

Anexo - Manual de Prestação de Contas



ANEXO I

Modelo de Prestação de Contas

1. Identificação do Projeto

Título do Projeto: [Nome do projeto]

Proponente: [Nome da pessoa jurídica responsável]

CNPJ: [CNPJ do proponente]

Número do Contrato: [Número do contrato firmado com a Embratur]

Período de Realização: [Data de início e término do projeto]

Valor do Patrocínio: [Valor total concedido pela Embratur]

2. Objetivos do Projeto

2.1. Alinhamento Estratégico: Explicação de como o projeto está alinhado aos objetivos estratégicos da Embratur, como:

- Fortalecimento da imagem do Brasil no exterior;
- Promoção de segmentos prioritários (ESG, afroturismo, MICE, etc.);
- Expansão em mercados estratégicos.

2.2. Impacto Esperado: Descrição das expectativas em termos de retorno institucional, geração de visibilidade e promoção turística do Brasil.

3. Ações Realizadas

3.1. Relatório de Atividades: Detalhamento das atividades e eventos realizados no projeto:

- Tipo de evento (ex.: feiras, workshops, festivais);
- Participantes e público-alvo (ex.: número estimado, mercados estratégicos atingidos).

3.2. Contrapartidas Cumpridas: Listagem das contrapartidas entregues, acompanhadas de evidências como:

- Registros de mídia (fotos e vídeos);
- Capturas de postagens em redes sociais mencionando a Embratur (@embraturbrasil e @visitbrasil);
- Relatórios de mídia espontânea (notícias, clippings e materiais promocionais);
- Registro de palestras, painéis ou participações institucionais realizadas pela Embratur no evento;
- Divulgação da Marca Brasil/Embratur em peças promocionais e materiais de comunicação do projeto.

4. Indicadores de Impacto

3.1. Métricas Quantitativas

- Público alcançado:
 - Número de participantes no evento presencial;
 - Alcance estimado em mídias sociais e plataformas digitais.
- Visibilidade da Marca Brasil:
 - Inserções da marca em banners, vídeos, redes sociais, materiais impressos e outros meios;
 - Inserções da marca em banners, vídeos, redes sociais, materiais impressos e outros meios;

4.2. Métricas Qualitativas

- **Engajamento em Mercados Estratégicos:**
 - Descrição dos mercados atingidos (ex.: Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido);
 - Feedback de participantes, turistas e parceiros comerciais envolvidos.
- **Conexões Institucionais e Comerciais:**
 - Participação de operadores turísticos, agentes de viagens e outros players do trade turístico.

5. Evidências Materiais

- Fotos, vídeos e materiais promocionais que demonstrem a execução do projeto;
- Relatórios de impacto institucional com análise detalhada dos resultados obtidos;
- Links de publicações em redes sociais e clippings de mídia espontânea.

6. Evidências Materiais

Declaração do responsável pelo projeto atestando que as informações apresentadas são verdadeiras, seguidas da assinatura do representante legal da proponente.

7. Evidências Materiais

O relatório final deverá ser encaminhado para a Embratur em até 60 dias úteis após a realização do evento, por meio do e-mail:



patrocinio@embratur.com.br