



**MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

**Relatório de Análise Técnica**

Processo nº 72031.992815/2016-42

Concorrência Nº 02/2016

**Apresentação Membro da Subcomissão**

Eu, Roberta Bastos Carneiro Campos, matrícula SIAPE 1368292, membro da Subcomissão Técnica para a escolha da empresa especializada de comunicação integrada para prestação de serviços de consultoria, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, relações públicas, produção de conteúdo multimídia, observando-se as condições estabelecidas no edital e seus anexos da presente Licitação, venho por meio deste expor as considerações realizadas acerca do julgamento dos recursos e contra-recursos apresentados referente ao Julgamento Técnico publicado no dia 14 de outubro de 2016. Este relatório está sendo apresentado devido a conclusões distintas entre os membros da Comissão. Em cumprimento do princípio da publicidade e da razoabilidade da Administração Pública exponho o parecer abaixo.

**Resultado análise de recursos**

Após análise criteriosa de toda a documentação apresentada listo os pedidos efetuados por cada licitante, conforme segue:

**Informe Comunicação Integrada S/S**

- Expor os motivos que a levaram a atribuir a pontuação técnica de cada uma das licitantes;
- Revise e aumente a sua nota, nos moldes acima aduzidos.

**Cunha e Vaz Brasil & Associados Consultores em Comunicação**

- Em face do exposto, requer a desconsideração de declaração de desclassificação da ora licitante CUNHA VAZ, sendo declarada habilitada e tendo a sua proposta técnica regularmente avaliada e pontuada no certame, para que, com isso, se evitem ilegalidades no contrato e que o processo licitatório transcorra dentro dos princípios de transparência e legalidade que norteiam a administração pública.

**Santafé Ideias e Comunicação Ltda.**

- Ante as ilegalidades apontadas, a Santafé Ideias e Comunicação Ltda requer a anulação do certame licitatório.

### **RP1 Brasília Comunicações Ltda.**

- Reavaliar as notas atribuídas a RP1 bem como calculá-las de forma correta.

### **Máquina da Notícia**

- Pleiteando a esta Comissão Especial de Licitação que reconsidere a decisão de análise das propostas técnicas para realizar nova análise das mesmas, através da qual, nos termos acima expostos, a Comissão Especial de Licitação verificará que a ora recorrente cumpriu com todas as exigências do Edital em questão para que possa ser classificada em primeiro lugar nesta fase da presente licitação e, conseqüentemente, requer que seja proferida nova decisão administrativa de análise técnica neste sentido.

### **FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda.**

- Revisão das notas atribuídas à recorrente FSB, pelas razões expostas no item 4 do presente recurso, bem como sua classificação em primeiro lugar;

- Revisão das notas atribuídas a licitante BR+;

- Revisão das notas atribuídas a licitante BR+, face aos termos do exposto no item 5 do presente recurso, o que ensejará a sua desclassificação do certame, eis que outra não poderá ser a pontuação em diversos senão a nota "zero", por não atender o disposto no edital. A desclassificação é medida que se impõe por força do disposto no item 4.1.1.3 do apêndice V do anexo I do edital, verbis:

- Revisão das notas atribuídas à licitante Máquina da Notícia, pelas razões expostas no item 6 do presente recurso;

- Revisão das notas atribuídas à licitante CDN, pelas razões expostas no item 7 do presente recurso;

Após o recebimento dos recursos os mesmos foram disponibilizados a todos os licitantes, sendo que duas empresas apresentaram contrarrazões que serão listadas a seguir:

### **BR+ Comunicação**

Ex positis, os recursos apresentados por Máquina da Notícia e FSB não devem ser acolhidos. A pontuação inicial deve ser mantida, dando-se seqüência ao processo licitatório.

### **FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda.**

Como se vê, apesar de citar a proposta da FSB, a recorrente pede apenas a revisão de suas notas, sem atacar a decisão da Subcomissão Técnica em relação a pontuação atribuída à ora impugnante.

Após a análise criteriosa de todos os recursos e contrarrazões exponho a minha decisão:

## Grupo Informe

- Expor os motivos que a levaram a atribuir a pontuação técnica de cada uma das licitantes;
- Revise e aumente a sua nota, nos moldes acima aduzidos.

**Decisão:** os motivos que levaram a atribuição da pontuação de cada uma das licitantes estão expostos no Relatório de Julgamento que foi realizado a partir dos critérios estabelecidos no Edital sendo assim não há o que ser revisto.

### Ítem 3.1.1 do Recurso – Revisão da avaliação

“Expõe os conceitos que fundamentam as diretrizes do Ministério do Turismo, mas não desenvolve em profundidade as relações com outras esferas de poder público e com a sociedade”.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o pedido em seu item 3.1.1 não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

### Ítem 3.1.2 – Revisão da Avaliação

“a concorrente erra ao afirmar que o Ministério do Turismo não curte nem responde às interações de seguidores do Facebook.”

Além de argumentar, a recorrente apresenta UM print de post em PERÍODO DETERMINADO para sustentar a solicitação de reforma de sua avaliação.

“O texto não articula saídas para que o Ministério ocupe mais espaço nas mídias, ações de ganho de imagem e estratégia para buscar oportunidades”.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o pedido em seu item 3.1.2 não tem força para reformar a decisão.

3.1.3 “as experiências similares apresentadas não contemplam, em linhas gerais, o alcance do Ministério do Turismo”.

**Decisão:** Em reanálise do item apresentado, reconsidero a avaliação inicial do item, conferindo à Informe a avaliação “atende quase na totalidade”, aumentando sua nota no subquestito de 5 para 8 pontos.

3.1.4 “o texto não expõe com clareza uma análise de pontos positivos e negativos, comparativamente, de modo a solucionar as questões centrais de comunicação do Ministério do Turismo” e de que “a abordagem é predominantemente conceitual e não detalha, do ponto de vista prático, as medidas a serem utilizadas”.

A recorrente seleciona pontos em comum entre sua proposta e a de propostas melhor qualificadas para assegurar que merece uma reavaliação.

Também apresenta trechos de sua proposta das páginas 29, 30, 32 e 37 (novamente reexaminados por esta comissão).

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o pedido em seu item 3.1.4 não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

3.1.5 “apresenta medidas para redes sociais, mas não contempla, em profundidade, os demais veículos e meios, principalmente com soluções estratégicas”.

Além da argumentação, apresenta trechos das páginas 31 e 30 (novamente reexaminados por esta comissão).

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o pedido em seu item 3.1.5 não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

**Resumo:**

Pedido: expor os motivos que levaram a atribuir a pontuação de cada uma das licitantes.

**Decisão:** Além dos motivos que levaram a atribuição da pontuação de cada uma das licitantes estar exposto no Relatório de Julgamento que foi realizado a partir dos critérios estabelecidos no Edital os motivos foram expostos e utilizados pela própria recorrente para fundamentar seu recurso, sendo assim, entende-se que não faltaram condições a licitante para o exercício do contraditório.

Pedido: Revise e aumente a sua nota, nos moldes acima aduzidos.

**Decisão:** Acolhido em parte, no item 3.1.3 do recurso da recorrente, que lhe garante nota 8 “atende quase na totalidade” no subitem “Capacidade de Avaliação”.

**RP1**

A recorrente pinça trechos de sua proposta para responder às seguintes motivações de avaliação:

A – “A análise projetada pela concorrente considera em diagnóstico que houve descontinuidade nos programas e ações do Ministério do Turismo com a troca sucessiva de gestores, mas a situação não foi verificada no período histórico avaliado”.

B – Há confusão ao avaliar a missão da pasta e, por diversas vezes, atribuições e responsabilidades da Embratur – autarquia especial – são colocadas como do MTur, um exemplo é a comparação entre a Casa Brasil e a participação da pasta em eventos internacionais”

C – “Inclui campanhas que se configuram publicitárias – e que são do campo de atuação do Departamento de Marketing do Ministério do Turismo e da Embratur – no escopo da proposta. Algumas medidas como a criação de uma rádio que veicule músicas brasileiras em parceria com empresas privadas, seguem em rumo diferente do objetivo do edital, que é informar a sociedade brasileira, de forma técnica e criativa, a importância do Turismo para o desenvolvimento do país.”

D – “Há excesso de esforço na avaliação do Pronatec Turismo – que não é um programa da pasta – e nenhuma proposta para desenvolver estratégias nas ações originárias do ministério, além de não sugerir um plano para lidar com prevenção e gestão de possíveis crises, conforme provocado pelo edital”.

Pedido: Reavaliação das notas atribuídas à RP1

**Decisão:** Após analisados os argumentos de recurso e contrarrazões, entende-se que não há fundamento que justifique a revisão dos pontos atribuídos a cada quesito apresentado em sua proposta técnica.



Pedido: Calcular as notas da RP1 de forma correta

**Decisão:** Houve erro material na classificação final. A licitante fica na sexta colocação.

### **SantaFé**

O recurso da SantaFé questiona os seguintes itens do julgamento realizada pela Comissão, sem apresentar novos elementos de análise:

1 – “No Planejamento de Comunicação, a concorrente mistura alguns termos, além de dar tratamento inadequado a alguns nomes de programas do Ministério do Turismo”.

