

REGULAMENTO INTERNO DA POLÍTICA DE PATROCÍNIO E APOIO INSTITUCIONAL DA COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA (CDTIV)

Vitória – ES

Versão	Processo Nº	provação	Páginas
01	9.242/2019	AGE 31/05/2023	36
02	3631760/2024	AGE 21/01/2025	46

REGULAMENTO INTERNO DA POLÍTICA DE PATROCÍNIO E APOIO INSTITUCIONAL DA COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA (CDTIV)

O Exmo. Sr. Prefeito de Vitória, representante do Município de Vitória, único acionista da CDTV, em deliberação tomada na ata de Assembleia Geral Extraordinária realizada em 21 de janeiro de 2025, considerando a extinção do Conselho de Administração, pela Lei Municipal nº 9.932, de 09 de maio de 2023, o disposto na Lei Federal 13.303, de 30 de junho de 2016, regulamentada pelo Decreto Municipal 16.915, de 29 de dezembro de 2016 e;

CONSIDERANDO:

Que para o cumprimento da função social de contribuição para o desenvolvimento turístico, econômico, social e de inovação tecnológica do Município de Vitória torna-se necessário o investimento, por parte da CDTV, em diversas ações de marketing;

A necessidade de melhoria do desempenho comercial e alcance de resultados que possibilitem o cumprimento da função social da Estatal e aplicação dos valores institucionais;

Que os patrocínios de eventos, projetos, e de quaisquer outras manifestações de caráter técnico-científico, cultural, esportivo, recreativo, turístico, artístico, socioeconômico e educacional colaboram para o atingimento dos objetivos sociais da Estatal, divulgam a sua marca, conceito, atuação e ações, e fortalece o seu relacionamento com a sociedade e público de interesse contribuindo para a captação e geração de negócios;

O interesse da CDTV em intensificar o reconhecimento de sua marca, além de criar uma plataforma para o relacionamento da empresa com seu público de interesse que contribua para a oportunidade de negócios;

Que a Lei Federal nº 13.303, de 30/06/2016, dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, sendo regulamentada no âmbito do Município de Vitória pelo Decreto Municipal nº 16.915/2016, autoriza a celebração de contratos de patrocínio;

Que o apoio à realização e participação em eventos no âmbito do Município de Vitória, por meio de contrato de patrocínio é regulamentado pelo Decreto Municipal nº 17.960/2019, aplicável à CDTV no que não contrariar a Lei Geral das Empresas Estatais (Lei 13.303/2016);

RESOLVE:

Aprovar o Regulamento Interno de Política de Patrocínio no âmbito da Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória - CDTV, com objetivo de intensificar o reconhecimento de sua marca e possibilitar a expansão e/ou consolidação de mercados e negócios, proporcionando a melhoria mercadológica da Instituição e o desenvolvimento do Município de Vitória, que observará as disposições contidas na presente norma procedimental.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS	4
CAPÍTULO II - SEGMENTOS	4
Seção I - Negócios/Estratégicos	4
Seção II - Turismo	5
Seção III - Tecnologia e Inovação	5
CAPÍTULO III - OBJETIVOS E CRITÉRIOS PARA CONCESSÃO DE PATROCÍNIO	5
CAPÍTULO IV - VEDAÇÕES À CONCESSÃO DE PATROCÍNIO	6
CAPÍTULO V - SELEÇÃO DA PROPOSTA	7
CAPÍTULO VI – PROCEDIMENTOS PARA A CONCESSÃO	7
CAPÍTULO VII - APROVEITAMENTO INSTITUCIONAL	12
CAPÍTULO VIII - DA FORMALIZAÇÃO DO PATROCÍNIO	13
CAPÍTULO IX - DO PAGAMENTO	13
CAPÍTULO X - PENALIDADES	13
CAPÍTULO XII - DISPOSIÇÕES FINAIS	14
ANEXO I - GLOSSÁRIO DE EXPRESSÕES TÉCNICAS	16
ANEXO II - FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO	18
ANEXO III - DECLARAÇÃO DE APTIDÃO AO PATROCÍNIO DA CDTV	23
ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO DE PATROCÍNIO	24
ANEXO V - RELATÓRIO FINANCEIRO	35
ANEXO VI - RELATÓRIO DAS CONTRAPARTIDAS DE COMUNICAÇÃO	37
ANEXO VII - RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO DO PROJETO/EVENTO	43

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Este Regulamento estabelece procedimentos e critérios a serem observados pela Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória (CDTIV) e por terceiros, referentes à concessão e recebimento de patrocínio pela Empresa Estatal, a fim de garantir que essas contribuições ocorram com o mais elevado padrão de transparência, integridade e lealdade.

Parágrafo único. Para efeitos deste Regulamento, se tem como patrocínio o acordo, ajuste, ação de comunicação que discipline a transferência de recursos financeiros e tenha como partes, de um lado, a CDTIV, e de outro lado, pessoas jurídicas - em caso de recebimento de patrocínios - e pessoas físicas ou jurídicas na hipótese de concessão de patrocínio, para a promoção de projetos/eventos que estejam alinhados aos objetivos desta Companhia, com a formalização de contrato e a consequente aquisição do direito de associação da sua marca ou de seus produtos e serviços.

Art. 2º O Patrocínio de eventos e projetos pela CDTIV encontra amparo nos seguintes diplomas legais:

- I - Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016;
- II - Decreto Municipal nº 16.915, de 29 de dezembro de 2016;
- III - Decreto Municipal nº 17.960/2019, no que não contrariar a Lei das Estatais;
- IV - Estatuto Social da CDTIV;
- V - Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTIV.

CAPÍTULO II - SEGMENTOS

Art. 3º O Patrocínio no âmbito da CDTIV pode ser dividido em três segmentos, conforme a seguir:

Seção I - Negócios/Estratégicos

Art. 4º Refere-se a eventos como feiras, exposições, festas populares, festivais, encontros, gincanas, competições, campeonatos, torneios, maratonas, fóruns, congressos, convenções, mostras e quaisquer outras atividades de caráter técnico científico, recreativo, cultural, educacional, esportivo, trabalhista, artístico, socioeconômico e turístico, realizado no Município de Vitória ou em outro estado da federação que, além de permitir a divulgação da marca da empresa, possibilita a expansão e/ou consolidação de mercados e negócios, proporcionando a melhoria mercadológica da Instituição e o desenvolvimento do Município de Vitória.

Seção II - Turismo

Art. 5º Corresponde a eventos/projetos com características fundamentais para o impulsionamento do setor turístico, com potencial de interesse da mídia e do público, que produzam efeitos positivos diretos e indiretos para a cadeia produtiva municipal; que sejam aptos a atrair turistas e investidores deste segmento para o Município de Vitória, e que gerem impacto positivo à imagem da CDTV, reforçando seus valores e responsabilidade.

