acomodação que procurem se beneficiar com o evento deverão passar pelo devido processo de certificação.

Pela primeira vez na história, a FIFA irá contratar acomodações “não-hoteleiras”, como acomodações em parques nacionais, *bed and breakfasts*, *lodges* e casas de hóspedes durante a Copa de 2010. O evento irá beneficiar toda a indústria do Turismo no país e, também, irá viver uma oportunidade única para um número considerável de estabelecimentos de acomodação menores.

#### 1.4. **Sem Estratégia Não Há Ganho de Imagem**

Também há exemplos de insucessos, especialmente quando não há uma estratégia clara do país em buscar um benefício de imagem de longo prazo.

A Copa do Mundo do México ocorreu depois que a Colômbia desistiu de sediar a edição de 1986. Graves problemas políticos e econômicos inviabilizaram a participação do país sul-americano, empurrando sua sede para o México.

Além de receber a Copa sem pleiteá-la e não se preparar com antecedência para isso, o México ainda foi assolado por um terremoto um ano antes do megaevento. Quando a Copa começou o país ainda estava mergulhado no processo de sua reconstrução.

A Copa foi mais uma maneira de mostrar ao mundo que havia conseguido se recuperar do grave terremoto do que qualquer outra coisa. Tanto é assim que, o México é novamente candidato ao Mundial de 2018 ou 2022, tentando resgatar a oportunidade

perdida em 86. Aponta sua torcida como a maior atração do país, já que terá que reformar estádios e melhorar a infra-estrutura.

Outro exemplo de evento que não foi utilizado pelo país, foi a Copa do Mundo de 1994, realizada nos EUA. Ela não foi “comprada” pelo país, que recebeu a edição com frieza – À exceção da comunidade latinoamericana.

Foi uma Copa feita “de fora para dentro”. Uma tentativa da Fifa de empolgar o público americano e consolidar o esporte no país – o que também acabou não ocorrendo. Na prática, italianos e latino-americanos lotaram os estádios para torcer por seus países e pela seleção norte-americana, ela própria composta por descendentes e /ou jogadores hispanos e de outras origens. O Mundo olhou a Copa, mas os norte-americanos sequer tomaram conhecimento do evento.

#### 1.5. **Copa 2014: Dinamizar o Turismo e Posicionar o Brasil**

O Brasil vive um momento de afirmação de sua liderança regional e de sua proeminência nos novos organismos multilaterais do mundo – como o G20.

Tem mostrado ao mundo que tem solidez econômica, já que conseguiu atravessar os piores momentos da crise mundial sem os mesmos abalos profundos de países da região e dos países centrais desenvolvidos. Mais do que isso: promoveu esta estabilidade baseado num modelo econômico mais justo, colocando no mercado milhões de pessoas que eram marginalizadas do acesso a serviços e bens de consumo. Em outras palavras: melhorou a renda dos mais pobres sem qualquer violência institucional.

Também provou a maturidade de sua democracia, com respeito aos processos políticos, superando o casuísmo que marcava o país até a década de 90. Todos os “contratos” políticos foram obedecidos. A estabilidade e as políticas de Estado constituem a marca deste novo Brasil.

A promoção das mudanças com respeito à democracia, à Constituição e à Independência dos Poderes, levou o Brasil a um novo patamar: ao dos países que têm maturidade institucional.

Em resumo, o Brasil vive um novo momento, inédito em sua história. E tem tudo para consolidar este novo momento com um megaevento, capaz de amalgamar esta nova imagem para o Mundo.

#### 1.6. **Dinamizar o Turismo**

Os cálculos mais conservadores estimam que 500 mil pessoas virão à Copa do Mundo no Brasil, em 2014. Em um mês, teremos, no mínimo, 10% dos clientes de um ano viajando pelas 12 cidades que sediarão os jogos.

O Ministério do Turismo tem uma agenda que visa preparar o país para este grande momento. Serão realizados grandes investimentos em obras de infra-estrutura e capacitação. Estes programas ocorrerão em 65 destinos, considerados indutores do Turismo Brasileiro.

Estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas a pedido do Ministério do Turismo, estipulam um conjunto de programas para elevar a qualidade do receptivo turístico, meios de hospedagem e mobilidade a padrões internacionais em todo este conjunto de destinos indutores.

Além de infra-estrutura e qualificação, o outro braço da agenda é a promoção, e aqui entram um conjunto de ações de responsabilidade da Embratur, que tem como papel institucional planejar, criar e executar programas de gestão da imagem turística do Brasil no exterior.

Por tudo o que foi exposto aqui, a Copa do Mundo é uma oportunidade extraordinária para o Brasil. Seja pela mera existência de uma agenda, que alinha um conjunto de

programas e viabiliza sua execução, seja pelos negócios gerados durante a Copa, seja pelo imenso potencial no que diz respeito à imagem turística do Brasil no exterior.

### 1.7. **Lidando com o Desconhecimento**

O conjunto de pesquisas da Embratur, sua ação por meio dos escritórios de promoção e o histórico das operações de monitoramento da imagem do Brasil permitem constatar que o maior problema de imagem do Turismo Brasileiro no exterior ainda é o desconhecimento.

O Brasil disputa o mercado de longa distância, composto por aqueles clientes que se dispõem a viajar mais do que duas horas de avião. A distância dos maiores mercados emissores do mundo, o fato de não ser um *hub* importante na aviação mundial situa o Brasil entre os destinos que recebem algo em torno de 5 milhões de turistas/ano.

Nos últimos anos a Embratur trabalhou duro para elevar estes números e o Brasil chegou a este “teto”. A Copa significa a possibilidade de romper estes números e chegar a números históricos.

Também pode trazer novos clientes. Uma parcela destes novos clientes pode ser alvo de programas de fidelização e podem retornar ao Brasil.

Por último, e o mais estratégico dos objetivos, é possível combater o desconhecimento e fazer a Copa de 2014 “render”. O Brasil não precisa esperar a realização da Copa para realizar um trabalho pró-ativo – e não apenas reativo.

É importante ressaltar que a realização da Copa do Mundo tem várias faces – a esportiva, a infra-estrutura para o evento, a infra-estrutura pública, a promoção em diversas frentes. O foco deste documento é apenas a promoção da imagem turística do Brasil, que tem sido, como demonstrado nos exemplos acima, uma das principais heranças trazidas para o país sede.

## 1.8. Os Momentos e as Ferramentas Necessárias

O planejamento de ações deve obedecer a um calendário composto de três momentos:

### *Pré-Evento*

A fase pré-evento começa imediatamente. Antes mesmo de a FIFA autorizar as ações públicas, é necessário fazer o planejamento destas ações. Para citar um exemplo: a Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, pode ser usada como o momento 0 da Copa 2014. Para que a Embratur realize ações marcantes em julho de 2010 na África do Sul, é necessário iniciar o planejamento agora, no final de 2009.

A fase pré-evento engloba:

- Pressupostos: definição de verba e contratações de serviços;
- Construção do Plano de Comunicação Turismo Brasil 2014;
- Planejamento das ações;
- Criação das ações;
- Execução das ações no período compreendido entre julho de 2010 até o início de 2014.

## 1.9. **Evento**

O momento do evento é o período de realização da Copa do Mundo, em junho de 2014. Nesta fase, a maioria das ações já terão sido realizadas. Mas este período é estratégico e delicado para a gestão da imagem, pelo fato de surgirem oportunidades e possíveis situações de crise. Neste momento teremos a necessidade de muita agilidade em ações de caráter mais tático, sempre pautadas pelos acontecimentos do evento em si.

A fase Evento engloba:

- Gestão da imagem, com crises/oportunidades;
- Anúncios publicitários de oportunidade;
- Campanhas em formato “teaser”;
- Gestão de Manuais de crise;
- Disseminação de boas práticas em comunicação para a indústria do turismo, governos locais e regionais, e organizações do terceiro setor.

### 1.10. **Pós-Evento**

O Pós-evento começa no fim do último jogo para cada Seleção, especialmente aquelas que integram mercados prioritários para a Embratur.

Integram esta fase todas as ações de administração de “rescaldo” e a gestão das oportunidades de imagem geradas pelo evento.

A Fase Pós-Evento engloba

- Avaliação de todo o programa;
- Levantamento de oportunidades geradas e necessidade de acompanhamento pelos meios permanentes da Embratur;
- Levantamento das crises e a necessidade de acompanhamento pelos meios ordinários da Embratur;
- Avaliação da necessidade de contratar outros serviços.

## 2. **OBJETO**

- 2.1. Constitui objeto do presente projeto a contratação de 4 (quatro) empresas prestadoras de serviços de consultoria e execução de relações públicas e assessoria de imprensa, para divulgar o Brasil no exterior enquanto destino

turístico.

2.2. Os serviços constantes do Projeto Básico deste Edital realizados nos mercados internacionais serão executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Diretoria de Marketing da Embratur.

2.3. Os serviços realizados no mercado nacional será realizado sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria de Comunicação da Presidência da Embratur.

2.4. O objeto será dividido em 4 (quatro) lotes, a saber:

2.4.1. LOTE 1 – Europa (Exceto Portugal e Espanha)

2.4.2. LOTE 2 – Portugal, Espanha e América Latina

2.4.3. LOTE 3 – América do Norte, Ásia, África e Oceania

2.4.4. LOTE 4 – Institucional

### **3. DA FINALIDADE**

3.1. A contratação de empresa especializada em serviços de comunicação tem por finalidade suprir a Embratur com serviços e produtos capazes de conceber ações e executar as políticas e prioridades estabelecidas em seu planejamento estratégico.

### **4. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO**

4.1.1. O sucesso do trabalho desenvolvido pela Diretoria de Marketing da Embratur na área de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa, com apoio das duas agências de comunicação contratadas na última licitação, motivaram o incremento da verba destinada a esses trabalhos, bem como o aumento do número de empresas. Além das ações realizadas atualmente, a Embratur identificou a necessidade de complementar de forma integrada as ações desenvolvidas pela sua área de Marketing pelos seguintes motivos:

4.1.1.1. A Copa do Mundo é um megaevento que abre oportunidades inéditas para o Turismo Brasileiro. No entanto, estes desafios específicos não constam da rotina institucional ou dos programas de trabalho normais desta Diretoria de Marketing.

4.1.1.2. Desafios extraordinários exigem soluções extraordinárias. É difícil imaginar que o turismo brasileiro tenha outra oportunidade de afirmação de sua imagem internacional como a agenda estabelecida pela Copa de 2014.

4.1.1.3. Aproveitar as oportunidades e colher os frutos deste megaevento exige um planejamento estratégico com foco nas possíveis ações ligadas ao evento.

4.1.1.4. A Diretoria de Marketing e toda a estrutura de apoio contratada encontra-se assoberbada pelas intensas e permanentes demandas da gestão da imagem do Turismo brasileiro no exterior e por isso requerer apoio logístico e operacional à sua capacidade de trabalho, o que reforça a necessidade da contratação dos serviços ora requeridos;

4.1.1.5. Estudos de *benchmarking* realizados pela Diretoria de Marketing da Embratur em países que foram sede recente da Copa do

Mundo, como é o caso da Alemanha, constataram que Relações Públicas e Assessoria de Imprensa foram os instrumentos de comunicação mais eficazes para o trabalho de consolidação e posicionamento de imagem do país antes, durante e após a realização do megaevento.

## **5. DETALHAMENTO DO OBJETO**

5.1. O objeto da licitação compreende:

5.1.1. Análise, planejamento, criação, coordenação, execução e avaliação de ações de comunicação para a Embratur com públicos estratégicos do Brasil no exterior, para divulgação e posicionamento do Brasil enquanto destino turístico, a partir da proposição de ações de curto, médio e longo prazos;

5.1.2. Avaliação, acompanhamento e divulgação dos programas e ações do Plano Aquarela 2020 – Marketing Turístico Internacional do Brasil, identificando impacto sobre públicos-alvos, propondo correção de rumo no processo de comunicação, quando necessário;

5.1.2.1. O Programa poderá ser acessado pelo link:  
<http://www.brasilnetwork.tur.br/brnetwork/opencms/bn/arquivos/downArquivos/PlanoAquarela2020.pdf>

5.1.3. Planejamento, divulgação e assessoramento de comunicação em eventos ou encontros nacionais e internacionais, bem como promoção de projetos de interesse do órgão junto aos diversos públicos de interesse;

5.1.4. Assessoramento na contratação de pesquisas de opinião pública para

avaliação de imagem e impacto dos programas de promoção da Embratur, bem como análise para potenciais correção de rumo no processo de comunicação;

5.1.5. Assessoramento e realização de serviços de editoração para trabalhos específicos da Assessoria de Comunicação, tais como jornais, folders, informativos, periódicos, entre outros;

5.1.6. Assessoramento e apoio na contratação de outros serviços necessários para a execução de ações de comunicação, devidamente justificados e diretamente relacionados ao objeto deste contrato.

5.2. Constitui objeto da licitação, ainda, as operações de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa descritas abaixo:

- Planejamento, execução e avaliação de programas específicos de Relações Públicas e Comunicação Institucional para a Embratur;
- Planejamento e execução para desenvolvimento de auditoria de imagem para captar as percepções de profissionais da mídia, e formadores de opinião sobre a imagem do Brasil no mundo dos negócios;
- Planejamento, coordenação, execução de ações de comunicação com profissionais da imprensa nacional e estrangeira, formadores de opinião e outros públicos estratégicos.
- Organização, planejamento, acompanhamento e avaliação de viagens com jornalistas internacionais (*press trips*), objetivando conquistar o maior número possível de matérias espontâneas sobre os destinos turísticos brasileiros a partir da experiência vivida presencialmente;
- Treinamento dos porta-vozes da Embratur para concessão de entrevistas junto à imprensa geral e especializa em segmentos específicos;
- Redação de conteúdo preparatório para os porta-vozes concederem entrevistas para a imprensa em eventos específicos (Elaboração de mensagens-chave,

pontos de fala, peculiaridades da imprensa a ser trabalhada, manual de perguntas e respostas, entre outros);

- No relacionamento com a imprensa, trade ou outros públicos de interesse da Embratur, elaborar estratégias que assegurem a disseminação das mensagens-chave de forma natural, permitindo um reforço na comunicação que atingirá a opinião pública;

- Elaboração de Plano de Prevenção e Gerenciamento de Crises, com o intuito de preparar a Embratur para enfrentar situações adversas com a divulgação de notícias negativas acerca da Copa do Mundo de 2014 e das grandes ações que a Embratur promove ou participa;

- Produção de mapa de temas sensíveis (oportunidades e riscos) para o Brasil enquanto destino turístico na esfera internacional;

- Estruturação de equipe fotográfica para registro dos eventos solicitados pela Embratur, para divulgação e utilização posterior.

- Criação, planejamento, execução e avaliação de Programa de Visitas a Embaixadas e Consulados para apresentar as ações da EMBRATUR;

- Planejamento e divulgação das ações previstas no calendário de eventos estabelecido pela Diretoria de Produtos e Destinos da Embratur.

- Definição de fluxo de informações dentro do organograma da Embratur.

- Criação de mecanismos para estimular os veículos de comunicação do exterior a publicarem e/ou veicularem informações sobre a Embratur e os produtos turísticos brasileiros;

- Redação e distribuição de conteúdo jornalístico e distribuição às editorias específicas (press release, press kit, notas, sugestões de pauta, artigos assinados, informativos, revistas, jornais, relatórios, hot sites, blogs, entre outros);

- Articulação, agendamento e acompanhamento de entrevistas com jornalistas da imprensa nacional e internacional;

- Sugerir, viabilizar, planejar, executar e avaliar os formatos mais eficazes de relacionamento com a imprensa para cada assunto a ser abordado (entrevistas exclusivas, entrevistas coletivas, encontros de relacionamento, entre outros)

- Planejamento, coordenação, execução e avaliação de ações de Relações Públicas Digitais, (ou Relações Públicas 2.0) que auxiliem o relacionamento da

Embratur com jornalistas nacionais e internacionais por meio da Internet e demais canais de comunicação interativa.

- Clipagem impressa e eletrônica de notícias sobre a Embratur e assuntos que tenham relevância para o segmento turístico brasileiro, publicadas e/ou veiculadas nos órgãos de imprensa no exterior;
- Elaboração de relatórios sobre a repercussão da imagem do Brasil enquanto destino turístico na imprensa internacional;
- Produção de mapa de fontes que identifique perfil, alcance e posicionamento dos públicos que geram informações sobre os produtos turísticos brasileiros;
- Produção de mailing especializado sobre a mídia (blogs, portais, jornais, revistas, agências internacionais, correspondentes internacionais, emissoras de TV e Rádio) indicando perfil editorial, público e características básicas, além da identificação atualizada de quem é quem nas redações;
- Produção, divulgação e manutenção atualizada de um banco de sugestões de pautas para a imprensa estrangeira;
- Tradução de textos de documentos do Governo brasileiro ou fornecimento de intérpretes para coletivas de imprensa de autoridades brasileiras no exterior;
- Elaboração de publicações (newsletters impressas e eletrônicas) para jornalistas internacionais;
- Redação, edição e revisão de position-papers a respeito de temas estratégicos para a Embratur.

## **PÚBLICOS DE INTERESSE NO BRASIL E EXTERIOR**

- Imprensa
- Embaixadas Brasileiras
- Associações internacionais ligadas ao Turismo
- Entidades de classe ligadas ao Turismo
- Empresas ligadas ao segmento de Turismo
- Formadores de opinião

**JUSTIFICATIVA:** Os serviços que constituem o objeto da licitação são atividades característica de empresas que, no Brasil, são chamadas de Agências de Comunicação Corporativa, cuja finalidade precípua é atender as necessidades de assessoria de imprensa e relações públicas de seus clientes, objetivando, no caso específico da Embratur, estimular os meios de comunicação para que divulguem produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros sem o efetivo pagamento do espaço editorial.

É prática comum no mercado de comunicação corporativa que as ferramentas utilizadas sejam planejadas e executadas pela mesma empresa, já que constituem projetos de começo, meio e fim. Entende-se por “ferramentas” o rol de serviços elencados no item 5.1. Daí a razão de não se contratar individualmente cada serviço, pois a inter-relação dos serviços é a base da eficiência exigida pela Embratur.

## **6. DO LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS E DESPESAS DE DESLOCAMENTO**

6.1. Os serviços serão prestados na sede da Proponente Adjudicatária ou de suas parceiras internacionais.

6.1.1. A Proponente Adjudicatária deverá manter uma estrutura de atendimento e coordenação da conta da Embratur em Brasília-DF.

**JUSTIFICATIVA:** Para que se alcance a eficiência na execução do contrato, faz-se necessário uma proximidade entre a coordenação e o atendimento das empresas adjudicatárias, responsáveis pela conta, e a equipe da Diretoria de Marketing e seu público interno.

A experiência vivenciada pela Diretoria de Marketing, na gestão dos atuais contratos, confirmam a necessidade de a agência manter uma estrutura de atendimento diário, em Brasília, sobretudo em função da grande demanda de briefing, rebriefings,

apresentação e defesa de projetos técnicos, atuação imediata e efetiva nos casos de crises de imagem e aprovações de projetos.

6.2. Para viabilizar a execução dos serviços, poderá, eventualmente, ocorrer necessidade de deslocamento de funcionários da Proponente Adjudicatária, ou seja, viagem a serviço no exclusivo interesse da EMBRATUR. Nessa hipótese, a Proponente Adjudicatária proverá os meios de deslocamento, bem como adiantará a (s) diária (s) aos seus funcionários, conforme estabelecido no Contrato.

**JUSTIFICATIVA:** O acompanhamento de porta-vozes da Embratur em eventos e atividades de promoção do turismo brasileiro no exterior é intrínseca à atividade a ser desenvolvida pelos profissionais das contratadas.

Por que há a necessidade de deslocamento de viagem durante eventos fora do Brasil?

O deslocamento de viagem se justifica diante da necessidade de acompanhar o porta-voz durante todo o processo das ações de comunicação e relacionamento no exterior. A presença de uma assessoria direta permite planejar, com segurança, todas as etapas do atendimento às demandas de imprensa e de relacionamento, promovendo o alinhamento do discurso e a definição de argumentos à luz de novos fatos - positivos ou críticos - que possam surgir durante a viagem.

A prática de mercado, em todas as ações de comunicação com caráter de deslocamento, tanto na iniciativa privada quanto em organismos públicos, requer a figura do acompanhamento técnico em apoio à atividade central do seu porta-voz. Ainda que o porta-voz seja muito bem treinado para o relacionamento com a imprensa e domine, com plena segurança, toda a argumentação prevista, a *expertise* do trabalho do jornalista e/ou relações públicas colabora para preservar a imagem da instituição e do próprio porta-voz nestes contatos externos.

A atuação do profissional da agência contratada permite alcançar a blindagem e

estruturação de comunicação ideal para o pleno exercício da atividade de relações públicas - garantindo a máxima exposição possível, a partir de agendamentos prévios, com a melhor garantia de uma argumentação sustentada por duas frentes: (1) a preparação e domínio de cenários e dados à luz da vivência diária da instituição no Brasil; (2) o conhecimento específico, por parte da parceira internacional, dos veículos que demandam o encontro de imprensa.

Atividades realizadas durante uma viagem de deslocamento nacional ou internacional

- ✓ Contato prévio com os jornalistas que apresentem interesse em conhecer mais sobre a instituição;
- ✓ Gerenciamento das demandas de imprensa que surjam durante a viagem;
- ✓ Acompanhamento de todas as entrevistas pré-agendadas ou agendadas durante a viagem;
- ✓ Coordenação do trabalho da parceira local;
- ✓ Alinhamento final de discurso do porta-voz à luz das atualizações mais recentes do noticiário;
- ✓ Atuação preventiva para preservar imagem do porta-voz em situações potenciais de crise;
- ✓ Atender as demandas extras de informações dos jornalistas internacionais após as entrevistas;
- ✓ Acompanhar o porta-voz, sempre com a preocupação da preservação da imagem da instituição, em outros eventos de relacionamento ou agenda previamente marcada (seminários, encontros bilaterais, feiras e eventos informais)
- ✓ Atuação pró-ativa para geração de novas demandas (pautas de imprensa) in loco.