2 – “Há algumas propostas que já foram implantadas pela pasta e sugestões que são inviáveis por serem proibidas por portarias, por exemplo, as parcerias com empresas privadas”.

3 – “Não especifica detalhadamente os programas e equipamentos tecnológicos disponíveis ao desenvolvimento do trabalho para que sirvam de base como referencial. Não ficou claro o benefício do acordo operacional formal para o desenvolvimento do trabalho no ministério”.

4 – “Sugere convênios com entidades privadas, deu destaque à crise em vez de criar soluções para o Ministério do Turismo”.

5 – “A definição de planejamento estratégico não foi aprofundada, em larga escala, conforme demanda o ministério, partindo direto para as propostas”.

6 – “Demonstra falta de conhecimento da estrutura do quadro de pessoal de gestores e servidores. Em certos pontos, retira o foco dos objetivos de imagem a serem atingidos pelo MTur.”

7 – “Relato 1 – Não expõe dados expressivos e relevantes em relação ao caso. A relação entre causa e efeito é frágil, pois não deixa evidente uma guinada da imagem do evento depois da ação. O resultado apresentado é insuficiente.”

“Relato 2 – O caso não apresenta um balanço claro entre problema, ação e resultado. A explanação mostra apenas que o quadro se tornou positivo a partir da própria realização do evento e não ficam comprovadas que medidas proativas mudaram o cenário”.

“Relato 3 – Há diversas falhas na revisão ortográfica do texto. Na página 70 o próprio nome da empresa concorrente é escrito concorrente é escrito de maneira incorreta. Em determinados pontos, há comentários que provavelmente não deveriam entrar no relato, visto que demonstram a insuficiência de resultados aferidos na ação.”

Pedido: A SantaFé solicita que o certame seja ANULADO.

**Decisão:** o pedido de anulação do certame licitatório não pode ser acolhido pois não houve ao longo do julgamento qualquer situação ou ato que pudesse ser caracterizado como ilegal, sujeito a anulação do certame, portanto, não acato o pedido formulado.

## **Cunha e Vaz Brasil Public Relations**

Pedido: Em face do exposto, requer a desconsideração de declaração de desclassificação da ora licitante CUNHA VAZ, sendo declarada habilitada e tendo a sua proposta técnica regularmente avaliada e pontuada no certame, para que, com isso, se evitem ilegalidades no contrato e que o processo licitatório transcorra dentro dos princípios de transparência e legalidade que norteiam a administração pública.

**Decisão:** Não há o que modificar em relação a habilitação da licitante. A empresa foi habilitada na primeira fase do certame e desclassificada na fase seguinte por infringir o disposto no item 5.3 do Edital, pois de todas as empresas licitantes, no total de 8, apenas a recorrente colocou em sua proposta técnica valores de serviços propostos, portanto mantenho a desclassificação da licitante.

## **Máquina da Notícia**

A recorrente Máquina da Notícia apresenta um recurso organizado em torno de seis pontos do julgamento da Comissão Técnica. À exceção de um dos pontos, o que trata da Capacidade de Avaliação de Experiências Similares, a recorrente realiza um outro julgamento, de acordo com seus critérios.

O papel de realizar o julgamento é da Subcomissão Técnica instituída com essa finalidade.

Foram os seguintes pontos levantados pela recorrente:

### **DA MENÇÃO AOS PROGRAMAS E AÇÕES DO MINISTÉRIO**

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

### **DO APROFUNDAMENTO DA ANÁLISE DO PNT**

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

### **DA ANÁLISE POLÍTICA COM FIM DE EMBASAR A ANÁLISE SWOT**

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

### **DA ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO DO TURISMO**

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

### **DA CAPACIDADE DE AVALIAÇÃO DE EXPERIÊNCIAS SIMILARES**

**Decisão:** Em reanálise do item apresentado, reconsidero a avaliação inicial do item, conferindo à recorrente a avaliação “atende quase na totalidade”, aumentando sua nota no sub quesito de 5 para 8 pontos.

## DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DOS QUESITOS 2 E 3

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

Pedido: A Máquina da Notícia solicita que no certame seja classificada em primeiro lugar.

**Decisão:** após analisados os argumentos de recurso, entendo ser procedente em parte o recurso apresentado, reformando sua nota no subquesto "Capacidade de Avaliação", subindo sua nota de 5 para 8.

### FSB

Analisando-se o recurso da licitante foi verificado os seguintes pontos:

#### 4. FATOS E FUNDAMENTOS PARA A REVISÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA DA FSB

##### 4.1 - Quesito 1 (Planejamento de Comunicação), subquesto 1 (diagnóstico da Situação)

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

##### 4.2 - Quesito 1 (Planejamento de Comunicação), subquesto 2 (estratégia), item B

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

##### 4.3 - Quesito 1 (Planejamento de Comunicação), subquesto 2 (estratégia), item C

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

#### 5 - OS FATOS E FUNDAMENTOS PARA A REVISÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA DA LICITANTE BR+

A recorrente apresenta argumentação e reproduz documentos no sentido de comprovar que a BR+ teve falhas sujeitas a penalização e que não foram observadas por esta Subcomissão no momento do julgamento. O recurso refere-se a três eixos. São eles:

A – Erros de Informação

B – Imprecisões

C – Trechos copiados literalmente sem citar a fonte

A licitante BR+ apresentou contrarrazões divergindo dos pontos questionados pela recorrente FSB.

Após a análise dos dois documentos, o recurso e as contrarrazões, entende-se, com relação aos itens A e B, não foram trazidos novos elementos objetivos que pudessem alterar o julgamento original.

Erros ortográficos ou de digitação foram desconsiderados para fins de pontuação conforme constou no Relatório final do julgamento realizado. A tentativa da recorrente ao levantar esses

pontos, trouxe a impressão de que a sua única intenção foi desqualificar a proposta vencedora sem apresentar razões objetivas suficientes para modificar a avaliação realizada.

Em relação ao item C houve a necessidade da Subcomissão em se aprofundar com mais atenção pois as alegações apresentadas se mostraram mais complexas.

A BR+ apresentou contrarrazões e anexou parecer jurídico de escritório especializado em direito autoral que descarta a ideia de plágio.

Nenhum dos dois licitantes apresentaram razões suficientes para modificação do julgamento realizado.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

**Observação:** A contrarrazão apresentada pela BR+, apresenta, em seu início, um trecho que será desconsiderado para esta avaliação.

Trata-se da tese de que a proposta da FSB está dirigida à público final, com caráter promocional e linguagem publicitária.

A decisão de desconsiderar este trecho se deve ao fato de ser uma apresentação intempestiva, pois deveria ter sido explorada pela licitante na fase de recursos e não no momento de contrarrazões, sendo assim não será considerada.

#### 6 - OS FATOS E FUNDAMENTOS PARA A REVISÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA DA LICITANTE MÁQUINA DA NOTÍCIA

O item 6 do recurso da FSB trata de argumentação para reforma da nota da Máquina da Notícia.

Não houve a apresentação de contrarrazões por parte da licitante Máquina da Notícia.

Após a análise do recurso, entende-se que não foram trazidos novos elementos objetivos que pudessem alterar o julgamento original.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

#### 7 - OS FATOS E FUNDAMENTOS PARA A REVISÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA DA LICITANTE CDN

O item 7 do recurso da FSB trata de argumentação para reforma da nota da licitante CDN.

Não houve a apresentação de contrarrazões por parte da CDN

Após a análise do recurso, entende-se que não foram trazidos novos elementos objetivos que pudessem alterar o julgamento original.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

Pedidos da FSB

1 – Revisão às notas atribuídas à FSB

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.



2 – Revisão das notas atribuídas à BR+.

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

3 – Revisão das Notas atribuídas à Máquina da Notícia

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

4 – Revisão das Notas Atribuídas à CDN

**Decisão:** Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado, o argumento não tem força para reformar a decisão anteriormente tomada.

## CONCLUSÃO

Diante da análise exposta, segue quadro de pontuações após revisão dos recursos interpostos pelas licitantes:

AVALIADORA ROBERTA													
Empresa	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO						CAPACIDADE			RELATOS			TOTAL
	Diagnóstico			Estratégia			Porte	Capacitação	Estrutura	Relato 1	Relato 2	Relato 3	
	Papel Institucional	Potencial e Oportunidades	Capacidade de Avaliação	Entendimento do problema	Planejamento	Mobilização							
RP1	5	5	5	10	10	10	10	10	10	8	5	8	96
Santa Fé	5	5	8	10	10	10	10	10	10	5	5	5	93
Cunha Vaz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CDN	5	5	10	10	15	15	10	10	10	10	10	10	120
Máquina de Notícia	5	5	8	15	15	20	10	10	10	10	10	10	128
Informe	5	5	8	10	10	10	10	10	10	10	10	10	108
BR Mais	10	10	5	20	20	20	10	10	10	10	10	10	145
FSB	5	10	10	20	15	10	10	10	10	10	10	10	130

Brasília, 13 de fevereiro de 2016.

