

ANEXO I

**PLANO DE TRABALHO — TERMO DE FOMENTO
LEI 13.019/2014**

PLANO DE TRABALHO

1. DADOS CADASTRAIS

Órgão/Entidade Proponente: INSTITUTO SOUBRAS		CNPJ: 03.108.835/0001-58	
Endereço: Q 203 LOTE 33 AVENIDA RECANTO DAS EMAS			
Cidade: BRASILIA	UF: DF	CEP: 70.310-500	DDD/Telefone: (061) 9 9809-9046
Conta Corrente:	Banco:	Agência:	Praça de Pagamento: Brasília
Nome do Responsável: ALAN CESAR ALVES DE SOUZA		CPF: 689.511.671-00	
Cl/Órgão Expedidor: SSP/DF		Cargo/Função: PRESIDENTE	

2. DESCRICAO DO PROJETO

Título do Projeto	Período de Execução
Cidade Capital — Divulgação/Promoção dos Produtos Turísticos de Brasília	27/12/2019 a 20/05/2021
<p>Identificação do Objeto:</p> <p>“Promoção e Divulgação dos Produtos Turísticos de Brasília”.</p> <p>O Projeto visa realizar promoção e divulgação dos produtos turísticos de Brasília, através de produção de conteúdo de alta qualidade, buscando anunciar Brasília como esse grande destino turístico que é. Para tanto serão realizadas ações promocionais que além de divulgar os conteúdos produzidos neste projeto, levará ao público uma experiência do que Brasília tem de melhor.</p> <p>Os Produtos Turísticos de Brasília necessitam cada dia mais de sua divulgação e promoção, tanto nas novas mídias, quanto na era digital num todo, haja vista que o “rotulo de cidade da política” ainda é forte, porém com os conteúdos produzidos e ações promocionais o projeto dará uma nova cara a Brasília, anunciando o potencial turístico da Capital.</p> <p>O objeto proposto tem como primícias atender a Lei 4.883/2012 das Políticas Públicas do Turismo do Distrito Federal, no item “III” Art. 42 o qual comunica: “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;”.</p> <p>Busca também atender de forma nacional e internacional algumas das diretrizes do Plano Nacional do Turismo 2018-2022, no que tange a letra b do item 4.5.1.1.</p> <p>(...)</p> <p>As novas mídias e tecnologias digitais exercem crescente influência no mercado turístico, desde o momento que antecede a Viagem (a busca de informação e eleição do destino), passando pela experiência da própria viagem até o pós-viagem, quando pode ser prolongado o vínculo do viajante com o local visitado.</p> <p>Ampliar a utilização da promoção e da comunicação digital dos destinos é imprescindível. A internet mudou o jeito de fazer turismo. Ao longo dos anos, a participação da plataforma tomou uma proporção enorme não só no momento de decidir um destino, mas também na efetivação da viagem. Por esse motivo, o Ministério do Turismo e a EMBRATUR têm investido cada vez mais na promoção dos destinos nos canais virtuais.</p>	

Além das campanhas tradicionais virem acompanhadas por hotspots (mini sites) que contém informações complementares a respeito dos destinos, o MTur tem usado suas redes sociais. (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube) para ações de promoção do país. O conteúdo para essas redes tem sido diversificado. O governo investe cada vez mais na produção de conteúdo multimídia e nas ações em parceria com estados e municípios. Estes últimos muitas vezes carecem de conteúdo e estrutura para promover seus destinos em canais virtuais.

Compreendendo estas estratégias o projeto visa posicionar Brasília quanto a promoção e divulgação dos seus produtos através destas novas tecnologias, pensando nisso propomos as ações seguintes:

Produção de material audiovisual com conteúdo turístico para o Destino Brasília com a produção de vídeos promocionais abordando os temas:

1. Turismo Cívico, incluindo o Pedagógico e o Jurídico;
2. Turismo Criativo (Artesanato, Cinema, Design, Gastronomia);
3. Turismo MICE (*Meetings, Incentives, Congresses, Exhibitions*), ou seja, turismo de congressos e negócios;
4. Ecoturismo (Turismo Ecológico e de Aventura);
5. Turismo Náutico;
6. Turismo Arquitetônico.

