



## ANEXO I - PLANO DE TRABALHO

### DADOS E INFORMAÇÕES DA OSC

Razão Social: Associação Amigos do Futuro

Endereço Completo: SHCGN 707 Bloco R Casa 45 Asa Norte

CNPJ: 03.632.819/0001-60

Município: Brasília

UF: Distrito Federal

CEP: 70.740-748

.Nome do Representante Legal: Fernando Pereira Borges de Andrade

Cargo: Presidente

RG: 1.894.433

Órgão Expedidor: SSP/DF

CPF: 926.593.301-15

Telefone Fixo:

Telefone Celular: (61) 98133-9587

E-Mail do Representante Legal: amigosdofuturobsb@gmail.com

### ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA

Responsável pelo acompanhamento da parceria: Fernando Pereira Borges de Andrade

Função na parceria: Presidente da OSC

RG: 1.894.433

Órgão Expedidor: SSP/DF

CPF: 926.593.301-15

Telefone Fixo:

Telefone Celular: (61) 98133-9587

E-Mail do Responsável: amigosdofuturobsb@gmail.com



## 1.1 DADOS DO PROJETO

Título do Projeto: CASULO

Valor Global do Projeto: R\$ 550.000,00

Local de realização: Samambaia

Período de Execução: 2 meses

Início: 14/09/2023

Término: 14/11/2023

Enquadramento: Diagnóstico ( ) Estruturação de Destino ( ) Qualificação/Sensibilização (X)  
Promoção e/ou Apoio Comercialização ( ) Artesanato ( ) Tecnologia Turística ( ) Pesquisa  
relacionada ao Turismo ( ) Eventos ( )

Previsão de Atendimento: setembro a novembro/2023

Previsão de público: aproximadamente 720 pessoas (estimativa) diretamente e 900 pessoas indiretamente

## 1.2 HISTÓRICO DO PROPONENTE (Experiências na área, parcerias anteriores)

A Associação Amigos do Futuro é uma Organização da Social Civil – OSC, sem fins lucrativos, fundada em 31 de janeiro de 2000, com área de atuação no Distrito Federal, podendo, entretanto, realizar seus trabalhos em outros estados da Federação e tem por finalidade apoiar, criar, desenvolver, e promover programas e ações para a defesa de bens e direitos sociais, coletivos e difusos relativos ao esporte, educação, cultura e ao desenvolvimento social, bem como, aos direitos humanos e dos povos, com recursos próprios ou advindos de convênios e outras formas legalmente admitidas pelo ordenamento jurídico vigente.

A associação tem ampla experiência e participação em projetos este segmento junto ao Governo Federal e ao GDF com as Secretarias de Turismo, Esporte, Desenvolvimento Econômico e Cultura e Economia Criativa do DF. (Anexo todas as comprovações dos últimos anos).



## **2. DESCRIÇÃO DO PROJETO**

Realizar o CASULO, com oferta de capacitação em diferentes áreas afins do segmento turístico, para população de moradores a partir dos 16 anos da Região Administrativa de Samambaia.

CASULO, nasce com o propósito de transformar a vida das pessoas, as qualificando para o mercado do Distrito Federal. Levaremos conhecimento, informação e motivação para criar e enfrentar os desafios, tanto na produção de eventos, quanto no dia a dia.

Promovendo através da capacitação e fortalecendo o setor produtivo, impactando positivamente a economia do DF, valorizando a mão de obra local, integrando a comunidade, assim como entregar um produto que traduza o segmento turístico, incorporando as características que o constituem, de forma que seja possível concretizar todo o seu potencial turístico.

Capacitar nas áreas de prestação de serviços ligados ao turismo: Marketing Digital, Técnico de Áudio, A&B, Atendimento, Produção Geral e Sustentabilidade e Legados Sociais, cada curso terá carga horária de 12 (doze) horas aulas, totalizando 72 (setenta e duas) horas/aulas. Visando impactar diretamente o setor de turismo do DF. Ao final dos cursos haverá uma ação de encerramento do projeto a ser planejado, executado pelos alunos de todos os cursos, com entrega de certificados, criação de banco de talentos/reserva para divulgação por meio das redes sociais ao trade e produtores do DF e apresentações artísticas da Região de Samambaia.

### **2.1 IDENTIFICAÇÃO DO OBJETO**

Reforçamos que existe, uma relação muito forte entre eventos e turismo, o que reflete diretamente no desenvolvimento econômico da região. A captação e realização de eventos têm sido consideradas atividades que geram grande expansão sócio-econômica em todo o mundo, trazendo benefícios para todas as partes envolvidas.

Com a capacitação na região, é possível a contribuição para uma economia mais diversificada, sendo viável transformar suas vidas e desenvolverem inteligência emocional e racional.



### Trabalharemos em 3 eixos:

- PREPARAR
- ESTUDAR
- EXECUTAR

**PREPARAR:** Vamos inspirar e preparar os alunos com aulas dinâmicas, corpo docente comprometido e contemporâneo. Durante as primeiras aulas, os alunos irão aprender sobre técnicas e dicas de cada um dos temas das capacitações.

**ESTUDAR:** Ter um projeto que seja transformador na vida das pessoas, algo que deixe um legado para a comunidade. Por isso, queremos mudar a vida destas pessoas, inserindo-os no mercado de trabalho. Vamos ensinar conceitos do meio do marketing, estratégias usadas no mercado para dar mais competitividade, cursos objetivos e práticos, onde o jovem terá mais facilidade para encontrar um emprego qualificado.

**EXECUTAR:** Oferecer cursos aos participantes com certificação. A ideia é profissionalizar e preparar trabalhadores e autônomos com técnicas para os desafios do mercado. O Terceiro e último pilar do projeto consiste na entrega de certificados, criação de banco de talentos/reserva para divulgação por meio das redes sociais ao trade e produtores do DF e apresentações artísticas da Região de Samambaia.

Salientamos que em nosso projeto a capacitação é o ponto focal, como forma de incentivar a comunidade com ações relativas ao desenvolvimento deste segmento.

Há que ressaltar que o turismo aliado a capacitação pode proporcionar uma mudança no estilo de vida das pessoas impactadas, como uma atividade de resgate de fatores motivacionais, emocionais e econômicos. Sendo assim, é nosso dever sustentar a promoção do turismo com bons profissionais como fonte de renda, saúde e educação, que enxergará nessa ação uma forma inspiradora para enfrentar os desafios que aparecem no dia a dia.



## **TURISMO NO ÂMBITO DO DISTRITO FEDERAL**

**Incentivos à criação de diversas formas de parcerias, entre os setores público e privado, visando ampliar o investimento e compartilhar os custos de execução do planejamento, estruturação, capacitação, promoção para apoiar a comercialização do turismo.** O objetivo é compartilhar a responsabilidade no processo de desenvolvimento turístico do destino Brasília, otimizando e ampliando os resultados e impactos positivos gerados pela atividade turística.

Um evento pode ser definido como qualquer acontecimento que desperta interesse especial, capaz de atrair público e de mobilizar meios de comunicação. Engloba espetáculos, exposições, competições, etc. O surgimento de especialistas na organização de eventos ocorreu com o aumento do interesse e da demanda por eventos como forma de divulgação cultural ou comercial. Acompanhando a demanda, surgiram também as empresas de produção de eventos.