Por outro lado, apesar da impossibilidade de quantificar todas as viagens em deslocamento, atendendo a determinação da Procuradoria Federal da Embratur,

estimamos, para fins de composição do preço, 04 (quatro) viagens internacionais por mês para os Lotes 01,02 e 03 e 04 (quatro) viagens nacionais por mês para o Lote 04.

É importante mencionar que toda e qualquer viagem somente será paga após prévia e expressa autorização para sua realização, mediante apresentação de minucioso relatório de comprovação.

Eventuais viagens não orçadas na proposta apresentada na licitação poderão ser objeto de reembolso, pelo valor líquido, sem a incidência de honorário e mediante apresentação de minucioso relatório de comprovação. Sua realização, da mesma forma, dependerá de prévia e expressa autorização do gestor do contrato.

6.2.1. As despesas, decorrentes do exposto no subitem acima, serão ressarcidas pela EMBRATUR mediante a apresentação de Planilha que contemplará o custo do transporte e das diárias pagas, conforme valores estabelecidos no Contrato.

6.2.2. Todos os profissionais intitulados Profissionais de Comunicação Máster deverão ter disponibilidade para participação de reuniões, quando convocados pela Embratur.

## **7. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

7.1. Os serviços objeto deste Projeto Básico serão prestados mediante solicitação da EMBRATUR.

7.2. Para garantir a celeridade e a qualidade da prestação dos serviços, a Proponente Adjudicatária disponibilizará equipe técnica responsável pela interlocução com os setores afins da EMBRATUR, em sua sede.

7.3. Os profissionais deverão ter certificados técnicos compatíveis com os serviços, objeto deste Projeto Básico.

7.4. Os serviços deverão ser contratados por meio de licitação pública, do tipo “técnica e preço” que serão executados de forma continuada por se tratar de atividades imprescindíveis à consecução dos objetivos estabelecidos pela Embratur em seu planejamento estratégico.

7.5. A EMBRATUR poderá solicitar da Proponente Adjudicatária a prestação dos serviços aos sábados, domingos e feriados, inclusive, para atender a realização de programas institucionais.

## **8. DOS RECURSOS LOGÍSTICOS PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

8.1. Todos os recursos logísticos necessários ao perfeito atendimento dos serviços a serem demandados correrão por conta da Proponente Adjudicatária.

## **9. CONDIÇÕES PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

9.1 Será de responsabilidade da contratada fornecer toda a infra-estrutura necessária de equipamentos e suprimentos, de forma a garantir a perfeita execução dos serviços objeto deste Projeto Básico.

9.2 Para garantir a celeridade e a qualidade da prestação dos serviços, a contratada deverá manter à disposição da Embratur, no Brasil e no exterior, equipe técnica mínima que obrigatoriamente cumprirá as exigências de formação básica e experiência profissional comprovada, de acordo com o disposto neste Projeto Básico.

9.3 A contratada poderá, de acordo com suas necessidades, substituir profissionais da equipe, desde que os novos profissionais também possuam os requisitos definidos neste Projeto Básico.

9.4 Para todos os fins será considerada, no Brasil, a jornada de trabalho legal para as categorias envolvidas. Por necessidade de serviço e devidamente comunicada, a jornada de trabalho poderá ser alterada, levando em consideração o interesse da Embratur e a legislação em vigor.

9.5 A contratada deverá manter suporte administrativo inerente às atividades a serem executadas, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a Embratur.

9.6 O especificado no subitem **9.5** também diz respeito a:

- Gerenciamento de Contrato;
- Gerenciamento de pessoal local e remotamente;
- Controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais;
- Treinamento e capacitação de pessoal local e remotamente;
- Gerenciamento de contingência na manutenção da execução ininterrupta dos serviços;
- Gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela contratada para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na Embratur para manter o sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais;
- Gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o seu repasse em caso de substituição.

## **10. DA PROPOSTA DE PREÇO**

10.1. Para fins de formulação de Proposta de Preços, a Proponente deverá considerar:

10.1.1. Para os **Serviços**, cotar o valor por hora/homem trabalhado, levando-se em consideração a moeda e o valor de mercado da sede de cada país inserido no lote, conforme dados e informações que constam da planilha orçamentária (Anexo IV);

10.1.2. Para os **deslocamentos**, cotar os valores de diárias na moeda local de cada país e as passagens aéreas em Real (R\$), conforme estabelecido no Anexo IV.

10.1.3. Para fins de contratação será considerado o menor valor proposto dentre as vencedoras dos 04 (quatro) lotes.

10.1.4. Para as **subcontratações**, cotar o percentual de remuneração a incidir sobre os serviços prestados por terceiros, na forma do Anexo IV.

10.1.5. Para fins de contratação será considerado o menor percentual proposto dentre as proponentes vencedoras dos 04 (quatro) lotes.

10.1.5.1. A apresentação de proposta implicará aceitação expressa da proponente com as condições da cláusula 10.1.4 acima.

10.2. **Será desclassificada a empresa que não apresentar todos os preços indicados no item 10.1 deste Projeto Básico.**

10.3. A Proponente Adjudicatária deverá manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de qualidade, sem nenhum custo adicional para a EMBRATUR.

10.3.1.O especificado no subitem acima diz respeito a:

10.3.1.1. Gerenciamento de pessoal local e remotamente;

10.3.1.2. Controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais alocados para execução dos serviços;

10.3.1.3. Gerenciamento de contingência na manutenção da execução ininterrupta dos serviços;

10.3.1.4. Gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela proponente adjudicatária para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na EMBRATUR para manter o sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais; e,

10.3.1.5. Gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o repasse do mesmo em caso de substituição ou ao final do contrato.

10.3.1.6. Gerenciamento e acompanhamento dos serviços subcontratados, com total responsabilidade pela qualidade e execução dos mesmos.

10.4. No valor proposto deverão estar contemplados todas e quaisquer despesas a permitir a identificação de todos os custos envolvidos na execução do serviço, tais como: tributos, custos com estrutura administrativa, encargos e demais despesas que venham a incidir, direta ou indiretamente na prestação de serviços objeto dessa licitação, quaisquer despesas com mão-de-obra (com base no salário e em outros direitos fixados para cada categoria por meio de acordo ou convenção coletiva de trabalho, sentença normativa ou outra forma prevista em lei), material - inclusive de consumo -, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, inclusive equipamentos (hardware), programas (software) e lucro visando o perfeito cumprimento do objeto deste Edital e projeto básico.

10.5. Na PROPOSTA DE PREÇOS, a proponente deverá indicar a Razão Social,

CNPJ/MF, nome do Banco, Agência, localidade e o número da conta corrente da Proponente, para a qual deverá ser emitida a Ordem Bancária.

- 10.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto ou reservado, que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as empresas proponentes.
- 10.7. Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, inclusive financiamentos subsidiados ou a fundo perdido, nem preço ou vantagens baseadas nas ofertas das demais Proponentes.
- 10.8. Serão desclassificadas as empresas que ofertarem preços irrisórios, manifestamente inexeqüíveis, ou incompatíveis com os valores de mercado.
- 10.8.1. Não será admitida Proposta de Preços que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero ou que venham a ser consideradas inexeqüíveis.
- 10.8.2. Serão consideradas em presunção relativa de inexequibilidade as propostas que não atinjam 70% do valor orçado pela administração ou o mesmo percentual em relação à média aritmética das propostas que atingirem valores acima de 50% do valor orçado pela Administração, o que for menor.
- 10.8.2.1. A análise de inexequibilidade levará em conta tantos os valores globais, como os valores unitários de cada item cotado (hora homem, diária, passagens e percentual sobre serviços de terceiros.)
- 10.8.2.2. As propostas que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de informações adicionais ou em processo de diligência promovido pela CEL serão desclassificadas por inexequibilidade.
- 10.8.2.3. As propostas em presunção de inexequibilidade que vierem a ser aceitas pela CEL deverão, todavia, ser objeto de garantia adicional, nos termos, pressupostos e valores do §2º do art. 48 da Lei 8.666/93.

10.9. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da proponente e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto similar.

10.10. Nas hipóteses de subcontratação de terceiros, relacionadas no item 12.1.7 deste Projeto Básico, em nome da Embratur, fará jus a Proponente Adjudicatária a honorários a serem fixados em proposta, incidentes sobre o valor cobrado pelo terceiro, decorrente de sua efetiva atuação e responsabilidade pela qualidade e fiscalização do serviço subcontratado.

## **11. DA PREVISÃO DE DESLOCAMENTOS (viagens e diárias)**

11.1. Os deslocamentos previstos para a execução do futuro contrato a ser firmado são os seguintes:

### **LOTES 01,02 e 03**

04 (QUATRO) viagens internacionais e 01 (uma) viagem nacional por mês;

#### **JUSTIFICATIVA:**

A estimativa mensal do número de viagens foi feita com base na agenda comercial internacional da Embratur disponível no portal [www.brasilnetwork.tur.br](http://www.brasilnetwork.tur.br). Para chegar ao número final, foi considerada a série histórica de viagens.

Os deslocamentos previstos são necessários para assessorar os Porta Vozes da Embratur em eventos da agenda comercial nos mercados prioritários, definidos pelo Plano Aquarela, como seminários, feiras, media tours, coletivas de imprensa e outros projetos que acontecem no exterior.

Em casos específicos, há necessidade de deslocamento para ações que envolvam a área de Relações Públicas da Embratur como reuniões de briefing, alinhamento de mensagens chave e outras demandas.

Deslocamentos nacionais são necessários para acompanhar e assessorar os Porta Vozes da Embratur em eventos que exigem articulação com correspondentes estrangeiros sediados no Brasil.

Eventuais viagens não orçadas na proposta apresentada na licitação poderão ser objeto de reembolso, pelo valor líquido, sem a incidência de honorário e mediante apresentação de minucioso relatório de comprovação. Sua realização, da mesma forma, dependerá de prévia e expressa autorização do gestor do contrato

#### **LOTE 04**

05 (CINCO) viagens nacionais e 01 (uma) internacional por mês.

#### **JUSTIFICATIVA**

A estimativa mensal do número de viagens foi feita com base na agenda comercial nacional da Embratur disponível no portal [www.brasilnetwork.tur.br](http://www.brasilnetwork.tur.br). Para chegar ao número final, foi considerada a série histórica de viagens.

Os deslocamentos previstos são necessários para articular o relacionamento dos porta vozes com veículos nacionais de público final e trade de turismo nos eventos realizados no Brasil. Todo o trabalho é feito de forma exclusivamente institucional pela Embratur.

Viagens internacionais são necessárias para assessorar os porta vozes no

relacionamento com veículos nacionais de público final e trade de turismo nos eventos realizados fora do Brasil.

## 12. DOS PREÇOS MÁXIMOS A SEREM CONTRATADOS

Os valores máximos a serem contratados pela EMBRATUR estão apontados no APÊNDICE 1 do ANEXO I.

## 13. DA EQUIPE MÍNIMA DEDICADA

11.1 A contratada deverá, obrigatoriamente, manter 01 (um) atendimento e 01 (um) planejamento, além da estrutura administrativa que deve estar disponível para o cumprimento e execução dos serviços objeto deste Projeto Básico.

11.2 Os perfis com dedicação exclusiva para atendimento de cada LOTE serão divididos da seguinte forma:

### LOTE 1 – Países com equipe mínima: Alemanha, França, Itália e Reino Unido

Perfil Profissional	Experiência	Quantidade
Profissional de Comunicação Máster	10 anos	01
Profissional de Comunicação Sênior	08 anos	01

### LOTE 2 - Países com equipe mínima: Argentina, Chile, Espanha, Portugal e Peru

Perfil Profissional	Experiência	Quantidade
---------------------	-------------	------------

Profissional de Comunicação Máster	10 anos	01
Profissional de Comunicação Sênior	08 anos	01

**LOTE 3 - País com equipe mínima: Estados Unidos**

<b>Perfil Profissional</b>	<b>Experiência</b>	<b>Quantidade</b>
Profissional de Comunicação Máster	10 anos	01
Profissional de Comunicação Sênior	08 anos	01

**LOTE 4 - Agência no Brasil**

<b>Perfil Profissional</b>	<b>Experiência</b>	<b>Quantidade</b>
Profissional de Comunicação Máster	10 anos	01
Profissional de Comunicação Sênior	08 anos	01
Profissional de Comunicação Pleno	05 anos	01
Profissional Júnior	02 anos	01

Os demais países de cada lote serão orçados e demandados de acordo com a necessidade da EMBRATUR.

**14. COMPETÊNCIA, CAPACIDADE E EXPERIÊNCIA:**

14.1.1.PARA OS LOTES 01, 02 E 03:

- a) **Profissional de Comunicação Máster:** responsável pela centralização e articulação das atividades de forma global, deverá ser formado em Comunicação

Social, com habilitação em relações públicas, jornalismo ou cursos de graduação equivalentes nos respectivos mercados e obrigatoriamente ter pelo menos 10 (dez) anos de atuação comprovada nas áreas de relações públicas, assessoria de imprensa ou turismo. Com perfil gerencial e estratégico, deve possuir habilidades em supervisão, coordenação e execução de equipes em ações de comunicação em grau de maior complexidade. Atuação profissional no exterior.

**b) Profissional de Comunicação Sênior:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em relações públicas, jornalismo ou cursos de graduação equivalentes nos respectivos mercados e obrigatoriamente ter pelo menos 08 (oito) anos de atuação comprovada na área, com passagem por empresas de Relações Públicas ou Assessoria de Imprensa. Com perfil para execução de atividades de supervisão, coordenação, redação, planejamento, treinamentos e execução de ações de comunicação integrada em grau de maior complexidade.

**c) Profissional de Comunicação Pleno:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em relações públicas, jornalismo ou cursos de graduação equivalentes nos respectivos mercados e obrigatoriamente ter pelo menos 05 (cinco) anos de atuação comprovada na área. Com perfil para execução de atividades de supervisão, coordenação e execução, em grau de maior complexidade, de trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa e relacionamento com o cliente.

**d) Profissional Júnior:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em qualquer área de atuação, turismo ou administração. Ter obrigatoriamente 02 (dois) anos de atuação comprovada na área, com passagem por empresas de comunicação ou turismo. Com perfil para execução de atividades administrativas e de atendimento ao cliente.

**e) Repórter Fotográfico:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social. Ter obrigatoriamente 05 (cinco) anos de atuação comprovada na área de

fotojornalismo e/ou eventos. Habilidade com banco de imagens, produção de fotos e arquivo de imagens.

f) **Repórter Cinematográfico:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social. Ter obrigatoriamente 05 (cinco) anos de atuação comprovada na área de produção de imagem jornalística, publicitária e/ou eventos. Habilidade em edição de imagens, banco e arquivo de vídeos.

g) **Tradutor:** o profissional deverá ser formado em letras com habilitação no idioma considerado. Ter obrigatoriamente 05 (cinco) anos de experiência em tradução ou ser nativo do país em que se é falado o idioma a ser traduzido. Possuir atuação comprovada em tradução de textos jornalísticos e profundo conhecimento da cultura e civilização dos países considerados.

#### 14.1.2.SOMENTE PARA O LOTE 04:

a) **Profissional de Comunicação Master:** responsável pela centralização e articulação das atividades de forma global, deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em relações públicas ou jornalismo, e obrigatoriamente ter pelo menos 10 (dez) anos de atuação comprovada nas áreas de relações públicas, assessoria de imprensa de atuação internacional ou turismo. Com perfil gerencial e estratégico, deve possuir habilidades em supervisão, coordenação e execução de equipes em ações de comunicação em grau de maior complexidade.

b) **Profissional de Comunicação Sênior:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em relações públicas ou jornalismo e obrigatoriamente ter pelo menos 08 (oito) anos de atuação comprovada na área, com passagem por empresas de Relações Públicas ou Assessoria de Imprensa de atuação internacional. Com perfil para execução de atividades de supervisão, coordenação, redação, planejamento, treinamentos e execução de ações de comunicação integrada em grau de maior complexidade;

c) **Profissional de Comunicação Pleno:** o profissional deverá ser formado em Comunicação Social, com habilitação em relações públicas ou jornalismo e obrigatoriamente ter pelo menos 05 (cinco) anos de atuação comprovada na área. Com perfil para execução de atividades de supervisão, coordenação e execução, em grau de maior complexidade, de trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa e relacionamento com o cliente.

a) **Profissional Júnior:** o profissional deverá preferencialmente ser formado em Comunicação Social, com habilitação em qualquer área de atuação, turismo ou administração. Ter obrigatoriamente 02(dois) anos de atuação comprovada na área, com passagem com empresas de comunicação ou turismo. Com perfil para execução de atividades administrativas e de atendimento ao cliente.

**JUSTIFICATIVA:** O aprendizado colhido na execução dos atuais contratos confirma que os perfis profissionais e as exigências mínimas de formação e experiência são requisitos essenciais à boa prestação dos serviços.

A profissão exigida para o exercício da função encontra-se prevista no CBO, do MTE, a saber: Jornalista (2611-25); Relações Públicas (2531-05), Repórter Fotográfico (2618-20) e Repórter Cinematográfico (2611-35).

A diferenciação entre Master, Sênior, Pleno e Júnior diz respeito, tão somente, à formação e à experiência profissional.

#### 12.1.3 Competências comuns (Profissionais de Comunicação Máster, Pleno e Sênior):

- Habilidade para elaboração de conteúdo jornalístico;
- Habilidade para se relacionar harmoniosamente com os públicos-alvo a serem trabalhados;
- Fluência em inglês ou espanhol, de acordo com o Lote a ser trabalhado;

- Disponibilidade para viagens nacionais e internacionais;
- Comprovação de experiência no respectivo mercado de atuação.

#### 12.1.4 Descrição das atividades conjuntas:

- Elaborar pesquisas e sondagens de opinião junto a públicos específicos para levantamento de dados e informações sobre assuntos relevantes para a Embratur inerentes à atividade circunscrita no objeto;
- Organizar métodos e processos de trabalho relacionados com as técnicas de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa;
- Planejar, elaborar e executar programas de comunicação, em todos os seus aspectos, abrangendo o estudo da opinião pública, diagnóstico e as terapêuticas do aconselhamento;
- Supervisionar e atualizar os canais de divulgação da Embratur para a imprensa no mercado nacional e internacional;
- Promover relacionamento com jornalistas da imprensa nacional e internacional, de acordo com as temáticas a serem divulgadas;
- Supervisionar a realização de estudos visando ao aperfeiçoamento da técnica de noticiários e informações;
- Supervisionar estudos sobre sistemas de comunicação, visando à melhora dos existentes;
- Selecionar os veículos de divulgação adequados a cada mensagem, considerados os assuntos, a área geográfica e os públicos de interesse;
- Elaborar conteúdo jornalístico a serem distribuídos para a imprensa nacional e estrangeira ou colados à disposição dos meios de comunicação, incluindo textos, imagens e vídeos sobre os produtos turísticos brasileiros;
- Informar a Embratur sobre assuntos de interesse para o Brasil enquanto destino turístico, tendências e motivações da opinião pública no mercado nacional e internacional;
- Planejar, supervisionar, coordenar, executar e avaliar, em grau de maior dificuldade, as atividades da área de sua especialidade;

- Assessorar os porta-vozes da Embratur em matéria de sua especialidade;
- Planejar, coordenar, acompanhar e avaliar as viagens realizadas com jornalistas estrangeiros (*press trips*), para fins de experimentação e divulgação espontânea dos produtos turísticos brasileiros;
- Emitir parecer sobre assunto de sua competência;
- Fornecer dados estatísticos de suas atividades;
- Apresentar relatórios de atividades e resultados.

12.1.5 Nas hipóteses de subcontratação de terceiros, relacionadas no item 12.1.7, em nome da Embratur, fará jus a Proponente Adjudicatária a honorários a serem fixados em proposta, incidentes sobre o valor cobrado pelo terceiro, decorrente de sua efetiva atuação e responsabilidade pela qualidade e fiscalização do serviço subcontratado.

12.1.6 Não poderão ser subcontratados os serviços de responsabilidade da CONTRATADA e previstos no objeto da licitação referentes a: concepção, criação e planejamento.

12.1.7 Dentre os itens elencados no objeto (item 5.2 do Projeto Básico), são passíveis de subcontratação os seguintes serviços:

- ✓ Realização de viagens com jornalistas internacionais (*press trips*), objetivando conquistar o maior número possível de matérias espontâneas sobre os destinos turísticos brasileiros a partir da experiência vivida presencialmente;
- ✓ Treinamento dos porta-vozes da Embratur para concessão de entrevistas junto à imprensa geral e especializa em segmentos específicos, desde que a responsabilidade pelo treinamento fique a cargo de profissional de notória especialização;

- ✓ Contratação de artistas, atletas ou qualquer personalidade para realização de ações que gerem mídia espontânea;
- ✓ Produção e distribuição às editorias específicas (press release, press kit, notas, sugestões de pauta, artigos assinados, informativos, revistas, jornais, guia, relatórios, hot sites ou blogs);
- ✓ Contratação de produtos e/ou serviços especializado de mailing especializado sobre a mídia (blogs, portais, jornais, revistas, agências internacionais, correspondentes internacionais, emissoras de TV e Rádio) indicando perfil editorial, público e características básicas, além da identificação atualizada de quem é quem nas redações;
- ✓ Fornecimento de intérpretes para coletivas de imprensa de autoridades brasileiras no exterior;
- ✓ Aquisição de produtos e/ou serviços acessórios e necessários à realização do objeto e que não estejam previstos no rol de serviços a serem prestados diretamente pela contratada.

O percentual de honorário devido à licitante adjudicatária será objeto de proposta.

## **15. DA PROPRIEDADE, DA SEGURANÇA E DO SIGILO**

- 15.1. A Proponente Adjudicatária será responsável pela segurança, guarda, manutenção e integridade dos dados, programas e procedimentos físicos de armazenamento e transporte das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços, em conformidade com a legislação vigente.

15.2. Guardar o mais absoluto sigilo em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza a que venham tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.

15.3. Reconhecer, ainda, que como prestadores de serviço por força de um Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da EMBRATUR.