Outros segmentos que podem ser abordados:

- Turismo Esportivo
- Turismo Místico, Religioso e Econômico
- Turismo de Estudos e Intercâmbios
- Turismo de Saúde

Além disso, sendo produzidos vídeos customizados sobre os temas propostos para uso em redes sociais, mais a cessão de HD externo (hardware) com fotos e vídeos brutos, em alta resolução, de toda a captação do projeto para uso exclusivo da SETUR, com direitos de uso de imagem *ad eternum* e sem restrições, com transferência total da propriedade intelectual.

Como ação complementar para a divulgação do Destino Brasília, o projeto contemplará a realização de ações promocionais ao longo do exercício de 2020, em pontos turísticos estratégicos a serem definidos pela SETUR, com marketing promocional direcionado a ao público nacional e/ou estrangeiro, em território nacional e/ou internacional.

As ações promocionais contemplam:

Produção de Letras Caixa para criando de pontos de fotografia (*Photo Points*), com textos e temática a serem definidos pela SETUR;

Produção de painéis em lona vinílica para composição dos pontos de fotografia (*Photo Points*);

Produção de totens interativos para divulgação de ações promocionais e/ou conteúdo dos segmentos turísticos a serem definidos pela SETUR;

Contratação de promotores para ações de receptivo para distribuição de material promocional e realização de ativações nos pontos turísticos;

Criado, desenvolvimento, atualizando e manutenção de hotspots (mini sites) com informações de ações promocionais e/ou conteúdo dos segmentos turísticos a serem definidos pela SETUR, tendo como Premissa o uso de tecnologias com integração com dispositivos móveis para o acesso de informações e conteúdos.

Apresentação da Instituição

A **OSC SOUBRAS** atua na área de promoção e manutenção de atividades de relevância pública e de desenvolvimento social, conforme seu estatuto social, por intermédio de diversos projetos próprios e em parceria.

Seus objetivos permeiam a promoção complementar da educação, assistência social, saúde, lazer, segurança alimentar e nutricional, fomento ao esporte, preservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável, cultura, inclusão social, defesa dos direitos da criança, do adolescente e do idoso, da ética, da cidadania e dos direitos humanos, dentre outros.

O Instituto conseguiu executar mais de meio milhão em projetos sociais e culturais em parceria com a Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal. Destacamos: i) o termo de fomento nº 51/2017 — Rock do Quadrado, documentário que conta a história do rock de Brasília; II) o termo de fomento nº 66/2018 — Festival Freestyle, um grande encontro social em Taguatinga/DF para lembrar e celebrar o sucesso da cultura do Freestyle nos anos 90; e iii) o Termo de Fomento nº 79/2018 - CRIAR TV, constituído de 25 oficinas do segmento audiovisual, nas cidades de Recanto das Emas, Ceilândia, S40 Sebastião e Asa Norte. A OSC tem trabalhado para se estabelecer como uma das instituições referência em projetos de Brasília.

Justificativa

Turismo é uma atividade secular, que remonta as ações humanas em diferentes momentos da sua história. Seja naquilo que se confunde com atividades ligadas ao ócio ou a necessidade de migração de diferentes povos, o turismo tem se modificado em função de novas relações sociais e da maneira como os indivíduos se relacionam com as coisas a sua volta. De fato, a compreensão, ainda que simplista, de que o turismo é um conjunto de atividades realizadas por pessoas em locais distintos daqueles em que vivem, amplia consideravelmente o espectro de ações positivas para promover uma determinada localidade.

Cabe frisar a importância do Turismo sob o viés econômico e da geração de empregos. O Brasil, apesar de todo seu potencial natural, apelo climático e vastidão territorial, não figura hoje na lista dos países mais visitados do mundo e, ainda assim, cerca de 8% do PIB nacional em 2018 foi proveniente desta atividade. Isso revela o enorme potencial do turismo para o nosso desenvolvimento e aponta para caminhos que nos levem ao desafio de fomentar condições para que o crescimento venha acompanhado de qualidade de vida.