**Uma análise de mercado das Agências Produtoras de Eventos afirma que a indústria turística se tornou a maior geradora de receitas e a maior empregadora de mão-de-obra, no final do milênio. A realização de eventos é considerada, em todo o mundo, importantíssima para o desenvolvimento do fluxo turístico.**

A qualificação profissional possibilita aprender a fazer uma boa gestão do tempo, facilitando sobremaneira a rotina de trabalho e melhorando a produtividade, além, inclusive, de facilitar a ascensão na carreira. Sabemos que o jovem almeja sua inserção no mercado de trabalho, porém, muita das vezes isso não é uma tarefa fácil. A inclusão no âmbito profissional proporciona crescimento, aprendizado, autoconfiança e, principalmente, responsabilidade profissional e pessoal.

A importância de se apoiar um projeto capacitador no âmbito do turismo é de extrema relevância para o setor produtivo do DF. Brasília se destaca como a capital brasileira destino tendência e está entre os cinco primeiros da lista divulgada pelo Ministério do Turismo. O levantamento foi realizado tomando como base os principais sites de pesquisa do setor, além de publicações e dos destinos que se alinham à demanda do novo turista no cenário pós-pandemia de Covid-19, que passa a valorizar ainda mais o



turismo doméstico. Nesse cenário, as cidades de Brasília (DF), Foz do Iguaçu (PR), Rio de Janeiro (RJ) e Maceió (AL) aparecem no topo da base de dados analisada.

**De forma que se entende o quanto é importante realizar capacitações de diversos temas para a comunidade com foco no turismo, fortalecendo o trade turístico em seus 52 setores da economia.**

**O turismo tem uma incrível capacidade de se reinventar.**

Estimativas do Ministério do Trabalho e Emprego calculam que anualmente são criados cerca de 250 mil empregos no país, diretos e indiretos, todos ligados ao turismo. No planeta, o setor movimenta US\$ 3,5 trilhões de e é responsável pelo emprego de cerca de 180 milhões de pessoas. Isso é o suficiente para explicar que para qualquer crise econômica, a saída principal é investimento em políticas de incentivo ao turismo. O Brasil tem mais de 8 mil km de litoral, um vasto território com climas diferentes, etnias, costumes e culinárias, sendo que sua biodiversidade é única no mundo. De forma que as perspectivas são positivas, é uma retomada em diversos segmentos e nichos turísticos.

## **2.2 JUSTIFICATIVA DO PROJETO**

Capacitação profissional é uma palavra comum no ambiente profissional. De forma bem simplificada, ela diz respeito ao aperfeiçoamento das habilidades em diversas profissões. Ela está bastante relacionada a responsabilidade de uma Estado ou organização em prover para sua população ou colaboradores, novas oportunidades. No mercado atual os órgãos públicos e as empresas têm compreendido o seu importante papel na promoção de novos conhecimentos. A capacitação é o conjunto de práticas para preparar as pessoas para realizar as atividades com eficiência e autonomia. Geralmente, essa responsabilidade é dos profissionais de RH, professores, mentores, palestrantes, e outras formas de aquisição de conhecimento.

Nosso projeto atingirá até 720 pessoas (estimativa) com capacitações em áreas de prestação de serviços que corroboram para o turismo no Distrito Federal, capacitando pessoas para empregabilidade a partir de contato com parceiros.



Todas essas práticas fazem parte do treinamento e desenvolvimento. Esse é o nosso foco, isso porque profissionais capacitados se sentem motivados, pois enxergam uma maior valorização do trabalho, além de se sentirem preparados para lidar com os desafios do dia a dia.

Em um mercado altamente competitivo, entendemos a importância de investirmos em diferentes estratégias para se destacar.

A capacitação e a qualificação andam juntas. Assim como idealizamos investir em treinamento e aprendizado para comunidade, os mesmos devem investir em seu aprendizado e aperfeiçoar os seus conhecimentos.

É importante se qualificar para conseguir lidar com as demandas do mercado. Além disso, é através da qualificação que o profissional se mantém competitivo diante da atual concorrência. E por mais esse motivo iniciativas como essa são tão importantes

A qualificação vai além de um certificado e uma formação a mais no currículo. Ela exige mais profissionalismo, criatividade e eficiência dos profissionais, que devem demonstrar habilidades condizentes com a qualificação realizada.

Demonstramos aqui a força do segmento do setor produtivo enquanto produto associado diretamente ao turismo, e que reforça assim todo seu potencial.

O Plano Nacional de Qualificação do Turismo destaca a importância das oportunidades de empregos e necessidade de qualificação de profissionais. A formação profissional torna-se prioridade, uma vez que jovens e adultos com formação técnica e com capacidade de se identificarem como sujeitos sociais responsáveis pelo sucesso de seu destino promovendo o aumento da competitividade não apenas entre os empreendimentos locais. Estamos ainda em conformidade com as Leis de Políticas Públicas do Turismo, no âmbito Federal e Distrital, quanto à qualificação de pessoas para prestação de serviços para o segmento. Em assentimento com a Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008, que prevê em seu art. 5º a qualificação profissional para o segmento turístico e a Lei Distrital 4.883 de 11 de julho de 2012, constante nos itens do art. 2º, a saber:



*Art. 4º A Política de Turismo do Distrito Federal é estruturada nas áreas estratégicas de gestão e fomento ao turismo, de desenvolvimento de produtos e serviços turísticos, e de promoção e apoio à comercialização.*

*§ 1º São objetivos da Política de Turismo do Distrito Federal:*

*I – na área estratégica de gestão e fomento ao turismo:*

*a) desenvolver o turismo por meio de um planejamento estratégico e participativo, envolvendo o setor produtivo do turismo nas discussões em torno dos projetos turísticos prioritários;*

*b) integrar o turismo, bem como suas atividades características e relacionadas, com as demais políticas setoriais;*

*c) disseminar o turismo como atividade que contribui para o desenvolvimento socioeconômico e sociocultural, a conservação ambiental, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais;*

*d) incentivar e viabilizar investimentos e financiamentos para o setor turístico, de modo a propiciar desenvolvimento para o Distrito Federal;*

*e) fomentar a realização de estudos e pesquisas socioeconômicas que orientem o desenvolvimento do setor turístico e dos setores a ele relacionados;*

*f) apoiar e incentivar o fortalecimento das entidades sem fins lucrativos representativas do turismo no Distrito Federal;*

*II – na área estratégica de desenvolvimento de produtos e serviços:*

*a) desenvolver e ampliar a oferta turística, visando à sua identificação, estruturação e diversificação;*

*b) dinamizar a oferta turística disponibilizada pelo Poder Público e pela iniciativa privada, visando a uma maior competitividade nos mercados prioritários;*





*c) fomentar a qualificação dos equipamentos e atrativos turísticos, por meio de ações que visem à normatização do setor turístico, à certificação de produtos e serviços, à educação para o turismo e à qualificação profissional;*

*d) consolidar a imagem do destino e a diversificação dos produtos turísticos;*

*III – na área estratégica de promoção e apoio à comercialização:*

*a) promover os destinos turísticos do Distrito Federal e entorno, a partir de produtos e serviços nos mercados nacionais e internacionais, por meio de ações de divulgação e comercialização;*

*b) apoiar a comercialização de produtos e serviços em eventos de promoção e geradores de fluxo turístico;*

*c) priorizar ações voltadas preferencialmente para os segmentos-âncora de turismo de eventos e negócios, arquitetônico e cívico;*

*d) captar e apoiar a captação de eventos nacionais e internacionais, geradores de fluxo turístico para os destinos do Distrito Federal e entorno.*

*§ 2º Os segmentos complementares de turismo são trabalhados em associação com os segmentos-âncora a que se refere o § 1º, III, c.*

Bem como atende ao Decreto nº 39/2019, no Art. 38, que institui as atribuições da SETUR. Destacamos ainda que desde a sua criação, o Ministério do Turismo apoia projetos e eventos geradores de fluxos turísticos, impactando positivamente no desenvolvimento de um destino.