## **16. OBRIGAÇÕES DA PROPONENTE ADJUDICATÁRIA**

16.1. Prestar os serviços por meio de pessoal adequadamente qualificado e capacitado para suas atividades, contratados na forma da Lei, com o grau de escolaridade e a experiência compatível com as atividades a serem exercidas, respeitando às exigências estabelecidas neste Plano Estratégico de Comunicação.

16.2. Cumprir rigorosamente com todas as programações e atividades inerentes ao objeto do futuro Contrato.

16.3. Prestar os serviços de acordo com o especificado no edital sob a coordenação da Diretoria de Marketing (lotes 1, 2 e 3) e da Assessoria de Comunicação da Presidência da Embratur (lote 4), bem como, em caráter excepcional, aos sábados, domingos e feriados, para atender a realização de eventos de marketing.

16.4. Substituir qualquer empregado em caso de ausência legal ou férias, de maneira a não prejudicar o andamento e a boa execução dos serviços.

- 16.5. Levar, imediatamente, ao conhecimento do gestor do contrato, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis, bem como, comunicar por escrito e de forma detalhada, todo tipo de acidente que, eventualmente, venha a ocorrer.
- 16.6. Prover o pessoal necessário para garantir a execução dos serviços, sem interrupção.
- 16.7. Substituir, sempre que exigido pelo gestor do contrato, qualquer empregado cuja atuação, permanência e/ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes, insatisfatórios à disciplina da repartição ou ao interesse do serviço, ou ainda, incompatíveis com o exercício das funções que lhe forem atribuídas.
- 16.8. Responder pelos danos causados à EMBRATUR ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução dos serviços.
- 16.9. Arcar com despesas decorrentes de qualquer infração, desde que praticada por seus empregados durante a execução dos serviços, ainda que nas dependências da EMBRATUR.
- 16.10. Responder pelo cumprimento dos postulados legais vigentes no âmbito federal, estadual ou municipal e do local da prestação dos serviços no exterior.
- 16.11. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, em observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação.
- 16.12. Implantar a supervisão permanente dos serviços, de modo adequado e de forma a obter uma operação correta e eficaz.

- 16.13. Manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a EMBRATUR.
- 16.14. Atender prontamente quaisquer exigências do gestor do contrato, inerentes ao objeto do futuro Contrato.
- 16.15. Fornecer, na forma solicitada pela EMBRATUR, o demonstrativo de utilização dos serviços, objeto do Contrato a ser celebrado.
- 16.16. Comunicar a EMBRATUR, por escrito, qualquer anormalidade de caráter urgente e prestar os esclarecimentos julgados necessários.
- 16.17. Manter, durante toda a execução do futuro Contrato, em compatibilidade com as obrigações a serem assumidas, todas as condições de qualificação, exigidas na respectiva Licitação.
- 16.18. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e obrigações sociais previstos na legislação em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, uma vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com a EMBRATUR.
- 16.19. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que acontecido nas dependências da EMBRATUR.
- 16.20. Renunciar, expressamente, a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, para com a EMBRATUR, haja vista que a inadimplência da Proponente Adjudicatária, com referência aos encargos estabelecidos nas condições anteriores, não transferem a responsabilidade por seu pagamento à EMBRATUR,

nem poderá onerar o objeto do Contrato a ser firmado.

16.21. Obedecer às normas e rotinas da EMBRATUR, em especial as que disserem respeito à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços.

16.22. Guardar o mais absoluto sigilo em relação às informações ou documentos de quaisquer naturezas a que venham tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.

16.23. Reconhecer que, como prestador de serviço, por força de Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da EMBRATUR.

16.24. Custear as despesas de viagens e hospedagens de seus empregados quando em acompanhamento do presidente, diretores e demais servidores da EMBRATUR.

16.25. Custear as despesas de viagem e hospedagem vinculadas à consecução do objeto deste Projeto Básico, conforme os valores fixados em Contrato, quando em viagem a serviço.

## **17. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

17.1. Permitir acesso dos empregados da Proponente às suas dependências para execução dos serviços referentes ao objeto deste edital.

17.2. Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados

pelos empregados da Proponente.

- 17.3. Assegurar-se da boa prestação dos serviços, verificando sempre o seu bom desempenho.
- 17.4. Assegurar-se de que os preços contratados estão compatíveis com aqueles praticados no mercado, pelas demais empresas que executem serviços similares ao objeto deste edital, de forma a garantir que sejam mais vantajosos para a EMBRATUR.
- 17.5. Fiscalizar o cumprimento das obrigações assumidas pela Proponente, inclusive quanto à continuidade da prestação dos serviços que, ressalvados os casos de força maior, justificados e aceitos pelo gestor do contrato, não devem ser interrompidas.
- 17.6. Emitir, por intermédio do gestor do contrato, relatórios sobre os atos referentes à execução do Contrato que vier a ser celebrado, em especial, quanto ao acompanhamento e fiscalização da prestação dos serviços, à exigência de condições estabelecidas e à proposta de aplicação de sanções.
- 17.7. Disponibilizar as instalações e os equipamentos necessários à prestação dos serviços, objeto deste edital.
- 17.8. Acompanhar e fiscalizar o andamento dos serviços, por intermédio do Gestor do Contrato ou por Comissão de Acompanhamento do Contrato.
- 17.9. Especificar e estabelecer diretrizes para aceitação dos serviços executados pela Proponente.
- 17.10. Ressarcir as despesas de viagens e hospedagens, dos empregados da

Proponente, decorrentes das atividades previstas nos itens 14.24 e 14.25.

## **18. DA COMPROVAÇÃO TÉCNICA DA PROPONENTE ADJUDICATÁRIA**

18.1. A Proponente Adjudicatária deverá demonstrar que tem experiência prévia na prestação dos serviços objeto deste Projeto Básico. Para tal, a qualificação técnica será demonstrada pela apresentação de atestado de capacidade técnica para a fase de habilitação, comprovando também em sua Proposta Técnica as informações de serviços de natureza e escopo ao objeto deste Projeto Básico, relacionadas à capacitação e experiência da empresa de comunicação.

## **19. DA AVALIAÇÃO E JULGAMENTO**

19.1. Para efeito de avaliação o critério de julgamento será do tipo técnica e preço, atendidas as especificações do presente Projeto Básico.

## **20. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

20.1. A despesa com o Contrato resultante desta concorrência está estimada em R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais) para os 04(quatro) lotes, pelos primeiros doze meses, e será custeada pelas rubricas: 23 695 1163 8224 0001-PROMOÇÃO MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO EUROPEU; 23 695 1163 8228 0001--PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO NORTE AMERICANO; 23 695 1163 8230 0001-PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO NO MERCADO LATINO AMERICANO; 23 695 1163 8232 0001-PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO EM OUTROS MERCADOS.

20.2. Os valores serão empenhados por mercado e cada lote possui a seguinte estimativa de valores:

20.2.1.**LOTE 1** – R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de reais);

20.2.2.**LOTE 2** – R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais);

20.2.3.**LOTE 3** – R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais);

20.2.4.**LOTE 4** – R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

20.3. Para os exercícios subseqüentes, as respectivas despesas correrão à conta do orçamento específico aprovado por Lei Orçamentária, na mesma ação.

20.4. A EMBRATUR se reserva o direito de não executar a totalidade da verba estimada, bem como poderá ampliar segundo sua conveniência e de acordo com a disponibilidade orçamentária.

## **21. PAGAMENTO, REPACTUAÇÃO E REEQUILÍBRIO ECONOMICO FINANCEIRO**

21.1. Pela perfeita execução dos serviços objeto deste Projeto Edital e obedecidas as demais condições, a EMBRATUR pagará à Contratada, conforme Ordens de Serviço executadas.

21.1.1.Os serviços prestados serão remunerados de acordo com os valores fixados nas respectivas Ordens de Serviço.

21.1.2.Todos os serviços necessários à execução do objeto do Contrato deverão ser discriminados e previamente aprovados pela EMBRATUR, por meio de Ordem de Serviço, que especificará todos os serviços a serem prestados, tomando-se por base os valores fixados na planilha de composição de preço.

21.1.2.1. Os serviços passíveis de subcontratação serão aprovados com base na apresentação de no mínimo 03 (três) orçamentos.

21.1.3.A Contratada poderá solicitar à Contratante a repactuação do preço de execução dos serviços objeto deste Contrato, observado o interregno mínimo de 1 (um) ano, contado a partir da data do orçamento a que a proposta se referir, admitindo-se, como termo inicial, a data do acordo, convenção ou dissídio coletivo de trabalho ou equivalente, vigente à época da apresentação da proposta, quando a maior parcela do custo da contratação for decorrente de mão-de-obra e estiver vinculado às datas-base destes instrumentos.

21.1.4.As repactuações serão precedidas de solicitação da contratada, acompanhada de demonstração analítica da alteração dos custos, por meio de apresentação da planilha de custos e formação de preços, do novo acordo, convenção ou dissídio coletivo que fundamenta a repactuação, dos preços vigentes no mercado, conforme for a variação de custos objeto da repactuação.

21.1.5.A Contratada deverá apresentar planilhas de custos comparativas entre a data da formulação da proposta e do momento do pedido de repactuação, contemplando os custos unitários envolvidos e evidenciando a repercussão do aumento de preços ocorrido nos valores vigentes para cada serviço.

21.1.6.Deverão ser apresentados os documentos comprobatórios do aumento de custo, tais como acordo, convenção, dissídio coletivo de trabalho ou equivalente, notas fiscais e informações de mercado.

21.1.7.A repactuação poderá contemplar todos os componentes de custo que tenham sofrido variação, no período, desde que haja demonstração analítica dessa variação, devidamente comprovada.

21.1.8. Nas repactuações subseqüentes à primeira, a anualidade será contada a partir da data do fato gerador que deu ensejo a última repactuação.

21.1.9. O pedido de repactuação será processado e poderá ser autorizado pela EMBRATUR, após exame dos atos e documentos comprobatórios que o motivaram, observando-se a legislação pertinente.

21.1.10. A repactuação obrigará a Contratada ao reforço de garantia correspondente.

21.2. Os casos de reequilíbrio econômico financeiro do contrato serão realizados nos termos do artigo 65 da Lei 8.666/93, mediante comprovação inequívoca pelo Contratado das condições que motivaram o desequilíbrio em relação ao preço inicial.

21.3. O pagamento à Contratada será feito em até 30 (trinta) dias após o recebimento da nota fiscal de serviços/fatura, por crédito em conta corrente, discriminando os serviços efetivamente executados, acompanhada do atesto de conformidade firmado pelo Gestor do Contrato ou por Comissão de Acompanhamento de Contrato, nomeada para tal fim.

21.3.1. Para execução do pagamento a Contratada deverá fazer constar da nota fiscal de serviços/fatura correspondente – emitida, sem rasura, em letra legível, o nome da EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo, CNPJ nº 33.741.794/0001-01 – o nome do Banco, o número de sua Conta Bancária e a respectiva Agência.

21.3.2. A nota fiscal de serviços/fatura correspondente deverá ser encaminhada, pela Contratada, diretamente ao Gestor do Contrato, que somente atestará o recebimento e liberará a referida nota fiscal de serviços/fatura para pagamento, quando cumpridas todas as condições pactuadas.

21.3.3. Serviços não aprovados ou solicitados e não prestados em conformidade com as especificações das Ordens de Serviço não serão pagos.

21.4. No caso de eventual atraso de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira devido será calculado mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

**EM** = Encargos Moratórios;

**N** = Numero de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

**VP** = Valor da parcela a ser paga;

**I** = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX)}{365} \qquad I = \frac{(6/100)}{365} \qquad I = 0,00016438$$

**TX** = Percentual da Taxa anual = 6%

21.5. A compensação financeira, no caso de atraso considerado, será cobrada mediante emissão de Nota fiscal específica.

21.6. Os documentos apresentados com incorreção, incluídas as notas fiscais/faturas, serão restituídos à Contratada para as correções solicitadas, não respondendo a EMBRATUR por quaisquer encargos resultantes de atrasos na

liquidação dos pagamentos correspondentes.

- 21.7. Qualquer alteração nos dados bancários deverá ser comunicada à EMBRATUR, por meio de Carta assinada por quem tenha poderes de representação da Contratada, com firma reconhecida em cartório, ficando sob inteira responsabilidade da Contratada os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.
- 21.8. O pagamento efetuado pela EMBRATUR não isenta a Contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.
- 21.9. Todo pagamento será feito apenas mediante apresentação da 1ª via da Nota Fiscal, nos termos da jurisprudência do TCU.
- 21.10. O aceite do serviço está previsto no item 19.3 do Projeto Básico como condição essencial ao pagamento. Nesta etapa é verificada a conformidade entre o serviço efetivamente comprovado e o que foi objeto da competente ordem de serviço.

Por outro lado, considerando a natureza eminentemente intelectual e dinâmica do serviço que será prestado, a avaliação da qualidade será realizada semestralmente, levando-se em conta os resultados alcançados no período, seja no gerenciamento de crises de imagem do Brasil no Exterior seja de ações no aproveitamento de oportunidades.

Serão avaliados os seguintes itens:

- a) Planejamento;
- b) Execução de ações;
- c) Eficiência administrativa e qualidade de atendimento.

A prática a ser adotada será semelhante, guardadas as devidas proporções, ao que é feito exitosamente com os contratos de publicidade.

As Solicitações de Serviço contemplarão todos os pré-requisitos de aceitabilidade da prestação de serviço, tais como: prazo de execução, detalhamento da ação, público alvo, mercado de atuação da EMBRATUR e outros critérios inerentes a cada ação.

## **22. DA GARANTIA DOS SERVIÇOS**

22.1. A Contratada, como garantia para execução, fornecerá, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do contrato, o valor correspondente a 2% (dois por cento) do seu valor total, em uma das modalidades descritas no art. 56, §1º, da Lei nº 8666/93.

## **23. DA FORMALIZAÇÃO E VIGÊNCIA**

A vigência do Contrato será de **12 (doze) meses**, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, por iguais e sucessivos períodos, até o limite de **60 (sessenta) meses**.

## **24. DA RESCISÃO**

A EMBRATUR poderá rescindir, a qualquer tempo, o Contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial, assegurados o contraditório, ampla defesa e devido processo legal.

## **25. PENALIDADES**

25.1. Na hipótese das proponentes vencedoras não assinarem o Contrato e, ainda, em caso de inexecução total ou parcial do Contrato, a EMBRATUR poderá, garantida a prévia defesa, aplicar as sanções previstas na legislação específica e no instrumento convocatório.

## **26. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS E CONTRATUAIS**

26.1. O Contrato para execução dos serviços previstos no Edital e projeto básico, Anexo I deste Edital, terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93, mediante celebração do competente Termo Aditivo, até um total de 60 (sessenta) meses.

26.1.1.A prestação dos serviços se dará de acordo com as necessidades da EMBRATUR.

26.1.2.Se quaisquer das proponentes vencedoras não aceitarem as condições de contratações previstas no item 16.4 deste Projeto Básico ou não comparecerem, no prazo de 5 (cinco) dias, após regularmente convocadas, para receber a Nota de Empenho e assinar o Contrato, poderão ser convocadas as proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o Contrato em igual prazo e nas mesmas condições da proponente que declinou da condição de vencedora ou que deixou de assinar o contrato, desde que também observado o item 16.4 deste Projeto Básico.

26.1.3.O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela parte durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

26.1.4.Será aplicada a multa compensatória prevista no subitem **19.2** do edital,

independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93, diante das seguintes ocorrências:

- a)** recusa em constituir a garantia contratual prevista;
- b)** recusa injustificada em assinar o Contrato, no prazo estipulado;
- c)** não-manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

26.1.5.O disposto na alínea b do subitem anterior não se aplica às proponentes convocadas como proponentes remanescentes.

26.1.6. A EMBRATUR poderá rescindir, a qualquer tempo, o Contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial, assegurados o contraditório, ampla defesa e o devido processo legal.

26.1.7. A rescisão do Contrato, de acordo com o que preceituam os arts. 77 a 80 da Lei nº 8.666/93, poderá ser:

- a)** determinada por ato unilateral e escrito da EMBRATUR, nos casos enumerados no art. 78, incisos I a XII e XVII, da Lei nº 8.666/93;
- b)** amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para a EMBRATUR;
- c)** judicial, nos termos da legislação processual.

26.1.8.O Contrato também poderá ser rescindido, independentemente de

interpelação judicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a Contratada:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) quebrar o sigilo profissional;
- c) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenham acesso por força de suas atribuições contratuais;
- d) não prestar garantia suficiente para o cumprimento das obrigações contratuais;
- e) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida no respectivo contrato;
- f) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública.

26.1.9.A rescisão do Contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da EMBRATUR, a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

26.1.10. A Contratada deverá apresentar para a assinatura do contrato uma relação contendo o número e o nome dos profissionais que se enquadrem nos perfis solicitados e que serão colocados à disposição da execução dos serviços indicados no Edital e projeto básico.

26.1.11. A comprovação da escolaridade e da experiência profissional com formação acadêmica e especialização, far-se-á por meio de:

a) currículo dos profissionais, contendo suas qualificações e experiência profissional, discriminando suas áreas de atuação, constando, entre outros dados, o nome das(s) empresa(s) ou instituição(ões) na(s) qual(is) desempenhou a(s) respectiva(s) função(ões);

b) cópia(s) do(s) diploma/certificado(s), ou declaração(ões) ou atestados ou certidão(ões), no que couber.

26.1.12. É facultado à EMBRATUR efetuar diligências para comprovar as informações prestadas, na forma do subitem anterior.

26.1.13. Será da responsabilidade da Contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

26.1.14. Obriga-se também a Contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do Contrato que vier a ser assinado.

26.1.15. A Contratada deverá prestar esclarecimentos, à EMBRATUR, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam, independentemente de solicitação.

26.1.16. A Contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta concorrência, que envolvam o nome da

EMBRATUR, se houver, expressa autorização desta.

26.1.17. É vedado à Contratada utilizar o Contrato resultante da presente concorrência como caução ou como garantia em operações financeiras.

26.1.18. A Contratada se obriga a manter, durante toda a execução do Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta concorrência.

26.1.19. No prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis após solicitação formal da EMBRATUR, a Contratada deverá apresentar correspondência manifestando seu interesse na prorrogação contratual.

27. Integrarão o Contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos e os documentos apresentados pela proponente vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência.

## APÊNDICE 1 – ANEXO I

Abaixo segue relação dos valores máximos a serem contratados pela EMBRATUR, após realização de consulta de mercado.

### HONORÁRIOS DE SUBCONTRATAÇÃO DE TERCEIROS – 11% (Onze por cento)

#### Tabela hora / homem

PAÍS	PROFISSIONAL	HORA/HOMEM MEDIA	DATA BASE DE CONVERSÃO	MOEDA	TAXA CONVERSÃO	CONVERSÃO PARA REA
Alemanha	Profissional de Comunicação Máster	386,60	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 96
	Profissional de Comunicação Sênior	298,85	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 74
	Profissional de Comunicação Pleno	255,19	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 63
	Profissional Júnior	201,14	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 50
	Repórter Fotográfico	208,54	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 51
	Repórter Cinematográfico	286,12	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 71
	Tradutor	186,35	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 46
Bélgica	Profissional de Comunicação Máster	473,33	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.17
	Profissional de Comunicação Sênior	387,84	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 96
	Profissional de Comunicação Pleno	323,71	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 80
	Profissional Júnior	253,03	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 63
	Repórter Fotográfico	374,41	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 93
Dinamarca	Repórter Cinematográfico	420,32	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.04
	Tradutor	216,76	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 53
	Profissional de Comunicação Máster	3.046,87	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 1.02

	Profissional de Comunicação Sênior	2.547,41	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 85
	Profissional de Comunicação Pleno	2.164,51	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 72
	Profissional Júnior	1.526,20	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 51
	Repórter Fotográfico	2.065,11	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 69
	Repórter Cinematográfico	2.182,71	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 73
	Tradutor	1.628,08	07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	R\$ 54
	Profissional de Comunicação Máster	369,66	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 92
	Profissional de Comunicação Sênior	310,14	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 77
	Profissional de Comunicação Pleno	275,71	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 68
Finlândia	Profissional Júnior	212,22	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 52
	Repórter Fotográfico	276,00	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 68
	Repórter Cinematográfico	301,67	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 75
	Tradutor	370,34	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 92
	Profissional de Comunicação Máster	487,87	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.21
	Profissional de Comunicação Sênior	371,66	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 92
	Profissional de Comunicação Pleno	290,95	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 72
França	Profissional Júnior	216,79	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 54
	Repórter Fotográfico	371,43	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 92
	Repórter Cinematográfico	538,05	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.34
	Tradutor	246,71	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 61
	Profissional de Comunicação Máster	442,98	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.10
Holanda	Profissional de Comunicação Sênior	351,57	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 87

	Profissional de Comunicação Pleno	300,46	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 74	
	Profissional Júnior	241,33	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 60	
	Repórter Fotográfico	367,24	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 91	
	Repórter Cinematográfico	401,44	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.00	
	Tradutor	211,31	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 52	
	Profissional de Comunicação Máster	401,26	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 99	
	Profissional de Comunicação Sênior	259,83	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 64	
Itália	Profissional de Comunicação Pleno	208,81	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 52	
	Profissional Júnior	149,54	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 37	
	Repórter Fotográfico	431,33	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.07	
	Repórter Cinematográfico	533,19	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 1.32	
	Tradutor	304,68	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 75	
	Profissional de Comunicação Máster	3.600,59	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 1.09	
	Profissional de Comunicação Sênior	2.962,79	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 90	
	Profissional de Comunicação Pleno	2.400,15	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 73	
	Noruega	Profissional Júnior	1.654,74	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 50
		Repórter Fotográfico	2.005,87	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 61
Repórter Cinematográfico		2.176,88	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 66	
Tradutor		1.849,44	07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043	R\$ 56	
Profissional de Comunicação Máster		392,73	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 1.08	
Reino Unido	Profissional de Comunicação Sênior	320,48	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 88	
	Profissional de Comunicação Pleno	264,63	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 73	