Parágrafo Único. Estão compreendidos nesta área de abrangência, inclusive, eventos, feiras, cursos, dentre outras iniciativas voltadas à troca de experiências e divulgações, realizadas no Município e em outras regiões do Estado e do País, que contribuam para consolidar Vitória como destino turístico.

Seção III - Tecnologia e Inovação

Art. 6º Refere-se ao patrocínio de Projetos/Eventos nas áreas de ciência, tecnologia, pesquisa e inovação, em seus diferentes campos de atuação, que visem:

I - difundir a cultura da inovação e promover o empreendedorismo;

II - promover a inclusão digital e a universalização de serviços;

III - capacitar usuários das comunidades menos favorecidas no uso da tecnologia e desenvolvimento de competências e habilidades;

IV - atrair, criar e fortalecer empresas de base tecnológica;

V - implantar e desenvolver parques científicos e tecnológicos, assim como incubadoras de empresas de base tecnológico para o Município de Vitória.

CAPÍTULO III - OBJETIVOS E CRITÉRIOS PARA CONCESSÃO DE PATROCÍNIO

Art. 7º - São objetivos de comunicação do patrocínio: gerar identificação e reconhecimento do patrocinador por meio da iniciativa patrocinada; ampliar relacionamento com a sociedade e público de interesse; divulgar marcas, produtos, serviços, ações e posicionamentos, programas e políticas de atuação da Companhia; bem como agregar valor à marca do Patrocinador.

Art. 8º O contrato de patrocínio implica, necessariamente, como contrapartida mínima tangível e intangível, a comunicação da marca da CDTV por meio das mídias (seja tradicional, exterior ou “out of home”, digital ou “online”, folheteria), como um dos Patrocinadores do Projeto/Evento, a ser devidamente comprovada e aprovada quando da prestação de contas pelo recebedor do patrocínio.

Art. 9º A seleção de Projeto/Eventos para a concessão de patrocínio deverá atender aos interesses institucionais, em alinhamento com o planejamento estratégico da CDTV e aos objetivos do Município de Vitória, promovendo e dinamizando setores da economia que favoreçam o incremento de recursos, a geração de emprego e renda, potencializando novos negócios no âmbito Municipal.

Art. 10 Os Projetos/Eventos a serem patrocinados deverão possuir pertinência temática, direta e imediata com as políticas públicas de competência municipal e com os eixos estratégicos de atuação da CDTV, de forma a potencializar seus programas e atividades, destinados a gerar benefícios significativos para a sociedade, e devem ser abertos, preferencialmente, ao público em geral ou interessados, bem como obter ampla divulgação por parte de seus realizadores (os patrocinados).

CAPÍTULO IV - VEDAÇÕES À CONCESSÃO DE PATROCÍNIO

Art. 11 É vedado o patrocínio ou apoio a projetos/eventos que:

I - sejam realizados por entidades político-partidárias ou por entidade da qual faça parte servidor/empregado público municipal;

II - tenham cunho exclusivamente político-partidário;

III - estejam em sua primeira edição, salvo eventos de relevância para a marca da CDTV, assim considerado após decisão fundamentada de sua Diretoria Executiva;

IV - utilizem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidores públicos;

V - tragam prejuízos à sociedade ou ao meio ambiente;

VI - atentem à moral e aos bons costumes, ou que promovam qualquer tipo de ação discriminatória de gênero, raça, crença religiosa ou orientação sexual;

VIII - envolvam jogos de azar ou congêneres, como ainda atividades de risco (violência, sexo drogas, maus-tratos de animais, entre outros, assim avaliados pelo Comitê de Patrocínio de Vitória;

IX - não tenham relação direta e imediata com as políticas públicas de competência municipal, e os eixos estratégicos de atuação da CDTV;

X - excedam o limite definido em orçamento para patrocínios, na forma disposta no art. 93 da Lei 13.303/2016.

Art. 12 Estará impedido de ser contratado como patrocinado pela CDTV, o proponente que:

I - se enquadre nas condições elencadas pelo art. 38 da Lei 13.303/2016;

II - possua débito fiscal com a Fazenda Municipal e Federal, devendo apresentar todas as certidões comprobatórias sempre que solicitado pela CDTV;

III - se encontre inadimplente perante a CDTV;

IV - tenha sido punido com suspensão de participação em licitação e impedimento de contratar com a CDTV;

V - tenha sido definitivamente condenado por ato de improbidade administrativa ou por crime contra a Administração Pública;

VI - possua prestação de contas anterior reprovada junto a qualquer órgão da Administração Pública Direta e Entidade da Administração Pública Indireta do Município de Vitória.

CAPÍTULO V - SELEÇÃO DA PROPOSTA

Art. 13 Para selecionar Projetos/Eventos a serem patrocinados com recursos da CDTV, será considerado, entre outros quesitos:

I - Viabilidade de Execução: adequação orçamentária, relação custo-benefício e a capacidade técnica da equipe envolvida na realização do Projeto/Evento, dentro do plano de ação proposto, com base no valor solicitado e nas contrapartidas oferecidas, observando a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos;

II - Justificativa do valor do apoio a ser efetuada: a) mediante a comparação direta do valor a ser desembolsado pela CDTV e a contrapartida publicitária assumida pela patrocinada, em relação ao proposto aos demais patrocinadores do evento; b) mediante a comparação do valor a ser desembolsado pela CDTV com o patrocínio de eventos ou participação em eventos semelhantes, observando-se os seguintes parâmetros, sem prejuízo de outros: porte do evento e sua repercussão (internacional, nacional ou estadual), veículos de comunicação ou outros meios utilizados para divulgação do evento, espaço físico disponibilizado para promoção institucional.

III - Abrangência: Impacto social e relevância ao interesse público;

IV - Pertinência do Projeto/Evento: conexão do tema do projeto ao objeto social e às áreas de atuação do patrocinador;

V - Aproveitamento Institucional: contrapartidas de comunicação e possibilidades de impacto institucional ou comercial oferecidas;

Parágrafo Único. O proponente deve ser o único responsável pela autoria do projeto proposto e será responsável, inclusive na esfera judicial, no caso de qualquer questionamento que diga respeito às informações prestadas.

CAPÍTULO VI – PROCEDIMENTOS PARA A CONCESSÃO

Art. 14 A apresentação das propostas de patrocínio à CDTV dar-se-á nas seguintes modalidades:

I - Seleção Pública - por provocação da CDTV, mediante publicação de Edital de Chamamento Público;

II - Escolha Direta ou Oportunidade - mediante manifestação do particular de ter seu projeto aprovado.

Parágrafo Único. Os contratos de patrocínio devem, em regra, ser precedidos de chamamento público, sendo possível, contudo, a sua celebração com base na hipótese da inviabilidade de competição, caso em que deverá ser justificado pela área técnica demandante.