Esse projeto consiste em apoiar, fortalecer e contribuir para a promoção do destino Brasília por meio da qualificação profissional, assim como fortalecer o posicionamento do destino no mercado nacional e o fomento da atividade turística.



### 2.3 CONTEXTO DA REALIDADE A SER CONTEMPLADA

O mercado turístico na Capital Federal encontra-se em franco desenvolvimento e em fase de reestruturação e investimentos. A cidade oferece atualmente diferentes atrativos aos turistas que vão desde turismo esportivo, cultural (Cívico, jurídico e arquitetônico) e ecológico ao gastronômico, rural, religioso e místico. É devido a isso tudo e a importância de Brasília para a humanidade e o crescimento do turismo, que se justifica o presente projeto, que tem como base identificar as vocações profissionais - baseado na aceitação da população e percepção do trade.

**Foi confirmado por meio da pesquisa que o trade entende como umas das principais deficiências e problemas para o desenvolvimento do turismo no DF a falta de mão de obra qualificada, e nada mais pontual do que qualificar e capacitar a comunidade. Os dados secundários, que são os dados qualitativos, foram levantados por meio de pesquisas realizadas anteriormente pelo trade, como a Pesquisa do Perfil e da Satisfação do Turista de Lazer e Negócios de Brasília e a de Indicadores Econômicos para o Planejamento do Turismo no DF, ambas realizadas pelo CET, as quais identificaram que a cidade precisa urgentemente de investimento e melhorias no que tange à segurança, transporte, sinalização adequada, treinamento e capacitação da mão de obra do trade.**

Ressaltamos que o CASULO foi pensado 100% por profissionais do DF, entendemos a necessidade de oferecer ao nosso público alvo um ambiente ao mesmo tempo acolhedor e seguro, uma primeira edição que somará a potência da dinâmica presencial, de retomada.

E porque Samambaia? Samambaia tem se tornado o destino de muitas pessoas, é um dos principais distritos administrativos do DF. Localizada na 12ª Região Administrativa do Distrito Federal, a cidade nasceu em 1989 e tem esse nome devido à planta do mesmo nome, que é encontrada com frequência na região, próximo ao córrego que a corta.

Samambaia é dividida por áreas. Ela é formada pela área: Samambaia Norte; Samambaia Sul; Setor de Mansões de Samambaia. Atualmente, Samambaia conta com mais de 250 mil habitantes, sendo a maioria mulheres. A maior parte dos moradores de Samambaia estão em um casamento ou união estável, o que simboliza o quão o distrito é considerado familiar, residencial.



Com localização estratégica, Samambaia costuma receber diversos imigrantes, o que enriquece a cultura do local. É também um lugar com diversas opções na área da educação e condomínios residenciais de baixa altura, o que ameniza o clima e deixa o local com um ar mais interiorano e tranquilo, com um clima mais agradável.

Por ser uma cidade mais residencial, é possível encontrar diversas escolas e centros educacionais. Na Região Administrativa no qual fica localizada, a RA XII, são encontradas mais de 20 escolas, 9 centros de ensino fundamental e 2 centros de ensino médio. Porém, não dispõe de faculdades e centros universitários, e por consequência são raras as vagas oferecidas para capacitação em qualquer área.

E por esses motivos elegemos a Região Administrativa de Samambaia, por entendermos que nessa região a população necessita de atenção e de oportunidades, de forma que é uma ótima chance de fortalecer os diálogos com a sociedade e com os diversos setores da economia. Colaboramos com o fortalecimento do empreendedorismo e os encontros de saberes.

## 2.4 ORIGEM DO ORÇAMENTO PARA A DESPESA

Emendas Parlamentares	R\$ 550.000,00
TOTAL GERAL	R\$ 550.000,00

## 2.5 OBJETIVOS

### OBJETIVO GERAL:

Promover o desenvolvimento do turismo por meio de capacitações a população de Samambaia, a partir dos 16 anos, de forma a qualificar o mercado do Distrito Federal, com entrega de certificados aos alunos, criação de banco de talentos/reserva para divulgação por meio das redes sociais ao trade turístico e para produtores do DF do setor de eventos, por fim a criação, desenvolvimento e execução de um evento de encerramento com algumas atividades, além de atrações artísticas de Samambaia reforçando assim nosso compromisso com a região administrativa.



### **OJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realização do CASULO por meio da celebração do Termo de Fomento;
- Oferta de 6 cursos a população a partir dos 16 anos;
- Contribuir para o desenvolvimento econômico da região por meio das contratações geradas e dos serviços oferecidos;
- Oportunizar a capacitação e inserção no mercado de trabalho da população.

### **2.6 METAS**

- Realizar o CASULO;
- Promover a cidade como destino turístico, gerando emprego e renda.

#### **2.6.1 METAS QUANTITATIVAS**

- Gerar aproximadamente de 50 postos de trabalho temporários diretos;
- Capacitar até 720 pessoas (estimativa) nos 6 cursos, sendo 60 pessoas por curso;
- Realizar 1 ação de encerramento;
- Realizar 1 pesquisa de satisfação do público alvo.

#### **2.6.2 METAS QUALITATIVAS**

- Movimentar a cadeia da economia local com a valorização do protagonismo local, inclusão social e fortalecimento da cidadania;
- Incentivar a valorização de recursos humanos e de infraestrutura local;
- Estimular a produção de projetos comprometidos com a identidade da cidade.

#### **META 01 + 02 + 03**

Disponibilidade dos Serviços de Coordenação Geral, Elaboração de Conteúdos, Coordenação de Produção e Coordenação Administrativa e Financeira. Desenvolver atividades de gestão do projeto em consonância com o desenvolvimento do projeto, executando o planejamento, implementação e o monitoramento da(s) meta(s) e respectiva(s) etapa(s) a ser(em) cumprida(s); acompanhar as atividades desenvolvidas pelos prestadores de serviços; elaborar relatório final de atividades além de prestar informações e/ou esclarecimentos a respeito do andamento dos trabalhos até sua conclusão, desenvolvendo ainda as demais atividades inerentes a boa e regular execução do projeto



Criação da identidade visual do projeto, divulgação e promoção do evento. Tratam -se de serviços elaboração e confecção de peças gráficas e divulgação em mídias sociais.

Contratação de empresa especializada para o fornecimento de materiais para todos os serviços/equipamentos e materiais necessários para execução do projeto, tais como serviço de sonorização e iluminação, locação de espaços, geradores, de banheiros químicos, de tablado, de tendas, fechamentos, alambrados, conforme descrição na planilha financeira.

#### MEIOS DE VERIFICAÇÃO

- Registros fotográficos do evento;
- Filmagem;
- Matérias jornalísticas e/ou impressos;
- Relatórios fotográfico;
- Relatório Final.