  
Roberta Bastos Carneiro Campos

**MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

## Relatório de análise de recursos e contra recursos

Processo nº 72031.992815/2016-42

Concorrência Nº 02/2016

A subcomissão técnica se reuniu para julgar os recursos e contra recursos apresentados pelas licitantes referente ao julgamento técnico realizado para a escolha da empresa especializada de comunicação integrada para prestação de serviços de consultoria, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, relações públicas, produção de conteúdo multimídia, observando-se as condições estabelecidas no edital e seus anexos.

Com base nos documentos apresentados, os membros da Subcomissão Bruno Bernardes Caixeta Cunha e Priscilla de Abreu Siqueira Araujo chegaram à seguinte conclusão. A avaliadora Roberta Bastos Carneiro Campos apresentará o seu relatório a parte.

---

### Solicitação da concorrente FSB para revisar a própria nota:

#### Item 1 (pág 7):

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Permanece o entendimento de que associaram a descontinuidade e encerramento dos programas Viaja Mais Melhor Idade e SBClass como efeito da Operação Voucher.

#### Item 2 (pág 9):

Resposta da comissão: **ACATA**. A justificativa de que o conteúdo citado na proposta da recorrente não altera o sentido do discurso do ministro (data de posse e discurso).

#### Item 3 (pág 10):

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Apesar de a concorrente afirmar que “em nenhum momento a proposta da FSB afirma que o ministro defende a legalização dos jogos de azar em hotéis”, permanece o entendimento de que a concorrente errou dizer na sua proposta que “o debate sobre a legalização dos jogos de azar em hotéis no Brasil, **já em tramitação no Congresso Nacional**”. O que está em tramitação no CN é o debate dos jogos em resorts.

#### Item 4 (pág 11):

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Permanece o entendimento da Subcomissão de que não houve clareza no entendimento da proposta. É um conceito de difícil compreensão inicial, o qual é preciso explicar para se fazer entendível.



**Item 5 (pág 13):**

Resposta da comissão: **ACATA** o entendimento de que “não há qualquer exigência no edital para que as mensagens-chave sejam segmentadas por públicos”.

**Item 6 (pág 19):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A concorrente valeu-se de afirmar que o argumento da comissão sobre a realização de press trip com o ministro “é frágil e ilegal, eivando de vício insanável o processo, caso seja mantido”.

Além disso, destaca que na página 31 da proposta original, propôs a realização de “um encontro com porta-voz para a apresentação de dados e números do turismo da região”.

No entanto, o entendimento da comissão permanece o mesmo quanto ao item questionado, uma vez que está claro no texto da proposta original da licitante a proposta de realizar press trip com o ministro.

“A cada três meses, por exemplo, o ministro poderia **viajar a uma região selecionada com um grupo de jornalistas da região** (negrito e grifo nosso) em questão, sempre municiado de dados atualizados e mensagens-chave adequadas a cada situação” (pág 31 da proposta original da FSB).

A comissão reforça seu entendimento de que existem riscos em uma operação desse porte, uma vez que, na press trip, o ministro ficaria exposto a um grupo de jornalistas, e isso, do ponto de vista da comunicação, poderia, por exemplo, desviar o alinhamento de pauta, causar ruídos de informação entre os diferentes objetivos dos repórteres em relação ao chefe da pasta durante o evento. Ainda conforme entendimento da comissão, o ideal seria a realização de press trip com representantes da ASCOM e jornalistas, e, em algum momento da viagem, o ministro passasse os dados daquela ação, podendo ser, por exemplo, no formato de uma coletiva.

**Item 7 (pág 24):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Com relação à premiação de trabalhos acadêmicos, é inegável a importância da ação como “importante caminho para fortalecer o Ministério como articulador/incentivador/apoiador para produção de conhecimento qualificado no setor de Turismo”, como a própria concorrente afirmou em seu recurso (pág. 23).

Para a comissão, no entanto, o entendimento de risco da ação revela-se quando a concorrente sugere “uma forma de aproximar o MTur dos professores e alunos dos cursos de turismo em todo o Brasil”. É reconhecida insatisfação desse público com o ministério, principalmente por conta da não realização de concurso público com cargo específico para turismólogo. Dessa forma, a comissão entende que, antes, o MTur deve trabalhar esse ponto tão delicado que, vez ou outra, é motivo de críticas ao ministério, principalmente por meio das redes sociais.



**Item 8 (pág 25):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A questão do CNT seria uma mobilização sem êxito proporcional face ao esforço dispendido pela equipe por envolver muitas pessoas e exigir muito tempo da ASCOM para mediar as ações.

**Conclusão:****Quesito 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 1 (Diagnóstico da situação)**

**Item “A”:** “Demonstrar a compreensão do papel institucional e desafios do Ministério do Turismo, sua missão e visão, assim como sua relação com outras esferas do poder público e com a sociedade”.

**Alterar de “Atende parcialmente” (5 pontos) para “Atende quase na totalidade” (8 pontos).**

**QUESITO 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 2 (Estratégia de Comunicação)**

**Item “C”:** “Estratégias para mobilização dos atores envolvidos no processo e sua relação com o Ministério do Turismo”.

**Alterar de “Atende parcialmente” (10 pontos) para “Atende quase na totalidade” (15 pontos)**

---

**Solicitação da FSB para revisar as notas da concorrente BR+ (com base no contra recurso apresentado pela BR+):**

**Item i (pág 28)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Considera um erro insignificante, não passível de retirada de pontos.

**Item ii (pág 30)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A informação considerada errada pela FSB (setor de cruzeiros marítimos consolidado) está disponível no portal do MTur (*vide print da comissão sob o título “Turismo Náutico – Cruzeiros Marítimos”*).

**Item iii (pág 32)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A informação considerada errada pela FSB (visitas às unidades de conservação) está disponível no portal do MTur (*vide print da comissão sob o título "Parques Nacionais"*).

#### **Item iv (pág 33)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A informação considerada errada pela FSB (índice de satisfação do público internacional) está disponível no portal do MTur (*vide print da comissão sob o título "Turistas aprovam a Olimpíada e querem voltar ao Brasil"*).

#### **Item v (pág 34)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A comissão acatou a explicação da concorrente BR+ sobre a questão levantada quanto aos motoristas estrangeiros, a qual diz:

"A afirmação de que a medida tem dado resultado não pode ser considerada um erro. Apesar de não haver ainda um balanço oficial, vários sites noticiosos, os especializados inclusive, divulgaram conteúdos não apenas sobre a expectativa de aumento de aluguel de veículos durante os Jogos Olímpicos, mas alguns já indicando os índices de crescimento do setor" (pág 29 do contra recurso da BR+).

#### **Item vi (pág 34)**

Resposta da comissão: **ACATA**. O texto da BR+ diz, na página 11 da proposta original:

"Com a Lei Geral do Turismo (Lei 11.771/08), é criado o Sistema Nacional do Turismo, o que ajudou na concepção de uma gestão descentralizada dessas políticas no Plano Nacional do Turismo, instituído cinco anos depois".

De fato, o modelo de gestão descentralizada foi adotado pelo MTur desde o Plano Nacional do Turismo 2003-2007 e foi absorvido, posteriormente, pela Lei 11.771/2008 (Lei do Turismo). Ou seja, é o contrário do que foi dito pela concorrente.

#### **Item vii (pág 35)**

Resposta da comissão: **ACATA**. Conforme disposto no capítulo II do Regimento Interno do MTur, o Fornatur não faz parte dos órgãos colegiados.

#### **Item viii (pág 36)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado. O argumento não tem força para alterar a decisão da comissão.

#### **Item ix (pág 37)**



Avaliação: **ACATA**. Conforme consta no recurso da FSB, os 633 projetos não correspondem ao Fungetur, e sim, a contratos de repasse para obras de infraestrutura turística, ligados à Diretoria de Infraestrutura Turística (Dietu).

**Item x (pág 38)**

Resposta da comissão: **ACATA**. Conforme consta em documento no portal do Palácio do Planalto, na Mensagem ao Congresso Nacional 2016, as obras foram inspecionadas, e não financiadas, conforme consta na proposta original da BR+.

**Item xi (pág 39)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA** o recurso sobre o trecho “Vale lembrar que a pasta já experimentou momento de sua valorização, como em 2003, quando foi reestruturada para responder, especificamente, pelas políticas nessa área”.

A comissão considera que o trecho destacado não deve ser motivo de penalização. A concorrente cita, em sua proposta original, e em momento anterior ao trecho destacado, que o MTur foi CRIADO em 2003, conforme segue:

“A criação da pasta, em 2003, redimensionou a gestão das políticas públicas no País”. (pág 10).

**Item xii (pág 40)**

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, após análise mais profunda, verifica-se que o trecho do texto da proposta original da BR+ no que se refere ao Sistema Nacional de Turismo está confuso e impreciso. A contra resposta da concorrente também não consegue deixar o seu entendimento claro.