Art. 15 O Edital de Chamamento Público para recebimento de propostas de patrocínio será publicado no Diário Oficial do Município e no site institucional da CDTV, e deverá conter, no mínimo:

- I – Período para apresentação das propostas;
- II – Prazo para análise das propostas;
- III – Critérios objetivos para a aprovação das propostas;
- IV – Valores destinados à concessão de patrocínios;
- V – Documentação necessária para habilitação de pessoas físicas e jurídicas;
- VI – Modelo de Proposta de Patrocínio.

Art. 16 A apresentação da proposta mediante manifestação do particular observará os seguintes procedimentos:

I - O proponente interessado em pleitear o patrocínio formalizará sua solicitação por meio de requerimento administrativo à Presidência da CDTV, preenchendo as informações pertinentes constantes do Formulário de Solicitação de Patrocínio – conforme Anexo II, preferencialmente em papel timbrado do proponente, devendo ser assinada e datada pelo proponente, representante legal da instituição solicitante, se pessoa jurídica, acompanhado do Projeto/Evento de patrocínio, no qual, adicionalmente, deverão constar:

a) Dados do Proponente: razão social e CNPJ, se pessoa jurídica; documento de identidade, CPF, se pessoa física; endereço com CEP; e-mail; telefone; nome do responsável pelo Projeto/Evento; número da conta-corrente do proponente do patrocínio para depósito dos valores vinculados ao contrato, caso a proposta seja selecionada; apresentação sucinta do proponente;

b) Título: nome do Projeto/Evento;

c) Descrição: Local e data de realização, programação, etapas, valor do apoio, público estimado ou quantidade de visitantes que pretende receber, plano de mídia detalhado, especificando os meios e veículos propostos, o número de inserções, palestrantes e organizadores; referências a edições anteriores do projeto/evento e outros dados relevantes para o entendimento claro da proposta. O proponente deverá observar o prazo mínimo de 30 dias entre a abertura do edital de chamamento e a data proposta para a realização do evento, se outro prazo não for estabelecido no edital;

d) Justificativa: informações relevantes na qual se apresente um breve diagnóstico que reúna elementos capazes de enfatizar a importância da realização do Projeto/Evento;

- e) **Objetivos:** especificação daquilo que se pretende atingir a partir da realização do Projeto/Evento, com a descrição dos objetivos gerais e específicos;
- f) **Metodologia:** especificação de como o Projeto/Evento vai alcançar seus objetivos, incluindo estratégias e técnicas a serem empregadas;
- g) **Metas a serem atingidas:** devem ser concretas e expressar quantidades e qualidades que permitam avaliar a efetividade do projeto/Evento e evidenciar o alcance da atuação;
- h) **Cronograma:** definição do prazo para as etapas de realização do Projeto/Evento;
- i) **Contrapartidas:** possibilidades oferecidas pelo patrocinado, ao patrocinador, que podem ser: I) intangíveis, como exposição da logomarca da CDTV/PMV e menção de seu nome como patrocinadora no material publicitário criado para divulgar o Projeto/Evento (por exemplo: peças gráficas e digitais, site específico, anúncios impressos, inserções em rádio e TV, etc.); II) tangíveis, quantificados financeiramente como gastos na montagem da infraestrutura de estande, a ser utilizado pela CDTV para realização de ações promocionais e negócios; cotas de inscrições de participantes no Projeto/Evento, etc. Outras oportunidades poderão ser criadas pelo patrocinado, em conformidade com o perfil de seu Projeto/Evento, ou sugeridas/requeridas pelo patrocinador, mediante acordo prévio entre as partes. Em caso de patrocínio de livro, o patrocinado deverá oferecer, como uma das contrapartidas, pelo menos 10 (dez) unidades para a patrocinadora;
- j) **Orçamento:** é o indicativo de custos do Projeto/Evento. O proponente deve buscar a previsão e a descrição detalhada dos gastos totais associados ao Projeto/Evento, de modo a demonstrar que os valores orçados se encontram alinhados com as práticas de mercado, em respeito ao princípio da economicidade. Recomenda-se o respaldo do valor solicitado para o patrocínio em elementos fáticos, a exemplo de cotações prévias realizadas pelo proponente junto a fornecedores/prestadores de serviços. Os custos podem ser agrupados em blocos de despesas (rubricas), como por exemplo: aluguel de espaço e equipamentos; alimentação, divulgação; instalações e infraestrutura, entre outros. O orçamento é uma ferramenta importante na gestão do Projeto/Evento, para o acompanhamento das despesas previstas e realizadas;
- k) **Parcerias com outras Instituições/Empresas:** o proponente deverá mencionar se possui outro patrocinador, apoiador ou parceiro institucional no Projeto;
- l) **Valor a ser patrocinado pela CDTV:** descrever as despesas (rubricas) a serem pagas com o recurso da CDTV.

II - A proposta deverá ser acompanhada dos seguintes documentos:

- a) regularidade fiscal - certidão negativa de débito (ou positiva com efeito de negativa) perante a União/ Previdência Social (INSS), certificado de regularidade do FGTS, certidão negativa de débitos

trabalhistas e certidão negativa de débito (ou positiva com efeito de negativa) perante o Município de Vitória.

b) habilitação jurídica da proponente – Estatuto Social ou Contrato da Instituição devidamente registrado; Ata de eleição e posse da diretoria em exercício, cópia da cédula de identidade e CPF do representante legal da instituição, se pessoa jurídica. Se pessoa física, documento de identidade e Cadastro de Pessoa Física.

c) declaração de que não possui em seus quadros funcionais menor de dezoito anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, ou qualquer trabalho por menor de dezesseis anos, na forma do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, conforme Anexo III;

d) declaração de que o patrocinado está ciente do inteiro teor da norma de patrocínio, de todas as condições, instruções acerca da prestação de contas; de que as rubricas custeadas pelo patrocínio da CDTV não poderão ser pagas por outros patrocinadores em duplicidade, conforme Declaração de Aptidão ao Patrocínio - Anexo III;

e) declaração de que não incorre nas vedações previstas no art. 38 da Lei 13.303/2016, conforme Declaração de Aptidão ao Patrocínio - Anexo III;

f) declaração de que se encontra adimplente com exigências contratuais de eventual patrocínio celebrado anteriormente com a CDTV e com órgãos ou entidade da Administração Pública do Município de Vitória, conforme Declaração de Aptidão ao Patrocínio - Anexo III.

g) comprovante de aprovação de Prestação de Contas anteriores, mediante apresentação de Certidão Negativa de Contas Julgadas Irregulares, obtida junto ao TCEES através do site <https://www.tcees.tc.br/servicos/certidao-negativa>;

h) comprovação de que detém, isolada ou conjuntamente, a responsabilidade pela iniciativa, assim compreendida a realização ou organização do evento cujo apoio é buscado.