Neste momento compreendemos Brasília como ponto estratégico para o turismo nacional e internacional. A capital federal, que apenas por esse apelo já suscita o interesse de pessoas ao redor do mundo e dentro do próprio país, reúne uma série de qualidades que a habilita como destino de excepcional vocação/capacidade e potencial pelo seu conjunto de vicissitudes. Aqui estado os monumentos que deram forma a principal cidade planejada do Brasil, prédios simbólicos e desenhos urbanos carregados de história, beleza e relevância para o nosso povo. E aqui que vivem espécies de animais endêmicas do cerrado, banhado por quedas d'água e rios que se pode ver nas cercanias do Distrito Federal, diante de todo o conforto e oportunidades que oferecem o trade hoteleiro e os serviços dos mais variados, que só uma cidade com este porte pode proporcionar. Malha viária, história, turismo de negócios pulsante e um sem número de atividades coabitam entre as avenidas desta cidade que oferece lazer, cultura, gastronomia local e qualidade de vida aos seus habitantes e visitantes. Conhecer Brasília é assim, mais do que ingressar em um Brasil cheio de brasilidade, mas conhecer um Brasil que está preparado para atender as necessidades dos seus visitantes.

Nesse sentido, o projeto **“Cidade Capital”**, pelo desejo primordial de valorizar isso que é a nossa capital e dar visibilidade a toda sua importância; reduzir as distâncias físicas, impostas pelas réguas dos mapas a leste, norte, oeste e sul do país. Tornar-se central, nesse sentido, é também uma alegoria, quando compreendemos que o centro, ao contrário de longínquo (no seu posicionamento geográfico) é catalisador de todos os olhares, 6 0 ponto de onde e a partir de qualquer direção se pode ver o vértice que une a todas as culturas, os saberes e costumes, belezas e riquezas, de norte a sul desse nosso imenso gigante que é o Brasil.

Entendemos desta maneira que a imagem é um elemento indispensável para atração dos olhares curiosos e ávidos pela enorme quantidade de destinos, ou pela variedade de experiências a experimentar em cada diferente localidade. Por isso mesmo, através dos vídeos é possível posicionar-se de forma assertiva em um setor tão competitivo como o do turismo.

Despertar a vontade, incentivar e aguçar o desejo, é um objetivo quando se fala em gerar uma imagem positiva para o viajante, que logo terá internalizado suas impressões, assim que puder confirmar através da sua própria experiência tudo aquilo quanto tornamos conhecido através das lentes e telas treinadas de profissionais de competência inquestionável.

Essas ações de comunicação pretendem influenciar, a medida que dão visibilidade, informam e estimulam o consumo na nossa capital. Some-se a isso, o alcance dessa linguagem, traduzida em vídeos e fotos selecionados e formatados para utilização nas diferentes plataformas, amplificam o valor da mensagem, fazendo vitrine para o nosso conteúdo todos os diferentes ambientes, sejam eles virtuais ou não.

Entendemos, então, o vídeo como recurso crucial para o turismo, haja vista o potencial de estreitar as distâncias que impedem a visão crua visualizar o que está longe. Portanto, e além disso, cria, modifica e/ou consolida a imagem de um destino turístico, enquanto estreita vínculos entre o produto turístico e o turista com informações que estimulam o desejo, permitindo as pessoas sentir os destinos como se lá estivessem.

As imagens em movimento de um vídeo, associadas aos recursos sonoros, mostrarão não apenas locais charmosos e especiais nos destinos, mas também podendo transmitir o que acontece e o que esperar do local, em uma perspectiva quase controlada daquilo que se pretende apresentar. Tornando-se assim, o elo perfeito entre toda a exuberância de Brasília e o viajante que quer se identificar com o local que pretende visitar.

Dados do PNT 2018-2020 informam: Que estudos realizados com turistas brasileiros e estrangeiros revelam a ampla utilização da internet como fonte de pesquisa. Levantamento feito com mais de 2 mil brasileiros em 2017 revelou que os sites de viagem são utilizados por 61,7% dos turistas. A mesma pergunta foi feita a turistas internacionais em visita ao Brasil. Como resultado, metade dos estrangeiros revelou que usou o meio virtual para receber informações sobre os destinos brasileiros.