**Item i (pág 41)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A Subcomissão acata a resposta da BR+ sobre a pesquisa da WTTC. A própria recorrente não atualizou a informação no portal do MTur, e também não utiliza as informações do relatório da Contentes The Economic Impact Of Travel & Tourism utilizada pela FSB para criticar a concorrente. (*vide print da comissão sob o título “Por que investir no Brasil?”*)

**Itens ii e iii (págs 42 e 44)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. O texto da proposta da BR+ foi suficiente para o entendimento da comissão. Fora isso, o edital não faz exigência sobre tipos de pesquisas.

**Item iv (pág 45)**



Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, após uma nova leitura da proposta original da BR+, a comissão observou que a concorrente não cita e nem se aprofunda sobre os indicadores de desempenho do mercado brasileiro do turismo.

#### **Item v (pág 46)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A comissão aceita a defesa da BR+, que afirma que se houve imprecisão, a origem “está no folder publicado no site do próprio ministério”. *(vide print da comissão sob o título “Hotalaria – Parques Temáticos”)*

#### **Sobre o item: TRECHOS COPIADOS LITERALMENTE, SEM CITAR A FONTE**

Resposta da comissão: **ACATA**. Em relação ao item C, houve a necessidade de a Subcomissão se aprofundar com mais atenção, pois as alegações apresentadas se mostraram mais complexas. A BR+ apresentou contrarrazões e anexou parecer jurídico de escritório especializado em direito autoral, que descarta a ideia de plágio.

Porém, há na proposta da concorrente BR+ a prática de reprodução literal de trechos de canais do MTur sem citar a fonte e sem o uso das aspas.

Na página 40 do contra recurso, a licitante reconhece um dos trechos copiados sem a referência das fontes do ministério. E afirma em sua resposta: “Concordamos que, mesmo se tratando de informações públicas, faltaram referências quanto as fontes do ministério. Todas as demais fontes foram citadas, como se pode verificar a seguir”.

A subcomissão entende que o fato de não citar a fonte e reproduzir integralmente um trecho, mesmo se tratando de informação pública, e, ainda que reconhecida pela licitante em apenas um ponto da proposta, configura prática de comunicação não recomendável, além de ser temerária para as relações públicas e institucionais, nos meios acadêmicos e no ambiente profissional.

Os demais trechos, ainda que tivessem a fonte citada, foram transcritos integralmente - em um dos casos com alteração pontual de palavra ou expressão -, o que, para a subcomissão, demonstra falta de capacidade de formulação, além de representar desvio ético, risco institucional e de imagem para o Ministério do Turismo.

Esse entendimento de método na produção do trabalho leva em consideração diretrizes da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que define e orienta a conduta na utilização de citações. Segundo as recomendações da ABNT, em caso de “citações diretas, no texto, de até três linhas, devem estar contidas entre aspas duplas”. Sobre as citações diretas, que tenham mais de três linhas, “devem ser destacadas com recuo de 4 cm da margem esquerda, com letra menor que a do texto utilizado e sem aspas”.

#### **Sobre o item: RELAÇÃO COM OUTRAS ESFERAS DO PODER PÚBLICO E COM A SOCIEDADE**

#### **Item 32 (pág 51)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A recorrente afirma que a licitante ignora uma série de públicos. No entanto, a proposta original da concorrente é bem clara nesse ponto. Sendo assim, a comissão acata o contra recurso da BR+.

#### **Item 33 (pág 56)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Faltam elementos objetivos no recurso que possam alterar o julgamento realizado. O argumento não tem força para alterar a decisão da comissão.

#### **Item 34 (pág 59)**

Resposta da comissão: **ACATA**. A própria comissão já havia afirmado em seu relatório técnico que a experiência similar apresentada pela concorrente era equivocada.

Trata-se de uma única experiência similar proposta, que se refere ao Projeto de Integração do Rio São Francisco, obra que ainda não foi concluída. Enquanto outras licitantes demonstraram mais de um caso de êxito, e ainda que tenham tido descontos na pontuação, cabe comparar a proporção de resultados.

#### **Item 35 (pág 60)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao fazer uma nova leitura do texto, a comissão manteve o mesmo entendimento de outrora, de que a proposta atendeu à solicitação nesse item.

#### **Item 36 (pág 62)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A comissão acata a resposta da BR+, que em sua contrarrazão aponta que “O turismo no centro da agenda de desenvolvimento do país” é o “eixo das mensagens” apresentado em sua proposta original que, a partir da página 25, elenca as ações e mensagens sugeridas para a interlocução do Ministério do Turismo com atores públicos e privados.

#### **Item 37 (pág 66)**

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, a concorrente BR+ comete um equívoco ao afirmar que, quando da realização de Press Trip, “Em alguns casos, podem ser necessários (sic) o acompanhamento das equipes para coordenar atividades da viagem dos jornalistas convidados”. (pág 32 da proposta original da BR+). Uma ação de press trip sem o acompanhamento da equipe apresentaria riscos de operação que não foram considerados. Além disso, a contra resposta da BR+ sobre esse questionamento não foi convincente.

#### **Item 38 (pág 69)**



Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao contrário da afirmação da recorrente, a proposta original da BR+, observa-se que a estratégia de comunicação voltada ao público interno alcança o problema de comunicação estabelecido no edital.

#### **Item 39 (pág 69)**

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, a campanha #partiubrasil foi substituída pelo “#vivadeperto, e o programa Viajam Mais Melhor Idade já foi encerrado.

#### **QUESITO 2 – Capacidade de atendimento**

##### **Item 40 (pág 71)**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA** o recurso da FSB quando questiona a capacidade de atendimento da BR+.

#### **QUESITO 3 – Relatos de experiências**

##### **Item 41 (pág 72)**

###### **Relato 1**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA** o recurso da FSB. O texto da proposta original referente ao Relato 1 atende o edital.

###### **Relato 2**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA** o recurso da FSB. O texto da proposta original referente ao Relato 1 atende o edital.

##### **Item 42 (pág 75)**

**RECURSO FSB:** Erros gramaticais e de digitação.

Resposta da comissão: conforme já destacado por essa comissão no relatório de análise técnica, os erros de formatação e de gramática não contam formalmente como critério de avaliação.

### **Conclusão:**

#### **Quesito 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 1 (Diagnóstico da situação)**

**Item “A”:** “Demonstrar a compreensão do papel institucional e desafios do Ministério do Turismo, sua missão e visão, assim como sua relação com outras esferas do poder público e com a sociedade”.

**Alterar de “Atende integralmente” (10 pontos) para “Atende quase na totalidade” (8 pontos).**

**Item "B":** "Demonstrar a compreensão do potencial e oportunidades para o Ministério do Turismo na mídia, considerando sua atuação junto a estruturas econômicas e sociais vigentes, envolvendo e mobilizando, para sua execução, diferentes atores e ferramentas".

**Alterar de "Atende integralmente" (10 pontos) para "Não atende" (zero ponto).**

**Item "C":** "Demonstrar a capacidade de avaliação de experiências similares e de aproveitamento desses exemplos para o planejamento de comunicação em discussão".

**Alterar de "atende parcialmente" (5 pontos) para "não atende" (zero ponto).**

---

### **Solicitação da FSB para revisar notas da concorrente Máquina da Notícia:**

#### **Item 6.1 (pág 89):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Ao reanalisar a proposta da concorrente, a comissão manteve o entendimento de que os pontos questionados pela recorrente, tais quais compreensão do papel institucional e desafios, estão presentes na proposta original da Máquina da Notícia, entre eles: aumentar o turismo doméstico, aproveitar os legados de infraestrutura dos megaeventos.

#### **Item 6.1.1 (pág 90):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** A comissão entende que os pontos questionados não afetam o entendimento da proposta apresentada, e, dessa forma, não são suficientes para alterar a nota da concorrente.

#### **Item 6.1.2 (pág 93):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** A Subcomissão acata a resposta da BR+ sobre a pesquisa da WTTC. A própria recorrente não atualizou a informação no portal do MTur, e também não utiliza as informações do relatório da Contentes The Economic Impact Of Travel & Tourism utilizada pela FSB para criticar a concorrente. (*vide print da comissão sob o título "Por que investir no Brasil?"*)

#### **Item 6.2 (pág 98):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** A comissão mantém o seu entendimento sobre o item apresentado outrora no relatório técnico, não enxergando a existência de novos elementos para alteração da nota da concorrente.

#### **Item 6.3 (pág 99):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Sobre esse item, a comissão mantém o seu entendimento e observações apresentados no relatório técnico outrora divulgado.

**Item 6.4 (pág 100):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Os elementos apresentados pela licitante FSB não são suficientes para mudar o entendimento da comissão, outrora divulgado, e, assim, justificar a alteração de nota da concorrente.

**Conclusão:**

A comissão **NÃO ACATOU NENHUM** dos recursos levantados pela licitante FSB contra a Máquina da Notícia. O entendimento da comissão dos itens expostos pela recorrente permanece o mesmo outrora divulgado no relatório técnico.

Além disso, ao ser provocada pela recorrente para reanalisar o item “a”, do subquesto 1, do quesito 1, a comissão decidiu reavaliar a pontuação da concorrente Máquina da Notícia, alterando a nota de “atende parcialmente” (5 pontos) para “atende integralmente” (10 pontos).

