

BRIEFING VÍDEOS INSTITUCIONAIS

DATA:

CLIENTE: Ministério do Turismo

CAMPANHA: VÍDEOS INSTITUCIONAIS

AGÊNCIA: Propeg Comunicação S/A

PEÇA: VÍDEOS

1 – Contexto da Campanha

Em um momento de patriotismo, com um Governo comprometido com a abertura do país a novos negócios, em que o Brasil redescobre seus valores e investe em um novo tempo para empreender e crescer, a ação Brasil de Braços Abertos mostra, por meio de dois filmes, os benefícios que a isenção de visto para turistas de quatro nacionalidades (EUA, Canadá, Austrália e Japão) pode trazer para o Brasil. Assim como, apresenta diversas outras medidas que o Governo está adotando para alavancar os negócios e promover o país.

2 – Contexto do *Briefing* de Produção

Faz-se necessária a produção de dois vídeos, estando o conteúdo de ambos descrito abaixo:

VÍDEO 1 (Anexo 1 – Vídeo Case):

Vídeo com duração de aproximadamente 2 minutos mostrando a trajetória de turistas que vêm ao Brasil pela primeira vez sem o visto, desde a chegada ao Brasil e os passeios pelos principais pontos do Rio de Janeiro como, por exemplo, o Pão de Açúcar, pôr do sol no arpoador, entre outros. O filme deverá mostrar esses turistas consumindo produtos brasileiros, comprando artesanato, fazendo check-in no hotel, caminhando por pontos turísticos e interagindo com guias e profissionais do turismo, com uma locução que explicita que essas ações não significam apenas mais turistas chegando aos destinos brasileiros, como também e principalmente mais emprego, oportunidades e desenvolvimento para o Brasil, fazendo os números do Turismo crescer. Por fim, o filme apresentará depoimentos de dois turistas contando sobre a experiência de conhecer o país e reforçando o quanto a isenção do visto facilitará mais visitas futuras, e também o depoimento de um guia turístico das Cataratas do Iguaçu falando a respeito dos ganhos imediatos que a região está conquistando e como seu trabalho tem sido positivamente afetado a partir das medidas adotadas pelo Governo. Reforçando novamente que dessa forma, com inovação, política pública e trabalho que o Governo Federal e o Ministério do Turismo estão fazendo um país cada vez melhor para os turistas e para os brasileiros, para um Brasil que quer avançar.

VÍDEO 2 (Anexo 2 – Vídeo Ação Visto):

Vídeo com duração de 60 segundos que apresenta ações do Governo Federal junto com o Ministério do Turismo para alavancar novos negócios promovendo o Brasil como destino turístico, gerando empregos, renda, oportunidades, desenvolvimento e crescimento para

o país. O filme contará com cenas de cartões postais do país, serviços turísticos como hotelaria, aeroportos e infraestrutura, cenas de negócios, cultura, gastronomia, parques e belezas naturais e grandes eventos do país. O roteiro descreverá algumas ações do Governo Federal e do Ministério do Turismo, reforçando alguns dados referentes ao Brasil como por exemplo o plano de inserir mais de 40 milhões de brasileiros no mercado de viagens e a geração de 2 milhões de empregos, o fato do país ser líder mundial em riquezas naturais, dono de cenários espetaculares como a maior floresta tropical do mundo e uma das 7 maravilhas da natureza, de ser também a 11ª maior economia de turismo do mundo com PIB do setor estimado em US\$ 163 bilhões. Um governo que está comprometido com a abertura do país a novos negócios.

Observações:

- 1) Faz-se necessária que a captação das cenas e execução dos vídeos seja de acordo com os roteiros apresentados nos **Anexo 1 – Vídeo Case** e **Anexo 2 – Vídeo Ação Visto**.
- 2) A comprovação do serviço será feita mediante a entrega de: 03 (três) CDs contendo os 02 (dois) vídeos (de aproximadamente 2 minutos e de 60 segundos) em alta resolução e nas especificações: mp4, wmv, mov, sendo 01 para comprovação e faturamento, 01 para Upload do Ministério do Turismo e 01 para arquivo da agência.

3 – Período, Utilização e Prazos

3.1 A entrega dos 2 vídeos produzidos e finalizados deverá ser feita em até 15 dias, a contar da data de aprovação dos custos e envio da OS (ordem de serviço). O prazo também fica condicionado aos ajustes solicitados pelo cliente.

3.2 Utilização: Internet, intranet, redes sociais (YouTube, Instagram, Facebook e Twitter), mídias digitais, frames do filme para mídia impressa, palestras e eventos do Ministério do Turismo. Cessão de direitos de uso de imagem e som por tempo indeterminado no YouTube da agência e do Ministério do Turismo.

Período: 12 meses, a partir da primeira veiculação.