Sob a perspectiva promocional, a criação de *photo points*, as ativações com promotores e o uso de equipamentos e tecnologias para acesso as informações turísticas, são recursos indispensáveis para tornar o Destino Brasília ainda mais atrativo. A interação do turista e do visitante com as peças promocionais pretendidas e a interação social com promotores qualificados e treinados para o atendimento ao público tornam a experiência do usuário mais agradável, gerando a empatia com a cidade, a cultura e o povo de uma cidade ou região. Apenas como exemplo, em diversas localidades turísticas pelo mundo, a utilização de letras caixa com o nome das cidades ou com frases inspiradoras tem sido cada vez mais frequentes, ressaltando o ponto turístico e marcando a passagem do turista por aquela região.

Público-alvo

Turistas em geral. Homens e mulheres de todas as idades, crianças, viajando em família ou não. Pessoas que estejam prestes a realizar viagens a passeio, negócios ou não, com interesses variados em gastronomia, arquitetura, cultura, história e tradição, negócios, meio ambiente, diversão e novas experiências.

3. OBJETIVO

Objetivo Geral

Produção de conteúdo (vídeos) e ações promocionais para dar visibilidade a Brasília na sua essência arquitetônica, cultural, gastronômica; valorizando os recursos naturais, costumes, vocações da cidade e oportunidades. Fomentando o turismo local, para incrementar o desenvolvimento econômico e social.

Objetivos Específicos

- Fortalecer Brasília como polo turístico;
- Ampliar o conhecimento do Brasil sobre sua capital e todo seu potencial turístico;
- Gerar emprego e renda para a rede de serviços locais;
- Criar uma imagem positiva de Brasília diante da sociedade;
- Fazer de Brasília centro de atenções a partir da apresentação de segmentos turísticos ainda desconhecidos para os visitantes;
- Impulsionar a economia criativa local;
- Valorizar a cultura e tradição criativa local;
- Fomentar o destino Brasília para sediar eventos estratégicos possibilitando divulgar o turismo de Brasília e todos os seus temas e atributos de uma forma que irá reduzir as distâncias junto aos mercados nacionais e internacionais.

Metas e Etapas — Planejamento e Execução / Produção Audiovisual

Meta 1 — Pré-produção

Etapa 1 - Apresentação de roteiro (formato Áudio e vídeo) e opções de diretores (sendo apresentados a Setur 3 opções de diretores renomados e com know how nesse tipo de produção).

Etapa 2 - Cronograma de produção final;

Etapa 3 - Apresentação do Look and Feel criativo (moodboard, trilha sonora, locução, casting, locações e figurino — 3 opções de cada);

Etapa 4 - Aprovação formal do roteiro final por escrito por parte da SETUR;

Etapa 5 - Apresentação de storyboard;

Meta 2 — Produção

Etapa 1 - Captação e criação da computação gráfica aprovada no Look and Feel;

Etapa 2 - Edição e montagem

Etapa 3 - Aprovação formal da versão off line do produto audiovisual por parte da SETUR

Meta 3 — Pós-produção

Etapa 1 - Computação gráfica;

Etapa 2 - Edição final;

Etapa 3 - Trilha final e sound design;

Etapa 4 - Finalização;

Etapa 5 - Aprovação e aceitação, por escrito, do material audiovisual entregue de acordo com o conteúdo aprovado pela SETUR;

As ações de Promoção sendo executadas ao longo do ano de 2020, nos locais a serem definidos pela SETUR, de acordo com o cronograma de eventos desta Secretaria, tais ações contarão com os itens descritos no cronograma de execução. Possibilitando a promoção e divulgação dos produtos turísticos de Brasília, fomentando o turismo local, incrementando o desenvolvimento econômico e social.

METAS QUANTITATIVAS

- Produção de vídeo de 3 minutos;
- Produção de minisites;
- Produção de conjuntos de cenário promocional para foto, incluindo: Letras caixa com suporte, painel de fundo em lona.
- Ação de Promoção com os Promotores,

METAS QUALITATIVAS

- Auxiliar o cumprimento dos Planos Distritais e Federais de fomento ao Turismo
- Acessibilidade das informações dos Produtos Turístico de Brasília.