#### 2.7 INDICADORES DE MONITORAMENTO

Metas	Indicadores de Monitoramento	Parâmetro(s) para aferição de cumprimento
<b>METAS GERAIS</b>		
Gerar até 50 postos de trabalho temporários, através dos contratos de serviços necessários para a montagem, estrutura e logística do projeto	Documentação de contratação	Registro fotográfico; Lista de Presença (alguns serviços).
Capacitar até 720 pessoas (estimativa) nos 6 cursos, sendo 60 pessoas por curso	Relatório Geral com os dados	Registros fotográficos
Realizar 1 ação de encerramento	Alunos matriculados e concluídos.	Relatório com lista de presença; Registros fotográficos
•		•
<b>METAS DE EXECUÇÃO DO PROJETO</b>		
Meta 01 – Contratação de serviços necessários para a divulgação e comunicação antes e durante o projeto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgação das atividades;</li> <li>• Aplicação da arte no material (site, mídias sociais);</li> <li>• Monitoramento das atividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprovação das Mídias</li> <li>• Registros fotográficos</li> </ul>
Meta 02 – Contratação de serviços necessários para a	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboração e Montagem da estrutura dos espaços;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro fotográfico das ações da programação;</li> </ul>



montagem, estrutura e logística do projeto.	• Realização das atividades da programação.	• Aplicação de Pesquisa de Satisfação do Público.
Meta 03: Pós-produção	• Prestação de contas;	• Confeção de relatórios gerais; • Prestação de contas final.

## 2.8 FORMA DE EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES OU PROJETOS E DE CUMPRIMENTO DAS METAS A ELES ATRELADAS

As atividades que envolvem a realização do projeto são:

Contratação de Serviços de Organização e Conteúdo;

Contratação de Serviços de Comunicação;

Contratação de Serviços Operacionais.

Cronograma de Execução do Projeto:

Pré-Produção

Composição da equipe RH para Produção do Projeto; Definição de Cronograma de Produção, Detalhamento Técnico; Elaboração dos Espaços; Elaboração do Plano de Divulgação; Início da divulgação das atividades; Início das Inscrições; Contratação de serviços; Contratação de empresas especializadas para o fornecimento de Infraestrutura e serviços operacionais para o projeto.

Produção

Realização do evento; Montagem da estrutura nos locais do projeto; Realização da Programação; Realização/acompanhamento do projeto, com toda equipe envolvida; Registro Fotográfico das etapas/fases/metast do projeto; Desenvolvimento do produto a ser entregue; Encerramento.

Pós-Produção

Confeção do relatório de execução, Conteúdo para as redes sociais, Valoração das ações de assessoria de imprensa – mídia espontânea; Encerramento de contrato com fornecedores, Elaboração de Relatório Final de Prestação de Contas.

Inscrições: O evento terá acesso gratuito e democrático, garantindo a participação de toda a população.

## 2.9 RESULTADOS ESPERADOS

- Promover o Destino Brasília;
- Movimentar a economia local com a valorização do protagonismo local, inclusão social e fortalecimento da cidadania.



- Capacitar até 720 inscritos (as) (estimativa) para os 6 cursos, sendo 60 alunos em cada turma;
- Fortalecer a imagem do turismo no Distrito Federal, enquanto polo de diversidade e atratividade para o turismo de negócios e de lazer;
- Desenvolver à capacitação de profissionais nas áreas de eventos, turismo e empreendedorismo e por meio de cursos;
- Despertar novos profissionais, no segmento Turístico.

## 2.10 PROGRAMAÇÃO DETALHADA (preliminar)

Período de Execução: 2 meses	Início: 14/09/2023	Término: 14/11/2023
------------------------------	--------------------	---------------------

Celebração do Termo de Fomento: 14 de setembro de 2023:

14 de setembro de 2023

Contratação de Serviços de Recursos Humanos;

Contratação de Ajustes nos Planos Pedagógicos;

Contratação de Serviços de Organização;

Contratação de Serviços de Comunicação;

Contratação de Serviços Operacionais.

Execução: 16 a 27 de outubro de 2023

(2 semanas corridas – com ações nos dias de semana – sendo final de semana para montagem – manutenção e desmontagem). Período de execução que engloba pré produção, evento, pós produção.

## **CAPACITAÇÃO (PRELIMINAR)**

### **1) Marketing Digital – Sala 1**

Carga horária de 16 (dezesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

<b>Semana 1</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 2</b>
<b>Segunda-feira</b>	<b>Quarta-feira</b>	<b>Segunda-feira</b>	<b>Quarta-feira</b>
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas



14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**

**1- Planejamento**

Definição de metas

Técnica SMART

Estratégia de Lotes

**2- Público-alvo**

Definição do público-alvo: demografia, personalidade, gostos, preferências e interesses.

Qual a melhor forma de impactar essas pessoas?

Pesquisas, um ótimo aliado para conhecer seu público

**3- Concorrentes**

Pesquisa de concorrentes

Biblioteca de anúncios

**4- Gatilhos Mentais**

O que são gatilhos mentais?

Para que servem os gatilhos mentais?

Principais tipos de gatilhos mentais

Indicação de utilização no pré-vento, durante o evento e após o evento

**5- Metodologia AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Ação)**

O que é AIDA?

As etapas do método

Como aplicar a metodologia

**6- Tipos de Conteúdos**

Conteúdos Pré-Evento

Conteúdos Durante o Evento

Conteúdos Pós Evento

**7- Canais de Divulgação**

Canais orgânicos

Canais patrocinados

Email marketing





## 8- Plataforma de Vendas

Benefícios de ter um site

Explorando as principais funcionalidades do Sympla

## 9- Avaliação Pós-Evento

Introdução ao NPS

4 pontos que devem estar

Modelo de enquete

## 2) Técnico de Áudio – Sala 2

Carga horária de 16 (dezesesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 2
Segunda-feira	Quarta-feira	Segunda-feira	Quarta-feira
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas
14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**

### 1 - PRODUÇÃO SONORA (2 horas)

Sinal de Áudio, fase, adição e cancelamento

Amplitude, Frequência.

Fios e conectores, conexões.

### 2 - CAPTAÇÃO DE SOM (2 horas)

Microfones, Captadores, Direct Box

Tratamento do Sinal, Equipamentos

### 3 - REPRODUÇÃO DE ÁUDIO (2 horas)

Estrutura de Ganho, Amplificador,

PA, Monitoração no Palco e Fones.

### 4 - MONTAGEM E LAYOUT DE PALCO (2 horas)

Rider Técnico, Input List,

Posicionamento de Caixa,



Sistema de Som.

5 - MIXAGEM (2 horas)

Mix Técnica e Artística de PA e Monitor.

Mesa de Som analógica e digital

Percepção Musical.

6 - PRÁTICAS PROFISSIONAIS (6 horas)

Ética Profissional, Comportamentos e

Situações de Risco, ação e reação

Bom censo, Prática operacional.

### 3) Gestão A&B – Sala 3

Carga horária de 16 (dezesesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 2
Segunda-feira	Quarta-feira	Segunda-feira	Quarta-feira
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas
14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**

Os benefícios do serviço de A&B são inúmeros. Primeiramente, ele permite que você se destaque da concorrência, criando uma imagem positiva para o seu projeto ou a sua empresa. Além disso, oferecer um atendimento personalizado aumenta a satisfação dos clientes e a fidelização. Por fim, ele também é uma excelente ferramenta para gerar novos negócios e construir relacionamentos duradouros.