**Solicitação da FSB para revisar notas da concorrente CDN:****Conclusão:****Quesito 1 – subquesto 2, item “B” (Riqueza e alcance do planejamento estratégico):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Permanece o entendimento da pontuação apresentada pela comissão à concorrente (“Atende quase na totalidade”), não havendo justificativa para alterar a nota, nem para mais nem para menos.

**Quesito 1 – subquesto 2, item “C” (Estratégias para mobilização dos atores envolvidos):**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Aqui também permanece o entendimento da pontuação apresentado pela comissão à concorrente (“Atende quase na totalidade”), não havendo justificativa para alterar a nota para mais nem para menos.

**Resposta da comissão à FSB a respeito do item 8.1, sobre a ofensa ao princípio da Legalidade, e do item 8.2, sobre ofensa do princípio da Vinculação ao Instrumento convocatório:**

A Subcomissão garantiu, durante todo o processo de análise técnica, todos os princípios previstos na Lei 8.666/93, em seguida, reavaliou e respondeu detalhadamente todas as questões levantadas pelas concorrentes em recursos e contrarrazões, o que evidencia e corrobora a observância da isonomia, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade e da publicidade, conforme a Lei de Licitações.



## Solicitação da Informe para revisar as próprias notas:

### Item 1:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta: *"expõe conceitos que fundamentam as diretrizes do Ministério do Turismo, mas não desenvolve em profundidade as relações com outras esferas do poder público e com a sociedade"*

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, ao analisar exclusivamente o item acima, observou-se, conforme destacado por esta comissão, que a proposta da concorrente *"expõe conceitos que fundamentam as diretrizes do Ministério do Turismo, mas não desenvolve em profundidade as relações com outras esferas do poder público e com a sociedade"*. No entanto, com base no exposto em seu recurso, a comissão verificou haver em outras páginas da licitante elementos que, de fato, atendem às exigências do edital nesse item.

### Item 2:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta: *"A concorrente erra ao afirmar que o Ministério do Turismo não curte nem responde às interações de seguidores do Facebook. O texto não articula saídas para que o ministério ocupe mais espaço nas mídias, ações de ganho de imagem e estratégia para buscar oportunidades"*

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Em sua proposta original, a concorrente afirma, na página 13, que "Os posts no Facebook recebem muitos elogios, mas o ministério não 'curte' **nenhum** (negrito nosso) dos comentários e nem responde a qualquer tipo de pergunta de seus seguidores". Essa informação é equivocada. Ainda que a foto destacada pela recorrente não tenha sido curtida pelo MTur, não há do que se falar que o ministério não curte "NENHUM" dos comentários e NEM RESPONDE a qualquer tipo de pergunta de seus seguidores. Limitar-se à pesquisa de uma única imagem, em meio a milhares existentes na rede social em questão que contam com curtidas e respostas do ministério, e concluir que uma ação nunca ocorreu, é inaceitável.

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta: *"O texto não articula saídas para que o ministério ocupe mais espaço nas mídias, ações de ganho de imagem e estratégia para buscar oportunidades"*.

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, uma nova releitura da proposta original da licitante, com base nos trechos citados no recurso, obrigada a comissão a acatar a defesa da recorrente, que afirma que "estão claras as recomendações para que o ministério amplie seu espaço nas mídias, com ações de ganho de imagem e as estratégias para buscar oportunidades de inserção, de forma que merece ser revista a pontuação atribuída a este quesito.

### Item 3:



Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "As experiências similares apresentadas não contemplam, em linhas gerais, o alcance do Ministério do Turismo"

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Das quatro experiências apresentadas, a comissão entendeu que as duas primeiras não atendem o solicitado no item "c", do sub quesito 1, do Quesito 1, pelas questões abaixo:

- Cidade de São Paulo: com relação a essa experiência, a concorrente sugere ao Ministério do Turismo fazer o que não é novidade para a pasta, isto é, a comunicação por segmentos. São várias as matérias publicadas no portal do MTur que destacam, por exemplo, o [Turismo de Aventura e o Turismo Acessível](#) em cidades como Socorro, em São Paulo, reconhecida internacionalmente pela inclusão de pessoas com deficiência em atividades como tirolesa e arvorismo. Em setembro do ano passado, por exemplo, em comemoração ao Dia Mundial do Turismo, que em 2016 levantava a bandeira do Turismo para Todos, o Ministério do Turismo acompanhou três pessoas com deficiência em uma viagem emocionante pelo Brasil para destinos acessíveis, tais como: Bonito (MS), Porto de Galinhas (PE) e Socorro (SP).

No primeiro semestre do ano passado, em ocasião da Semana Santa, o portal publicou matéria sobre o [Turismo religioso](#), no qual destacou cidades brasileiras conhecidas pela tradição católica e que atraem milhares de fiéis todos os anos. Na referida matéria explica que o turismo religioso faz parte de um segmento considerado estratégico pelo Ministério do Turismo para o desenvolvimento do setor no Brasil: o turismo cultural (o que propõe a proposta da concorrente Informe). Estes são apenas alguns exemplos que mostram que a proposta já é tema fortemente trabalhado pelo MTur.

- Barcelona (Espanha) sucesso de público: a comissão entende que o exemplo de um país que "discute uma forma de conter a avalanche de turistas" segue caminho contrário do objetivo do Ministério do Turismo, que pretende atrair cada vez mais turistas. Além disso, a conclusão da proposta neste item em especial está confusa, e não conversa com o exemplo apresentado. "Neste caso, o Ministério do Turismo pode, por meio da comunicação, mapear os problemas que mais impactam negativamente na movimentação turística em determinados locais do Brasil e liderar ações para formar uma visão positiva em relação àquele ponto turístico" (pág 18 da proposta original da Informe).

#### Item 4:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "o texto não expõe com clareza uma análise de pontos positivos e negativos, comparativamente, de modo solucionar as questões centrais de comunicação do Ministério do Turismo"

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** O recurso apresentado não possui elementos que convencessem a comissão a alterar a pontuação outrora apresentada.

#### Item 5:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "abordagem é predominantemente conceitual e não detalha, do ponto de vista prático, as medidas a serem utilizadas";



Resposta da comissão: **ACATA**. A comissão acata a defesa da recorrente, e altera a pontuação de “Atende parcialmente” (10 pontos) para “atende quase na totalidade” (15 pontos).

**Item 6:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: “apresenta medidas para redes sociais, mas não contempla, em profundidade, os demais veículos e meios, principalmente, com soluções estratégicas”.

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A comissão mantém o mesmo entendimento e a mesma avaliação de outrora.

**Conclusão:**

**Quesito 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 1 (Diagnóstico da situação)**

**Item “A”:** “Demonstrar a compreensão do papel institucional e desafios do Ministério do Turismo, sua missão e visão, assim como sua relação com outras esferas do poder público e com a sociedade”.

**Alterar de “Atende parcialmente” (5 pontos) para “Atende Integralmente” (10 pontos).**

**Item “B”:** “Demonstrar a compreensão do potencial e oportunidades para o Ministério do Turismo na mídia, considerando sua atuação junto a estruturas econômicas e sociais vigentes, envolvendo e mobilizando, para sua execução, diferentes atores e ferramentas”.

**Alterar de “Atende parcialmente” (5 pontos) para “Atende quase na totalidade” (8 pontos).**

---

**Solicitação da RP1 para revisar as próprias notas:**

**Item 1:**

Recurso contra “Erro no cálculo da pontuação TOTAL”.

Resposta da comissão: **ACATA**.

**Item 2:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma: “A análise projetada pela concorrente considera em diagnóstico que houve descontinuidade nos programas e ações do Ministério do



Turismo com a troca sucessiva de gestores, mas a situação não foi verificada no período histórico avaliado."

Resposta da comissão: **ACATA**. De fato, houve equívoco por parte da comissão ao fazer a afirmação acima. Na página 8 da proposta original, a licitante é bem clara ao afirmar:

*"Já a atuação do ministério com seus parceiros é afetada pela descontinuidade de seus dirigentes. Desde 2014, a pasta sofreu oito mudanças em seu comando. Neste período, estiveram à frente do ministério os ministros Pedro Novaes, Gastão Vieira, Vinicius Lages, Henrique Eduardo Alves (pela primeira vez, de abril de 2015 a março de 2016), Alberto Alves (interino, assumiu em março de 2016), Alessandro Teixeira, Henrique Eduardo Alves (pela segunda vez, de maio de 2016 a junho de 2016), Alberto Alves (novamente interino, assumiu em junho de 2016) e Marx Beltrão, que assumiu em outubro deste ano. As sucessivas mudanças são prejudiciais ao setor, pois geram instabilidade em toda a cadeia produtiva do turismo e causam especulação sobre a continuidade dos projetos em curso".*

### Item 3:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "Há confusão ao avaliar a missão da pasta e, por diversas vezes, atribuições e responsabilidades da Embratur - autarquia especial - são colocadas como do MTur, um exemplo é a comparação entre a Casa Brasil e a participação da pasta em eventos internacionais. "

Resposta da comissão: **ACATA**. Ao reler o trecho questionado (pág 20 da proposta original da PR1), e reproduzido abaixo, a comissão reconsidera o seu entendimento, acatando o recurso da licitante.