INDICADORES DE MONITORAMENTO

Metas	Indicadores de Monitoramento	Parâmetro(s) para aferição de cumprimento
Produção de vídeo de até 3 minutos	Vídeo em circulação	Finalização e entrega
Produção de mini site	Atingir 2.000 (dois mil) acessos por cada mini site	Relatório de acesso
Produção de Ações de Promoção	Atender 4,000 (quatro mil) através dos promotores	Relatório
Auxiliar o cumprimento dos Planos Distritais e Federais de fomenta ao Turismo	Divulgação de todo conteúdo em rede sociais e mídias digitais	Relatório final do projeto

4. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

CRONOGRAMA DE EXECUCAO					
META	ETAPA/FASE	ESPECIFICAÇÃO	Dez/19	Jan/21	Mai/21
1		Pré-Produção			
	1.1	Apresentação de roteiro (formato Áudio e vídeo) para aprovação	X		
	1.2	Cronograma de produção finais	X		
	1.3	Apresentação do Look and Feel criativo (moodboard, trilha sonora, locução, casting, locações e figurino)	X		
	1.4	Aprovação formal do roteiro final por escrito por parte da Setur	X		
	1.5	Apresentação de storyboard	X		
2		Produção			
	2.1	Captação e criação da computação gráfica aprovada no Look and Feel, serão utilizadas 7 diárias;		X	
	2.2	Edição e montagem		X	
	2.3	Aprovação formal da versão off line do produto audiovisual por parte da SETUR		X	
3		Pós-produção			

	3.1	Computação gráfica			X
	3.2	Edição final, com legendas em Inglês, Espanhol e Mandarim			X
	3.3	Trilha final e sound design			X
	3.4	Finalização			X
	3.5	Aprovação, por escrito, do produto audiovisual entregue de acordo com o conteúdo aprovado pela Setur.			X
4		Finalização			
	4.1	Cessão do direito de uso material bruto dos vídeos, mais HD com imagens e fotos brutas em alta resolução			X
5		Ações Promocionais			
	5.1	Projeto de arquitetura promocional para cenário para foto, incluindo maquete eletrônica em 3D. Elaboração de projeto executivo com cronograma de execução com aprovação da SETUR		X	
	5.2	Projeto e criação de 8 landing pages temáticas (mini sites) dos segmentos turísticos, incluindo elaboração de identidade visual, arquitetura da informação e layouts de cada landing page. O site contemplará conteúdo de cada segmento turístico, e uso de "QR Code" nos Totens, onde o usuário poderá se cadastrar para receber conteúdo da Setur. Incluindo hospedagem, manutenção bem como a atualização dos conteúdos por 12 meses.		X	
	5.3	Produção de conteúdo para mini sites. Redacao final do conteúdo dos mini sites a partir do conteúdo recebido da Setur-DF, incluindo a organização de textos, fotos e vídeos a serem usados no projeto. Revisão de textos em português, tradução e revisão em inglês e espanhol. Incluindo hospedagem, manutenção bem como a atualização dos conteúdos por 12 meses.		X	
	5.4	Criação de texto e layout para totens promocionais		X	
	5.5	Produção de 2 (dois) conjuntos de cenário promocional para foto, incluindo: Letras caixa com suporte, painel d fundo em lona, ipês cenográficos ou outro tipo de cenografia definido pela SETUR		X	
	5.6	Produção de 8 (oito) totens promocionais com layout aplicado		X	
	5.7	Contratação de 3 (três) promotores de evento bilíngues por 30 diárias de até 6 horas para realizar ação de receptivo		X	
	5.8	Contratação de produtor/ supervisor para a ação de receptivo por 30 diárias por até 6 horas por dia		X	
	5.9	Contratação de produtor de promoção e eventos sênior (mais de 6 anos de _ experiência), coordenação, acompanhamento de produção e instalação de cenário para fotos e totens (10 diárias), responsável pela montagem e desmontagem.		X	
	5.10	Contratação de registro fotográfico e em vídeo com edição de vídeo de até 3 minutos com trilha sonora pesquisa para ser usado como conteúdo para redes sociais		X	
	5.11	Aquisição de uniforme promocional para a equipe de promoção (3 conjuntos)		X	