	Profissional Júnior	189,43	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 52
	Repórter Fotográfico	230,08	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 63
	Repórter Cinematográfico	250,09	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 69
	Tradutor	196,91	07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723	R\$ 54
	Profissional de Comunicação Máster	11.518,09	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 66
	Profissional de Comunicação Sênior	8.800,40	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 50
	Profissional de Comunicação Pleno	6.875,32	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 39
Rússia	Profissional Júnior	4.720,54	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 27
	Repórter Fotográfico	7.906,73	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 45
	Repórter Cinematográfico	11.768,62	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 67
	Tradutor	5.447,71	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575	R\$ 31
	Profissional de Comunicação Máster	3.602,73	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 88
	Profissional de Comunicação Sênior	2.803,25	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 68
	Profissional de Comunicação Pleno	2.284,17	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 55
Suécia	Profissional Júnior	1.544,52	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 37
	Repórter Fotográfico	2.446,22	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 59
	Repórter Cinematográfico	2.757,12	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 67
	Tradutor	1.978,60	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443	R\$ 48
Suíça	Profissional de Comunicação Máster	587,73	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 98
	Profissional de Comunicação Sênior	472,06	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 79
	Profissional de Comunicação Pleno	369,16	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 62
	Profissional Júnior	315,22	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 53
	Repórter Fotográfico	375,82	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 63
	Repórter Cinematográfico	391,66	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 65

	Tradutor	323,18	07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826	R\$ 54,4
	Profissional de Comunicação Máster	1.088,70	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 49,4
	Profissional de Comunicação Sênior	909,49	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 41,4
	Profissional de Comunicação Pleno	755,99	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 34,4
Argentina	Profissional Júnior	578,99	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 26,4
	Repórter Fotográfico	681,13	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 31,4
	Repórter Cinematográfico	889,66	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 40,4
	Tradutor	565,25	07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583	R\$ 25,4
	Profissional de Comunicação Máster	1.276,21	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 31,4
	Profissional de Comunicação Sênior	1.091,12	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 27,4
	Profissional de Comunicação Pleno	859,44	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 21,4
Bolívia	Profissional Júnior	657,77	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 16,4
	Repórter Fotográfico	966,60	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 23,4
	Repórter Cinematográfico	1.324,99	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 32,4
	Tradutor	771,20	07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479	R\$ 19,4
	Profissional de Comunicação Máster	144.531,81	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 51,4
	Profissional de Comunicação Sênior	115.468,26	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 40,4
	Profissional de Comunicação Pleno	87.701,00	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 30,4
Chile	Profissional Júnior	63.086,52	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 22,4
	Repórter Fotográfico	145.211,98	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 51,4
	Repórter Cinematográfico	158.362,39	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 55,4
	Tradutor	133.460,31	07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035	R\$ 47,4
Colômbia	Profissional de Comunicação	566.002,93	07/01/2010	Peso	R\$ 0,0009	R\$ 49,4

	Máster			Colombiano		
	Profissional de Comunicação Sênior	467.476,65	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 41
	Profissional de Comunicação Pleno	339.798,80	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 30
	Profissional Júnior	213.687,54	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 18
	Repórter Fotográfico	530.093,60	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 46
	Repórter Cinematográfico	573.818,67	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 50
	Tradutor	521.684,35	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009	R\$ 46
	Profissional de Comunicação Máster	3.954.647,39	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 27
	Profissional de Comunicação Sênior	3.175.459,98	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 22
	Profissional de Comunicação Pleno	2.619.735,11	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 18
Equador	Profissional Júnior	1.877.788,60	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 13
	Repórter Fotográfico	5.152.584,60	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 35
	Repórter Cinematográfico	5.943.911,03	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 41
	Tradutor	2.506.158,89	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001	R\$ 17
	Profissional de Comunicação Máster	351,43	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 87
	Profissional de Comunicação Sênior	271,23	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 67
	Profissional de Comunicação Pleno	229,26	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 57
Espanha	Profissional Júnior	158,81	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 39
	Repórter Fotográfico	194,76	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 48
	Repórter Cinematográfico	261,36	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 65
	Tradutor	203,10	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 50
México	Profissional de Comunicação Máster	2.610,27	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 35

	Profissional de Comunicação Sênior	2.027,86	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 27
	Profissional de Comunicação Pleno	1.410,67	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 19
	Profissional Júnior	1.039,74	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 14
	Repórter Fotográfico	1.620,61	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 22
	Repórter Cinematográfico	2.108,21	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 28
	Tradutor	1.378,92	07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363	R\$ 18
	Profissional de Comunicação Máster	818.883,29	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 30
	Profissional de Comunicação Sênior	723.169,74	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 27
	Profissional de Comunicação Pleno	585.617,46	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 21
Paraguai	Profissional Júnior	478.915,29	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 17
	Repórter Fotográfico	602.450,14	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 22
	Repórter Cinematográfico	804.970,14	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 30
	Tradutor	558.500,43	07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004	R\$ 20
	Profissional de Comunicação Máster	675,77	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 41
	Profissional de Comunicação Sênior	575,63	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 35
	Profissional de Comunicação Pleno	457,38	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 27
Peru	Profissional Júnior	355,92	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 21
	Repórter Fotográfico	462,41	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 28
	Repórter Cinematográfico	473,25	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 28
	Tradutor	402,56	07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081	R\$ 24
	Profissional de Comunicação Máster	275,62	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 68
Portugal	Profissional de Comunicação Sênior	184,52	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 45
	Profissional de Comunicação Pleno	143,40	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 35

	Profissional Júnior	104,31	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 25
	Repórter Fotográfico	180,74	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 45
	Repórter Cinematográfico	262,50	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 65
	Tradutor	153,48	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	R\$ 38
	Profissional de Comunicação Máster	4.118,70	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 36
	Profissional de Comunicação Sênior	3.456,84	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 30
	Profissional de Comunicação Pleno	2.872,00	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 25
Uruguai	Profissional Júnior	2.238,21	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 19
	Repórter Fotográfico	2.983,24	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 26
	Repórter Cinematográfico	3.864,88	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 34
	Tradutor	2.763,74	07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886	R\$ 24
	Profissional de Comunicação Máster	706,25	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 57
	Profissional de Comunicação Sênior	565,99	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 45
	Profissional de Comunicação Pleno	472,73	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 38
Venezuela	Profissional Júnior	338,26	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 27
	Repórter Fotográfico	484,67	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 39
	Repórter Cinematográfico	510,08	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 41
	Tradutor	496,55	07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095	R\$ 40
Canadá	Profissional de Comunicação Máster	454,66	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 76
	Profissional de Comunicação Sênior	341,97	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 57
	Profissional de Comunicação Pleno	273,86	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 46
	Profissional Júnior	204,14	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 34
	Repórter Fotográfico	292,37	07/01/2010	Dólar	R\$ 1,6808	R\$ 49

				Canadense		
	Repórter Cinematográfico	352,97	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 59
	Tradutor	282,77	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808	R\$ 47
	Profissional de Comunicação Máster	3.593,75	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 91
	Profissional de Comunicação Sênior	2.774,17	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 70
	Profissional de Comunicação Pleno	2.144,30	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 54
China	Profissional Júnior	1.571,90	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 40
	Repórter Fotográfico	1.688,77	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 43
	Repórter Cinematográfico	2.089,42	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 53
	Tradutor	1.882,42	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549	R\$ 47
	Profissional de Comunicação Máster	517.750,11	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 79
	Profissional de Comunicação Sênior	411.704,36	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 62
	Profissional de Comunicação Pleno	349.603,11	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 53
Coréia do Sul	Profissional Júnior	286.904,89	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 43
	Repórter Fotográfico	364.829,46	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 55
	Repórter Cinematográfico	417.884,11	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 63
	Tradutor	267.722,18	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015	R\$ 40
Emirados Árabes	Profissional de Comunicação Máster	1.833,40	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 86
	Profissional de Comunicação Sênior	1.334,80	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 63
	Profissional de Comunicação Pleno	1.105,60	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 52
	Profissional Júnior	752,78	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 35
	Repórter Fotográfico	1.098,98	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 52
	Repórter Cinematográfico	1.308,36	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 61

	Tradutor	952,20	07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737	R\$ 45
	Profissional de Comunicação Máster	542,14	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 94
	Profissional de Comunicação Sênior	422,86	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 73
Estados Unidos	Profissional de Comunicação Pleno	340,86	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 59
	Profissional Júnior	287,71	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 50
	Repórter Fotográfico	392,57	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 68
	Repórter Cinematográfico	433,00	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 75
	Tradutor	310,14	07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405	R\$ 53
	Profissional de Comunicação Máster	19.614,19	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 74
	Profissional de Comunicação Sênior	13.833,25	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 52
India	Profissional de Comunicação Pleno	10.417,99	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 39
	Profissional Júnior	7.296,36	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 27
	Repórter Fotográfico	10.468,00	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 39
	Repórter Cinematográfico	13.782,57	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 52
	Tradutor	8.052,50	07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381	R\$ 30
	Profissional de Comunicação Máster	1.355,09	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 63
	Profissional de Comunicação Sênior	1.106,69	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 51
Israel	Profissional de Comunicação Pleno	890,30	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 41
	Profissional Júnior	815,99	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 38
	Repórter Fotográfico	1.064,27	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 49
	Repórter Cinematográfico	1.263,86	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 59
	Tradutor	922,25	07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670	R\$ 43
Japão	Profissional de Comunicação	58.028,71	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 1.08

	Máster					
	Profissional de Comunicação Sênior	46.199,87	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 86
	Profissional de Comunicação Pleno	37.737,40	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 70
	Profissional Júnior	27.108,59	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 50
	Repórter Fotográfico	68.627,03	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 1.28
	Repórter Cinematográfico	48.847,02	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 91
	Tradutor	49.311,07	07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187	R\$ 92
	Profissional de Comunicação Máster	615,12	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 72
	Profissional de Comunicação Sênior	433,56	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 51
	Profissional de Comunicação Pleno	337,39	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 39
Turquia	Profissional Júnior	225,78	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 26
	Repórter Fotográfico	475,74	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 56
	Repórter Cinematográfico	772,73	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 91
	Tradutor	279,20	07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806	R\$ 32
	Profissional de Comunicação Máster	431,89	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 43
	Profissional de Comunicação Sênior	326,53	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 32
Brasil	Profissional de Comunicação Pleno	254,19	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 25
	Profissional Júnior	184,02	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 18
	Repórter Fotográfico	237,30	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 23
	Repórter Cinematográfico	264,90	07/01/2010	Real	R\$ 1,0000	R\$ 26

## Tabelas de deslocamentos

<b>DESLOCAMENTO INTERNACIONAL*</b>		
<b>ORIGEM</b>	<b>DESTINO</b>	<b>VALOR DESLOCAMENTO (R\$)</b>
Brasil - Brasília	Alemanha - Berlin	R\$ 7.977,32
Brasil - Brasília	Bélgica - Bruxelas	R\$ 7.661,46
Brasil - Brasília	Dinamarca - Copenhague	R\$ 8.897,22
Brasil - Brasília	Finlândia - Helsinque	R\$ 8.266,58
Brasil - Brasília	França - Paris	R\$ 7.251,72
Brasil - Brasília	Holanda - Amsterdam	R\$ 7.620,31
Brasil - Brasília	Itália - Roma	R\$ 7.255,51
Brasil - Brasília	Noruega - Oslo	R\$ 8.535,31
Brasil - Brasília	Reino Unido - Londres	R\$ 9.163,75
Brasil - Brasília	Rússia - Moscou	R\$ 9.792,17
Brasil - Brasília	Suécia - Estocolmo	R\$ 8.850,11
Brasil - Brasília	Suíça - Berna	R\$ 9.085,13
Brasil - Brasília	Argentina - Buenos Aires	R\$ 2.275,77
Brasil - Brasília	Bolívia - La Paz	R\$ 2.855,68
Brasil - Brasília	Chile - Santiago	R\$ 3.144,06
Brasil - Brasília	Colômbia - Bogotá	R\$ 4.705,87
Brasil - Brasília	Equador - Quito	R\$ 3.822,63
Brasil - Brasília	Espanha - Madrid	R\$ 7.978,64

<b>Brasil - Brasília</b>	<b>México - Cidade do México</b>	<b>R\$ 6.134,07</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Paraguai - Assunção</b>	<b>R\$ 2.033,65</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Peru - Lima</b>	<b>R\$ 3.399,83</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Portugal - Lisboa</b>	<b>R\$ 5.976,83</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Urugui - Montevideo</b>	<b>R\$ 2.267,70</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Venezuela - Caracas</b>	<b>R\$ 3.426,84</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Canadá - Otawa</b>	<b>R\$ 6.651,51</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>China - Pequim</b>	<b>R\$ 10.921,06</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Coréia - Seul</b>	<b>R\$ 10.052,74</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Emirados Árabes - Abu Dhabi</b>	<b>R\$ 8.393,78</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Estados Unidos - Washington</b>	<b>R\$ 7.791,23</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Índia - Nova Delhi</b>	<b>R\$ 10.472,18</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Israel - Tel Aviv</b>	<b>R\$ 9.030,37</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Japão - Tóquio</b>	<b>R\$ 11.230,38</b>
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Turquia - Ancara</b>	<b>R\$ 9.639,79</b>

<b>DESLOCAMENTO NACIONAL*</b>		
<b>ORIGEM</b>	<b>DESTINO</b>	<b>VALOR</b>
Brasil - Brasília	Acre - Rio Branco	
Brasil - Brasília	Amazonas - Manaus	
Brasil - Brasília	Roraima - Boa Vista	
Brasil - Brasília	Pará - Belém	
Brasil - Brasília	Amapá - Macapá	
Brasil - Brasília	Tocantins - Palmas	
Brasil - Brasília	Rondônia - Porto Velho	
Brasil - Brasília	Maranhão - São Luis	
Brasil - Brasília	Piauí - Teresina	
Brasil - Brasília	Ceará - Fortaleza	
Brasil - Brasília	Rio Grande do Norte - Natal	
Brasil - Brasília	Paraíba - João Pessoa	
Brasil - Brasília	Pernambuco - Recife	
Brasil - Brasília	Alagoas - Maceió	
Brasil - Brasília	Sergipe - Aracajú	
Brasil - Brasília	Bahia - Salvador	
Brasil - Brasília	Mato Grosso - Cuiabá	
Brasil - Brasília	Mato Grosso do Sul - Campo Grande	
Brasil - Brasília	Goiás - Goiânia	

<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Minas Gerais - Belo Horizonte</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Espírito Santo - Vitória</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Rio de Janeiro - Rio de Janeiro</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>São Paulo - São Paulo</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Paraná - Curitiba</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Santa Catarina - Florianópolis</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Rio Grande do Sul - Porto Alegre</b>	

\* Trecho com origem em Brasília/DF, apenas em classe econômica e com taxas inclusas.  
Valores em Reais.

## Tabela de Diárias

PAÍS	PROFISSIONAL	VALOR DIÁRIA	MOEDA
	Profissional de Comunicação Máster	434,14	Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	431,99	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	413,83	Euro
Alemanha	Profissional Júnior	356,71	Euro
	Repórter Fotográfico	357,78	Euro
	Repórter Cinematográfico	357,78	Euro
	Tradutor	357,78	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	500,78	Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	498,64	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	480,48	Euro
Bélgica	Profissional Júnior	407,98	Euro
	Repórter Fotográfico	409,05	Euro
	Repórter Cinematográfico	409,05	Euro
	Tradutor	409,05	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	3.114,33	Coroa Dinamarquesa
	Profissional de Comunicação Sênior	3.098,39	Coroa Dinamarquesa
	Profissional de Comunicação Pleno	2.945,31	Coroa Dinamarquesa
Dinamarca	Profissional Júnior	2.537,59	Coroa Dinamarquesa
	Repórter Fotográfico	2.545,57	Coroa Dinamarquesa
	Repórter Cinematográfico	2.545,57	Coroa Dinamarquesa
	Tradutor	2.545,57	Coroa Dinamarquesa

	Profissional de Comunicação Máster	418,31 Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	416,16 Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	397,18 Euro
Finlândia	Profissional Júnior	342,39 Euro
	Repórter Fotográfico	343,46 Euro
	Repórter Cinematográfico	343,46 Euro
	Tradutor	343,46 Euro
	Profissional de Comunicação Máster	486,89 Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	484,75 Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	466,84 Euro
França	Profissional Júnior	399,93 Euro
	Repórter Fotográfico	399,93 Euro
	Repórter Cinematográfico	399,93 Euro
	Tradutor	399,93 Euro
	Profissional de Comunicação Máster	451,18 Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	449,03 Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	431,46 Euro
Holanda	Profissional Júnior	369,68 Euro
	Repórter Fotográfico	370,75 Euro
	Repórter Cinematográfico	370,75 Euro
	Tradutor	370,75 Euro
Itália	Profissional de Comunicação Máster	489,24 Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	487,10 Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	467,04 Euro
	Profissional Júnior	396,87 Euro
	Repórter Fotográfico	399,02 Euro
	Repórter Cinematográfico	399,02 Euro

	Tradutor	399,02	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	4.049,24	Coroa Norueguesa
	Profissional de Comunicação Sênior	4.029,14	Coroa Norueguesa
	Profissional de Comunicação Pleno	3.948,74	Coroa Norueguesa
Noruega	Profissional Júnior	3.301,61	Coroa Norueguesa
	Repórter Fotográfico	3.311,66	Coroa Norueguesa
	Repórter Cinematográfico	3.311,66	Coroa Norueguesa
	Tradutor	3.311,66	Coroa Norueguesa
	Profissional de Comunicação Máster	414,77	Libra
	Profissional de Comunicação Sênior	412,85	Libra
	Profissional de Comunicação Pleno	396,85	Libra
Reino Unido	Profissional Júnior	338,75	Libra
	Repórter Fotográfico	338,75	Libra
	Repórter Cinematográfico	338,75	Libra
	Tradutor	338,75	Libra
	Profissional de Comunicação Máster	16.651,58	Rublo
	Profissional de Comunicação Sênior	16.602,15	Rublo
	Profissional de Comunicação Pleno	16.453,85	Rublo
Rússia	Profissional Júnior	13.904,31	Rublo
	Repórter Fotográfico	13.904,31	Rublo
	Repórter Cinematográfico	13.904,31	Rublo
	Tradutor	13.904,31	Rublo
Suécia	Profissional de Comunicação Máster	4.287,81	Coroa Sueca
	Profissional de Comunicação Sênior	4.267,03	Coroa Sueca

	Profissional de Comunicação Pleno	4.093,41	Coroa Sueca
	Profissional Júnior	3.517,24	Coroa Sueca
	Repórter Fotográfico	3.517,24	Coroa Sueca
	Repórter Cinematográfico	3.517,24	Coroa Sueca
	Tradutor	3.517,24	Coroa Sueca
	Profissional de Comunicação Máster	604,18	Franco Suíço
	Profissional de Comunicação Sênior	601,13	Franco Suíço
	Profissional de Comunicação Pleno	575,57	Franco Suíço
Suíça	Profissional Júnior	496,95	Franco Suíço
	Repórter Fotográfico	496,95	Franco Suíço
	Repórter Cinematográfico	496,95	Franco Suíço
	Tradutor	496,95	Franco Suíço
	Profissional de Comunicação Máster	1.770,90	Peso Argentino
	Profissional de Comunicação Sênior	1.759,87	Peso Argentino
	Profissional de Comunicação Pleno	1.716,86	Peso Argentino
Argentina	Profissional Júnior	1.491,91	Peso Argentino
	Repórter Fotográfico	1.497,43	Peso Argentino
	Repórter Cinematográfico	1.497,43	Peso Argentino
	Tradutor	1.497,43	Peso Argentino
Bolívia	Profissional de Comunicação Máster	2.840,50	Boliviano
	Profissional de Comunicação Sênior	2.820,59	Boliviano
	Profissional de Comunicação Pleno	2.742,92	Boliviano
	Profissional Júnior	2.379,87	Boliviano
	Repórter Fotográfico	2.389,83	Boliviano

	Repórter Cinematográfico	2.389,83	Boliviano
	Tradutor	2.389,83	Boliviano
	Profissional de Comunicação Máster	216.720,81	Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Sênior	215.196,95	Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Pleno	209.253,91	Peso Chileno
Chile	Profissional Júnior	181.729,72	Peso Chileno
	Repórter Fotográfico	183.253,58	Peso Chileno
	Repórter Cinematográfico	183.253,58	Peso Chileno
	Tradutor	183.253,58	Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Máster	822.499,56	Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Sênior	816.993,70	Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Pleno	795.520,86	Peso Colombiano
Colômbia	Profissional Júnior	696.058,40	Peso Colombiano
	Repórter Fotográfico	701.564,26	Peso Colombiano
	Repórter Cinematográfico	701.564,26	Peso Colombiano
	Tradutor	701.564,26	Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Máster	10.161.077,43	Sucre
	Profissional de Comunicação Sênior	10.089.648,86	Sucre
	Profissional de Comunicação Pleno	9.811.077,43	Sucre
Equador	Profissional Júnior	8.508.971,59	Sucre
	Repórter Fotográfico	8.580.400,16	Sucre
	Repórter Cinematográfico	8.580.400,16	Sucre
	Tradutor	8.580.400,16	Sucre
Espanha	Profissional de Comunicação Máster	427,98	Euro

	Profissional de Comunicação Sênior	425,84	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	408,69	Euro
	Profissional Júnior	351,57	Euro
	Repórter Fotográfico	351,57	Euro
	Repórter Cinematográfico	353,72	Euro
	Tradutor	353,72	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	6.386,86	Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Sênior	6.368,92	Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Pleno	6.178,72	Peso Mexicano
México	Profissional Júnior	5.370,71	Peso Mexicano
	Repórter Fotográfico	5.406,60	Peso Mexicano
	Repórter Cinematográfico	5.406,60	Peso Mexicano
	Tradutor	5.406,60	Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Máster	1.896.803,03	Guarani
	Profissional de Comunicação Sênior	1.883.460,17	Guarani
	Profissional de Comunicação Pleno	1.831.423,03	Guarani
Paraguai	Profissional Júnior	1.588.335,41	Guarani
	Repórter Fotográfico	1.601.678,27	Guarani
	Repórter Cinematográfico	1.601.678,27	Guarani
	Tradutor	1.601.678,27	Guarani
Peru	Profissional de Comunicação Máster	1.218,69	Novo Sol
	Profissional de Comunicação Sênior	1.210,57	Novo Sol
	Profissional de Comunicação Pleno	1.178,93	Novo Sol
	Profissional Júnior	1.031,06	Novo Sol
	Repórter Fotográfico	1.039,18	Novo Sol

	Repórter Cinematográfico	1.039,18	Novo Sol
	Tradutor	1.039,18	Novo Sol
	Profissional de Comunicação Máster	397,69	Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	395,54	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	378,40	Euro
Portugal	Profissional Júnior	328,27	Euro
	Repórter Fotográfico	328,27	Euro
	Repórter Cinematográfico	330,41	Euro
	Tradutor	330,41	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	8.449,57	Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Sênior	8.393,71	Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Pleno	8.136,77	Peso Uruguai
Uruguai	Profissional Júnior	7.118,45	Peso Uruguai
	Repórter Fotográfico	7.174,31	Peso Uruguai
	Repórter Cinematográfico	7.174,31	Peso Uruguai
	Tradutor	7.174,31	Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Máster	400.026,15	Bolivar
	Profissional de Comunicação Sênior	400.013,90	Bolivar
	Profissional de Comunicação Pleno	399.957,51	Bolivar
Venezuela	Profissional Júnior	399.734,08	Bolivar
	Repórter Fotográfico	399.746,34	Bolivar
	Repórter Cinematográfico	399.746,34	Bolivar
	Tradutor	399.746,34	Bolivar
Canadá	Profissional de Comunicação Máster	508,54	Dólar Canadense

	Profissional de Comunicação Sênior	507,09	Dólar Canadense
	Profissional de Comunicação Pleno	485,70	Dólar Canadense
	Profissional Júnior	423,28	Dólar Canadense
	Repórter Fotográfico	427,65	Dólar Canadense
	Repórter Cinematográfico	427,65	Dólar Canadense
	Tradutor	427,65	Dólar Canadense
	Profissional de Comunicação Máster	2.707,95	Luan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Sênior	2.688,44	Luan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Pleno	2.592,23	Luan Renmimbi
China	Profissional Júnior	2.236,59	Luan Renmimbi
	Repórter Fotográfico	2.236,59	Luan Renmimbi
	Repórter Cinematográfico	2.236,59	Luan Renmimbi
	Tradutor	2.236,59	Luan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Máster	607.065,45	Won
	Profissional de Comunicação Sênior	591.867,45	Won
	Profissional de Comunicação Pleno	574.769,70	Won
Coréia do Sul	Profissional Júnior	469.067,78	Won
	Repórter Fotográfico	476.666,78	Won
	Repórter Cinematográfico	476.666,78	Won
	Tradutor	465.268,28	Won
Emirados Árabes	Profissional de Comunicação Máster	2.267,52	Dirham
	Profissional de Comunicação Sênior	2.261,40	Dirham
	Profissional de Comunicação Pleno	2.212,47	Dirham
	Profissional Júnior	1.878,85	Dirham
	Repórter Fotográfico	1.832,97	Dirham

	Repórter Cinematográfico	1.832,97	Dirham
	Tradutor	1.832,97	Dirham
	Profissional de Comunicação Máster	583,28	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Sênior	580,42	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Pleno	558,13	Dólar Americano
Estados Unidos	Profissional Júnior	474,75	Dólar Americano
	Repórter Fotográfico	479,04	Dólar Americano
	Repórter Cinematográfico	479,04	Dólar Americano
	Tradutor	479,04	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Máster	22.293,84	Rúpia
	Profissional de Comunicação Sênior	22.164,13	Rúpia
	Profissional de Comunicação Pleno	21.339,31	Rúpia
India	Profissional Júnior	18.551,64	Rúpia
	Repórter Fotográfico	18.551,64	Rúpia
	Repórter Cinematográfico	18.551,64	Rúpia
	Tradutor	18.551,64	Rúpia
	Profissional de Comunicação Máster	1.888,33	Shekel
	Profissional de Comunicação Sênior	1.877,61	Shekel
	Profissional de Comunicação Pleno	1.802,61	Shekel
Israel	Profissional Júnior	1.537,69	Shekel
	Repórter Fotográfico	1.537,69	Shekel
	Repórter Cinematográfico	1.537,69	Shekel
	Tradutor	1.537,69	Shekel
Japão	Profissional de Comunicação Máster	57.223,86	Iene

	Profissional de Comunicação Sênior	56.960,63	lêne
	Profissional de Comunicação Pleno	54.196,73	lêne
	Profissional Júnior	46.603,71	lêne
	Repórter Fotográfico	46.603,71	lêne
	Repórter Cinematográfico	46.603,71	lêne
	Tradutor	46.603,71	lêne
	Profissional de Comunicação Máster	677,58	Nova Lira
	Profissional de Comunicação Sênior	673,15	Nova Lira
	Profissional de Comunicação Pleno	651,01	Nova Lira
Turquia	Profissional Júnior	564,30	Nova Lira
	Repórter Fotográfico	564,30	Nova Lira
	Repórter Cinematográfico	564,30	Nova Lira
	Tradutor	564,30	Nova Lira
	Profissional de Comunicação Máster	570,26	Real
	Profissional de Comunicação Sênior	555,98	Real
Brasil - BRASÍLIA / MANAUS / RIO DE JANEIRO	Profissional de Comunicação Pleno	518,04	Real
	Profissional Júnior	454,47	Real
	Repórter Fotográfico	454,47	Real
	Repórter Cinematográfico	454,47	Real
Brasil - BELO HORIZONTE / FORTALEZA / PORTO ALEGRE / RECIFE / SALVADOR / SÃO PAULO	Profissional de Comunicação Máster	575,46	Real
	Profissional de Comunicação Sênior	561,17	Real
	Profissional de Comunicação Pleno	519,44	Real
	Profissional Júnior	459,37	Real
	Repórter Fotográfico	459,37	Real

Repórter Cinematográfico	459,37	Real
--------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Máster	479,22	Real
------------------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Sênior	464,94	Real
------------------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Pleno	426,56	Real
-----------------------------------	--------	------

Brasil - OUTRAS CAPITAIS DE ESTADOS.
---

Profissional Júnior	382,84	Real
---------------------	--------	------

Repórter Fotográfico	382,84	Real
----------------------	--------	------

Repórter Cinematográfico	382,84	Real
--------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Máster	455,32	Real
------------------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Sênior	436,75	Real
------------------------------------	--------	------

Profissional de Comunicação Pleno	405,07	Real
-----------------------------------	--------	------

Brasil - DEMAIS DESLOCAMENTOS
----------------------------------

Profissional Júnior	355,79	Real
---------------------	--------	------

Repórter Fotográfico	355,79	Real
----------------------	--------	------

Repórter Cinematográfico	355,79	Real
--------------------------	--------	------

## **ANEXO II**

### **BRIEFING**

#### **Definição do Papel Institucional da Embratur**

A Embratur é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito a promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional.

Trabalha pela geração de desenvolvimento social e econômico para o País, por meio da ampliação do fluxo turístico internacional nos destinos nacionais. Para tanto, tem o 'Plano Aquarela – Marketing Turístico Internacional do Brasil' como orientador de seus programas de ação.

Teve sua atribuição direcionada exclusivamente para a promoção internacional a partir de 2003, com a criação do Ministério do Turismo.

O conjunto de ações da Embratur é orientado por um plano de marketing que teve sua primeira versão lançada em 2004 – o Plano Aquarela.

#### **O Plano Aquarela 2020 - Marketing Turístico Internacional do Brasil**

Concebido e colocado em prática em 2005, o Plano Aquarela 2020 - Marketing Turístico Internacional do Brasil foi atualizado em 2009 com o intuito de incluir o planejamento das ações visando a Copa do Mundo e as Olimpíadas, que são vistas pela Embratur como janelas de oportunidades para divulgar e promover a Imagem Turística do Brasil no Exterior.

É importante deixar claro que a Embratur não tem qualquer governança ou linhas de ação previstas para a esfera esportiva, que são de responsabilidade única de seus organizadores e parceiros, governamentais ou não. O foco de interesse e ação da Embratur se circunscreve à imagem turística do Brasil no exterior.

O Plano Aquarela 2020 – Marketing Turístico Internacional do Brasil traz os caminhos a percorrer, os objetivos a serem alcançados e as ações essenciais para que o turismo brasileiro avance com as grandes oportunidades de promoção e comunicação global nos próximos anos.

O Plano foi concebido para atender aos seguintes objetivos para o turismo internacional no Brasil:

- **Aprimorar** e ter resultados de longo prazo no trabalho de promoção turística Internacional do Brasil.
- **Envolver** os setores público e privado do turismo nacional numa estratégia unificada do país para o exterior para melhor aproveitar as oportunidades do futuro.
- **Promover** o Brasil como destino turístico global de forma profissional, com base em estudos, pesquisas e metas de resultados além de 2014 e 2016.
- **Aproveitar** a realização dos grandes eventos esportivos mundiais para fazer o Brasil mais conhecido pelo mundo como destino turístico.

O fato da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos se realizarem no Brasil também não significa qualquer facilidade em termos de cachês de atletas, federações, clubes ou confederações; pagamentos de direitos de arena; direitos de transmissão ou qualquer outra relação negocial.

Partindo deste entendimento, de que as ações serão desenvolvidas com recursos próprios e limitados, e que o foco do trabalho da Embratur é a promoção, a divulgação e a gestão da imagem turística do Brasil no exterior, as proponentes terão que apresentar propostas que respondam às questões colocadas neste briefing.

## **Cenário para o Turismo internacional**

### **O turismo no mundo**

O turismo internacional no mundo cresceu e continuará crescendo quando se iniciar a recuperação da crise econômica em 2010, o que coloca os anos de 2014 e 2016 em um cenário francamente favorável.

### **O turismo internacional no Brasil**

No Brasil o turismo internacional também vem crescendo nos últimos anos, tendo atingido níveis históricos em 2008, tanto em entrada de divisas como em número de turistas.

A entrada de divisas quase dobrou no período de 2004 a 2008, de acordo com os dados do Banco Central. O gasto por viagem do turista internacional no Brasil cresceu de US\$ 891 em 2004 para US\$ 1.068 em 2008.

É importante assinalar que este crescimento no Brasil não se dá em um contexto de desvalorização do Real, mas sim por meio de um processo potencializador do valor frente às divisas de referência.

### **Posição competitiva do Brasil na América Latina**

O Brasil é o destino líder ou vice-líder na América Latina, na maioria dos mercados prioritários conforme a estratégia do Plano Aquarela. É líder em 15 países e vice-líder em 5 países.

### **Números do Setor Turístico**

## **Ingresso recorde de divisas (2003 a 2008)**

Dados divulgados pelo Banco Central do Brasil revelaram que o ano de 2008 registrou a entrada recorde de dólares no Brasil por meio dos gastos de turistas estrangeiros: US\$ 5,785 bilhões em divisas. O valor é 17% superior ao registrado em 2007, quando US\$ 4,953 bilhões ingressaram no País pelo turismo internacional.

Com a entrada de US\$ 527 milhões em dezembro último, a variação foi de 12,3% em relação ao mesmo mês de 2007, quando entraram US\$ 469 milhões em gastos de estrangeiros. Dezembro de 2008 obteve o melhor resultado registrado para o mês até hoje. É um dado expressivo, levando em conta que a maioria dos países já registraram, a partir de novembro de 2008, queda na receita com turismo internacional.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) prevê que em 2008 a média de crescimento da entrada de divisas no mundo fique em torno de 2% (dados preliminares, divulgados no Barômetro OMT, em janeiro de 2009). Se este resultado se confirmar, o Brasil terá crescido, no ano passado, oito vezes em relação à média mundial.

# Turistas estrangeiros x gastos totais x gastos por viagem

- A relação entre o ingresso de turistas estrangeiros e os gastos totais e por viagem desses visitantes, ao longo dos últimos anos, é a equação que evidencia o avanço do trabalho de promoção internacional do Brasil e seu bom desempenho.
- Acompanhando a trajetória ascendente de turistas estrangeiros, a partir de 2003, os gastos totais e por viagens cresceram anualmente e confirmaram a tendência positiva até 2007.

## Balança comercial

- O turismo se consolida como um dos principais itens na pauta de exportações brasileira, tendo sido o 5º colocado em 2008. Em 2007, o setor estava em 4º

lugar. A subida excepcional das exportações de carne de frango (mais de 50%) fez com que este item ocupasse o quarto lugar em 2008, praticamente empatado com o turismo.

- Na pauta de exportação de serviços, é o primeiro item da lista, seguido por engenharia/arquitetura e transportes.

### **Demanda Turística Internacional – Geral (2007)**

#### **Motivo da viagem**

Lazer: 44,3%

Negócios: 27,4%

Visitar amigos e parentes: 24,3%

Outros motivos: 3,9%

#### **Gasto de turistas estrangeiros**

Gasto médio: US\$ 65,6/dia

Lazer: US\$ 73,4/dia

Negócios: US\$ 112,9/dia

#### **Permanência**

Permanência média: 18,8 dias

Lazer: 13,7 dias

Negócios: 12,1 dias

#### **Satisfação com a viagem**

96,4% dos estrangeiros que vieram ao Brasil em 2007 pretendem voltar

#### **Fidelização do destino**

67,1% já estiveram no Brasil

#### **Destinos mais visitados pelos turistas estrangeiros em geral**

**Lazer:** Rio de Janeiro (30,2%); Foz do Iguaçu (16,1%); Florianópolis (15,3%); São Paulo (13,7%); e Salvador (10,2%).

**Negócios, eventos e convenções:** São Paulo (52,5%); Rio de Janeiro (24,7%); Porto Alegre (5,4%); Curitiba (5,1%); e Belo Horizonte (4,1%).

### **2.3 Pesquisa Google 2009 (EUA)**

35% dos turistas não decidiram ainda seu destino ao pensar em viagens;

26% confirmam viagens internacionais em 2010;

76% fazem compras individualmente e não em pacotes;

- **Aumento de procura por mix de atividade no destino:**

95% usam a internet como fonte de informação;

71% das buscas acontecem um dia antes das compras;

Aumento de 11% de visitas em 2009 em sites de destinos;

Aumento de 19% da utilização de uma agencia online ao inves de uma offline

*Fonte: Google 2009 – EUA / Fonte: Google Internacional*

## **2.4. Clipping**

Projeção feita pela Fundação Getúlio Vargas apurou que os 254 eventos internacionais (que atendem o critério ICCA) realizados no Brasil em 2008 geraram impacto de 122,6 milhões de dólares para o País.

### **Financiamentos para o turismo crescem 61% em 2009**

O volume de recursos liberado pelos bancos oficiais para as empresas de turismo em 2009 é 5,9% superior ao registrado em todo o ano passado. O acumulado de janeiro a agosto é de R\$ 3,8 bilhões, enquanto que nos doze meses de 2008 foi de R\$ 3,6 bilhões.

Comparado com os primeiros oito meses do ano passado, quando as instituições federais liberaram R\$ 2,4 bilhões, o aumento neste ano chega a 61%. Os financiamentos são destinados a capital de giro e a investimentos em implantação; reformas; modernização e aquisição de máquinas e equipamentos; entre outros.

A Caixa Econômica Federal ofertou o maior volume de recursos deste ano, cerca de R\$ 1,9 bilhão, seguida de perto pelo Banco do Brasil com R\$ 1,7 bilhão. As operações de financiamento realizadas pelo Banco do Nordeste somaram R\$ 87,5 milhões e do Banco da Amazônia R\$ 38 milhões. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) participou com R\$ 45 milhões.

De 2003, ano de criação do Ministério do Turismo (MTur), até hoje, os gráficos dos financiamentos para hotéis, pousadas, agências de viagens, bares, restaurantes e outros empreendimentos da cadeia produtiva do turismo apresentam uma curva ascendente. De R\$ 1 bilhão, em 2003, passaram para R\$ 3,6 bilhões em 2008, evidenciando um crescimento da ordem de 228% no período. O acumulado em seis anos corresponde a R\$ 12,8 bilhões. Para 2009, estima-se que os desembolsos dos bancos públicos federais para o segmento turístico ultrapassem o montante de R\$ 5,2 bilhões.

(Fonte: Em questão)

## **Governo afirma terá PACs para Copa do Mundo e Olimpíadas**

Durante a divulgação do oitavo balanço do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), o governo federal anunciou o lançamento de uma série de ações voltadas para a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas-2016. Seriam dois PACs, um para cada evento esportivo.

As prioridades nas obras de infraestrutura devem ser as "portas de entrada" para o Rio de Janeiro, sede olímpica. Neste sentido, os investimentos que a cidade receber para a Copa do Mundo já serão somados ao "pacote" para os Jogos Olímpicos, de acordo com a ministra. Tanto para a Copa quanto para as Olimpíadas, a questão estratégica é a da chegada. Por isso, a prioridade são os aeroportos. O aeroporto do Galeão tem dupla prioridade. O trem de alta velocidade também é importante, porque vai permitir que você

tenha outra porta de entrada.

O plano do Rio de Janeiro para organizar as Olimpíadas de 2016 já prevê ações do PAC, mesmo antes do anúncio da criação de um plano específico para eventos esportivos. Em seu dossiê de candidatura, o comitê organizador lista obras previstas no PAC da mobilidade de urbana, como a ampliação do aeroporto do Galeão e melhorias no sistema de transporte público carioca. No total, são previstos investimentos de quase R\$ 11 bilhões só em infraestrutura de transporte até 2016.

### **53,6% da verba do PAC já foi investida, diz governo - Balanço do PAC**

O anúncio dos novos programas voltados para os eventos esportivos que o Brasil vai sediar nos próximos anos foi feito durante a divulgação do oitavo balanço do PAC, criado em 2007.

Em quantidade de obras, 39% foram concluídas até agosto deste ano, segundo o governo. Esse percentual refere-se apenas às 2.392 ações que são monitoradas pelo governo federal, das áreas de logística, energia, e setor social urbano, que engloba, por exemplo, construção de linhas de metrô.

### **9% das 2.392 obras monitoradas estão concluídas, diz governo**

A maioria das obras, de saneamento e habitação, não será monitorada pelo governo federal porque é executada por governos estaduais e municipais.

Do total monitorado, 52% das obras estão em ritmo adequado, segundo o levantamento do comitê gestor do PAC, enquanto 7% merecem atenção e 2% estão em um estágio considerado preocupante.

**Fonte:** UOL Notícias - Em Brasília

### **Problema específico**

Para efeito desta licitação, seguem quatro problemas de comunicação um para cada lote licitado.

### **Lote 1 Europa (Menos Portugal e Espanha)**

## Os Ingleses Querem Ecoturismo

A Embratur tem uma operação de monitoramento da imagem do Brasil nos principais veículos de comunicação de seus mercados-alvo. Esta operação que detectou que a imprensa inglesa tem dado enorme espaço para turismo ecológico.

No dia 28 de março de 2009, o The Guardian publicou na capa de seu caderno de turismo uma reportagem de John O'Mahony sobre a Amazônia Brasileira. A proposta da reportagem de capa do caderno de Turismo foi descobrir se é possível visitar a Amazônia "sem contribuir para sua destruição".

No mesmo período, tivemos várias publicações sobre o papel do Brasil na preservação da Amazônia. Deste material se destacam uma entrevista de um diretor do Greenpeace e um artigo do presidente da República, ambos publicados no mesmo mês, também no Guardian.

A conclusão do repórter John O'Mahony, que ficou hospedado em quatro pousadas, é que apenas uma dos meios de hospedagem era a "única opção viável" do ponto de vista da sustentabilidade. Embora resistindo recomendar os demais, O'Mahony afirma que os empreendimentos "com boas intenções" trazem "o fluxo de dinheiro necessário e demonstram o valor da floresta para os moradores locais".

Apesar de ressaltar elementos negativos como a complacência e falta de rigor para se adequar aos padrões de conservação, a reportagem – que ocupa as três primeiras páginas do caderno e é ilustrada por belíssimas fotos – tenta não 'demonizar' as pousadas.

A descrição das viagens de barcos, fauna e culinária são tentadoras. No entanto, o resultado da "pesquisa" em apenas quatro estabelecimentos é muito desanimador para a parcela do público britânico que já resiste às viagens aéreas de longa-distância, devido às emissões de carbono.

**A proponente deverá estabelecer um plano estratégico de relações públicas e assessoria de imprensa que contribua para:**

**a) atrair um maior número de turistas britânicos aos produtos turísticos brasileiros voltados para ecoturismo;**

**b) disseminar junto à imprensa internacional os meios de hospedagem sustentáveis do Brasil, as experiências turísticas sensacionais da Amazônia Brasileira e o esforço brasileiro em preservar a Amazônia.**

## **Lote 2 – EUA, Canadá, Ásia, África e Oceania**

EUA – O Brasil não é só o Rio de Janeiro

Considerando as notícias que saem nos principais jornais norte-americanos, é possível dizer que a grande imprensa acompanha com interesse uma cidade brasileira: o Rio de Janeiro.

Este ano, de março a outubro, foram apenas quatro matérias sobre outros destinos brasileiros, todas publicadas no New York Times, a saber:

Salvador no NYT – 01/03

Grande matéria com dicas das principais atrações da cidade, ilustrado com infográficos e fotos de baianas, da Fonte Nova e do Pelourinho. O texto funciona como um convite para o turista americano aproveitar atrações básicas e inusitadas da cidade.

Praias do Brasil NYT – 12/04

A parte do caderno dominical de Viagem do NYT que se dedica a responder questões dos leitores traz pergunta de uma leitora de Nova Iorque interessada em visitar o Nordeste do Brasil no outono do Hemisfério Sul (primavera no Norte). A resposta é um estímulo a conhecer as praias do nordeste brasileiro.

Instituto Cultural Inhotim NYT – 27/09

Reportagem de seis páginas publicada no caderno de Estilo do mais influente jornal norte-americano, sobre o Instituto Cultural Inhotim, um parque e museu localizado a 60 quilômetros de Belo Horizonte, nas cercanias de Brumadinho, em Minas Gerais. O museu, que ainda não completou dez anos, já é - garante o Times - um local de referência para fãs da arte contemporânea – o texto é ilustrado com obras de Adriana Varejão, Edgard de Souza, Helio Oiticica, Chris Burden, Matthew Barney e Doris Salcedo, entre outros.

Minas Gerais NYT – 25/10

O caderno dominical “Viagem” do jornal mais influente dos EUA é todo dedicado à América Latina, e em sua capa está a reportagem “O Outro Brasil”, sobre Minas Gerais. Com linda foto de um casamento em uma igreja em Ouro Preto, a reportagem traz no subtítulo: “Minas Gerais, com suas cidades históricas, cachoeiras relaxantes e a calma de um tempo menos veloz, revelam o Brasil por detrás das praias e da floresta tropical”.

**Pensando que o Brasil tem pelo menos 65 destinos indutores, a proponente deverá estabelecer um plano estratégico de relações públicas e assessoria de imprensa que contribua para:**

- a) Atrair um número maior de turistas americanos para outros produtos turísticos brasileiros, além do Rio de Janeiro.**
- b) Disseminar toda essa diversidade de oferta turística do Brasil junto à imprensa norte-americana.**

### **Lote 3: Portugal, Espanha e América Latina**

A Copa e as Olimpíadas na América do Sul

No dia 03/10, os dois principais jornais argentinos, El Clárin e La Nación, comemoraram a escolha do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas de 2016. O primeiro de forma efusiva:

(El Clárin) Rio 2016

*“Depois de uma decisão histórica a festa máxima do esporte chegará a América do Sul*

*A cidade do Rio de Janeiro foi escolhida para sediar os Jogos Olímpicos de 2016. O anúncio provocou uma explosão de alegria na comitiva brasileira que estava em Copenhague e nos brasileiros que se reuniram nas areias de Copacabana. O presidente Lula chorou, de alegria, e é hoje ainda mais popular. Essa é a primeira vez que uma cidade da América do Sul é eleita pelo Comitê Olímpico Internacional (COI). O Brasil terá a Copa do Mundo de 2014 e também os Jogos em 2016”.*

O segundo de maneira mais contida:

(La Nación) Rio ficou com a alegria dos Jogos Olímpicos

“É verdade que os brasileiros não necessitam de muitos motivos para fazer ma festa. Mas desta vez o motivo deles é de causar inveja: a escolha do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos de 2016 e que provocou alegria nas areias de Copacabana e em Copenhague. Foi um dia inesquecível na cidade maravilhosa. Por sua vez, o presidente Lula disse que chegou a hora dos Jogos serem no Rio e na América do Sul”.

Ambos deram destaque – em lead, títulos e subtítulos – para a frase de que a América do Sul merecia sediar um evento de tamanha envergadura.

A Copa do Mundo de 2014 também pode seguir este raciocínio. Pela proximidade com os países do bloco sulamericano, são dois eventos que poderão ser assistidos ao vivo com maior facilidade pelos turistas “hermanos”.

**A proponente deverá estabelecer um plano estratégico de relações públicas e assessoria de imprensa que contribua para:**

**a) atrair um maior número de turistas argentinos, chilenos e peruanos para os produtos turísticos brasileiros;**

**b) disseminar junto à imprensa sulamericana que a Copa 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 são megaeventos do Continente, não somente do Brasil, e que os**

**turistas vizinhos que visitarem o País nestes dois momentos irão se sentir “em casa”.**

#### **Lote 4 - Institucional**

O fortalecimento da imagem do Turismo Brasileiro no exterior necessita que a Embratur, institucionalmente, como agente deste programa, informe e preste contas à sociedade acerca das ações promocionais que realiza no exterior em prol do turismo. Seguindo este raciocínio, elencamos abaixo três sinopses de grandes reportagens sobre destinos ou atrações turísticas brasileiras.

The Observer – Inglaterra – 11/10

*“Esconderijo em ilha no Brasil*

*A ilha de Boipeba é capa do caderno de Turismo do Observer, que descreve a região como "refúgio perfeito do inverno britânico". A reportagem nas páginas 2 e 3 exalta o ritmo tranquilo da ilha e qualidade da comida, em uma das regiões mais 'fora do circuito' e de praias 'menos comerciais'. Há ainda o alerta de que 'novembro e dezembro, antes do rush de janeiro (alta estação no hemisfério sul) é a hora para ir, para escapar do deprimente inverno britânico". Destacando os 1.000 km da costa baiana, o texto ainda dá dicas sobre Salvador, contrastando a agitação da capital com Boipeba. As informações de serviço citam os pacotes da Journey Latin America. Em contrapartida, a capa de Turismo do concorrente The Times, com a chamada "Diga não ao inverno - 10 praias tropicais com até 50% de desconto" ignora os destinos brasileiros”.*

Die Zeit – Alemanha – 28/08

*“Ver serpentes*

*Com o barco nos pântanos - no Pantanal brasileiro, um biólogo suíço leva os convidados de sua fazenda para bem perto da natureza Os especialistas dizem que o Brasil não é um país para iniciantes. Nem nas selvas das grandes cidades e muito menos no verde acerca do Rio Negro... Mas o Brasil descobre o ecoturismo. Como alternativa às praias,*

*ao samba e ao carnaval, o Ministério do Turismo brasileiro recomenda excursões às florestas do país... No Pantanal há muito mais chances de ver animais do que na densa floresta amazônica... Crocodilos, cobras gigantes, quatis, capivaras, tuiuiús, colhereiros, mais aves e todo o tipo de peixes encontram-se no Pantanal, um terreno úmido composto por uma das maiores biodiversidades do mundo..."*

#### **New York Times – EUA – 25/10**

“O

*Outro*

*Brasil*

*O caderno dominical de Viagem do jornal mais influente dos EUA é todo dedicado à América Latina, e em sua capa está a reportagem "O Outro Brasil", sobre Minas Gerais. Com linda foto de um casamento em uma igreja em Ouro Preto, a reportagem traz no subtítulo: "Minas Gerais, com suas cidades históricas, cachoeiras relaxantes e a calma de um tempo menos veloz, revelam o Brasil por detrás das praias e da floresta tropical".*

**A proponente deverá estabelecer um plano estratégico de assessoria de imprensa e de relações públicas que apresente a melhor forma da Embratur repercutir essas matérias na imprensa brasileira, levando ao conhecimento do segmento turístico e da população em geral - o olhar estrangeiro sobre os destinos e atrações turísticas do Brasil.**

## ANEXO III

### CRITÉRIOS DE APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

#### PROPOSTAS TÉCNICAS - APRESENTAÇÃO

A avaliação da Proposta Técnica será realizada através da análise da documentação/trabalho apresentado, de modo a permitir que seja verificado o atendimento às condições, especificações e parâmetros de pontuação contidos no Projeto Básico.

A pontuação técnica será determinada de acordo com parâmetros previstos no Projeto Básico: **“Planejamento de Comunicação”, “Capacidade de Atendimento”, “Trabalhos Realizados” e “Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia”**.

A proponente deverá demonstrar na Proposta Técnica informações de serviços de natureza e escopo similares ao objeto deste Projeto Básico, relacionadas à sua capacitação e experiência.

A Proposta Técnica deverá ser apresentada em uma via, em papel timbrado da proponente, sem emendas, ressalvas, rasuras ou entrelinhas em suas partes essenciais, rubricadas em todas as suas folhas, contendo o seguinte elemento:

- Identificação da proponente, com data e assinatura por quem de direito;

Documentação relacionada aos fatores pontuáveis, descritos nas tabelas 1, 2, 3 e 4 abaixo, inclusive a documentação comprobatória correspondente a cada quesito;

Declaração de que alocará os profissionais qualificados em número suficiente para desenvolver o trabalho especificado, e não inferior ao quantitativo e perfis mencionados no item 11.2 do Projeto Básico, (ANEXO VII).

Os documentos relativos ao “**Planejamento de Comunicação**”, “**Capacidade de Atendimento**”, “**Trabalhos Realizados**” e “**Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia**” deverão constar do invólucro da Proposta Técnica, juntamente com os demais documentos/informações requeridos.

A pontuação técnica será apurada mediante análise e comprovação de:

Para efeito de julgamento no parâmetro 1 (**Planejamento de Comunicação**), a proponente apresentará um planejamento de comunicação, de acordo com o Briefing enunciado **no Anexo II** do Projeto Básico.

Para efeito de julgamento no parâmetro 2 (**Capacidade de Atendimento**), a proponente apresentará declaração(ões) detalhando a estrutura de atendimento que será colocada à disposição da EMBRATUR para atendimento do objeto em disputa por meio de sua sede, filiais, sucursais ou empresas com as quais mantenha acordos operacionais formais (**apresentadas neste processo licitatório**), indicando inclusive a quantidade e graduação dos profissionais já alocados.

É facultado à Embratur efetuar diligências para comprovar as informações prestadas.

Para efeito de julgamento no parâmetro 3 (**Trabalhos Realizados**), a proponente deverá apresentar 1 (um) relato de campanha de relações públicas e ou assessoria de imprensa.

Os relatos devem conter documentos que comprovem resultados obtidos com as referidas campanhas, que comprovadamente foram frutos de trabalhos realizados sob contratos para pessoa jurídica.

Para efeito do julgamento no parâmetro 4 (**Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia**), a proponente deverá apresentar: relatório sobre a exposição da Embratur e do Brasil enquanto destino turístico nos veículos de comunicação dos mercados estabelecidos em cada Lote, no período de 31/07/2009 a 31/01/2010, com análise detalhada dos pontos favoráveis e desfavoráveis observados pela proponente, demonstrando, por meio de gráficos e outras ferramentas, a visibilidade dos produtos turísticos nacionais.

## **PROPOSTAS TÉCNICAS – JULGAMENTO**

Na avaliação técnica e julgamento, será qualificada e classificada a Proposta Técnica que obtiver pontuação total igual ou superior a 70 pontos.

A avaliação técnica consistirá na pontuação dos quesitos e subquesitos que, somados, determinarão a nota atribuída ao parâmetro, conforme descrito nas tabelas abaixo:

### **Tabela 1**

#### **Parâmetros**

Estes parâmetros objetivam tornar claros os critérios de julgamento a serem adotados pela comissão que avaliará as propostas técnicas.

## **Parâmetros do Planejamento de Comunicação**

### **Quesito 1: Diagnóstico de Situação.**

1 - Demonstrar a compreensão do papel institucional exercido pela Embratur e seu protagonismo na promoção do Brasil como destino turístico, seu raio de ação e seus limites; sua relação institucional com outras esferas do poder público brasileiro e as parecerias com a iniciativa privada.

2 – Demonstrar a compreensão do Brasil como destino turístico, o posicionamento almejado pela Embratur frente ao posicionamento de países/mercados competidores.

3 – Demonstrar a compreensão da relação da Embratur com seus diversos públicos-alvo.

4 – Demonstrar o conhecimento específico do exercício proposto para o lote.

### **Quesito 2: Estratégia de Comunicação**

1 – Frente ao problema proposto para o lote, determinar quais os públicos-alvo, o posicionamento almejado e o plano de geração de mídia espontânea. Serão avaliados a acuidade na compreensão e a pertinência das soluções propostas.

2 – Proposta tática de ações de assessoria de imprensa e relações públicas para o exercício proposto no lote, que demonstre acerto e acuro técnico para atingir os objetivos traçados no exercício proposto para o lote.

3 - Proposta de avaliação de resultados que se mostre mais crítica e fiel na percepção dos resultados alcançados.

**TABELA 1**

<b>Parâmetro: Planejamento de Comunicação</b>				
<b>Quesito 1</b>	<b>Subquesitos</b>	<b>Nota atribuída</b>		
		<b>Não atende</b>	<b>Atende parcialmente</b>	<b>Atende</b>
Diagnóstico da situação	Características da EMBRATUR, dos produtos turísticos brasileiros e suas atividades que tenham relevância para a comunicação.	0 ponto	3 pontos	5 pontos
	A riqueza de desdobramentos para a comunicação do Brasil enquanto destino turístico.	0 ponto	6 pontos	10 pontos
	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da EMBRATUR com os respectivos públicos de interesse;	0 ponto	3 pontos	5 pontos
	Entendimento do problema apontado no Briefing	0 ponto	3 pontos	5 pontos
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA NO QUESITO</b>				<b>25 pontos</b>
<b>Quesito 2</b>	<b>Subquesitos</b>	<b>Nota atribuída</b>		
		<b>Não atende</b>	<b>Atende parcialmente</b>	<b>Atende</b>
	Caracterização do público-alvo e elaboração de plano para mídia espontânea	0 ponto	5 pontos	10 pontos

Estratégia de Comunicação	Proposta de ações de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa para solução do problema do Briefing.	0 ponto	5 pontos	10 pontos
	Proposta de avaliação e mensuração dos resultados da estratégia (forma)	0 ponto	5 pontos	10 pontos
<b>Pontuação máxima no quesito</b>				<b>30 pontos</b>
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA NO PARÂMETRO</b>				<b>55 pontos</b>

### **Parâmetros da Capacidade de Atendimento**

A comprovação referente à Capacidade de Atendimento poderá referir-se à licitante, sede, filiais, sucursais ou empresas com as quais mantém acordos operacionais formais.

Adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário.

### **Quesito 1 – Metodologia de Atendimento**

Neste quesito será avaliado o método utilizado pela concorrente para atender a demanda formulada no exercício do Lote. Serão avaliados a riqueza da descrição das providências tomadas e dos prazos utilizados pela empresa para atender a demanda, bem como sua pertinência.

### **Quesito 2 – Estrutura de Atendimento**

As concorrentes deverão apresentar declaração na qual demonstre a estrutura de atendimento que será colocada à disposição da Embratur.

**TABELA 2**

<b>Parâmetro: Capacidade de Atendimento</b>				
<b>Quesito 1</b>	<b>Subquesitos</b>	<b>Nota atribuída</b>		
		<b>Não atende</b>	<b>Atende parcialmente</b>	<b>Atende</b>
		0 ponto	3 pontos	6 pontos
Metodologia de Atendimento	Texto que declare qual a metodologia de atendimento, descrevendo minuciosamente os encaminhamentos e prazos praticados pela empresa a partir do recebimento do briefing proposto no exercício.			
Estrutura de Atendimento	Declaração na qual a licitante demonstre a estrutura de atendimento que será colocada à disposição da Embratur.	0 ponto	2 pontos	4 pontos
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA NO PARÂMETRO</b>				<b>10 pontos</b>

Parâmetro – Trabalho Realizado

**Quesito 1 – Relato de Trabalho**

Serão avaliados dois relatos de trabalhos realizados para cliente de natureza jurídica, devidamente referendado com a assinatura do cliente em questão – ou responsável à época da realização da ação.

1 – Será avaliada a validade do referendo dado pelo cliente ou responsável à época. A Comissão de Licitação pode realizar uma diligência ou checagem dos documentos apresentados.

2 - Será avaliada a lógica da exposição do trabalho realizado para um cliente devidamente atestado pelo próprio.

3 – Será avaliada a consistência entre a causa e o efeito das ações apresentadas.

4 – Será avaliada a relevância, para o cliente, dos resultados apresentados.

**TABELA 3**

<b>Parâmetro: Trabalhos Realizados</b>				
<b>Quesito 1</b>	<b>Subquesitos</b>	<b>Nota atribuída</b>		
		<b>Não Atende</b>	<b>Atende parcialmente</b>	<b>Atende</b>
Relatos de solução de dois problemas de comunicação.	Lógica da exposição	0 ponto	2 pontos	6 pontos
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	0 ponto	2 pontos	6 pontos
	Relevância dos	0 ponto	4 pontos	8 pontos

	resultados apresentados.			
<b>Pontuação máxima no quesito</b>				<b>20 pontos</b>
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA NO PARÂMETRO</b>				<b>20 PONTOS</b>

Parâmetro Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia

### **Quesito – Metodologia da Análise**

1 - Serão avaliados o rigor técnico e a consistência dos parâmetros apresentados.

2 – Relato analítico – Serão avaliadas a clareza e a lógica na apresentação do relatório.

3 – Análise da cobertura jornalística – Será avaliada a relevância da identificação dos temas e da análise feita, bem como sua assertividade.

4 – Identificação de riscos e oportunidades – Será avaliada a consistência da percepção apurada do cenário encontrado.

5 – Propostas - Serão avaliadas a capacidade de apresentar estratégia e ações frente ao cenário identificado pela licitante.

**TABELA 4**

<b>Parâmetro: Análise editorial e auditoria de imagem projetada na mídia</b>		
<b>Quesitos</b>	<b>Subquesitos</b>	<b>Nota atribuída</b>

		<b>Não atende</b>	<b>Atende parcialmente</b>	<b>Atende</b>
Metodologia da análise	Consistência e rigor dos parâmetros.	0 ponto	1 ponto	3 pontos
Relato analítico das notícias veiculadas sobre a Embratur e os destinos turísticos brasileiros na imprensa, contendo gráficos e tabelas que demonstrem o grau de visibilidade do Brasil.	Clareza e lógica na exposição.	0 ponto	1 ponto	3 pontos
Análise da cobertura jornalística por veículo.	Relevância na análise e na identificação dos temas	0 ponto	1 ponto	3 pontos
Identificação de riscos e oportunidades de comunicação	Consistência e percepção apurada do cenário	0 ponto	1 ponto	3 pontos
Proposta de estratégias e ações de comunicação face ao conteúdo analisado.	Pertinência e adequação da solução ao problema.	0 ponto	1 ponto	3 pontos
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA NO PARÂMETRO</b>				<b>15 PONTOS</b>

- A nota obtida será a PONTUAÇÃO TÉCNICA de cada proposta.

- Será denominada PONTUAÇÃO TÉCNICA a soma da nota dos parâmetros mencionados no subitem anterior.

- Para calcular o ÍNDICE TÉCNICO (IT) da proposta, a Comissão Permanente de Licitação fará a divisão da PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) da proposta em exame pela que obteve a maior pontuação técnica, utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente:

- Será desclassificada a proposta que:

- Não atender às exigências do Projeto Básico;
- Não alcançar, no total 70 pontos.

## **ROTEIRO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

- A Proposta Técnica apresentada será constituída de 4 (quatro) parâmetros e deverá atender rigorosamente às prescrições e exigências constantes na especificação dos serviços, seja quanto à forma de apresentação e organização, seja quanto ao conteúdo, sob pena de desclassificação.

- Os textos deverão ser apresentados nos seguintes formatos:

- Mínimo de 10 páginas, tamanho A4;
- Título corpo 14 e texto corpo 12;
- Fonte times new roman;
- Margem 2,5 cm;
- Entrelinha simples.

- Cada texto será avaliado individualmente e a nota final para o parâmetro será calculada aplicando-se média aritmética simples, que terá como resultado uma única nota para os dois problemas de comunicação apontados no Briefing.

- É facultado à EMBRATUR efetuar diligências para comprovar as informações prestadas.
- O relatório de análise editorial e auditoria de imagem projetada na mídia deverá ser elaborado com base nos seguintes veículos de comunicação:

Agência EFE

Agência France Press

Agência Reuters

BBC (emissora e agência)

Clarín

CNN (emissora)

Der Spiegel

Economist

El Comercio (Peru)

El Mercurio

El País

Financial Times

Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)

Il Sole 24 Ore

International Herald Tribune

La Nación

Le Figaro

Le Monde

New York Times

Nihon Keizai Shimbun (Nikkei)

The Guardian

The Independent

The Times

Wall Street Journal

## **ROTEIRO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

- A Proposta de Preços deverá ser apresentada de forma clara e detalhada e estar de acordo com as exigências constantes do Edital e Anexos.

- A proposta deverá conter planilhas de preços sujeitos a valoração, a ser preenchida com as informações constantes no Anexo IV do Edital.

- Os preços cotados deverão incluir todas e quaisquer despesas, tais como tributos, custos com estrutura administrativa, encargos e demais despesas que venham a incidir, direta ou indiretamente na prestação de serviços objeto desta concorrência.

- Não se considerará qualquer vantagem não prevista no Edital.

- Quando possível, deverão ser indicados os sindicatos, acordos coletivos, convenções coletivas ou sentenças normativas que regem as categorias profissionais que executarão os serviços e as respectivas datas-base e vigências.

## **PROPOSTAS DE PREÇOS – JULGAMENTO**

- Para calcular o ÍNDICE DE PREÇOS (IP) da proposta, a Comissão Permanente de Licitação fará a divisão do menor preço proposto pelas empresas classificadas tecnicamente pelo preço proposto da empresa avaliada, utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente.

## **DO JULGAMENTO DA LICITAÇÃO**

- O julgamento das propostas será realizado em conformidade com o tipo de Licitação TÉCNICA E PREÇO, correspondendo 60% a TÉCNICA e 40% a PREÇO, observadas as regras estabelecidas neste Projeto Básico.

- As notas dos parâmetros eminentemente técnicos (Planejamento de Comunicação, Trabalhos Realizados e Exposição na Mídia Capacidade de Atendimento) corresponderão à média aritmética simples das notas de cada membro da Subcomissão Técnica constituída especialmente para esse fim.

- As propostas serão classificadas de acordo com a nota final alcançada pelas proponentes.

- A classificação final das propostas será feita pela Comissão Permanente de Licitação, atendidas as exigências estabelecidas no presente certame. Será considerada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final (NF).

- Em caso de absoluta igualdade de propostas, será aplicado o disposto na Lei nº 8.666/93.

- A avaliação técnica consistirá na pontuação dos quesitos e subquesitos que, somados, determinarão a nota atribuída ao parâmetro, conforme descrito nas tabelas 1, 2, 3 e 4, constantes neste anexo.

- Para calcular o ÍNDICE TÉCNICO (IT) da proposta, a Comissão julgadora fará a divisão da PONTUAÇÃO TÉCNICA (PT) da proposta em exame, pela que obteve a MAIOR PONTUAÇÃO TÉCNICA (MPT), conforme fórmula abaixo, utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente:

$$IT = PT/MPT$$

Onde:

IT = Índice Técnico

PT = Pontuação Técnica da proposta em exame

MPT = Maior Pontuação Técnica

Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos.

Os preços ofertados nas propostas classificadas tecnicamente serão avaliados e valorados conforme segue:

$$IP = MPP/PP$$

Onde:

IP = Índice de Preços

MPP = Menor preço proposto no item Hora Homem pelas empresas classificadas tecnicamente

PP = Preço proposto da empresa avaliada.

As propostas serão classificadas de acordo com a nota final, conforme abaixo indicado:

$$NF = [(IT \times 60) + (IP \times 40)]$$

Em caso de absoluta igualdade de propostas, será aplicado o disposto no § 2º do art. 45, da Lei nº. 8.666/93, atualizada.

## ANEXO IV

### PLANILHA DE PREÇO DA PROPOSTA

O valor total da proposta para o LOTE (\_\_\_\_) é de R\$ \_\_\_\_\_,\_\_\_ (Valor por extenso) e para os serviços de subcontratação de terceiros o valor de honorários a serem cobrados serão de \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

No valor proposto deverão estar contemplados todas e quaisquer despesas a permitir a identificação de todos os custos envolvidos na execução do serviço, tais como: tributos, custos com estrutura administrativa, encargos e demais despesas que venham a incidir, direta ou indiretamente na prestação de serviços objeto dessa licitação, quaisquer despesas com mão-de-obra (com base no salário e em outros direitos fixados para cada categoria por meio de acordo ou convenção coletiva de trabalho, sentença normativa ou outra forma prevista em lei), material - inclusive de consumo -, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, inclusive equipamentos (hardware), programas (software) e lucro visando o perfeito cumprimento do objeto deste Edital e projeto básico.

Brasília, \_\_ de \_\_\_\_\_ de 2010

---

Nome e assinatura do representante legal da pessoa jurídica  
(número do CPF e Identidade do Declarante)

**CONCORRÊNCIA N° \_\_/2010**

**Tabela hora / homem**

PAÍS	PROFISSIONAL	HORA/HOMEM MEDIA	DATA BASE DE CONVERSÃO	MOEDA	TAXA CONVERSÃO	CONVERSÃO PARA REAL
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
Alemanh a	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
Bélgica	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912	
Dinamarc a	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348	
	Profissional Júnior		07/01/2010	Coroa	R\$ 0,3348	

			Dinamarquesa	
Repórter Fotográfico		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348
Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348
Tradutor		07/01/2010	Coroa Dinamarquesa	R\$ 0,3348
Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Finlândia				
Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
França				
Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Holanda				
Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912

	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Itália	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
Noruega	Profissional Júnior		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
	Tradutor		07/01/2010	Coroa Norueguesa	R\$ 0,3043
Reino Unido	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723

	Profissional Júnior		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Tradutor		07/01/2010	Libra	R\$ 2,7723
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
Rússia	Profissional Júnior		07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Tradutor		07/01/2010	Rublo	R\$ 0,0575
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
Suécia	Profissional Júnior		07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
	Tradutor		07/01/2010	Coroa Sueca	R\$ 0,2443
Suiça	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Franco Suiço	R\$ 1,6826
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Franco Suiço	R\$ 1,6826
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Franco Suiço	R\$ 1,6826
	Profissional Júnior		07/01/2010	Franco Suiço	R\$ 1,6826

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826
	Tradutor		07/01/2010	Franco Suíço	R\$ 1,6826
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
Argentina	Profissional Júnior		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Tradutor		07/01/2010	Peso Argentino	R\$ 0,4583
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
Bolívia	Profissional Júnior		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
	Tradutor		07/01/2010	Boliviano	R\$ 0,2479
Chile	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Profissional Júnior		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Tradutor		07/01/2010	Peso Chileno	R\$ 0,0035
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
Colômbia	Profissional Júnior		07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Tradutor		07/01/2010	Peso Colombiano	R\$ 0,0009
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
Equador	Profissional Júnior		07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
	Tradutor		07/01/2010	Sucre	R\$ 0,0001
Espanha	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
México	Profissional Júnior		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Tradutor		07/01/2010	Peso Mexicano	R\$ 0,1363
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
Paraguai	Profissional Júnior		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
	Tradutor		07/01/2010	Guarani	R\$ 0,0004
Peru	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Profissional Júnior		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Tradutor		07/01/2010	Novo Sol	R\$ 0,6081
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
Portugal	Profissional Júnior		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Tradutor		07/01/2010	Euro	R\$ 2,4912
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
Uruguai	Profissional Júnior		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
	Tradutor		07/01/2010	Peso Uruguai	R\$ 0,0886
Venezuela	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095
	Profissional Júnior		07/01/2010	Bolivar	R\$ 0,8095

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Bolívar	R\$ 0,8095
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Bolívar	R\$ 0,8095
	Tradutor		07/01/2010	Bolívar	R\$ 0,8095
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
Canadá	Profissional Júnior		07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Tradutor		07/01/2010	Dólar Canadense	R\$ 1,6808
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
China	Profissional Júnior		07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
	Tradutor		07/01/2010	Iuan Renmimbi	R\$ 0,2549
Coréia do Sul	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Profissional de Comunicação Sênior	de	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Profissional de Comunicação Pleno	de	07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Profissional Júnior		07/01/2010	Won	R\$ 0,0015

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Tradutor		07/01/2010	Won	R\$ 0,0015
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
Emirados Árabes	Profissional Júnior		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Tradutor		07/01/2010	Dirham	R\$ 0,4737
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
Estados Unidos	Profissional Júnior		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
	Tradutor		07/01/2010	Dólar Americano	R\$ 1,7405
India	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Profissional Júnior		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Tradutor		07/01/2010	Rúpia	R\$ 0,0381
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
Israel	Profissional Júnior		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Tradutor		07/01/2010	Shekel	R\$ 0,4670
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
Japão	Profissional Júnior		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
	Tradutor		07/01/2010	Iene	R\$ 0,0187
Turquia	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Profissional Júnior		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806

	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Tradutor		07/01/2010	Nova Lira	R\$ 1,1806
	Profissional de Comunicação Máster		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
	Profissional de Comunicação Sênior		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
Brasil	Profissional de Comunicação Pleno		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
	Profissional Júnior		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
	Repórter Fotográfico		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
	Repórter Cinematográfico		07/01/2010	Real	R\$ 1,0000
					<b>TOTAL</b>

## Tabelas de deslocamentos

DESLOCAMENTO INTERNACIONAL*		
ORIGEM	DESTINO	VALOR DESLOCAMENTO (R\$)
Brasil - Brasília	Alemanha - Berlin	
Brasil - Brasília	Bélgica - Bruxelas	
Brasil - Brasília	Dinamarca - Copenhague	
Brasil - Brasília	Finlândia - Helsinque	
Brasil - Brasília	França - Paris	
Brasil - Brasília	Holanda - Amsterdam	
Brasil - Brasília	Itália - Roma	
Brasil - Brasília	Noruega - Oslo	
Brasil - Brasília	Reino Unido - Londres	
Brasil - Brasília	Rússia - Moscou	
Brasil - Brasília	Suécia - Estocolmo	
Brasil - Brasília	Suíça - Berna	
Brasil - Brasília	Argentina - Buenos Aires	
Brasil - Brasília	Bolívia - La Paz	
Brasil - Brasília	Chile - Santiago	
Brasil - Brasília	Colômbia - Bogotá	
Brasil - Brasília	Equador - Quito	
Brasil - Brasília	Espanha - Madrid	

<b>Brasil - Brasília</b>	<b>México - Cidade do México</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Paraguai - Assunção</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Peru - Lima</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Portugal - Lisboa</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Uruguai - Montevideo</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Venezuela - Caracas</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Canadá - Otawa</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>China - Pequim</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Coréia - Seul</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Emirados Árabes - Abu Dhabi</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Estados Unidos - Washington</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Índia - Nova Delhi</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Israel - Tel Aviv</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Japão - Tóquio</b>	
<b>Brasil - Brasília</b>	<b>Turquia - Ancara</b>	

**DESLOCAMENTO NACIONAL\***

<b>ORIGEM</b>	<b>DESTINO</b>	<b>VALOR DESLOCAMENTO (R\$)</b>
Brasil - Brasília	Acre - Rio Branco	
Brasil - Brasília	Amazonas - Manaus	
Brasil - Brasília	Roraima - Boa Vista	
Brasil - Brasília	Pará - Belém	
Brasil - Brasília	Amapá - Macapá	
Brasil - Brasília	Tocantins - Palmas	
Brasil - Brasília	Rondônia - Porto Velho	
Brasil - Brasília	Maranhão - São Luis	
Brasil - Brasília	Piauí - Teresina	
Brasil - Brasília	Ceará - Fortaleza	
Brasil - Brasília	Rio Grande do Norte - Natal	
Brasil - Brasília	Paraíba - João Pessoa	
Brasil - Brasília	Pernambuco - Recife	
Brasil - Brasília	Alagoas - Maceió	
Brasil - Brasília	Sergipe - Aracajú	
Brasil - Brasília	Bahia - Salvador	
Brasil - Brasília	Mato Grosso - Cuiabá	
Brasil - Brasília	Mato Grosso do Sul - Campo Grande	

Brasil - Brasília	Goiás - Goiânia	
Brasil - Brasília	Minas Gerais - Belo Horizonte	
Brasil - Brasília	Espírito Santo - Vitória	
Brasil - Brasília	Rio de Janeiro - Rio de Janeiro	
Brasil - Brasília	São Paulo - São Paulo	
Brasil - Brasília	Paraná - Curitiba	
Brasil - Brasília	Santa Catarina - Florianópolis	
Brasil - Brasília	Rio Grande do Sul - Porto Alegre	

\* Trecho com origem em Brasília/DF, apenas em classe econômica e com taxas inclusas. Valores em Reais.

## Tabela de diárias

PAÍS	PROFISSIONAL	VALOR DIÁRIA	MOEDA
Alemanha	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro
	Profissional de Comunicação Pleno		Euro

	Profissional Júnior	Euro
	Repórter Fotográfico	Euro
	Repórter Cinematográfico	Euro
	Tradutor	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	Euro
Bélgica	Profissional Júnior	Euro
	Repórter Fotográfico	Euro
	Repórter Cinematográfico	Euro
	Tradutor	Euro
	Profissional de Comunicação Máster	Coroa Dinamarquesa
	Profissional de Comunicação Sênior	Coroa Dinamarquesa
	Profissional de Comunicação Pleno	Coroa Dinamarquesa
Dinamarca	Profissional Júnior	Coroa Dinamarquesa
	Repórter Fotográfico	Coroa Dinamarquesa
	Repórter Cinematográfico	Coroa Dinamarquesa
	Tradutor	Coroa Dinamarquesa
Finlândia	Profissional de Comunicação Máster	Euro
	Profissional de Comunicação Sênior	Euro
	Profissional de Comunicação Pleno	Euro
	Profissional Júnior	Euro
	Repórter Fotográfico	Euro

	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro
	Profissional de Comunicação Pleno		Euro
França	Profissional Júnior		Euro
	Repórter Fotográfico		Euro
	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro
	Profissional de Comunicação Pleno		Euro
Holanda	Profissional Júnior		Euro
	Repórter Fotográfico		Euro
	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro
	Profissional de Comunicação Pleno		Euro
Itália	Profissional Júnior		Euro
	Repórter Fotográfico		Euro
	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
Noruega	Profissional de Comunicação Máster		Coroa Norueguesa

	Profissional de Comunicação Sênior		Coroa Norueguesa
	Profissional de Comunicação Pleno		Coroa Norueguesa
	Profissional Júnior		Coroa Norueguesa
	Repórter Fotográfico		Coroa Norueguesa
	Repórter Cinematográfico		Coroa Norueguesa
	Tradutor		Coroa Norueguesa
	Profissional de Comunicação Máster		Libra
	Profissional de Comunicação Sênior		Libra
	Profissional de Comunicação Pleno		Libra
Reino Unido	Profissional Júnior		Libra
	Repórter Fotográfico		Libra
	Repórter Cinematográfico		Libra
	Tradutor		Libra
	Profissional de Comunicação Máster		Rublo
	Profissional de Comunicação Sênior		Rublo
	Profissional de Comunicação Pleno		Rublo
Rússia	Profissional Júnior		Rublo
	Repórter Fotográfico		Rublo
	Repórter Cinematográfico		Rublo
	Tradutor		Rublo
Suécia	Profissional de Comunicação Máster		Coroa Sueca
	Profissional de Comunicação Sênior		Coroa Sueca
	Profissional de Comunicação Pleno		Coroa Sueca
	Profissional Júnior		Coroa Sueca

	Repórter Fotográfico	Coroa Sueca
	Repórter Cinematográfico	Coroa Sueca
	Tradutor	Coroa Sueca
	Profissional de Comunicação Máster	Franco Suiço
	Profissional de Comunicação Sênior	Franco Suiço
	Profissional de Comunicação Pleno	Franco Suiço
Suiça	Profissional Júnior	Franco Suiço
	Repórter Fotográfico	Franco Suiço
	Repórter Cinematográfico	Franco Suiço
	Tradutor	Franco Suiço
	Profissional de Comunicação Máster	Peso Argentino
	Profissional de Comunicação Sênior	Peso Argentino
	Profissional de Comunicação Pleno	Peso Argentino
Argentina	Profissional Júnior	Peso Argentino
	Repórter Fotográfico	Peso Argentino
	Repórter Cinematográfico	Peso Argentino
	Tradutor	Peso Argentino
Bolívia	Profissional de Comunicação Máster	Boliviano
	Profissional de Comunicação Sênior	Boliviano
	Profissional de Comunicação Pleno	Boliviano
	Profissional Júnior	Boliviano
	Repórter Fotográfico	Boliviano
	Repórter Cinematográfico	Boliviano

	Tradutor		Boliviano
	Profissional de Comunicação Máster		Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Sênior		Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Pleno		Peso Chileno
Chile	Profissional Júnior		Peso Chileno
	Repórter Fotográfico		Peso Chileno
	Repórter Cinematográfico		Peso Chileno
	Tradutor		Peso Chileno
	Profissional de Comunicação Máster		Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Sênior		Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Pleno		Peso Colombiano
Colômbia	Profissional Júnior		Peso Colombiano
	Repórter Fotográfico		Peso Colombiano
	Repórter Cinematográfico		Peso Colombiano
	Tradutor		Peso Colombiano
	Profissional de Comunicação Máster		Sucre
	Profissional de Comunicação Sênior		Sucre
	Profissional de Comunicação Pleno		Sucre
Equador	Profissional Júnior		Sucre
	Repórter Fotográfico		Sucre
	Repórter Cinematográfico		Sucre
	Tradutor		Sucre
Espanha	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro

	Profissional de Comunicação Pleno		Euro
	Profissional Júnior		Euro
	Repórter Fotográfico		Euro
	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
	Profissional de Comunicação Máster		Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Sênior		Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Pleno		Peso Mexicano
México	Profissional Júnior		Peso Mexicano
	Repórter Fotográfico		Peso Mexicano
	Repórter Cinematográfico		Peso Mexicano
	Tradutor		Peso Mexicano
	Profissional de Comunicação Máster		Guarani
	Profissional de Comunicação Sênior		Guarani
	Profissional de Comunicação Pleno		Guarani
Paraguai	Profissional Júnior		Guarani
	Repórter Fotográfico		Guarani
	Repórter Cinematográfico		Guarani
	Tradutor		Guarani
Peru	Profissional de Comunicação Máster		Novo Sol
	Profissional de Comunicação Sênior		Novo Sol
	Profissional de Comunicação Pleno		Novo Sol
	Profissional Júnior		Novo Sol
	Repórter Fotográfico		Novo Sol

	Repórter Cinematográfico		Novo Sol
	Tradutor		Novo Sol
	Profissional de Comunicação Máster		Euro
	Profissional de Comunicação Sênior		Euro
	Profissional de Comunicação Pleno		Euro
Portugal	Profissional Júnior		Euro
	Repórter Fotográfico		Euro
	Repórter Cinematográfico		Euro
	Tradutor		Euro
	Profissional de Comunicação Máster		Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Sênior		Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Pleno		Peso Uruguai
Uruguai	Profissional Júnior		Peso Uruguai
	Repórter Fotográfico		Peso Uruguai
	Repórter Cinematográfico		Peso Uruguai
	Tradutor		Peso Uruguai
	Profissional de Comunicação Máster		Bolívar
	Profissional de Comunicação Sênior		Bolívar
	Profissional de Comunicação Pleno		Bolívar
Venezuela	Profissional Júnior		Bolívar
	Repórter Fotográfico		Bolívar
	Repórter Cinematográfico		Bolívar
	Tradutor		Bolívar
Canadá	Profissional de Comunicação Máster		Dólar Canadense

	Profissional de Comunicação Sênior		Dólar Canadense
	Profissional de Comunicação Pleno		Dólar Canadense
	Profissional Júnior		Dólar Canadense
	Repórter Fotográfico		Dólar Canadense
	Repórter Cinematográfico		Dólar Canadense
	Tradutor		Dólar Canadense
	Profissional de Comunicação Máster		Iuan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Sênior		Iuan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Pleno		Iuan Renmimbi
China	Profissional Júnior		Iuan Renmimbi
	Repórter Fotográfico		Iuan Renmimbi
	Repórter Cinematográfico		Iuan Renmimbi
	Tradutor		Iuan Renmimbi
	Profissional de Comunicação Máster		Won
	Profissional de Comunicação Sênior		Won
	Profissional de Comunicação Pleno		Won
Coréia do Sul	Profissional Júnior		Won
	Repórter Fotográfico		Won
	Repórter Cinematográfico		Won
	Tradutor		Won
Emirados Árabes	Profissional de Comunicação Máster		Dirham
	Profissional de Comunicação Sênior		Dirham
	Profissional de Comunicação Pleno		Dirham
	Profissional Júnior		Dirham

	Repórter Fotográfico	Dirham
	Repórter Cinematográfico	Dirham
	Tradutor	Dirham
	Profissional de Comunicação Máster	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Sênior	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Pleno	Dólar Americano
Estados Unidos	Profissional Júnior	Dólar Americano
	Repórter Fotográfico	Dólar Americano
	Repórter Cinematográfico	Dólar Americano
	Tradutor	Dólar Americano
	Profissional de Comunicação Máster	Rúpia
	Profissional de Comunicação Sênior	Rúpia
	Profissional de Comunicação Pleno	Rúpia
India	Profissional Júnior	Rúpia
	Repórter Fotográfico	Rúpia
	Repórter Cinematográfico	Rúpia
	Tradutor	Rúpia
Israel	Profissional de Comunicação Máster	Shekel
	Profissional de Comunicação Sênior	Shekel
	Profissional de Comunicação Pleno	Shekel
	Profissional Júnior	Shekel
	Repórter Fotográfico	Shekel
	Repórter Cinematográfico	Shekel

	Tradutor		Shekel
	Profissional de Comunicação Máster		lene
	Profissional de Comunicação Sênior		lene
	Profissional de Comunicação Pleno		lene
Japão	Profissional Júnior		lene
	Repórter Fotográfico		lene
	Repórter Cinematográfico		lene
	Tradutor		lene
	Profissional de Comunicação Máster		Nova Lira
	Profissional de Comunicação Sênior		Nova Lira
	Profissional de Comunicação Pleno		Nova Lira
Turquia	Profissional Júnior		Nova Lira
	Repórter Fotográfico		Nova Lira
	Repórter Cinematográfico		Nova Lira
	Tradutor		Nova Lira
	Profissional de Comunicação Máster		Real
	Profissional de Comunicação Sênior		Real
	Profissional de Comunicação Pleno		Real
Brasil - BRASÍLIA / MANAUS / RIO DE JANEIRO	Profissional Júnior		Real
	Repórter Fotográfico		Real
	Repórter Cinematográfico		Real
Brasil - BELO HORIZONTE / FORTALEZA / PORTO ALEGRE / RECIFE / SALVADOR / SÃO PAULO	Profissional de Comunicação Máster		Real
	Profissional de Comunicação Sênior		Real
	Profissional de Comunicação Pleno		Real

Profissional Júnior		Real
---------------------	--	------

Repórter Fotográfico		Real
----------------------	--	------

Repórter Cinematográfico		Real
--------------------------	--	------

Profissional de Comunicação Máster		Real
------------------------------------	--	------

Profissional de Comunicação Sênior		Real
------------------------------------	--	------

Brasil - OUTRAS CAPITAIS DE ESTADOS.
--------------------------------------

Profissional de Comunicação Pleno		Real
-----------------------------------	--	------

Profissional Júnior		Real
---------------------	--	------

Repórter Fotográfico		Real
----------------------	--	------

Repórter Cinematográfico		Real
--------------------------	--	------

Profissional de Comunicação Máster		Real
------------------------------------	--	------

Profissional de Comunicação Sênior		Real
------------------------------------	--	------

Brasil - DESLOCAMENTOS
------------------------

Profissional de Comunicação Pleno		Real
-----------------------------------	--	------

Profissional Júnior		Real
---------------------	--	------

Repórter Fotográfico		Real
----------------------	--	------

Repórter Cinematográfico		Real
--------------------------	--	------

## ANEXO V

### DECLARAÇÃO DE SUPERVENIÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO PARA HABILITAÇÃO

(NOME DA EMPRESA) ....., CNPJ/CGC nº .....  
sediada .....(endereço completo) ....., declara, sob  
penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação na  
Concorrência nº \_/2010, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

(Local), ..... de ..... de 2010.

---

(Nome e assinatura do representante da pessoa jurídica)

(número do CPF e identidade do declarante)

Empresa

## ANEXO VI

### CONCORRÊNCIA Nº \_/2010

#### DECLARAÇÃO

(NOME DA EMPRESA) ....., CNPJ/CGC nº ..... sediada .....(endereço completo) ....., declara, sob as penas da Lei, que não utiliza mão-de-obra direta ou indireta de menores de 18 (dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubres, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão-de-obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (catorze) anos. (conforme Lei nº 9.854/99).

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( ) .

(Local), ..... de ..... de 2010.

---

(Nome e assinatura do representante da pessoa jurídica)

(número do CPF e identidade do declarante)

Empresa

## ANEXO VII

CONCORRÊNCIA Nº \_/2010

### DECLARAÇÃO

(NOME DA EMPRESA) ....., CNPJ/CGC nº ..... sediada .....(endereço completo) ....., declara, sob as penas da Lei, que alocará os profissionais qualificados em número suficiente para desenvolver o trabalho especificado, e não inferior ao quantitativo e perfis mencionados no item 11.2 do Projeto Básico

(Local), ..... de ..... de 2010.

---

(Nome e assinatura do representante da pessoa jurídica)

(número do CPF e identidade do declarante)

Empresa

## ANEXO VIII

CONCORRÊNCIA N° x/2010

MINUTA CONTRATO N° /2010

**CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM  
A EMBRATUR – INSTITUTO  
BRASILEIRO DE TURISMO E A  
EMPRESA \_\_\_\_\_**

**PROCESSO N°**

**A EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO**, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a empresa \_\_\_\_\_, estabelecida à \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o n° \_\_\_\_\_, neste ato representada pelo Sr. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, portador da CI n.º \_\_\_\_\_, CPF n° \_\_\_\_\_, residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, doravante denominada **CONTRATADA**, tendo em vista o resultado da Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA N° X/2010**, e os demais termos da licitação, em observância ao disposto na Lei n° 8.666, de 21 de junho de 1993, e demais normas que regem a espécie, observando o que consta no processo 72.100.000737/2009-51, resolvem celebrar o presente Contrato mediante Cláusulas e condições seguintes:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO**

Constitui objeto do presente contrato a contratação de empresa prestadora de serviço de consultoria e execução de relações públicas e assessoria de imprensa relacionado ao Lote (XX), para divulgar o Brasil no exterior enquanto destino turístico, conforme especificações constantes do Projeto Básico (Anexo I do Edital de Licitação).

**Parágrafo Primeiro** - Os serviços constantes do Projeto Básico do Edital de LICITAÇÃO realizados nos mercados internacionais serão executados sempre sob a supervisão, coordenação e orientação da Diretoria de Marketing da Embratur.

**Parágrafo Segundo** – Os serviços realizados no mercado nacional serão realizados sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria de Comunicação da Presidência da Embratur.

**Parágrafo Terceiro** – Vinculam-se ao presente Contrato, o Edital de Concorrência nº X/2010, e seus ANEXOS, bem como a proposta de preços da Contratada os quais se constituem partes integrantes deste Instrumento, independentemente de sua transcrição.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DA EXECUÇÃO E DO LOCAL**

I - Os serviços serão prestados na sede da Proponente Adjudicatária ou de suas parceiras Internacionais.

II - A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo de 30 (trinta) dias, contados da assinatura do contrato, a disponibilização de estrutura de atendimento e coordenação em Brasília, sob pena de aplicação das sanções previstas na cláusula décima terceira deste contrato.

III - Para viabilizar a execução dos serviços, poderá, eventualmente, ocorrer necessidade de deslocamento de funcionários da Proponente Adjudicatária, ou seja, viagem a serviço no exclusivo interesse da EMBRATUR. Nessa hipótese, a Proponente Adjudicatária

proverá os meios de deslocamento, bem como adiantará a (s) diária (s) aos seus funcionários, conforme estabelecido na proposta de preço ofertada no processo licitatório.

IV - As despesas, decorrentes do exposto no subitem acima, serão ressarcidas pela EMBRATUR mediante a apresentação de Planilha que contemplará o custo do transporte e das diárias pagas, conforme valores estabelecidos na proposta de preço.

V - Não serão reembolsadas despesas não comprovadas ou comprovadas por meio de documentos sem valor fiscal.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

#### **São obrigações da Contratada:**

- I. Prestar os serviços por meio de pessoal adequadamente qualificado e capacitado para suas atividades, contratados na forma da Lei, com o grau de escolaridade e a experiência compatível com as atividades a serem exercidas, respeitando às exigências estabelecidas no Plano Estratégico de Comunicação.
- II. Cumprir rigorosamente com todas as programações e atividades inerentes ao objeto deste Contrato.
- III. Prestar os serviços de acordo com o especificado neste edital sob a coordenação da Diretoria de Marketing (lotes 1, 2 e 3) e da Assessoria de Comunicação da Presidência da Embratur (lote 4), bem como, em caráter excepcional, aos sábados, domingos e feriados, para atender a realização de eventos de marketing.
- IV. Substituir qualquer funcionário em caso de ausência legal ou férias, de maneira a

não prejudicar o andamento e a boa execução dos serviços.

- V. Levar, imediatamente, ao conhecimento do gestor do contrato, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorra durante a execução dos serviços, para adoção de medidas cabíveis, bem como, comunicar por escrito e de forma detalhada, todo tipo de acidente que, eventualmente, venha a ocorrer.
- VI. Prover o pessoal necessário para garantir a execução dos serviços, sem interrupção.
- VII. Substituir, sempre que exigido pelo gestor do contrato, qualquer empregado cuja atuação, permanência e/ou comportamento sejam prejudiciais, inconvenientes, insatisfatórios à disciplina da repartição ou ao interesse do serviço, ou ainda, incompatíveis com o exercício das funções que lhe forem atribuídas.
- VIII. Responder pelos danos causados à EMBRATUR ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, quando da execução dos serviços.
- IX. Arcar com despesas decorrentes de qualquer infração, desde que praticada por seus empregados durante a execução dos serviços, ainda que nas dependências da EMBRATUR.
- X. Responder pelo cumprimento dos postulados legais vigentes no âmbito federal, estadual ou municipal e do local da prestação dos serviços no exterior.
- XI. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, em observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação.
- XII. Implantar a supervisão permanente dos serviços, de modo adequado e de forma a obter uma operação correta e eficaz.

- XIII. Manter suporte inerente aos serviços a serem executados, garantindo um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a EMBRATUR.
- XIV. Atender prontamente quaisquer exigências do gestor do contrato, inerentes ao objeto deste Contrato.
- XV. Fornecer, na forma solicitada pela EMBRATUR, o demonstrativo de utilização dos serviços objeto deste Contrato.
- XVI. Comunicar a EMBRATUR, por escrito, qualquer anormalidade de caráter urgente e prestar os esclarecimentos julgados necessários.
- XVII. Manter, durante toda a execução do futuro Contrato, em compatibilidade com as obrigações a serem assumidas, todas as condições de qualificação, exigidas na respectiva Licitação.
- XVIII. Assumir a responsabilidade por todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e obrigações sociais previstos na legislação em vigor, obrigando-se a saldá-los na época própria, uma vez que os seus empregados não manterão nenhum vínculo empregatício com a EMBRATUR.
- XIX. Assumir, também, a responsabilidade por todas as providências e obrigações estabelecidas na legislação específica de acidentes do trabalho, quando, em ocorrência da espécie, forem vítimas seus empregados no desempenho dos serviços ou em conexão com eles, ainda que acontecido nas dependências da EMBRATUR.
- XX. Renunciar, expressamente, a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, para com a EMBRATUR, haja vista que a inadimplência da CONTRATADA, com referência aos encargos estabelecidos nas condições anteriores, não transferem a responsabilidade por seu pagamento à EMBRATUR, nem poderá onerar o objeto do

Contrato a ser firmado.

- XXI. Obedecer às normas e rotinas da EMBRATUR, em especial as que disserem respeito à segurança, à guarda, à manutenção e à integridade das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços.
- XXII. Guardar o mais absoluto sigilo em relação às informações ou documentos de quaisquer naturezas a que venham tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.
- XXIII. Reconhecer que, como prestador de serviço, por força de Contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, que todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade da EMBRATUR.
- XXIV. Custear as despesas de viagem e hospedagem vinculadas à consecução do objeto deste Contrato.
- XXV. A contratada deverá, obrigatoriamente, funcionar no Brasil e ter sede, filiais, sucursais ou manter acordos operacionais formais com empresas instaladas nos mercados apresentados em cada Lote, com estrutura e pessoal suficiente para execução das atividades quando necessário.
- XXVI. Não contratar servidor pertencente ao quadro de pessoal da CONTRATANTE ou terceiro que já lhe preste serviços, para atuar na execução deste contrato;
- XXVII. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto deste contrato em que se verificar vício, defeito ou incorreção.
- XXVIII. Indicar um preposto para acompanhar a execução do contrato e responder perante a CONTRATANTE.

## CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

- I. Permitir acesso dos empregados da CONTRATADA às suas dependências para execução dos serviços referentes ao objeto deste edital.
- II. Prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pelos empregados da CONTRATADA.
- III. Assegurar-se da boa prestação dos serviços, verificando sempre o seu bom desempenho.
- IV. Assegurar-se de que os preços contratados estão compatíveis com aqueles praticados no mercado, pelas demais empresas que executem serviços similares ao objeto deste edital, de forma a garantir que sejam mais vantajosos para a EMBRATUR.
- V. Fiscalizar o cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, inclusive quanto à continuidade da prestação dos serviços que, ressalvados os casos de força maior, justificados e aceitos pelo gestor do contrato, não devem ser interrompidas.
- VI. Emitir, por intermédio do gestor do contrato, relatórios sobre os atos referentes à execução do Contrato que vier a ser celebrado, em especial, quanto ao acompanhamento e fiscalização da prestação dos serviços, à exigência de condições estabelecidas e à proposta de aplicação de sanções.
- VII. Acompanhar e fiscalizar o andamento dos serviços, por intermédio do Gestor do Contrato ou por Comissão de Acompanhamento do Contrato.
- VIII. Especificar e estabelecer diretrizes para aceitação dos serviços

executados pela Proponente.

- IX. Ressarcir as despesas de viagens e hospedagens, dos empregados da CONTRATADA, quando expressamente autorizados.

#### **CLÁUSULA QUINTA - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO**

A execução deste Contrato será acompanhada e fiscalizada por um servidor da EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, designado, nos termos do art. 67 da Lei nº 8.666/93.

#### **CLÁUSULA SEXTA – DO VALOR DO CONTRATO**

O valor global estimado para os primeiros doze meses do presente Contrato é de R\$ ( ).

**Parágrafo Único** - O **CONTRATANTE** se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA – PAGAMENTO, REACTUAÇÃO E REEQUILÍBRIO ECONOMICO FINANCEIRO**

I. Pela perfeita execução dos serviços objeto deste Contrato e obedecidas as demais condições, a EMBRATUR pagará à Contratada, conforme Ordens de Serviço executadas.

II. Os serviços prestados serão remunerados de acordo com os valores fixados nas respectivas Ordens de Serviço.

- III. Todos os serviços necessários à execução do objeto do Contrato deverão ser discriminados e previamente aprovados pela EMBRATUR, por meio de Ordem de Serviço, que especificará todos os serviços a serem prestados, tomando-se por base os valores fixados na planilha de composição de preço.
- IV. Os serviços passíveis de subcontratação serão aprovados com base na apresentação de no mínimo 03 (três) orçamentos.
- V. Os serviços passíveis de subcontratação serão remunerados com XX% (XXXXXXX) de honorários, tendo em vista o acompanhamento que a Contratada deverá exercer sobre o serviço prestado pelo subcontratado.
- VI. As repactuações serão precedidas de solicitação da CONTRATADA, acompanhada de demonstração analítica da alteração dos custos, por meio de apresentação da planilha de custos e formação de preços, do novo acordo, convenção ou dissídio coletivo que fundamenta a repactuação, dos preços vigentes no mercado, conforme for a variação de custos objeto da repactuação.
- VII. A CONTRATADA deverá apresentar planilhas de custos comparativas entre a data da formulação da proposta e do momento do pedido de repactuação, contemplando os custos unitários envolvidos e evidenciando a repercussão do aumento de preços ocorrido nos valores vigentes para cada serviço.
- VIII. Deverão ser apresentados os documentos comprobatórios do aumento de custo, tais como acordo, convenção, dissídio coletivo de trabalho ou equivalente, notas fiscais e informações de mercado.
- IX. A repactuação poderá contemplar todos os componentes de custo que tenham sofrido variação, no período, desde que haja demonstração analítica dessa variação, devidamente comprovada.

- X. Nas repactuações subseqüentes à primeira, a anualidade será contada a partir da data do fato gerador que deu ensejo a última repactuação.
- XI. O pedido de repactuação será processado e poderá ser autorizado pela EMBRATUR, após exame dos atos e documentos comprobatórios que o motivaram, observando-se a legislação pertinente.
- XII. A repactuação obrigará a CONTRATADA ao reforço de garantia correspondente.
- XIII. Os casos de reequilíbrio econômico financeiro do contrato serão realizados nos termos do artigo 65 da Lei 8.666/93, mediante comprovação inequívoca pela CONTRATADA das condições que motivaram o desequilíbrio em relação ao preço inicial.
- XIV. O pagamento à CONTRATADA será feito em até 30 (trinta) dias após o recebimento da nota fiscal de serviços/fatura, por crédito em conta corrente, discriminando os serviços efetivamente executados, acompanhada do atesto de conformidade firmado pelo Gestor do Contrato ou por Comissão de Acompanhamento de Contrato, nomeada para tal fim.
- XV. A liberação do pagamento ficará condicionada à comprovação da regularidade fiscal da CONTRATADA junto ao SICAF, mediante consulta efetuada por meio eletrônico ou por meio da apresentação de documentos hábeis.
- XVI. Encontrando-se a CONTRATADA inadimplente na data da consulta, poderá ser concedido, a critério da CONTRATANTE, um prazo de 30 (trinta) dias para que a mesma regularize a sua situação, sob pena de, não o fazendo, ter rescindido o Contrato com aplicação das sanções cabíveis.

XVII. Para execução do pagamento a CONTRATADA deverá fazer constar da nota fiscal de serviços/fatura correspondente – emitida, sem rasura, em letra legível, o nome da EMBRATUR - Instituto Brasileiro do Turismo, CNPJ nº 33.741.794/0001-01 – o nome do Banco, o número de sua Conta Bancária e a respectiva Agência.

XVIII. A nota fiscal de serviços/fatura correspondente deverá ser encaminhada, pela CONTRATADA, diretamente ao Gestor do Contrato, que somente atestará o recebimento e liberará a referida nota fiscal de serviços/fatura para pagamento, quando cumpridas todas as condições pactuadas.

XIX. Serviços não aprovados ou solicitados e não prestados em conformidade com as especificações das Ordens de Serviço não serão pagos.

XX. No caso de eventual atraso de pagamento, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira devido será calculado mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Onde:

**EM** = Encargos Moratórios;

**N** = Numero de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

**VP** = Valor da parcela a ser paga;

**I** = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX)}{365}$$

$$I = \frac{(6/100)}{365}$$

$$I = 0,00016438$$

365

365

**TX = Percentual da Taxa anual = 6%**

XXI. A compensação financeira, no caso de atraso considerado, será cobrada mediante emissão de Nota fiscal específica.

XXII. Os documentos apresentados com incorreção, incluídas as notas fiscais/faturas, serão restituídos à CONTRATADA para as correções solicitadas, não respondendo a EMBRATUR por quaisquer encargos resultantes de atrasos na liquidação dos pagamentos correspondentes.

XXIII. Qualquer alteração nos dados bancários deverá ser comunicada à EMBRATUR, por meio de Carta assinada por quem tenha poderes de representação da CONTRATADA, com firma reconhecida em cartório, ficando sob inteira responsabilidade da CONTRATADA os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

XXIV. O pagamento efetuado pela EMBRATUR não isenta a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

XXV. Todo pagamento será feito apenas mediante apresentação da 1ª via da Nota Fiscal, nos termos da jurisprudência do TCU.

### **CLÁUSULA OITAVA – DAS ALTERAÇÕES, ACRÉSCIMOS E SUPRESSÕES**

Este Contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos casos previstos no artigo 65 da Lei 8.666/93.

A CONTRATADA obriga-se a aceitar, nas mesmas condições contratuais, e mediante Termo Aditivo, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, no montante de até 25% (vinte e cinco por cento) do valor global, inicial, atualizado do Contrato, de acordo com o §1º, inciso II do §2º do art. 65 da Lei nº 8.666/93.

## **CLÁUSULA NONA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

As despesas com a execução deste Contrato, no valor estimado de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, correrão à conta de créditos orçamentários consignados no Orçamento Geral da União para o exercício de 2010, a cargo da CONTRATANTE, conforme a seguir:

Programa:

Projeto/Subprojeto:

Fonte:

Natureza da Despesa:

Nota de Empenho nº \_\_\_\_\_, de \_\_/\_\_/2010.

## **CLÁUSULA DÉCIMA - DA VIGÊNCIA**

O Contrato terá vigência por 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ter a sua duração prorrogada, mediante termo aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, após a verificação da real necessidade e com vantagens para a Administração na continuidade do Contrato, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/93.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA GARANTIA**

A CONTRATADA, como garantia para cumprimento das obrigações assumidas, fornecerá à Coordenação Geral de Finanças da EMBRATUR - INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, no prazo de 5 (cinco) dias úteis após a assinatura deste instrumento, a importância de R\$ ( ), equivalente a 2% (dois por cento) do valor global do objeto contratado, por meio de \_\_\_\_\_ (especificar conforme modalidades do artigo 56, da Lei 8.666/93).

**Parágrafo Primeiro** - O valor da garantia deverá permanecer integral até o término da vigência do Contrato. A reposição de seu valor se for o caso, será feita em até 72 (setenta

e duas) horas, contadas da data de recebimento da notificação da Contratante.

**Parágrafo Segundo** - O valor da garantia se reverterá em favor da Contratante, integralmente ou pelo saldo que apresentar, no caso de rescisão contratual por culpa exclusiva da Contratada, sem prejuízo das perdas e danos porventura verificados.

**Parágrafo Terceiro** – A Contratante poderá utilizar o valor da garantia prestada para descontar os valores referentes a eventuais multas aplicadas à Contratada, bem como nos casos decorrentes de inadimplemento contratual, e de indenização por danos causados ao patrimônio da União, ou de terceiros, ocorridos nas suas dependências.

**Parágrafo Quarto** - A garantia prestada pela Contratada será liberada ou restituída após o término da vigência ou rescisão do Contrato, desde que não haja pendências.

## CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DOS DIREITOS AUTORAIS

I. A **CONTRATADA** cede à **CONTRATANTE**, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.

a. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas neste Contrato.

b. A **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a **CONTRATADA**, seus empregados, prepostos.

c. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão - definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída nos serviços acessórios.

d. A juízo da **CONTRATANTE**, as ações criadas pela **CONTRATADA** poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades integrantes da estrutura do Poder Executivo Federal, sem que caiba à eles ou à **CONTRATANTE** qualquer ônus perante a **CONTRATADA**.

e. Nos casos de cessão por tempo limitado, a **CONTRATADA** utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/Contrato, de cláusulas em que garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela **CONTRATANTE**.

II. A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

III. **A CONTRATANTE** será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do presente Contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

IV. É garantido à **CONTRATANTE** o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual,

respeitados os direitos garantidos à **CONTRATADA**, ou a terceiros, antes da assinatura do presente Contrato.

V. Fica garantida à **CONTRATANTE** a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

## CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS SANÇÕES

Pela inexecução total ou parcial do objeto deste Contrato, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar à Contratada as seguintes sanções:

**I** - advertência;

**II** - multa de **0,3%** (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por descumprimento das obrigações estabelecidas no Contrato, até o máximo de **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de **15** (quinze) dias corridos, uma vez comunicada oficialmente;

**III** - multa de até **10%** (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de **15** (quinze) dias corridos, contado da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados ao Contratante pela não execução parcial ou total do Contrato;

**IV** – suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

**V** – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração

Publica, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir o Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada no inciso anterior.

**Parágrafo Primeiro** - As sanções previstas nos incisos **I, IV e V** desta Cláusula poderão ser aplicadas juntamente com as dos incisos **II e III**, facultada a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de **10** (dez) dias úteis.

**Parágrafo Segundo** - Se a multa for de valor superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá a empresa Contratada pela sua diferença, a qual será descontada dos pagamentos devidos pela Administração ou, quando for o caso, cobrada judicialmente.

**Parágrafo Terceiro** - As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF, e no caso de suspensão de licitar, a CONTRATADA deverá ser descredenciada por igual período, sem prejuízo das multas previstas no Edital e no Contrato e das demais cominações legais.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA INEXECUÇÃO E DA RESCISÃO**

A inexecução total ou parcial deste Contrato enseja sua rescisão, com as conseqüências contratuais, inclusive o reconhecimento dos direitos da Administração, conforme disposto nos arts. 77 a 80 da Lei 8.666/93.

**Parágrafo Primeiro** – Os casos de rescisão serão formalmente motivados nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

**Parágrafo Segundo** – A rescisão deste Contrato poderá ser:

1 - determinada por ato unilateral e estrito da Administração nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do art. 78 da Lei nº 8.666/93;

2 – amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;

3 – judicialmente, nos termos da legislação.

**Parágrafo Terceiro** – A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

Da penalidade aplicada caberá recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da notificação, para a Presidente da EMBRATUR, ficando sobrestada a mesma até o julgamento do pleito, nos termos da Lei nº 8.666/93, art. 109.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DOS CASOS OMISSOS**

A execução deste Contrato, bem como os casos nele omissos, serão regulados pelas Cláusulas contratuais e pelos preceitos de direito público, aplicando-lhes, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e das disposições do Direito Privado, na forma do artigo 54 da Lei nº 8.666/93, combinado com o inciso XII do art. 55 do mesmo diploma legal.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA PUBLICAÇÃO**

A CONTRATANTE providenciará a publicação deste Contrato, por extrato, no Diário

Oficial da União, conforme determina o parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/93.

### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DO FORO**

As partes elegem o foro da Seção Judiciária Federal do Distrito Federal, com exclusão de qualquer outro, para dirimir quaisquer dúvidas relativas ao cumprimento deste instrumento, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem assim justas e Contratadas, as partes assinam o presente Contrato em 4 (quatro) vias de igual teor, para um só efeito, sem rasuras ou emendas, o qual depois de lido e achado conforme, perante duas testemunhas, a todo o ato presente, vai pelas partes assinado, as quais se obrigam a cumpri-lo.

Brasília - DF, de de 2010

**CONTRATANTE:** \_\_\_\_\_

**CONTRATADA:** \_\_\_\_\_

**TESTEMUNHAS:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(nome, nº da cédula de identidade e CPF)  
CPF)

nome, nº da cédula de identidade e