Parágrafo único. As propostas apresentadas pelas pessoas físicas deverão ser acompanhadas dos documentos compatíveis com a sua personalidade jurídica.

Art. 17 A proposta, acompanhada dos documentos acima listados, deverá ser apresentada através do sistema de processo administrativo em utilização pela CDTV.

Art. 18 O Diretor-Presidente encaminhará os autos à Diretoria Técnica competente, a qual deverá, juntamente com a Assessoria de Comunicação, instruir o processo, evidenciando a conveniência e oportunidade de patrocinar o projeto e os retornos esperados com a exposição da marca do patrocinador, justificando o interesse público e a convergência com os objetivos institucionais da CDTV.

Parágrafo único. A avaliação da Assessoria de Comunicação, quanto aos aspectos de retorno institucional, deverá observar as diretrizes do art. 25 deste regulamento.

Art. 19 Não serão analisadas as propostas encaminhadas sem os documentos listados, os quais deverão ser apresentados à patrocinadora em até 30 (trinta) dias corridos antes da data prevista para a realização do Projeto/Evento.

Parágrafo único. Em caso de desconformidade ou de inobservância do prazo que coloque em risco os fluxos operacionais e o aproveitamento das contrapartidas de comunicação, se reserva, a CDTV, o direito de não realizar o patrocínio, podendo reprová-lo e interromper a expectativa de sua concessão.

Art. 20 No caso de manifestação técnica favorável ao pleito, os autos serão remetidos:

I - ao Diretor-Presidente, para autorizar o prosseguimento do feito;

II - à Diretoria Administrativo-Financeira para informar existência de recursos orçamentário e financeiros, observando os procedimentos de praxe, e o limite estabelecido no art. 93 da Lei 13.303/2016;

III - ao controle interno, para análise das questões de natureza técnico formal da proposta de patrocínio, e/ou das minutas de edital de chamamento público e do contrato, sobretudo de atendimento dos critérios e não incidência do patrocinado nas hipóteses de impedimento, previstas neste Regulamento e legislação específica, cumprimento dos procedimentos de formalização do processo, economicidade dos preços, adequação dos itens de despesas estipulados, dentre outros aspectos pertinentes;

IV - análise jurídica quanto aos aspectos legais da proposta de patrocínio, e/ou das minutas de edital de chamamento público e do contrato, se não houver padronização de tais instrumentos jurídicos na CDTV;

V - Comitê de Patrocínio, de caráter consultivo, instituído pelo Decreto Municipal nº 17.960/2019, que apreciará a proposta apresentada emitindo sua manifestação;

VI - à Diretoria Executiva da CDTV para aprovar, ou não, o pedido de patrocínio formulado, autorizando a sua contratação.

Art.21 É responsabilidade do patrocinado manter toda a documentação exigida em dia, com vistas à comprovação de sua regularidade. A CDTV poderá exigir a documentação a qualquer momento, durante a vigência do contrato.

Art.22 Autorizada a concessão do patrocínio, será celebrado o contrato e enviado à Assessoria de Comunicação para acompanhar o aproveitamento institucional.

CAPÍTULO VII - APROVEITAMENTO INSTITUCIONAL

Art. 23 A Assessoria de Comunicação será responsável por zelar pelo aproveitamento institucional e de comunicação dos patrocínios, competendo-lhe as seguintes providências:

- I - Aprovar a aplicação da logomarca da CDTV em peças de comunicação;
- II - Viabilizar o aproveitamento das contrapartidas oferecidas (enviar materiais institucionais; providenciar novos materiais, se necessário; articular a presença de representante em solenidade, se necessário; articular as possibilidades de participação de empregados em eventos/cursos oferecidos, juntamente à Gerência de Recursos Humanos, entre outros);
- III - Alinhar possibilidades de divulgação com outros entes da Administração Pública envolvidos, se compatível;
- IV - Acompanhar os eventos, seja *in loco*, quando necessário, ou à distância, bem como monitorar seus resultados de divulgação (relatórios de avaliação do próprio patrocinado, enquete, pesquisa de opinião pública, repercussão na mídia, entre outros);
- V - Analisar tecnicamente o relatório de contrapartidas de comunicação enviado pelo patrocinado.

Art. 24 Os relatórios de contrapartidas de comunicação apresentados pelos patrocinados deverão ser checados pela área técnica pertinente e verificados em seguida pela Assessoria de Comunicação.

Art. 25 A participação da CDTV como patrocinadora de projetos ou eventos de terceiros será avaliada pela Assessoria de Comunicação e pela Diretoria Técnica competente, tomando como base aspectos tangíveis e intangíveis relacionados ao retorno institucional, assim compreendidos:

I - Aspectos tangíveis que se referem aos benefícios e resultados que podem ser materializados por meio de:

- a) Atração de investidores;
- b) Atração de novos negócios para o município;
- c) Divulgação turística do município;
- d) Atração de turistas;
- e) Oportunidade de exposição da marca da empresa em peças promocionais e mídia;
- f) Cessão de espaços (salas, estandes, auditórios);
- g) Cotas de inscrição;
- h) Descontos para participação de público de interesse da CDTV;
- i) Mídia espontânea, dentre outros.

II – Aspectos intangíveis que se referem aos resultados não materializáveis, tais como:

- a) Valorização e identificação dos públicos estratégicos com a marca da CDTV;
- b) Promoção turística, econômica e de inovação tecnológica de comunidades ou de grupos de interesse;

- c) Difusão do conhecimento;
- d) Associação da imagem institucional a um evento, experiência, sentimentos ou projeto de interesse da organização.

CAPÍTULO VIII - DA FORMALIZAÇÃO DO PATROCÍNIO

Art. 26 O Patrocínio será formalizado por meio de contrato, conforme minuta constante do Anexo IV, que integra este Regulamento de Patrocínio, o qual estabelecerá com clareza e precisão as condições para sua execução, expressas em cláusulas que definam minimamente o objeto, valor, prazo, pagamento, fonte orçamentaria, direitos e obrigações, contrapartidas, fiscalização, prestação de contas, sanções, foro, em conformidade com o edital de chamamento público - se decorrente de seleção pública - e da proposta a que se vincula.

CAPÍTULO IX - DO PAGAMENTO

Art. 27 O pagamento de patrocínios celebrados pela CDTV se dará após a execução do projeto e da respectiva comprovação da execução da contrapartida publicitária assumida pela contratada, em até 30 (trinta) dias.

Art. 28 O valor a ser pago ao patrocinado consistirá naquele previsto no instrumento jurídico, deduzido de eventuais despesas:

- I - não comprovadas por documentos fiscais hábeis;
- II - estranhas ao objeto do contrato e não associáveis ao Projeto/Evento.