5. PREVISAO DE RECEITAS E DESPESAS (Plano de Aplicação)

Recursos oriundos de emenda parlamentar

5.1 - Planilha Global

PLANILHA GLOBAL			
Produção Audiovisual			
META	ETAPA/FASE	ESPECIFICAÇÃO	VALOR TOTAL (R\$)
1		Pré-Produção	
	1.1	Apresentação de roteiro (formato Áudio e vídeo) para aprovação	14.641,67
	1.2	Apresentação do Look and Feel criative (moodboard, trilha sonora, locução, casting, locações e figurino)	12.000,00
	1.5	Apresentação de storyboard	3.000,00
2		Produção	
	2.1	Captação e criação da computação gráfica aprovada no Look and Feel	58.000,00
	2.2	Edição e montagem	10.000,00
3		Pós-Produção	
	3.1	Computação gráfica	10.000,00
	3.2	Edição final	9.369,80
	3.3	Trilha final e sound design	8.000,00
	3.4	Finalização	4.000,00
4		Finalização	
	4.1	Cessão do direito de uso material bruto dos vídeos, mais HD com imagens e fotos brutas em alta resolução	20.000,00
Sub Total produção áudio visual			149.011,47
Ação de Promoção			
5		Ações Promocionais	
	5.1	Projeto de arquitetura promocional para cenário para foto, incluindo maquete eletrônica em 3D. Elaboração de projeto executivo com cronograma de execução com aprovação da SETUR	12.500,00
	5.2	Projeto e criação de 8 landing pages tematicas (mini sites) dos segmentos turísticos, incluindo elaboração de identidade visual, arquitetura da informação e layouts de cada landing page. O site contemplara conteúdo de cada segmento turístico, e uso de "QR Code" nos Totens, onde o usuário poderá se cadastrar para receber cometidos da Setur. Incluindo hospedagem, manutenção bem como a atualização dos conteúdos por 12 meses.	35.000,00
	5.3	Produção de conteúdo para mini sites. Redação final do conteúdo dos mini sites a partir do conteúdo recebido da Setur-DF, incluindo a organização de textos, fotos e vídeos a serem usados no projeto. Revisão de textos em português, tradução e revisão em inglês e espanhol. Incluindo hospedagem, manutenção bem como a atualização dos conteúdos por 12 meses	12.000,00

	5.4	Criação de texto e layout para totens promocionais	2.500,00
	5.5	Produção de 2 (dois) conjuntos de cenário promocional para foto, incluindo: Letras caixa com suporte, painel d fundo em lona, ipês cenográficos ou outro tipo de cenografia definido pela SETUR	30.000,00
	5.6	Produção de 8 (oito) totens promocionais com layout aplicado	16.000,00
	5.7	Contratação de 3 (três) promotores de evento bilíngues por 30 diárias de até 6 horas para realizar ação de receptivo	22.500,00
	5.8	Contratação de produtor/ supervisor para a ação de receptivo por 30 diárias por até 6 horas por dia	6.000,00
	5.9	Contratação de produtor de promoção e eventos sênior (mais de 6 anos de _ experiência), coordenação, acompanhamento de produção e instalação de cenário para fotos e totens (10 diárias), responsável pela montagem e desmontagem.	5.000,00
	5.10	Contratação de registro fotográfico e em vídeo com edição de vídeo de até 3 minutos com trilha sonora pesquisa para ser usado como conteúdo para redes sociais	3.500,00
	5.11	Aquisição de uniforme promocional para a equipe de promoção (3 conjuntos)	1.025,00
Sub Total de Ações Promocionais			146.025,00
TOTAL GERAL			295.036,47

5.2 – Previsão de Receitas

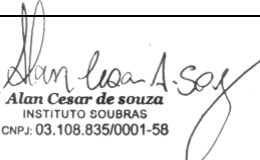
PREVISÃO DE RECEITAS		
QTD	NOME	RECEITAS
1	Termo de Fomento – Emenda Parlamentar	300.000,00
TOTAL		300.000,00

6. DECLARAÇÃO

Na qualidade de representante legal do Convenente, declaramos, para fins de prova junto a Secretaria de Estado do Turismo do Distrito Federal, para efeitos e sob as penas da Lei, que inexistente qualquer débito ou 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.

Pede deferimento,

Brasília, 22 de Fevereiro de 2021.


Alan Cesar de Souza
 INSTITUTO SOUBRAS
 CNPJ: 03.108.835/0001-58

7. APROVAÇÃO

Aprovo o presente Plano de Trabalho

Brasília-DF, ____/____/2021

ASSINATURA