*"Além do reconhecido êxito com a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, os megaeventos trouxeram um exemplo de interação entre os órgãos governamentais e demais agentes públicos e privados. Na ocasião, a Casa Brasil reuniu num único ambiente turismo, esporte, cultura, negócios, além de shows, palestras e outras atividades com o intuito de divulgar as potencialidades do Brasil e atrair a atenção de consumidores brasileiros e estrangeiros. Ações multilaterais como o projeto Casa Brasil".*

### Item 4:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "Inclui campanhas que se configuram publicitárias - e que são do campo de atuação do Departamento de Marketing do Ministério do Turismo e da Embratur - no escopo da proposta. Algumas medidas, como a criação de uma rádio que veicule músicas brasileiras em parceria com empresas privadas, seguem em rumo diferente do objetivo do edital, que é informar a sociedade brasileira, de forma técnica e criativa, a importância do Turismo para o desenvolvimento econômico do país."

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Os fundamentos apontados pela recorrente não foram suficientes para alterar o entendimento da comissão nesse subquesto.

### Item 5:



Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "Há excesso de esforço na avaliação do Pronatec Turismo - que não é um programa da pasta - e nenhuma proposta para desenvolver estratégias as ações originárias do ministério, além de não sugerir um plano para lidar com prevenção e gestão de possíveis crises, conforme provocado pelo edital."

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Mesmo ao reler a proposta, a comissão manteve o seu entendimento presente na análise técnica.

## Conclusão:

### Quesito 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 1 (Diagnóstico da situação)

**Item "A":** "Demonstrar a compreensão do papel institucional e desafios do Ministério do Turismo, sua missão e visão, assim como sua relação com outras esferas do poder público e com a sociedade".

**Alterar de "Atende parcialmente" (5 pontos) para "Atende Integralmente" (10 pontos).**

### Solicitação da Santafé para revisar as próprias notas:

#### Item 1:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que "No planejamento de comunicação, a concorrente mistura alguns termos, além dar tratamento inadequado a alguns nomes de programas do Ministério do Turismo."

Resposta da comissão: **ACATA**. A Subcomissão aponta nomes de programa e pesquisas realizados pelo Ministério do Turismo que foram escritos incorretamente, o que induz a erro de compreensão, pertinência e fluidez do texto da proposta. Como exemplo: "...o MTur mantém parcerias com o IBGE, a **FGC** (grifo e negrito nosso), a FIPE..." (página 19). Ainda na página 19, a licitante escreve "O registro desses prestadores nos **Cadastrur**...". Já na página 26, a licitante escreve PANCET no lugar de PACET, em duas ocasiões.

#### Item 2:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta original "Há algumas propostas que já foram implantadas pela pasta e sugestões que são inviáveis por serem proibidas por portarias, por exemplo, as parcerias com empresas privadas para eventos e programas."

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. A Subcomissão informa que no relatório se refere às propostas de campanha integrada em que a concorrente sugere que "o alvo desse esforço seja a promoção do turismo cultural..." (página 29) e cita potencialidades do Brasil como mote. Exemplo: "É preciso promover nacionalmente uma alternativa para o turismo de 'Sol e Mar', buscando reduzir o impacto da sazonalidade na economia de cidades e vilarejos praiheiros, atrair visitantes mais velhos que não pretendem sair da zona de conforto e despertar na população

orgulho pelo patrimônio cultural de sua cidade, de modo a agir para preservá-lo”. Iniciativas neste sentido já foram trabalhadas pelo Departamento de Marketing do Ministério do Turismo – setor que se ocupa de campanhas de promoção e mobilização – pois, tal como apresentado na proposta técnica, foge ao escopo de assessoria de imprensa e, apesar de trazer alguma oportunidade de comunicação, tem concepção promocional. Exemplo: (Página 30) – “Uma campanha de mobilização para promover o turismo cultural incentiva o trade a criar novos roteiros e viabilizá-los, os gestores públicos a cuidarem melhor da iluminação, da limpeza e da segurança dos locais que abrigam atrativos e a população a reforçar sua identidade.”

As parcerias público-privadas têm sido defendidas pela pasta no sentido de destravar questões históricas do setor no país, conforme o artigo citado no recurso, e diferente do objetivo apresentado pela concorrente. A finalidade que consta da proposta técnica na página 30 é de “Desencadear uma campanha nacional, de longo prazo, que integre governo e iniciativa privada em um único esforço...” e que cuja coordenação “caberá ao MTur, que compartilhará as principais decisões com o Conselho Nacional de Turismo – como conceito da campanha, o cronograma de suas etapas, a definição dos grandes parceiros, o financiamento, a comunicação entre os participantes”.

### Item 3:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta “Não especifica detalhadamente os programas e equipamentos tecnológicos disponíveis ao desenvolvimento do trabalho para que sirvam de base como diferencial. Não ficou claro o benefício do acordo operacional formal para o desenvolvimento do trabalho no ministério.”

Resposta da comissão: Acata. A Subcomissão informa que notificou essas questões em relatório, mas, de acordo com os quesitos observados no edital, não retirou pontos da licitante como se verifica no item Capacidade de Atendimento.

### Item 4:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta “Sugere convênios com entidades privadas, deu destaque à crise em vez de criar soluções para o Ministério do Turismo.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao apresentar a proposta “Refugiados e o turismo, parceria para melhorar a comunicação” (página 27), a concorrente sugere a realização de “Uma ação exemplar de cidadania e inserção social qualificada do MTur, em convênio com entidades de refugiados (negrito e grifo nosso), para viabilizar um programa que ofereça cursos rápidos de turismo a estrangeiros...”. No entanto, esse tipo de estratégia não se enquadra nas atribuições de uma assessoria de comunicação, pois para ser viabilizada dependeria da atuação de setores específicos do ministério responsáveis pela realização de convênios. E, mesmo se esse tivesse sido o entendimento ao apresentar a proposta acima, a licitante não apontou qual seria a atuação da assessoria de comunicação (tarefas, planos, desenvolvimento, possível resultados práticos) na concretização dessa ideia. E conclui a sugestão de maneira vaga: “...dá o exemplo para o mundo e gera bastante mídia.”

### Item 5:



Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta “A definição do planejamento estratégico não foi aprofundado, em larga escala, conforme demanda o ministério, partindo direto para as propostas.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Propostas que foram tratadas nos itens (3 e 4) anteriores são exemplos de estratégias sem profundidade de execução, onde a ideia foi sugerida (“campanha nacional”, “convênio com entidades de refugiados”) sem que o detalhamento da ação fosse descrito, por exemplo, os setores da pasta envolvidos na ação, a viabilidade, custos e benefícios, riscos envolvidos e os resultados práticos a serem obtidos com essas estratégias, demonstrando a falta de “pertinência das soluções”.

#### Item 6:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que a proposta “Demonstra falta de conhecimento da estrutura do quadro de pessoal de gestores e servidores. Em certos pontos, retira o foco dos objetivos de imagem a serem atingidos pelo MTur.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** A subcomissão entende que, na proposta técnica, devem ser empregados termos específicos (diretor, chefe de assessoria, coordenador e seus respectivos setores) para que fique claro como objetivo estratégico o caminho a ser trabalhado

A subcomissão entende que ao apresentar propostas de ações estratégicas utilizando atores de forma genérica, como por exemplo “gestores”, sem especificar o papel de cada um naquela ação, fica difícil compreender como essa ação poderia atingir resultados e qual seria o caminho a ser trabalhado.

#### Item 7:

Recurso contra os trechos da análise técnica que afirma que afirma que na proposta:

“Relato 1- Não expõe dados expressivos e relevantes em relação ao caso. A relação entre causa e efeito é frágil, pois não deixa evidente uma guinada da imagem do evento depois da ação. O resultado apresentado é insuficiente.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Os fundamentos apontados pela recorrente não foram suficientes para alterar o entendimento da comissão nesse subquestito.

“Relato 2 - O caso não apresenta um balanço claro entre problema, ação e resultado. A explanação mostra apenas que o quadro tornou-se positivo a partir da própria realização do evento e não fica comprovada que medidas proativas mudaram o cenário.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Os fundamentos apontados pela recorrente não foram suficientes para alterar o entendimento da comissão nesse subquestito.

Relato 3 - Há diversas falhas na revisão ortográfica do texto. Na página 70, o próprio nome da empresa concorrente é escrito de maneira incorreta. Em determinados pontos, há comentários

que provavelmente não deveriam entrar no relato, visto que demonstram a insuficiência de resultados aferidos com as ações.

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao contrário do que a recorrente alega, a observação da subcomissão quando fala em “há comentários que provavelmente não deveriam entrar no relato, visto que demonstram a insuficiência de resultados aferidos com as ações” se refere a colocações no texto que causaram estranheza aos avaliadores como, por exemplo, na página 75 (item 4 – Resultados), no 2º parágrafo, onde se lê “...a matéria Campanha põe Brasília em Alta **(falta data e uma foto da matéria)**...” (grifo e negrito nosso).