Art. 29 Excepcionalmente, por deliberação expressa e formalizada do Diretor Presidente, devidamente motivada, o pagamento de patrocínio poderá ser parcelado ou realizado em etapa anterior à realização do Projeto/Evento.

CAPÍTULO X - PENALIDADES

Art. 30 Qualquer patrocinado que praticar irregularidades na execução do contrato, bem como na realização do Projeto/Evento e na Prestação de Contas a ele integradas sujeita-se às sanções previstas no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTV, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal.

CAPÍTULO XI – DO RECEBIMENTO DE PATROCÍNIO PELA ESTATAL

Art. 31 A CDTV poderá receber patrocínio para realização de projetos e eventos nas áreas de sua atuação, que compreendem os segmentos descritos no Capítulo II deste Regulamento, com vistas ao desenvolvimento de negócios, turismo e tecnologia e inovação no município de Vitória.

Art. 32 Poderão ser patrocinadores dos projetos e eventos tão somente pessoas jurídicas, com ou sem finalidade lucrativa.

Art. 33 O patrocínio constitui transferência financeira, em caráter definitivo, à CDTV, de recursos para a realização do objeto patrocinado.

Art. 34 Para cada evento, campanha, feira, festival, congresso, show, seminário, festividade, dentre outros, que a CDTV venha a realizar no território local, ou que venha participar em território nacional ou internacional, serão definidas cotas de patrocínio, com a respectiva contrapartida a ser oferecida, que será exclusivamente relacionada à imagem do patrocinador.

§ 1º. As cotas de patrocínio poderão ser graduadas a partir dos valores a serem recebidos pela CDTV, dimensionando-se a contrapartida, em termos de retorno à imagem institucional do patrocinador, considerando o tamanho e espaço a ser ocupado pela marca e/ou slogan do patrocinador nos atos de divulgação do objeto patrocinado.

§ 2º. A contrapartida poderá se dar por áudio, mídia impressa ou televisiva, nos espaços disponíveis e previamente definidos pela CDTV, considerando-se, obrigatoriamente que, para os patrocínios de mesmo valor, a divulgação dos apoiadores do evento se dará de igual forma, no mesmo espaço de tempo, se ocorrer por áudio, ou com ocupação de espaço físico de igual tamanho, em caso de mídia impressa.

Art. 35 A CDTV divulgará em sua página eletrônica na internet, bem como no diário oficial do Município de Vitória, por meio de edital de chamada pública para captação de patrocínio, o qual deverá conter, no mínimo:

- i) data da abertura das inscrições;
- ii) objeto, com a descrição das especificações do evento ou projeto que será patrocinado;
- iii) cotas de patrocínio e contrapartidas oferecidas, contendo valores e descrições dos itens patrocinados, e condições para realização do pagamento;
- iv) procedimentos para oferecimento das propostas de patrocínio e de análise da Companhia.

Parágrafo único. O edital de chamada pública para captação de patrocínio deverá ser divulgado com antecedência mínima de 30 (trinta) dias da realização do projeto/evento e conterá as regras a serem observadas para a celebração do patrocínio.

CAPÍTULO XII - DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 36 Para a concessão de patrocínio o proponente deve ser responsável pela captação dos demais recursos necessários à concretização do projeto/evento, sendo vedado à CDTV se responsabilizar por 100% do orçamento de eventos ou projetos de terceiros.

Art. 37 É vedado à CDTV, em ano de eleição para cargos municipais a que se encontra vinculada, realizar despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito, ou no último ano imediatamente anterior à eleição, conforme §2º do art. 93 da Lei 13.303/2016.

Art. 38 Para efetivar a contratação administrativa do processo de patrocínio deverá ser previamente consultado o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas Suspensas – CEIS; o Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP e o Cadastro Integrado de Condenações por Ilícitos Administrativos – CADICON, respectivamente, pelos endereços eletrônicos do portal da transparência ([lwww.portaldatransparencia.gov.br](http://www.portaldatransparencia.gov.br)) e do Tribunal de Contas (www.tcees.tc.br).

Art. 39 Caso a patrocinada tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão da administração pública federal, estadual ou do município de Vitória, não poderá ser contratada e nem prorrogar o contrato, enquanto perdurarem os efeitos declaratórios.

Art. 40 A edição desta norma não dispensa a observância da legislação aplicável à matéria e às recomendações dos órgãos de controle interno e externo.

Art. 41 Os editais e contratos de patrocínio deverão obedecer às disposições fixadas neste Regulamento de Patrocínio, as normas gerais fixadas no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTV (RILC) e a Lei 13.303/2016.

Art. 42 Os casos omissos deste Regulamento serão objeto de análise da Diretoria da CDTV, mediante provocação da parte interessada, respeitadas as diretrizes da Lei 13.303/2016 e as regras do Regulamento Interno de Licitação e Contratos desta Companhia, (RILC), sendo facultada a consulta à assessoria jurídica para emissão de parecer com instruções específicas com o objetivo de complementar, esclarecer ou atender às disposições constantes deste Regulamento.

Art. 43 A disciplina estabelecida neste Regulamento poderá ser complementada pela CDTV, quanto aos aspectos operacionais, mediante atos ou normas internas expedidas e aprovadas por sua diretoria executiva.

Art.44 O descumprimento dos procedimentos estabelecidos neste Regulamento, por parte dos empregados da CDTV, assim como por servidores comissionados, implica infrações e aplicação de penalidades cabíveis, previstas em regulamento disciplinar e na legislação vigente, conforme o caso.

ANEXO I - GLOSSÁRIO DE EXPRESSÕES TÉCNICAS

Art. 1º Para os efeitos deste Regulamento, considera-se:

Patrocínio: ação de comunicação que se realiza mediante a celebração de contrato e a consequente aquisição do direito de associação da marca ou de produtos e serviços da CDTV a projetos/eventos de iniciativa de terceiros, que estejam alinhados aos objetivos da Companhia.

Patrocinador/Contratante – empresa pública municipal (CDTIV), que no exercício de suas atividades constata a conveniência e oportunidade em patrocinar eventos/projetos de iniciativa de terceiros.

Patrocinado/Contratado – pessoa física ou jurídica, pretensa recebedora de um patrocínio a ser oferecido pela CDTV, para a realização de projeto/evento proposto.¹

Contrato de Patrocínio – instrumento jurídico por meio do qual a CDTV adquire, por inexigibilidade de licitação, ou não, de cotas de patrocínio de eventos realizado ou organizado por entidade privada, com ou sem finalidade lucrativa, estabelecendo direito e obrigações.

Termo aditivo – instrumento que tenha por objetivo a modificação do contrato, vedada a alteração do objeto contratado.

Projeto/Evento de Patrocínio – iniciativa do patrocinado, descrita em documento em que apresenta as ações que serão realizadas, com início e término definidos, as características, as justificativas, obrigações, a metodologia de sua execução, as obrigações e contraprestação.