Praça: Nacional

4 – Orçamento

VÍDEO CASE – APROXIMADAMENTE 2 MINUTOS

- 1) Peça: vídeo;
- 2) Quantidade: 1;
- 3) Tipo: original;
- 4) Minutagem: aproximadamente 2’;
- 5) Complexidade do roteiro: alta;

- 6) Pré-produção: complexa;
- 7) Pós-produção: complexa;
- 8) Produção: complexa;
- 9) Haverá Versão: não;
- 10) Haverá Redução: não;
- 11) Recursos de acessibilidade: legenda;
- 12) Captação: Full HD;
- 13) Nível tecnológico de Equipamentos: alta performance;
- 14) Locação: externa;
- 15) Cenografia: nenhuma;
- 16) Diárias de captação: 02 diárias;
- 17) Localidade das captações: Rio de Janeiro (Sudeste) e Foz do Iguaçu (Sul).
- 18) Equipe: completa (mais de 20 pessoas);
- 19) Equipes simultâneas: não;
- 20) Celebridade: não;
- 21) Elenco: não;
- 22) Figurante: não;
- 23) Deslocamento: sim (terrestre);
- 24) Computação gráfica: alta complexidade;
- 25) Captação aérea: Sim (drone);
- 26) Banco de imagem: sim (até 15);
- 27) Ilustração: não;
- 28) Edição: complexidade alta;
- 29) Finalização HD: complexidade alta;
- 30) Finalização SD: não se aplica;
- 31) Período de veiculação/utilização: 12 meses a partir da primeira data de veiculação;
- 32) Utilização: Internet, intranet, redes sociais (YouTube, Instagram, Facebook e Twitter), mídias digitais, frames do filme para mídia Impressa, palestras e eventos do Ministério do Turismo. Sessão de direitos de uso de imagem e som por tempo indeterminado no YouTube da agência e do Ministério do Turismo.
- 33) Praças: nacional;
- 34) Pacote: sim (02);
- 35) Prazo estimado para a produção da peça: 10 dias;
- 36) Observação: incluso custo de trilha e locução. É obrigatório que o(s) turista(s) entrevistado(s) sejam de pelo menos de um dos 4 países com isenção de vistos (EUA, Canadá, Austrália e Japão).

Custo unitário – R\$

Custo total – R\$

AÇÃO VISTO – 60 SEGUNDOS

- 1) Peça: vídeo;
- 2) Quantidade: 1;
- 3) Tipo: original;
- 4) Minutagem: 60”;

- 5) Complexidade do roteiro: alta;
- 6) Pré-produção: complexa;
- 7) Pós-produção: complexa;
- 8) Produção: complexa;
- 9) Haverá Versão: não;
- 10) Haverá Redução: não;
- 11) Recursos de acessibilidade: legenda;
- 12) Captação: Full HD;
- 13) Nível tecnológico de Equipamentos: alta performance;
- 14) Localização: externa;
- 15) Cenografia: nenhuma;
- 16) Diárias de captação: não;
- 17) Localidade das captações: não;
- 18) Equipe: completa (mais de 20 pessoas);
- 19) Equipes simultâneas: não;
- 20) Celebridade: não;
- 21) Elenco: não;
- 22) Figurante: não;
- 23) Deslocamento: sim (terrestre);
- 24) Computação gráfica: alta complexidade;
- 25) Captação aérea: não;
- 26) Banco de imagem: sim (até 40);
- 27) Ilustração: sim (3);
- 28) Edição: complexidade alta;
- 29) Finalização HD: complexidade alta;
- 30) Finalização SD: não se aplica;
- 31) Período de veiculação/utilização: 12 meses a partir da primeira data de veiculação;
- 32) Utilização: Utilização: Internet, intranet, redes sociais (YouTube, Instagram, Facebook e Twitter), mídias digitais, frames do filme para mídia Impressa, palestras e eventos do Ministério do Turismo. Sessão de direitos de uso de imagem e som por tempo indeterminado no YouTube da agência e do Ministério do Turismo.
- 33) Praças: nacional;
- 34) Pacote: sim (02);
- 35) Prazo estimado para a produção da peça: 06 dias;
- 36) Observação: o vídeo será feito apenas com cenas de banco. Incluso custo de trilha e locução.

Custo unitário – R\$

Custo total – R\$

5 – Itens da Produção

5.1 – Reunião de briefing em Brasília, com a presença do fornecedor, antes de iniciar a filmagem dos vídeos, para alinhamento da pauta de produção;

5.2 – Todos os atores/figurantes eventualmente contratados e todas as pessoas presentes nas cenas deverão fornecer prévia autorização de uso de imagem, assinando o Termo de Cessão de Direitos de Imagem, por escrito e por prazo determinado de 12 meses, onde deverão constar todas as condições aqui firmadas. A obtenção dessas autorizações será de total responsabilidade do fornecedor vencedor desta seleção. No caso de utilização de modelos/figurantes menores de 16 anos de idade, verificar legislação local e providenciar todas as autorizações junto aos órgãos competentes antes da produção da foto;

6 – Cotação

6.1 – As propostas deverão ser enviadas em envelopes fechados (lacrados), que identifiquem o fornecedor (timbrados).