Ainda na página 75, a concorrente afirma que “o projeto *Brasília em Alta* viabilizou uma série de ações (tais como descontos na rede hoteleira, cardápios especiais nos restaurantes, apresentações musicais com mais de 5 milhões de pessoas), e produziu, como resultado, um grande número de informações positivas sobre a cidade nos jornais locais e nacionais”. No entanto, no último parágrafo desta página, ao citar um desses resultados, a licitante afirma que “Apesar de ter uma foto e de estar em página nobre foi uma matéria burocrática. Correta, mas sem nenhum charme ou informação adicional”. Este comentário, em especial, levou a subcomissão a entender que essa matéria não atingiu o objetivo esperado pela própria empresa, se contradizendo à afirmação inicial de alcance de resultados positivos.

### Conclusão:

#### Quesito 1 (Planejamento de Comunicação) – Subquesito 1 (Diagnóstico da situação)

**Item “A”:** “Demonstrar a compreensão do papel institucional e desafios do Ministério do Turismo, sua missão e visão, assim como sua relação com outras esferas do poder público e com a sociedade”.

**Alterar de “Atende parcialmente” (5 pontos) para “Atende quase na totalidade” (08 pontos).**

---

#### Solicitação da Máquina da Notícia para revisar as próprias notas:

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: “O diagnóstico não cita os programas e ações do Ministério do Turismo em diversas áreas como o Turismo Acessível, Melhor Idade, Sustentabilidade e LGBT. Limitou-se às informações do briefing e não se aprofunda na análise do PNT.”

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao reanalisar esse item da proposta original da Máquina da Notícia, a comissão manteve o seu entendimento. A comissão entende que não foram apresentados dados suficientes que a levasse a alterar a nota, conforme solicitado pela recorrente.

**Item 2:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "Há excessos na análise política, especialmente críticas a governos, e juízos de valor fogem ao objeto do edital".

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao reanalisar esse item da proposta original da Máquina da Notícia, a comissão manteve o seu entendimento.

**Item 3:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que na proposta: "O Relatório em questão também menciona, em relação à proposta técnica da Recorrente, que "houve entendimento do briefing, mas a avaliação sobre a atuação do Ministério do Turismo e respectivos diferenciais não foram colocados adequadamente".

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. O argumento apresentado pela recorrente não tem força para reformular a decisão da Subcomissão.

**Item 4:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que o item na proposta: "Apesar de o exemplo de Barcelona contemplar bem uma experiência possível no Brasil, o alcance utilizado se restringe ao Rio de Janeiro. No caso de Sidney, não demonstra expectativas positivas, dados, números que possam contribuir, de maneira comparativa, para desenvolver o plano".

Resposta da comissão: **ACATA**. A comissão reavaliou o item e acatou o recurso da recorrente.

**Item 5:**

Recurso contra o trecho da análise técnica que afirma que o item na proposta: "Sugere ações promocionais, como aplicativo e estandes, que ultrapassam os limites do escopo do contrato, e soluções que já foram utilizadas e esgotadas pelo ministério".

Resposta da comissão: **NÃO ACATA**. Ao reanalisar esse item da proposta original da Máquina da Notícia, a comissão manteve o seu entendimento.

**Conclusão:****Quesito 1 – (Planejamento de Comunicação) - Subquesito 1 (Diagnóstico da Situação)**

**Item "C":** "Demonstrar a capacidade de avaliação de experiências similares e de aproveitamento desses exemplos para o planejamento de comunicação em discussão".

**Alterar a nota de "atende parcialmente" (5 pontos) para "atende quase na integralidade" (8 pontos).**

---

**Solicitação da Máquina da Notícia para revisar as notas da BR+ e da FSB:**



**Conclusão:**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** A recorrente não apresentou elementos suficientes que levassem a comissão a alterar as notas atribuídas às concorrentes.

---

**Solicitação da Cunha Vaz & Associados:**

Requer a desconsideração da declaração de desclassificação.

A recorrente alega em um dos trechos do seu recurso que “o termo utilizado no questionamento é o mesmo constante na proposta técnica, ou seja, VERBA REFERENCIAL, a qual tem por parâmetro o preço máximo arbitrado pelo Ministério do Turismo no Edital, e nunca, como de fato não ocorreu, fixar ou sugerir o preço para a prestação dos serviços”.

**Conclusão:**

Resposta da comissão: **NÃO ACATA.** Não há o que modificar em relação à habilitação da licitante. A empresa foi habilitada na primeira fase do certame e desclassificada na fase seguinte por infringir o disposto no item 5.3 do Edital, que determina que: “A inclusão de qualquer documento da Proposta de Preços no envelope da Proposta Técnica acarretará a desclassificação sumária do Licitante do certame”. De todas as empresas licitantes, no total de oito (8), apenas a recorrente em questão colocou em sua proposta técnica valores de serviços propostos. Portanto, a Subcomissão mantém a desclassificação da licitante.

---

Diante da análise dos recursos e contra recursos, os membros da Subcomissão Técnica apresentam, em anexo, a tabela com as pontuações individuais de cada avaliador.

Brasília, 13 de fevereiro de 2017.



AVALIADOR BRUNO														
Empresa	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO							CAPACIDADE			RELATOS			TOTAL
	Diagnóstico			Estratégia				Porte	Capacitação	Estrutura	Relato 1	Relato 2	Relato 3	
	Papel Institucional	Potencial e Oportunidades	Capacidade de Avaliação	Entendimento do problema	Planejamento	Mobilização								
RP1	10	5	5	10	10	10	10	10	10	10	8	5	8	101
Santa Fé	5	5	8	10	10	10	10	10	10	10	5	5	5	93
Cunha Vaz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CDN	5	5	10	10	15	15	10	10	10	10	10	10	10	120
Máquina de Notícia	5	5	8	15	15	20	10	10	10	10	10	10	10	128
Informe	10	8	5	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	113
BR Mais	8	0	0	20	20	20	10	10	10	10	10	10	10	128
FSB	8	10	10	20	15	15	10	10	10	10	10	10	10	138

AVALIADORA PRISCILLA														
Empresa	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO							CAPACIDADE			RELATOS			TOTAL
	Diagnóstico			Estratégia				Porte	Capacitação	Estrutura	Relato 1	Relato 2	Relato 3	
	Papel Institucional	Potencial e Oportunidades	Capacidade de Avaliação	Entendimento do problema	Planejamento	Mobilização								
RP1	10	5	5	10	10	10	10	10	10	10	8	5	8	101
Santa Fé	5	5	8	10	10	10	10	10	10	10	5	5	5	93
Cunha Vaz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CDN	5	5	10	10	15	15	10	10	10	10	10	10	10	120
Máquina de Notícia	5	5	8	15	15	20	10	10	10	10	10	10	10	128
Informe	10	8	5	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	113
BR Mais	8	0	0	20	20	20	10	10	10	10	10	10	10	128
FSB	8	10	10	20	15	15	10	10	10	10	10	10	10	138

*Bruno Bernardes Caixeta Cunha*  
 Bruno Bernardes Caixeta Cunha  
 MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

*Priscilla de Abreu Siqueira Araújo*  
 Priscilla de Abreu Siqueira Araújo  
 MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Por que Investir no Brasil?

ASSUNTOS

- Eventos
- Legislação
- Notícias
- Sites relacionados
- Estudos e Pesquisas

CENTRAL DE CONTEÚDOS

- Publicações
- Áudios
- Imagens

# Turismo Náutico

G+ 0 Tweetar Curtir 9,1 mil

## Cruzeiros Marítimos

Os cruzeiros marítimos promovem destinos turísticos da costa do país, estimulam a entrada de divisas, movimentam a economia e geram empregos. Somente no Brasil, o setor gerou 32.722 postos de trabalho na economia brasileira (2014/2015).

O setor de cruzeiros marítimos, já consolidado como importante segmento turístico, apresenta impactos econômicos relevantes nos níveis local e nacional. As oportunidades de negócios geradas pelos cruzeiros marítimos não se restringem às cidades portuárias, mas abrangem também as cidades não litorâneas, em virtude de sua cadeia produtiva, que é movimentada pela contratação de serviços e compra de insumos em diferentes regiões do Brasil.

Durante a temporada 2014/2015, o impacto total do setor de cruzeiros na economia brasileira foi de R\$ 2,142 bilhões. Somente os gastos dos cruzeiristas e tripulantes alcançaram R\$ 1,009 bilhão.

## Marinas

Segundo o relatório anual do International Council of Marine Industry Associations, publicado em 2011 (dado mais recente disponível no mercado), a indústria náutica movimentou mais de US\$ 83,5 bilhões em todo o mundo, conta com cerca de 4.900 estaleiros e 200 fabricantes de motores, e emprega cerca de 700 mil pessoas.

Por que Investir no Brasil?