Contrapartida – obrigação contratual do patrocinado que justifica a associação da imagem institucional, logomarca e/ou produtos e serviços do patrocinador ao projeto/evento patrocinado, podendo ser exposição da marca em materiais de comunicação, cotas de ingresso para apresentações e/ou espaço exclusivo para ações promocionais.

Proponente – parceiro privado que apresenta proposta à CDTV, para patrocinar evento/projeto com aporte de recursos financeiros, ajustado por meio de contrato de patrocínio.

Mídia tradicional – meio de comunicação de massa, como: televisão, rádio, jornal, cinema e revista.

¹Inaplicável vedação contida no art. 5º, do Decreto Municipal 17.960/2019. Prevalece disposição contida na Lei 13.303/2016 e no §3º do art. 25 do Decreto Municipal 16.915/2016, que a regulamenta. Aplicação dos princípios da hierarquia das leis e da especialidade na solução da antinomia.

Mídia exterior ou *mídia out of home* – mídia que atinge o consumidor no ambiente fora de casa, tais como: *outdoor, busdoor*, empenas, *blacklight, frontlight*, mobiliário urbano, mídia em *shopping*, mídia aeroportuária, painéis eletrônicos, etc.

Mídia digital ou *mídia online*: mídia que utiliza redes digitais de telecomunicações (celulares e conexões de internet) tais como: portais (*sites*), mídias sociais (*blogs, facebook, twitter, flicker, instagram*, etc).

Folheteria – materiais impressos para divulgação do evento, tais como: folder, flyer, cartaz, folheto, convite, cartilha, etc.

Resultado e Benefícios do Projeto – resultado decorrente de patrocínio concedido que contribua para o desenvolvimento do Município de Vitória, com geração de negócios, emprego e renda, novas tecnologias e inovação, como ainda para a promoção e divulgação da marca da CDTV.

Comitê de Patrocínio – Equipe composta por representantes dos órgãos e Entidade da Administração Indireta, previstos no art. 12 do Decreto Municipal 17.960/2019.

ANEXO II - FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

Formulário de Solicitação de Patrocínio					
NOME DO PROJETO:					
NOME DO PROPONENTE:					
Data de Realização do Projeto/Evento:					
Tipo do Projeto/Evento? Marque apenas uma opção:					
<input type="checkbox"/> Festival	<input type="checkbox"/> Mostra	(<input type="checkbox"/>) Outro:			
<input type="checkbox"/> Festividade	<input type="checkbox"/> Exposição				
<input type="checkbox"/> Feira	<input type="checkbox"/> Competição				
<input type="checkbox"/> Encontro	<input type="checkbox"/> Campeonato				
<input type="checkbox"/> Congresso	<input type="checkbox"/> Maratona				
<input type="checkbox"/> Convenção	<input type="checkbox"/> Torneio				
<input type="checkbox"/> Workshop	<input type="checkbox"/> Gincana				
Área de pertinência temática do projeto/evento?					
<input type="checkbox"/> Desenvolvimento de Negócios	<input type="checkbox"/> Esportiva	<input type="checkbox"/> Ambiental			
<input type="checkbox"/> Turística	<input type="checkbox"/> Inovação Tecnológica	<input type="checkbox"/> Sustentabilidade			
<input type="checkbox"/> Artística	<input type="checkbox"/> Empreendedorismo	<input type="checkbox"/> Gastronômica			
<input type="checkbox"/> Cultural	<input type="checkbox"/> Educacional	<input type="checkbox"/> Outra:			
LOCAL DE REALIZAÇÃO:					
1. Dados do Proponente					Insc. Municipal/Estadual:
1.1 – Entidade/Empresa Solicitante					C.N.P.J:
Razão Social:					
Nome Fantasia:					
Endereço:					
Bairro:					
Cidade	U.F.	C.E.P.	DDD/Telefone Fixo	Telefone Celular	Email:
1.1.1 – Representantes Legais da Entidade:					
Nome do Representante (1):				CPF:	
C.I./Órgão Expedidor:	Cargo:	Telefone Fixo/celular:		Email:	
Endereço:				CEP:	

Nome do representante (2):		CPF:	
C.I./Órgão Expedidor:	Cargo:	Telefone fixo/celular:	Email:
Endereço:			CEP:

1.2 Pessoa Física Solicitante		
Nome:	C.P.F	C.I.
Endereço	Cidade:	C.E.P.
Email:	Telefone fixo:	Telefone celular:

2. Dados Bancários
Número da conta corrente para depósito dos valores vinculados ao patrocínio, caso a proposta seja selecionada. A conta corrente deverá ser de estabelecimento bancário comercial, em nome da instituição (razão social) proponente do Projeto/Evento, ou da pessoa física, se na condição de proponente/solicitante. Não há necessidade de abertura de conta exclusiva para o patrocínio. Pessoa jurídica titular da conta ou Pessoa física titular da conta (se for o caso):
Banco:
Nº da Agência:
Nº da Conta corrente:

3. Apresentação Sucinta da Entidade/Empresa Proponente ou solicitante pessoa física
O Proponente – pessoa jurídica - deve fazer uma breve apresentação de sua entidade, informando objetivos/missão, data de constituição e principais atuações.
O proponente – pessoa física – deve apresentar o seu currículo resumido, destacando suas principais atuações.

4. Dados do Projeto/Evento
O nome do Projeto/Evento deve expressar uma ideia concisa e clara da proposta.
Nome Oficial do Projeto/Evento:
Local de realização do Projeto/Evento: (informar endereço completo)
5. Descrição do Projeto/Evento
A descrição deve conter o maior número de dados relevantes para o entendimento claro da proposta:
A) Programação e suas etapas;

- B) Participantes (público-alvo, convidados, palestrantes, organizadores);
- C) Metodologia do projeto: Como o Projeto/Evento vai alcançar seus objetivos? Descrever as estratégias e técnicas que serão empregadas. Na realização de Projetos/Evento, várias estratégias podem ser adotadas, por exemplo: capacitação do público-alvo; fomento e divulgação de ações voltadas para práticas empresariais; exibição, circulação, difusão e distribuição cultural. Além disso, a metodologia pode descrever como será a interação com o público e como será a gestão do Projeto/Evento;
- D) Referência a edições anteriores do projeto/evento, se houver, informando as principais ações desenvolvidas e os principais resultados quantificados (nº de participantes/visitantes, nº de negócios gerados, etc.);
- E) Outros dados relevantes para o entendimento claro da proposta.

6. Justificativa

Este item deve esclarecer que o Projeto/Evento responde a uma determinada demanda identificada pela pessoa, comunidade ou entidade que o empreende. A sugestão é de apresentação de diagnóstico que reúna elementos capazes de enfatizar a relevância dessa demanda e relacioná-la aos objetivos, valores ou à missão da CDTIV.

Além do diagnóstico apresentado, informar:

- a) Porque o Projeto/Evento deve ser implementado?
- b) Qual a importância dessa demanda/questão para a comunidade?
- c) Que benefícios serão alcançados pelo público/alvo do Projeto/Evento?
- d) Qual a relação desse Projeto/Evento com o escopo da CDTIV?
- e) Porque a CDTIV foi escolhida pelo proponente como uma possível patrocinadora para este Projeto/Evento?

7. Objetivos

Os objetivos devem ser formulados visando especificar aquilo que se pretende atingir com o Projeto/Evento, apresentando soluções para uma demanda ou respondendo a uma oportunidade. Responda as questões: Para quê? Para quem? O que se pretende atingir ao final da realização deste Projeto/Evento?

8. Metas

As metas indicam o detalhamento do Projeto/Evento, em realizações físicas. As metas devem ser concretas e expressar quantidades e qualidades que permitam avaliar a efetividade do Projeto/Evento proposto. A meta dimensionada de maneira coerente ajuda a definir os indicadores que permitirão, ao final do Projeto/Evento, evidenciar o alcance da atuação.

Descrição da meta:

Exemplo: Capacitar 50 profissionais da área gastronômica

9. Cronograma das Atividades

Todo Projeto/Evento possui um prazo determinado para ocorrer e deverá indicar as atividades que serão executadas nesse período. O cronograma visa a organizar as atividades em uma sequência lógica, devidamente planejada, que permita alcançar os resultados no prazo determinado.

Atividades	Prazo em DD/MM/AA
1 -	
2 -	
3 -	
4 -	

10. Orçamento

O orçamento deve permitir a previsão e o controle de todos os gastos que o Projeto/Evento terá. Constitui uma ferramenta importante na gestão do Projeto/Evento, sendo fundamental para o acompanhamento das despesas previstas e realizadas. Os custos podem ser agrupados em blocos de despesas (rubricas), como por exemplo: material de consumo; equipe; serviços de terceiros; cachês; aluguel de espaço e equipamentos; alimentação; divulgação; instalações e infraestrutura, entre outros. É necessário que seja enviada uma planilha detalhada contendo todos os gastos previstos para a realização do projeto/evento, evidenciando o seu custo total. * A despesa custeada com o valor solicitado para o patrocínio deve corresponder aos preços praticados no mercado.

Ordem	Produtos/Serviços	Quantidade	Unidade	Preço Unitário	Preço Total
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
TOTAL					

11. Contrapartida/Benefícios

O proponente deve mencionar o retorno institucional ou de negócios que o patrocinador poderá obter com o patrocínio. Como exemplos de contrapartidas/benefícios, podem ser citados: exposição da logomarca da CDTV no material publicitário (banner, cartaz, folhetos, outdoors, site, spots de rádio, VT, etc..) e em outros meios de divulgação, além de contrapartidas eventuais, como infraestrutura montada de estande a ser ocupado pela CDTV, cotas de inscrições de participantes no Projeto/Evento, etc. O custo dessas contrapartidas deve estar incluído também no item 10 – Orçamento.

Especificação	Quantidade	Valor unitário	Valor Total
---------------	------------	----------------	-------------

TOTAL			

12. Parcerias com Outras Instituições/Empresas

O proponente deverá mencionar se possui outros patrocinadores, apoiadores ou parceiros institucionais neste projeto.

Identificação do parceiro (nome)	Tipo de parceria (informe se é patrocínio, apoio ou parceria institucional)	Valor (R\$)
Total de Recursos		

13. Valor Patrocinado

Informe qual o valor solicitado à CDTV.

Valor de patrocínio solicitado à CDTV: R\$ _____

Descrição das despesas (rubricas) a serem pagas com o recurso da CDTV:	Valor (R\$)

LOCAL: _____ DATA: _____

NOME E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL:

ANEXO III - DECLARAÇÃO DE APTIDÃO AO PATROCÍNIO DA CDTV

A (Razão Social, se for pessoa jurídica, ou nome pessoa física) , CNPJ ou CPF nº , pleiteia à CDTV o patrocínio para o Projeto/Evento e declara, sob as penas da lei, que:

- 1) Não possui em seus quadros funcionais nenhum menor de dezoito anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre ou qualquer trabalho por menor de dezesseis anos, na forma do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal;
- 2) Está ciente do inteiro teor da norma de patrocínio;
- 3) Está ciente de todas as condições, instruções acerca da prestação de contas; de que as rubricas custeadas pelo patrocínio da CDTV não poderão ser pagas por outros patrocinadores, em duplicidade;
- 4) Não incorre nas vedações previstas no artigo 38 da Lei 13.303/2016;
- 5) Está adimplente com exigências contratuais de eventual patrocínio anterior celebrado com a CDTV e órgão ou entidade da administração pública municipal.

Inserir aqui: Local e data

Nome e assinatura do Representante Legal

ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO DE PATROCÍNIO

CONTRATO DE PATROCÍNIO QUE ENTRE SI CELEBRAM A COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA – CDTV E

Contrato originário do processo administrativo nº _____, celebrado com fundamento na Lei Federal nº 13.303/2016, para a concessão de patrocínio para o Projeto/Evento _____.

Este contrato será regido pela Lei Federal nº. 13.303/2016, pelo Decreto Municipal nº 16.915, de 29 de dezembro de 2016; pelo Decreto Municipal nº 17.960/2019, pelo Regulamento Interno da CDTV, bem como pelas demais legislações pertinentes, mediante as cláusulas e condições previstas neste instrumento.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS PARTES

1.1 PATROCINADORA: COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA - CDTV, empresa pública municipal, com personalidade jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o número 31.842.631/0001-18, com sede à rua Armando Moreira de Oliveira, nº 230, bairro Goiabeiras, Vitória, ES, CEP 29.075.075, neste ato representada na forma do seu Estatuto Social pelo Diretor Presidente _____ e pela Diretora Administrativo-Financeira, _____.

1.2 PATROCINADA: _____, CNPJ/MF (ou CPF/MF) nº _____, sediada à rua _____, nº _____, Cidade _____, Estado _____, CEP: _____, neste ato representada por _____, inscrito no CPF/MF sob o nº _____ e C.I. nº _____, residente e domiciliado à rua _____, bairro _____, Cidade _____, Estado _____.

2. CLÁUSULA SEGUNDA- DO OBJETO

2.1 Este contrato tem por objeto o patrocínio do Projeto/Evento denominado " _____", a ser realizado no período de _____, na localidade _____, município de _____, de acordo com o Formulário de Solicitação de Patrocínio que passa a integrar este instrumento, independentemente de transcrição, na forma do Anexo I.