Principais tópicos que abrangidos nesse curso:

- ◆ Principais serviços de A&B;
- ◆ Escolher o melhor serviço de A&B;
- ◆ Quais são os benefícios de contratar um serviço de A&B?
- ◆ Conhecer o perfil do profissional, atribuições, responsabilidades;
- ◆ Organização e plano de trabalho;



- ◇ Orçamentação, planilhamento, o pré e o pós evento;
- ◇ Conhecendo o conceito de bar e seus derivados, procedimento e serviços;
- ◇ Importância da equipe bem direcionada;

#### 4) Atendimento – Sala 1

Carga horária de 16 (dezesesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 2
<b>Terça-feira</b>	<b>Quinta-feira</b>	<b>Terça-feira</b>	<b>Quinta-feira</b>
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas
14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**

Aula 1 - Introdução ao Atendimento na Área de Eventos e Entretenimento (4 horas)

Apresentação dos conceitos de atendimento e serviço ao cliente aplicados em eventos e entretenimento;

Identificação das principais necessidades e expectativas dos clientes na área;

Apresentação de técnicas de comunicação efetiva, como tom de voz, linguagem não verbal e escuta ativa;

Abordagem da importância do trabalho em equipe e da gestão de conflitos no atendimento em eventos e entretenimento;

Exemplos práticos de casos de sucesso e insucesso em atendimento na área.

Aula 2 - Planejamento e Organização do Atendimento em Eventos (4 horas)

Planejamento prévio do atendimento: identificação de clientes, preparação dos materiais de apoio, definição de papéis;

Organização do espaço de atendimento: distribuição das atividades de cada membro da equipe, definição do fluxo de atendimento e das filas;

Preparação dos membros da equipe de atendimento: treinamento, capacitação e incentivos;

O uso de tecnologias no atendimento: do check-in eletrônico aos chatbots;

Estudos de casos e exemplos para aprimorar o planejamento e organização do atendimento em eventos.



### Aula 3 - Técnicas de Atendimento a Segmentos Específicos (4 horas)

Técnicas de atendimento aos diferentes segmentos de clientes: crianças, idosos, portadores de deficiência, grávidas e VIPs, incluindo o uso da linguagem apropriada e oferta de serviços adicionais;  
Atendimento em eventos de diversos portes e tipos: shows, feiras, esportes, casamentos e socialização;  
O uso de feedbacks dos clientes como ferramenta de melhoria contínua do atendimento;  
Conhecimento sobre as práticas e leis relacionadas ao atendimento ao cliente na área de eventos e entretenimento.

### Aula 4 - Boas Práticas e Excelência no Atendimento na Área de Eventos e Entretenimento (4 horas)

Práticas essenciais para a excelência no atendimento: cortesia, empatia, resolução de problemas, agilidade e simplicidade;  
A importância do atendimento personalizado e do relacionamento com o cliente;  
Monitoramento de resultados e indicadores de qualidade do atendimento;  
Casos de boa prática de sucesso em eventos e entretenimento;  
Plano de ação individual dos participantes para aplicação dos conhecimentos aprendidos.

## 5) Produção Geral – Sala 2

Carga horária de 16 (dezesesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

Semana 1	Semana 1	Semana 2	Semana 2
Terça-feira	Quinta-feira	Terça-feira	Quinta-feira
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas
14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**

Objetivo

O curso de Produção de Eventos abarcará assuntos gerais para possibilitar a compreensão da estrutura e planejamento que permeiam o trabalho do produtor. Visa capacitar os jovens a trabalhar na produção de eventos de teatro, música e shows em geral.

Conteúdo Programático



#### Pré-evento:

- Definição e classificação de eventos;
- Local;
- Público (quantidade e classificação);
- Custo (estruturas, pessoal, cachês e autorizações);
- Contratação de mão-de-obra e de fornecedores;
- Divulgação;
- Vendas (cotas de patrocínio e bilheteria – plataforma de vendas).

#### Execução:

- A importância do check-list;
- Equipes de staff;
- Equipes de recepção e bilheteria (sistemas, comunicação e treinamento);
- Equipes de segurança e pronto-atendimento médico;

#### Pós-evento:

- Publicidade e Portfólio;
- Fechamento de faturamento e apuração de receita;
- Levantamento de acertos e oportunidades de melhoria.

### 6) Sustentabilidade e Legados Sociais – Sala 3

Carga horária de 16 (dezesesseis) horas aulas

Coffee Break – kit lanche

<b>Semana 1</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 2</b>
<b>Terça-feira</b>	<b>Quinta-feira</b>	<b>Terça-feira</b>	<b>Quinta-feira</b>
09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas	09h às 13h 4 horas
14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas	14h às 18h 4 horas

**Cada turma com capacidade para 60 alunos, sendo 2 turmas = 120 alunos**



1. Nivelamento conceitual sobre sustentabilidade e legados, pautado na Agenda 2030 dos 17 ODS da ONU.
2. Princípios e diretrizes essenciais
3. Certificações afins
4. Transversalidade em todas as áreas de produção de um evento – a partir de exemplos já aplicados no mercado.
5. Marketing de propósito.
6. O que falam as leis de incentivo.
7. Plano de Sustentabilidade e Legados - da elaboração à implementação.
8. Relatório de Sustentabilidade e Legados
9. Oportunidades de negócios ligados à temática.

**Total de 720 alunos (estimativa) nos 6 cursos, sendo 2 semanas de cursos.**

#### Estrutura

3 salas: 6 cursos

1 sala de professores

1 sala de produção

1 recepção / acolhimento

Inscrição pelo Sympla de todos os cursos em página a ser criada, até as vagas serem esgotadas.

#### Primeira Sexta-feira do curso – Encerramento

São palestrantes para o dia do encerramento, ou seja, 4 para 1 dia e que cada um fará duas palestras.

Palestra Motivacional e de Negócios com palestrantes em fase de negociação que são:

1. Caetana Franarin: Coordenadora das Câmaras Setoriais da Fecomércio-DF
2. Pedro Affonso: Sócio do Capital Moto Week
3. Jaqueline Silva: Sócia do Latinidades
4. Gustavo Sá: Sócio do Porão do Rock

Duas palestras no encerramento:

Às 10h para as turmas da manhã – durante 2 horas

Às 15h para as turmas da tarde – durante 2 horas

Encerramento



Todos os alunos serão convidados a participar da elaboração/ criação do evento final na última sexta-feira

- Montagem dois dias antes para alguns itens, quanto as capacitações, e um dia antes para alguns itens quanto ao evento de encerramento.

Início às 19h da ação

- Entrega de certificação

- Roda de Conversa com Mediador, por 2 horas com atores do trade turístico de relevância do DF, assim como dos grandes festivais de música, entre e 5 e 6 players;

- Apresentação dos artistas – são previstas 5 apresentações no dia do encerramento.

Não iniciamos os contatos com os artistas de Samambaia, pois estamos no aguardo da celebração do fomento para podermos iniciar as tratativas, tanto de formato de apresentação, quanto ao valor de cachê que é referente ao praticado no mercado do DF, podendo ser necessário ajustar para menor o valor unitário, garantimos que não será a maior, são previstas 5 apresentações no dia do encerramento de no mínimo 40 minutos cada.

São atrações artísticas para o dia do encerramento, ou seja, 5 para 1 dia.

**Informamos que após a celebração do termo de fomento encaminharemos os nomes das atrações artísticas e valores devidamente negociados como informações complementares.**

- Encerramento

- Desmontagem dois dias depois para alguns itens.

Todos os alunos serão convidados a participar de todas as etapas do encerramento.

## **2.11 LOCAL DO EVENTO**

Na Região Administrativa de Samambaia, em local a definir.