ASSUNTOS

- Eventos
- Legislação
- Notícias
- Sites relacionados
- Estudos e Pesquisas

CENTRAL DE CONTEÚDOS

- Publicações
- Áudios
- Imagens

# Parques Nacionais

G+1 0 Tweetar Curtir 9.1 mil

As belezas naturais brasileiras atraem cada vez mais viajantes: no ano passado foram quase 7,3 milhões de visitantes às unidades de conservação federais – o que inclui parques, florestas, reservas biológicas e áreas de proteção – de acordo com balanço do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). O número representa um crescimento de 13,9% em comparação a 2013. Apenas os parques nacionais receberam quase 6,6 milhões de turistas, 10,8% a mais do que no ano anterior.

O ranking das unidades mais visitadas é liderado pelo Parque Nacional da Tijuca, com 3,1 milhões, seguido pelo Parque Nacional do Iguaçu (1,5 milhão) e pelo Parque Nacional de Jericoacoara (400 mil). De acordo com Fábio de Jesus, coordenador-geral de Uso Público e Negócios do ICMBio, os números podem ser ainda maiores, pois em muitas unidades de conservação o controle de entrada de visitantes é parcial, de modo que muitos visitantes entram nas unidades sem serem contabilizados.

registrado em Em destaque Segmentos

- Últimas notícias
- Saúde do Viajante
- Regionalização do Turismo
- Invista no Turismo
- Plano Nacional do Turismo
- Agenda Oficial
- Cadastur
- SIACOR

## Turistas aprovam a Olimpíada e querem voltar ao Brasil

Pesquisa realizada pelo ministério com visitantes domésticos e internacionais revela que a hospitalidade está entre os itens melhor avaliados

Imprimir

Publicado: Sexta, 19 de Agosto de 2016, 22h59

G+1

Tweetar

Curtir

Compartilhar

Última atualização em Quarta, 24 de Agosto de 2016, 10h29

Por Darse Jr.

### ACESSO À INFORMAÇÃO

- Institucional
- Ações e Programas
- Portarias
- Licitações e contratos
- Carta de serviços
- Convênios
- Servidores
- Chamadas Públicas e seleções
- Perguntas Frequentes
- Ouidoria
- Serviço de Informação ao Cidadão (SIC)



Crédito: Paulino Menezes

- Carta de Serviços
- Convênios
- Servidores
- Chamadas Públicas e seleções
- Perguntas Frequentes
- Ouvidoria
- Serviço de Informação ao Cidadão (SIC)
- Transparência Pública
- Publicidade
- Despesas
- Informações classificadas
- Auditoria
- Prestação de contas
- Dados Abertos

CENTRAL DE CONTEÚDOS

- Imagens
- TV Turismo
- Rádio Turismo
- Publicações
- Aplicativos
- Sistemas
- Manuais



Crédito: Paulino Menezes

Turistas domésticos e internacionais ouvidos pelo Ministério do Turismo durante os Jogos Olímpicos Rio 2016 elogiaram as opções de turismo e lazer, a diversão noturna e a hospitalidade do brasileiro. O estudo revela o perfil, gasto e tempo médio dos visitantes, além do índice de satisfação com itens como segurança, transporte público, infraestrutura e preços. De acordo com o levantamento, 87,7% dos turistas estrangeiros têm a intenção de voltar ao Brasil e 94,2% dos brasileiros querem voltar ao Rio de Janeiro. A pesquisa parcial foi divulgada nesta quinta-feira (18) no Rio de Janeiro. O conteúdo completo pode ser acessado em: [http://www.turismo.gov.br/images/casabrasil/17\\_08\\_16\\_Apresentacao\\_Pesquisa\\_MTur\\_final.pptx](http://www.turismo.gov.br/images/casabrasil/17_08_16_Apresentacao_Pesquisa_MTur_final.pptx)

"Os holofotes do mundo estão voltados ao Brasil e a pesquisa mostra que os estrangeiros estão gostando do que estão vendo. Os visitantes estão sendo bem recebidos e certamente isso se refletirá em ganhos para o turismo do país a médio e longo prazo", afirmou o ministro interino do Turismo, Alberto Alves.

Também presente na coletiva de imprensa, o ministro da Casa Civil, Eliseu Padilha, reforçou a importância da Olimpíada para impulsionar o fluxo de visitantes estrangeiros ao país. "Estamos vivendo indiscutivelmente um novo momento onde o Rio de Janeiro passa a ser a grande porta de entrada para o turismo internacional que foi visto por mais de 5 bilhões de pessoas em todo o mundo", disse.

"O Rio de Janeiro ampliou sua estrutura e infraestrutura para atender o projeto de expansão que a cidade do Rio vive nesse momento. Somente em relação à rede hoteleira houve um aumento de 100% passando de 29 mil leitos para 66 mil e isso é fundamental para acompanhar o aumento da demanda turística que deve ocorrer nos próximos anos. A cidade de Barcelona recebia, em média, 1,8 milhão de turistas por ano e, após os jogos, chegou à marca atual de 8 milhões. Esperamos que o Rio de Janeiro cresça nessa proporção. É para isso que estamos preparados", complementou o presidente da Embratur, Vinicius Lummertz.

Para 98,7% dos turistas domésticos, a viagem ao Rio de Janeiro atendeu plenamente ou superou as expectativas. O índice de satisfação do público internacional é de 83,1%. A hospitalidade do carioca foi elogiada por 92% dos brasileiros e 98,6% dos estrangeiros. A diversão noturna também agradou. Para 93,6% dos viajantes nacionais e 96,2% dos internacionais o Rio de Janeiro é muito bom ou bom neste quesito.

PÁGINA INICIAL > POR QUE INVESTIR NO BRASIL?

EM DESTAQUE

SEGMENTOS

ESTADOS

OPORTUNIDADES

FINANCIAMENTO

Por que Investir no Brasil?

# Por que investir no Brasil?

+1 0 Tweetar Curtir 9.1 mil

## ASSUNTOS

- Eventos
- Legislação
- Notícias
- Sites relacionados
- Estudos e Pesquisas

## CENTRAL DE CONTEÚDOS

- Publicações
- Áudios
- Imagens

## OS GRANDES NÚMEROS DO TURISMO BRASILEIRO

Entenda a importância do setor para a economia mundial



O turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil. Em 2014, movimentou R\$ 492 bilhões, entre atividades diretas, indiretas e induzidas, de acordo com dados divulgados pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC). Quando considerada apenas a contribuição direta, a participação do turismo é de R\$ 182 bilhões, estimado em 3,5% do PIB.

O futuro é promissor para o Brasil, de acordo com o Conselho. O impacto do turismo na economia do Brasil deverá alcançar R\$ 700 bilhões, cerca de 10,3% do PIB em 2024 - e empregar 10,6 milhões de pessoas no país. Para se ter uma ideia da importância econômica da indústria do turismo nacional, o PIB do turismo brasileiro é maior do que o PIB global de mais de 100 países ao redor do mundo, entre os quais o Uruguai, Costa Rica e Panamá.

Folder\_digital\_portugues.pdf - Adobe Reader

Arquivo Editar Visualizar Janela Ajuda

Ferramentas Assinar Comentário



## Hotelaria

58 redes hoteleiras no Brasil  
43 brasileiras e 15 internacionais  
(BSH Internacional – Hospitality Asset Managers)

De 2011 a 2016, foram inaugurados 441 hotéis,  
com investimento de US\$ 4,7 bilhões

\* Dados calculados a partir de pesquisa realizada com  
players e de notícias do mercado (BSH, abril de 2016)

400 mil empregos diretos e  
1,5 milhão de ocupações indiretas  
(Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH)



## Parques Temáticos

23\* parques

19 milhões de visitantes por ano

Faturamento: R\$ 1 bilhão\*

Crescimento dos parques  
temáticos no mundo: 4,5%

\* Dados estimados com os associados do SINDEPAT  
Fonte: Sistema Integrado de Parques e Atrações  
Turísticas (SINDEPAT)

15:18  
27/01/2017



MINISTÉRIO DO TURISMO  
SECRETARIA-EXECUTIVA  
DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO  
COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS  
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Processo nº 72031.992815/2016-42

Concorrência Nº 02/2016

Com base nos relatórios e avaliações individuais dos membros da Subcomissão Técnica apresentadas, segue classificação final após análise dos recursos e contrarrazões apresentadas pelas empresas concorrentes participantes da presente licitação para a escolha da empresa especializada de comunicação integrada para prestação de serviços de consultoria, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, relações públicas, produção de conteúdo multimídia.

Classificação	Licitante	Pontuação
1º	FSB	135,3333
2º	BR+	133,6667
3º	MÁQUINA	128,00
4º	CDN	120,00
5º	INFORME	111,3333
6º	RP1	99,33333
7º	SANTA FÉ	93,00
8º	CUNHA VAZ	0,00

*Bruno Bernardes Caixeta Cunha*

Bruno Bernardes Caixeta Cunha  
MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

*Priscilla de Abreu Siqueira Araujo*

Priscilla de Abreu Siqueira Araujo  
MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

*Roberta Bastos Carnelro Campos*

Roberta Bastos Carnelro Campos  
MEMBRO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO