

TERMO DE EXECUÇÃO DESCENTRALIZADAN.º 02 / 2014**I – Identificação: (Título/Objeto da Despesa)**

Campanha publicitária para fomentar a vinda de turistas estrangeiros ao Brasil, nos termos da Portaria Conjunta MP/MF/CGU n.º 8/2012 e do Decreto nº 8.180/2013.

II – UG/Gestão-Repassadora e UG/Gestão-Recebedora**UG/Gestão-Repassadora:**

Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR

UG: 110319

Gestão: 00001

CNPJ: 09.234.494/0001-43

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco “A”, 5º andar, Plano Piloto, Brasília-DF

CEP: 70.054-906

Responsável: Emerson Muzi

Secretário de Gestão, Controle e Normas

CPF: 154.040.048-43

UG/Gestão-Recebedora:

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

UG: 185001

Gestão: 18203

CNPJ: 33.741.794/0001-01

Endereço: SCN, Quadra 02, Bloco “G”, Plano Piloto, Brasília-DF

CEP: 70.712-907

Responsável: Vicente José de Lima Neto

Presidente

CPF: 379.853.455-15

III – Justificativa: (Motivo/Público de interesse/Cronograma físico)**Motivo**

No Brasil, o turismo vem, a cada ano, crescendo como uma atividade econômica contribuindo na geração de emprego e renda. De acordo com o WTTC, o impacto do turismo na economia do Brasil deverá alcançar 9,5% do PIB (R\$ 466,6 bilhões), um crescimento de 5,2% em relação ao ano passado, que foi de 9,2% do PIB (R\$ 443,7 bilhões). O número é superior à média mundial, que será de 2,5%. O setor deverá gerar 8,9 milhões de empregos diretos e indiretos.

Ainda segundo esse estudo, o Brasil é o país com maior previsão de crescimento em investimentos no setor de turismo no mundo neste ano: 21,8%, enquanto a média mundial será de 5,7%. Estima-se que o setor atraiu R\$ 52 bilhões em recursos em 2013. Tais números representam incremento na qualidade de vida no país, pois indicam maior inclusão social da população. Esse crescimento da atividade turística como geradora de divisas para o país tende a ser impulsionado ainda mais com a realização da Copa do Mundo da FIFA em 2014 e dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro em 2016, eventos que implicarão em aumento do fluxo turístico doméstico e da entrada de turistas estrangeiros no Brasil. Sediar os maiores eventos esportivos é uma oportunidade única para alavancar a promoção dos destinos brasileiros nos mercados internacionais.

A EMBRATUR, autarquia especial do Governo Federal, buscou potencializar seu planejamento, considerando esse cenário ímpar de oportunidades para o turismo brasileiro, desde o anúncio dos eventos em 2007/2009, consciente o seu papel como sendo a instituição responsável pela promoção e comercialização dos produtos e destinos turísticos brasileiros no mercado internacional.

Para 2014, no limiar do evento da Copa do Mundo FIFA 2014, a EMBRATUR concentra todos os esforços promocionais a seu dispor para terminar sua ação publicitária iniciada na Copa do Mundo da África do Sul de 2010, com a meta de conquistar e fidelizar mais turistas estrangeiros para o país. É primordial que nesse contexto o Governo, por meio do Instituto se posicione produzindo peças e campanhas de comunicação para reforçar a imagem do Brasil no segmento de turismo, distribuindo no competitivo cenário global sua mensagem: "O mundo se encontra no Brasil", como, de fato, ocorrerá com a vinda de visitantes de diversas nacionalidades

A campanha de publicidade turística do Brasil no exterior prevê a veiculação de um filme intitulado "Encontros". Trata-se de clipe produzido com base num *jingle* de mesmo nome para embasar o tom emocional da campanha. A peça valoriza os atributos do brasileiro, a saber: seu calor e sua energia, a sua hospitalidade e a alegria no bem receber o turista. Paisagens e cenários de destinos turísticos, com experiências que o Brasil proporciona ao visitante, divulgam as nossas belezas culturais e naturais, acompanhando sinergicamente a letra da música.

Público de Interesse

O público alvo das ações é o turista estrangeiro dos países prioritários elencados no Plano Aquarela.

Produção e Veiculação

As peças a produzir e sua distribuição aos veículos de divulgação dependerão da estratégia e das táticas de comunicação publicitária acertadas entre as partes, no que couber.

Cronograma Físico

O crédito será descentralizado em parcela única, porquanto caberá a EMBRATUR empenhar todos os recursos disponíveis para a imediata autorização de criação e produção de material promocional e criação, produção e mídia de campanhas de publicidade 2014 do Brasil como destino turístico no exterior.

IV – Relação entre as Partes: (Descrição e Prestação de Contas das Atividades)

Obrigações da SECOM/PR:

- a. Providenciar a descentralização dos limites orçamentário e financeiro conforme disposto na legislação de programação orçamentária e financeira, no valor de até R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais);
- b. Prestar informações técnicas necessárias ao desenvolvimento dos serviços a serem executados;
- c. Acompanhar, orientar, assessorar e avaliar, juntamente com a EMBRATUR, a execução dos serviços, no que couber.

Obrigações da EMBRATUR:

- a. Submeter previamente à SECOM/PR os roteiros, *layouts*, *storyboards* e “monstros” de peças e o planejamento de mídia, no que couber;
- b. Autorizar a produção das peças e sua veiculação ou distribuição, conforme acertado com a SECOM/PR;
- c. Providenciar os pagamentos das despesas pertinentes aos serviços;
- d. Fiscalizar a execução dos serviços e comunicar à SECOM/PR as ocorrências que julgar relevantes;
- e. Providenciar a devolução dos créditos não utilizados ou remanescentes com as justificativas pertinentes;
- f. Fornecer à SECOM/PR documento referente às ações executadas, incluindo, pelo menos, informações sobre as peças produzidas, meios de divulgação utilizados, período de distribuição e valores comprometidos com produção, veiculação e remuneração da agência.

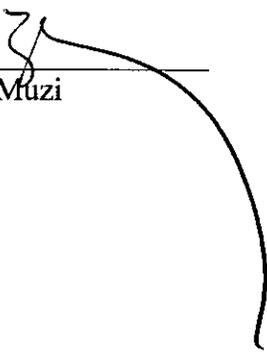
V – Previsão Orçamentária: (Detalhamento orçamentário com previsão de desembolso)

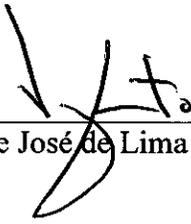
Programa de Trabalho/Projeto/Atividade	Fonte	Natureza de Despesa	Valor (R\$ 1,00)	Mês/Ano
04.131.2101.2017.0001 – Publicidade Institucional	0100	33.90.39.92	3.000.000,00	Maio/2014

VI – Vigência:

A vigência do presente termo de cooperação tem início na data de sua assinatura e término em 31 de dezembro de 2014, podendo ser prorrogada se de interesse das partes.

Brasília (DF), 05 de maio de 2014.


Emerson Muzi


Vicente José de Lima Neto