## **2.12 PLANO DE COMUNICAÇÃO**

De acordo com o DECRETO Nº 37.843, DE 13 DE DEZEMBRO DE 2016, que regulamenta a aplicação da Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014, e dispõe sobre o regime jurídico das parcerias celebradas entre a administração pública distrital e as organizações da sociedade civil no âmbito do Distrito Federal, destacamos:

*Art. 42. Não poderão ser pagas com recursos da parceria as seguintes despesas:*



- I - despesas com finalidade alheia ao objeto da parceria;*
  - II - despesas com taxa de administração, de gerenciamento ou outra similar;*
  - III - pagamento, a qualquer título, de servidor ou empregado público, salvo nas hipóteses previstas em lei específica ou na lei de diretrizes orçamentárias;*
  - IV - pagamento de juros, multas e correção monetária, inclusive referentes a pagamentos ou recolhimentos fora do prazo;*
  - V - despesas com publicidade, salvo quando previstas no plano de trabalho como divulgação ou campanha de caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal;***
  - VI - pagamento de despesa cujo fato gerador tiver ocorrido em data anterior ao início da vigência da parceria; ou*
  - VII - pagamento de despesa em data posterior ao término da parceria, salvo quando o fato gerador da despesa tiver ocorrido durante a vigência do instrumento.*
- Parágrafo único. As despesas de que trata o inciso IV do caput poderão ser custeadas com recursos da parceria quando tiverem sido causadas por atraso da administração pública na liberação de recursos.*

Destacamos que em nosso evento proposto, toda comunicação do projeto tem caráter informativo, promocional e social voltado exclusivamente para a execução do projeto bem como promoção do destino Brasília.

## **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

A partir das estratégias traçadas para a comunicação, será desenvolvida a Identidade visual do projeto. A comunicação do projeto com o seu público se dará majoritariamente através de ações online através de uma comunicação específica para as redes sociais. Além disto a Assessoria de Imprensa irá disparar releases e efetuar contatos com a imprensa para a geração de conteúdo de forma orgânica junto a mídia espontânea como Jornal Impresso, Jornal Virtual, TVs, Rádios, Blogs e outros meios de Comunicação





durante o período de execução do evento. O plano de comunicação é a arte e ciência de alcançar um público-alvo usando canais de comunicação de marketing como publicidade, relações públicas, experiências. Este nada mais é que um roteiro que permite que determinada mensagem seja entregue ao público-alvo, da maneira que desejamos.

### 3. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Período de Execução: 2 meses	Início: 14/09/2023	Término: 14/11/2023	
DESCRIÇÃO	VALOR	DURAÇÃO INÍCIO	DURAÇÃO TÉRMINO
Meta 1 - Recursos humanos essenciais	R\$ 50.000,00	14/09/2023	14/11/2023
Meta 2 - Contratação Capacitadores e Artístico	R\$ 109.400,00	14/09/2023	27/10/2023
Meta 3 - Locação e Contratação de Serviços	R\$ 273.776,00	14/09/2023	27/10/2023
Meta 4 - Comunicação e Divulgação	R\$ 68.396,20	14/09/2023	14/11/2023
Meta 5 - Serviços Gerais	R\$ 48.427,80	14/09/2023	14/11/2023

### 4. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

META / DESCRIÇÃO	VALOR	DESEMBOLSO PARCELA ÚNICA
<b>Meta 1 - Recursos humanos essenciais</b>		
Subtotal	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
<b>Meta 2 - Contratação Capacitadores e Artístico</b>		
Subtotal	R\$ 109.400,00	R\$ 109.400,00
<b>Meta 3 - Locação e Contratação de Serviços</b>		
Subtotal	R\$ 273.776,00	R\$ 273.776,00
<b>Meta 4 - Comunicação e Divulgação</b>		
Subtotal	R\$ 68.396,20	R\$ 68.396,20
<b>Meta 5 - Serviços Gerais</b>		
Subtotal	R\$ 48.427,80	R\$ 48.427,80
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 550.000,00</b>	<b>R\$ 550.000,00</b>

\* Será pago R\$ 550.000,00, em 14/09/2023. A ação inicia em setembro, de forma que o desembolso deverá ser em parcela única em setembro/2023, por tratarmos de itens inerentes a realização direta do projeto e em função do prazo de execução do mesmo. Conforme Decreto 37.843, de 13/11/2026, que



regulamenta a aplicação da Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014, em seu Artigo 33, que diz que a liberação dos recursos deverá ser anterior à data prevista para a realização da despesa.

## 5. PREVISÃO DE RECEITAS E DESPESAS (Plano de Aplicação)

### 5.1 Planilha Global e de Fomento

#### ANEXO II

- O projeto não dispõe de outras fontes de receita

### 5.2 Previsão de Receitas

Emendas Parlamentares	R\$ 550.000,00
TOTAL GERAL	R\$ 550.000,00

### 5.3 CONTRAPARTIDA

#### 1. Cota Social de doação de brinquedos para o Dia das Crianças

Valor estimado R\$ 5.000,00

### 5.5 OBRIGAÇÕES da ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO FUTURO

1. Inclusão ao FOMENTO da Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal nas peças de comunicação com a devida aprovação da Subsecretaria de Promoção e Marketing da SETUR/DF;

2. Inserção da @seturdf em peças de comunicação nas redes sociais;

3. Agir de acordo com DECRETO Nº 37.843, DE 13 DE DEZEMBRO DE 2016, que regulamenta a aplicação da Lei Nacional nº 13.019, de 31 de julho de 2014, para dispor sobre o regime jurídico das parcerias celebradas entre a administração pública distrital e as organizações da sociedade civil no âmbito do Distrito Federal.

*Art. 79. A organização da sociedade civil deverá divulgar na internet, em locais visíveis de suas sedes sociais e nos estabelecimentos em que exerça suas ações, a relação das parcerias celebradas.*

*Art. 80. A divulgação da relação de parcerias deverá ser mantida pela administração pública e pela organização da sociedade civil até cento e oitenta dias após o término de vigência dos instrumentos, incluídas, no mínimo, as seguintes informações:*



*I - data de assinatura, identificação do instrumento e do órgão da administração pública responsável;*

*II - nome da organização da sociedade civil e seu número de inscrição no CNPJ;*

*III - descrição do objeto da parceria;*

*IV - valor total da parceria e valores liberados, quando for o caso;*

*V - situação da prestação de contas da parceria, que deverá informar a data prevista para a sua apresentação, a data em que foi apresentada, o prazo para a sua análise e o resultado conclusivo; e*

*VI - valor da remuneração da equipe de trabalho vinculada à execução do objeto e paga com recursos da parceria, com indicação das funções que seus integrantes desempenham e do valor previsto para o respectivo exercício.*

*Art. 81. A divulgação de campanhas publicitárias e de programações desenvolvidas por organizações da sociedade civil no âmbito da parceria observará as diretrizes e orientações constantes de documentos oficiais elaborados pelo Sistema de Comunicação de Governo do Distrito Federal.*

*Parágrafo único. Os recursos tecnológicos utilizados e a linguagem deverão garantir acessibilidade às pessoas com deficiência.*

*Art. 82. A Administração Pública do Distrito Federal fornecerá informações para o Mapa das Organizações da Sociedade Civil, que visa consolidar e divulgar informações sobre as organizações da sociedade civil e as parcerias.*

## **5.4 COMPROMETIMENTO ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO FUTURO**

Tratamos dos mais diversos temas e interesses, com variadas formas de atuação, financiamento e mobilização. Em resumo, somos instituição que desenvolve projetos com finalidade pública e social.



O papel da sociedade civil, hoje e sempre, deve ser a articulação, a intervenção e fiscalização. Reivindicar diretrizes e participar ativamente das decisões do poder público. É através da cidadania que buscaremos o desenvolvimento regional e um ambiente propício ao investimento.

A Associação Amigos do Futuro é uma Organização da Social Civil – OSC, sem fins lucrativos, fundada em 31 de janeiro de 2000, com área de atuação no Distrito Federal, podendo, entretanto, realizar seus trabalhos em outros estados da Federação e tem por finalidade apoiar, criar, desenvolver, e promover programas e ações para a defesa de bens e direitos sociais, coletivos e difusos relativos ao esporte, educação, cultura e ao desenvolvimento social, bem como, aos direitos humanos e dos povos, com recursos próprios ou advindos de convênios e outras formas legalmente admitidas pelo ordenamento jurídico vigente. A associação tem ampla experiência e participação em projetos este segmento junto ao Governo Federal e ao GDF com as Secretarias de Turismo, Esporte, Desenvolvimento Econômico e Cultura e Economia Criativa do DF, de forma que ressalta que atesta e se compromete com todas as entregas a serem celebradas em Termo de Fomento com a Secretaria de Estado de Turismo de Distrito Federal, por meio deste Plano de Trabalho, assim como com toda a execução de pré produção, produção e pós produção do **CASULO** e seus devidos desdobramentos.

Destacamos em nosso Estatuto Social, Artigo<sup>3º</sup>, Parágrafo 26 e 28:

***Planejar e/ou executar eventos de capacitação profissional no âmbito do esporte, meio ambiente e turismo, como workshops, cursos, congressos entre outros.***

## 5.5 MÍDIAS E ENDEREÇOS

Mídias e endereços eletrônicos consultados: - Pesquisa Perfil do Turista de Brasília disponível em:

<https://portal.al.go.leg.br/noticias/120038/comunidade-kalunga-com-suas-tradicoes-e-cultura-e-mostrada-na-serie-nossa-historia-das-redes-sociais-da-alego><https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/carreira/capacitacao-profissional-o-que-e-importancia-e-principais-desafios> - Acesso em 20/01/2023 - <https://dcmmais.com.br/brasil/turismo-move-52-setores-da-economia-diz-fundador-da-cvc/> - acesso em 04/12/2022 - <https://correiopaulista.com/a-importancia-da-qualificacao-profissional-para-os-jovens/> - Acesso em 20/11/2022 - [http://www.cet.unb.br/index.php?option=com\\_content&task=blogcategory&id=16&Itemid=37](http://www.cet.unb.br/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=16&Itemid=37) - Acesso em 10/05/2009 - Informações sobre a cidade de Brasília <http://www.gdf.df.gov.br/045/04501018.asp> Acesso em 10/04/2009 - História da origem dos eventos disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_de\\_eventos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_eventos) <http://www.desvendar.com/especiais/historiadoturismo/introducao.asp> Acesso em 15/12/2008 - Entrevista Presidente da BrasíliaTUR César Gonçalves disponível em: [http://cetunb.tempsite.ws/index.php?option=com\\_content&task=view&id=502](http://cetunb.tempsite.ws/index.php?option=com_content&task=view&id=502) Acesso em 15/12/2008 - Informações sobre turismo de eventos e negócios disponível em: [http://www.pr.gov.br/turismo/turismo\\_tipo\\_eventos.shtml?turistas](http://www.pr.gov.br/turismo/turismo_tipo_eventos.shtml?turistas) <http://www.fbcevb.com.br> <http://www.iccaworld.com> <http://www.fbcevb.com.br/eventos.asp> 90 <http://www.braztoa.com.br> Acesso em 15/04/09 <http://www.abeoc.org.br/200801221736.php> acesso em 28 de junho de 2009 MINISTERIO DO TURISMO, Segmentação do turismo disponível em: <http://www.mda.gov.br/saf/arquivos/0708519758.pdf> acesso em 09/04/09 - Informações sobre a infraestrutura de Brasília disponível em: <http://www.setur.df.gov.br/> <http://www.brasiliaconvention.com.br/> <http://www.elitearte.com.br/> <http://www.jornaldeturismo.com.br/noticias/df/24727-brasiliatur.html> Acesso em 15/04/09 [http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/gente/brasiliatur-tem-novo-presidente-e-novos-diretores\\_47641.html](http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/gente/brasiliatur-tem-novo-presidente-e-novos-diretores_47641.html) <http://www.hoteliernews.com.br/HotelierNews/Hn.site.4/NoticiasConteudo.aspx?Noticia=44165&Midia=1> Acesso 30 de maio de 2009 <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=511341> acesso em 06 de junho de 2009 <http://www.metro.df.gov.br/> acesso em 06 de



junho de 2009 [http://www.infraero.gov.br/aero\\_prev\\_home.php?ai=60](http://www.infraero.gov.br/aero_prev_home.php?ai=60) <http://www.hotelinsite.com.br/cidades/brasil.html>  
[http://www.revistafator.com.br/ver\\_noticia.php?not=23643](http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=23643) Acesso em 08 de junho de 2009 Fotos e informações sobre os novos projetos de Brasília disponível em: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=698940> Acesso em 7 de maio de 2009 91 Pesquisa Indicadores Econômicos para o planejamento do turismo no Distrito Federal disponível em: [www.cet.unb.br](http://www.cet.unb.br) acesso em 05 de maio de 2009 Pesquisa do Perfil e da Satisfação do Turista de Lazer e de Negócios em Brasília disponível em: [www.cet.unb.br](http://www.cet.unb.br) acesso em 05 de maio de 2009

## 5.6 CONTRATUALIZAÇÃO COM O PODER PÚBLICO – Lei 13.019/2014

A Lei 13.019/2014 conhecida como Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil, estabelece um novo regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações por meio de novos instrumentos jurídicos: tendo o termo de fomento, no caso de parcerias com recursos financeiros.

As parcerias entre o Estado e as Organizações da Sociedade Civil qualificam as políticas públicas, aproximando-as das pessoas e das realidades locais e possibilitando a solução de problemas sociais específicos de forma criativa e inovadora.

Com a nova lei, as OSCs podem ampliar suas capacidades de atuação e incorporar muitas de suas pautas à agenda pública. Além disso, as parcerias com o poder público estão agora amparadas em regras claras e válidas em todo o país, com foco no controle de resultados das parcerias.

O Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil tem abrangência nacional. Isso quer dizer que as mesmas regras serão válidas para as parcerias celebradas entre as OSCs e a administração pública federal, estadual, distrital e municipal. A lei vale para as parcerias com OSCs feitas pelo governo federal, estados, municípios e Distrito Federal. Qualquer organização da sociedade civil sem fins lucrativos, independente de possuir qualificação ou titulação poderá celebrar Termos de Fomento, Termos de Colaboração ou Acordos de Cooperação com a administração pública. Lei 13.019/2014: Arts. 1º e 2º (inciso I).

O Termo de Fomento apoia e reconhece iniciativas das próprias organizações, buscando atrair para as políticas públicas tecnologias sociais inovadoras, fomentar projetos e eventos nas mais diversas áreas e ampliar o alcance das ações desenvolvidas por parte das organizações.

O Termo de Fomento e o Termo de Colaboração são os instrumentos jurídicos para a celebração de parcerias com as organizações da sociedade civil, em substituição aos convênios. Quando a parceria não envolver transferência de recursos financeiros será firmado o Acordo de Cooperação. Os novos termos substituem os convênios, que passam a ser utilizados apenas para a relação entre entes federados. Também é importante lembrar que não se aplicará a Lei 8.666/93 as relações de parceria com as OSCs. Lei 13.019/2014: Arts. 2º (incisos VII, VIII e VIII-A), 16, 17, 84 e 84-A

Os novos princípios e as diretrizes expressas na Lei 13.019/2014 valorizam as OSCs e a participação social e, ao mesmo tempo, fortalecem o Estado e a gestão pública democrática, consolidando novos parâmetros de validade dos atos administrativos decorrentes - Lei 13.019/2014: Arts. 5º e 6º.

A lei reconhece a forma de atuação em rede como legítima e importante. A organização responsável pelo projeto e a que assina a parceria é chamada de celebrante. As outras organizações da rede são chamadas de executantes. Lei 13.019/2014: Art. 35-A.



## 6. DECLARAÇÕES

O projeto proposto para sua execução e garantia de sucesso como atividade econômica, depende de um planejamento realizado de forma integrada e participativa e que ofereça os meios adequados para sua implementação e administração. Nas diferentes regiões do Brasil, a implementação dos planos é concretizada por meio de projetos específicos, que tanto poderão ter como finalidade a consolidação de produtos turísticos, como poderão atender a necessidades de infraestrutura turística ou de apoio à atividade, dentre outras possibilidades. Somente a partir da implementação de projetos e eventos será possível desenvolver o turismo de forma planejada, integrada, coordenada e participativa, respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional.

Desse modo, a identificação das demandas, das vocações e das potencialidades regionais/locais traz para o debate as diferentes visões do tipo de desenvolvimento regional que se pretende fomentar, assim como as necessidades específicas, próprias de cada um dos grupos envolvidos, as expectativas para o futuro e as experiências já comprovadas em relação ao desenvolvimento do turismo sustentável.

### 6.1 Declaração Unificada

Eu, FERNANDO PEREIRA BORGES DE ANDRADE, inscrita no RG sob o nº 1.894.433 SSP/DF e CPF nº 926.593.301-15, na qualidade de Presidente da Associação Amigos do Futuro, CNPJ: 03.632.819/0001-60, declaro, para os devidos fins e sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

1. ( x ) A referida entidade e seus dirigentes não incorrem em qualquer das vedações previstas no artigo 39 da Lei nº 13.019/2014, ou no artigo 8º do decreto 32.751 de 4 de fevereiro de 2011;
2. ( x ) A referida entidade, até a presente data, não possui ações judiciais em trâmite ou transitada em julgado, para a habilitação do presente processo de Termo de Fomento, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores;
3. ( x ) A referida entidade atende as exigências constantes na Lei de Diretrizes Orçamentárias do Distrito Federal, uma vez que arrecada todos os impostos a que se refere o artigo 155 da Constituição Federal, bem como não está inadimplente com a União, inclusive no que tange às contribuições dos empregados para a Seguridade Social, contribuições para o PIS/PASEP, contribuições para o FGTS, e com relação a recursos anteriormente recebidos da Administração Pública por meio de convênios, acordos, ajustes, subvenções sociais, contribuições, auxílios e similares;
4. ( x ) A referida entidade não realiza pagamento, a qualquer título, de servidor ou empregado público integrante do quadro de pessoal da Administração Direta ou Indireta do Distrito Federal, da União, dos Estados e dos Municípios, por serviço de consultoria ou assistência técnica, atendendo rigorosamente o disposto no art. 8º, II da Instrução Normativa nº 1/2005;
5. ( x ) A referida entidade não celebrou convênios anteriores com o Governo Federal referentes ao projeto;





6. (x) A referida entidade não remunera nenhum servidor ou empregado público ativo, inativo e pensionista (incluindo cargos comissionados, funções de confiança e cargos públicos) independentemente de estarem gozando de férias ou não;
7. (x) A referida entidade não se encontra em mora nem em débito junto a qualquer órgão ou entidade da Administração Pública do Distrito Federal, conforme inciso VIII do art. 2º da Instrução Normativa nº 1/2005;
8. (x) A referida entidade atende rigorosamente às determinações previstas no inciso XXVIII, do art. 7º da Constituição Federal;
9. (X) A referida entidade atende rigorosamente à proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, conforme previsão do art. 27, inciso V, da Lei nº 8.666/93.
10. (x) A referida entidade não possui parentes servidores públicos vinculados à Secretaria do Esporte, Turismo e Lazer do Distrito Federal, sejam eles cônjuges, companheiro, parentes em linha reta, colateral ou por afinidade até o 2º grau;
11. ( x ) A referida entidade e os seus dirigentes estão cientes da **Lei Federal nº 6.496/1977**, que institui a “**Anotação de Responsabilidade Técnica - ART**”; da **Resolução do CONFEA nº 1.025, de 30 de outubro de 2009**, que dispõe sobre a Anotação de Responsabilidade Técnica e o Acervo Técnico Profissional fixando os procedimentos necessários ao registro, baixa, cancelamento e anulação da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART, ao registro do atestado emitido por pessoa física e jurídica contratante e à emissão da Certidão de Acervo Técnico – CAT; e da **Lei Distrital nº 5.281/2013**, que dispõe sobre o licenciamento para a realização de eventos. Diante disto, DECLARO que, atenderemos as legislações vigentes e observaremos às disposições do Código de Edificações do Distrito Federal.

Brasília, 18 de maio de 2023.

**FERNANDO PEREIRA BORGES DE ANDRADE**

**6.2 Declaração de Encargos Trabalhistas - inciso V e VI Art. 28º Decreto nº 37.843/2016 (em caso de não haver encargos trabalhistas).**

**DECLARAÇÃO DE ENCARGOS TRABALHISTAS**



Declaramos que o presente Plano de Trabalho apresentado pela entidade não consta a rubrica de encargos recolhidos, pois os mesmos são de competência das empresas contratadas e detentoras da execução do projeto em análise.

Na fase de prestação de contas as notas fiscais serão encaminhadas de acordo com o Decreto 37.843 de 13 de dezembro de 2016. Em hipótese alguma haverá pagamento via RPA, esta sim haveria previsão de recolhimento de encargo.

De acordo com o Art. 28. do Decreto 37.843 13 de dezembro de 2016, no que se refere aos itens V e VI, esclarecemos:

V - Informamos que toda a mão de obra contratada será via prestação de serviços, através de contrato temporário e emissão de nota fiscal, não havendo nenhuma responsabilidade sobre os valores de tributos e encargos cobrados para a empresa contratante. Por não existir contratação via CLT e RPA não temos previsão de encargos e tributos sociais e trabalhistas.

VI – Conforme citado acima, por se tratar de contratações via pessoa jurídica não há nenhum tipo de valor rescisório e trabalhista a ser pago no final do projeto.

Atenciosamente,

Brasília, 18 de maio de 2023.

**FERNANDO PEREIRA BORGES DE ANDRADE**





### 6.3. DECLARAÇÃO

Na qualidade de Presidente da OSC, declaramos, para fins de provação junto à Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal, para os efeitos e sob as penas da Lei, que inexistem qualquer débito em mora ou situação de inadimplência com o Tesouro do Distrito Federal ou qualquer órgão ou entidade da administração pública do Distrito Federal, que impeça a transferência de recursos oriundos de dotações consignadas nos orçamentos do Distrito Federal, na forma deste Plano de Trabalho.

Nestes Termos,  
Pede Deferimento.

Brasília, 18 de maio de 2023.

**FERNANDO PEREIRA BORGES DE ANDRADE**

### 7. APROVAÇÃO DO SUBSECRETÁRIO / SECRETÁRIO EXECUTIVO

**Aprovo o presente Plano de Trabalho**

Brasília-DF, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2023

ASSINATURA