6.2 – A proposta deverá contemplar todos os itens que constam neste *Briefing* de Produção.

6.3 – As propostas e envelopes deverão estar em nome do **MINISTÉRIO DO TURISMO**, aos cuidados da **Propeg Comunicação S/A – Mel Loiola** e deverão ser encaminhados para o endereço: SBS QD. 02 lote 10 Bloco J Sala 801, Edifício Carlton Tower – Asa Sul – CEP: 70070-120 – Brasília DF, impreterivelmente até às **12:00h do dia 25 de setembro de 2019**.

6.4 – As propostas serão abertas em sessão pública, no dia **25 de setembro de 2019**, às **15:00h**, em Brasília-DF, no Departamento de Marketing e Apoio à Comercialização – DEMAC - SBN Quadra 1 lote 21 a 23 Bloco J – 1º Subsolo. CEP: 70.040-010.

6.5 – O resultado da abertura dos envelopes, depois de finalizados os procedimentos relatados no item 7 – Critérios de Seleção de Preços, será comunicado pela agência aos participantes do certame.

7 – Critérios de Seleção de Preços

7.1 – Abertos os envelopes, os fornecedores serão classificados em primeiro, segundo e terceiro colocados.

Observações sobre os Critérios de Seleção de Preços

- Abertos os envelopes e verificada a conformidade das propostas com o *Briefing* de Produção, o autor da proposta de menor preço será considerado habilitado ao fornecimento do serviço, e seu orçamento será encaminhado para avaliação do Ministério do Turismo, que deverá negociar com o autor a redução do valor ofertado, quando for o caso.

- Os preços decupados/detalhados do fornecedor vencedor deverão ser encaminhados para análise do Ministério do Turismo e poderão ser negociados, se houver necessidade, para adequação dos preços entre às referências do Siref.
- Cabe salientar que, embora observados os princípios legais, os procedimentos aqui adotados não se confundem com processo licitatório, visto que o Ministério do Turismo possui agências licitadas para a execução dos serviços de publicidade, conforme estabelecido no artigo primeiro da Lei nº 12.232/10.

8 – Cronograma de Produção

O fornecedor vencedor deverá apresentar cronograma para a produção dos 02 (dois) vídeos, de acordo com a planilha da seleção de destinos e temas apresentada, observando as informações presentes no item 3.

9 – Obrigatoriedades

9.1 – Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão participar da produção dos 2 vídeos (Anexos 1 e 2) de acordo com o art. 14 lei 12.232/10.

9.2 – As cotações, em papel timbrado, no original, devem conter elementos de identificação do fornecedor (nome empresarial, endereço, CNPJ ou CPF, telefone) e a identificação do responsável pela cotação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF), data e assinatura;

9.3 – Com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, conforme o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

9.4 – Se houver necessidade, o Ministério do Turismo solicitará à agência que providencie negociação para adequação dos preços às referências do Siref;

9.5 – Quaisquer remunerações devidas em decorrência de cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos serão sempre consideradas como já incluídas no preço de produção;

9.8 – O orçamento deverá ter validade de 60 dias;

9.9 – A agência irá considerar que o fornecedor está contemplando todos os itens deste *Briefing* de Produção;

9.10 – O fornecedor adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, se necessário, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pelo

Ministério do Turismo;

9.11 – Os dados do fornecedor no orçamento devem coincidir com os dados da Nota Fiscal e do carimbo nos orçamentos originais;

9.12 – Caso o fornecedor seja optante pelo Simples, emitir declaração de optante pelo Simples, para que não haja a retenção no momento do faturamento;

9.13 – Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo do contratado;

9.14 – Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhes sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do contratante;

9.15 – Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta consulta, que envolva o nome do contratante, mediante sua prévia e expressa autorização, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais contratados;

9.16 – Em casos de contratação de terceiros para a execução, total ou parcial, dos serviços estipulados, exigir dos eventuais contratados, no que couberem, as mesmas condições aqui firmadas;

9.17 – Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços descritos neste *Briefing*;

9.18 – O material gerado não poderá ser utilizado, cedido ou comercializado para outro cliente/fornecedor;

9.19 – Fica, o contratado, obrigado a enviar cópia de todas as cessões de direito e licenças de uso de todas as imagens disponibilizadas para este projeto.

9.19.1 – A documentação a que se refere o item acima deverá estar em conformidade com todas as condições aqui firmadas.