2.1.1 A PATROCINADA, sob sua inteira e exclusiva coordenação, supervisão, gerenciamento e responsabilidade técnica, compromete-se a realizar o Projeto/Evento, na forma proposta, conforme

especificado no Formulário de Solicitação de Patrocínio, que passa a ser parte integrante deste Contrato.

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR

3.1 O valor global do presente contrato é de R\$ _____ (_____); no qual já estão incluídas todas as despesas especificadas no “Formulário de Solicitação de Patrocínio”, Anexo I.

3.1.1 O valor a ser repassado à PATROCINADA será correspondente e proporcional ao regular cumprimento da prestação de contas, incluindo relatórios financeiros, de contrapartidas devidas pela PATROCINADA à CDTIV.

4. CLÁUSULA QUARTA - DAS CONTRAPARTIDAS

4.1 A CDTIV, em contrapartida ao patrocínio supramencionado, terá direito à promoção institucional antes e durante o projeto/evento, na forma e nos meios elencados no “Formulário de Solicitação de Patrocínio” (Anexo I), que integra o presente contrato.

4.1.1 Fica desde já expresso o direito de associação, por meio da divulgação da marca, produto, serviço, programa, posicionamento e/ou estratégias negociais da Patrocinadora ao evento/projeto patrocinado.

4.1.2 A divulgação do projeto/evento, quando realizada pela PATROCINADA em cumprimento às contrapartidas previstas no Formulário de Solicitação de Patrocínio, informará o “patrocínio da CDTIV”, devendo constar expressamente a *logo* da Patrocinadora, bem como eventuais imagens ou símbolos institucionais pela mesma apontados, nas mesmas condições em que haja informação sobre outros eventuais patrocinadores.

4.1.3 A marca da CDTIV/PMV terá destaque em relação a terceiros que tenham a chancela de "apoio" relacionados à realização do projeto/evento.

4.1.4 Em caso de divulgação do projeto/evento por terceiros, a PATROCINADA deverá comprovar que divulgou junto a estes a informação do patrocínio da CDTIV.

5. CLÁUSULA QUINTA- DO RELATÓRIO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS

5.1 Para comprovar a realização do projeto/evento, e como requisito para a liberação do pagamento, a PATROCINADA deverá encaminhar à CDTIV, no prazo de até 30 dias após a realização do projeto/evento, o processo de prestação de contas, composto de Relatório Financeiro, Relatório de

Contrapartidas e Relatório de Avaliação do Projeto//Evento, especificados nos Anexos V, VI e VII da Política de Patrocínio da CDTV, evidenciando os seguintes aspectos:

- I) Utilização dos recursos financeiros;
- II) Contrapartidas ao contrato;
- III) Resultados e benefícios do projeto/evento.

5.2 Deverá ser comprovada a regularidade no uso e gestão dos recursos financeiros concedidos pela CDTV, assim como a sua adequação ao orçamento do evento previamente apresentado com o projeto de patrocínio, por meio de notas fiscais, preferencialmente eletrônicas, cupons fiscais e recibos que atestem a realização das despesas patrocinadas pela CDTV.

5.2.1 Os recursos financeiros não poderão ser utilizados pela PATROCINADA para:

- a) Aquisição de bens permanentes;
- b) Aquisição de bebidas alcólicas;
- f) Distribuição de brindes sem a publicidade da marca da CDTV/PMV, ou quaisquer tipos de premiação em espécie, ou não, que não guardem relação com a finalidade do evento;
- g) Pagamento de despesas, encargos sociais e tributos alheios ao objeto do patrocínio, como ainda as despesas que constituam custos diretos ou indiretos da entidade patrocinada.

5.3 Não serão admitidos na prestação de contas documentos sem valor fiscal.

5.4 A prestação de contas deverá comprovar a contrapartida ao contrato, com a divulgação da marca da CDTV ao público participante, pelos meios seguintes, sem prejuízo de outros:

5.4.1 Peças gráficas produzidas e divulgadas com exposição da marca da CDTV/PMV e/ou;

5.4.2 Registro fotográfico do projeto/evento e de eventuais peças gráficas expostas no local com presença da marca da CDTV/PMV, e/ou;

5.4.3 Vídeos, livros, revistas, matérias jornalísticas e quaisquer outros materiais que comprovem a realização do evento e da contrapartida ajustada.

5.5 A quantificação dos resultados e benefícios do Projeto/Evento da Patrocinada será demonstrado por meio de comprovação do volume de público (visitantes, cotas de inscrição, etc.), índices de negócios fechados, quando cabível, pesquisas de satisfação dos participantes e avaliação do evento junto ao público participante., se for o caso.

5.6 Todos os documentos que originaram a prestação de contas deverão estar em nome da entidade PATROCINADA, especialmente aqueles que comprovem a execução financeira do projeto/evento, e permanecerão arquivados na CDTV.

5.7 A CDTV analisará o relatório de prestação de contas e, no caso de sua aprovação integral, será a Patrocinada instada a apresentar a solicitação de pagamento.

5.7.1 Em caso de reprovação da prestação de contas, ainda que parcial, a PATROCINADA será instada a complementar ou retificar o documento, sob pena de glosa definitiva.

5.7.2 Em caso de glosa definitiva parcial, a PATROCINADA será instada a apresentar a solicitação de pagamento do valor eventualmente aprovado pela CDTV.

5.7.3 Em caso de glosa definitiva (total ou parcial) em que tenha havido antecipação de recursos à PATROCINADA, deverá a mesma devolver os recursos à CDTV no prazo máximo de até 05 (cinco) dias úteis contados do recebimento da comunicação, devidamente corrigidos pelo INPC, sem prejuízo da aplicação das demais sanções previstas neste instrumento contratual.

6. CLÁUSULA SEXTA- DO PAGAMENTO

6.1 Após a realização do projeto/evento e da aprovação da prestação de contas, a PATROCINADA apresentará o documento de cobrança denominado "Solicitação de Pagamento" à CDTV, contendo os dados da Patrocinadora, a importância que será paga em virtude do patrocínio, os dados bancários, para efeito de recebimento do valor devido.

6.2 O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da data de recebimento e aceite, pela CDTV, da Solicitação de Pagamento apresentada pela PATROCINADA, mediante ordem bancária emitida por processamento eletrônico a crédito da patrocinada, na conta abaixo especificada:

Titular:

Conta:

Agência:

Banco:

6.3 As "Solicitações de Pagamento" que apresentarem incorreções serão devolvidas à PATROCINADA, caso em que o prazo para o pagamento passará a correr a partir da data de reapresentação do documento considerado válido pela CDTV.

7. CLÁUSULA SÉTIMA- DA INCIDÊNCIA TRIBUTÁRIA

7.1 Os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais) que sejam devidos em decorrência direta ou indireta deste Contrato, ou de sua execução, serão de exclusiva responsabilidade da PATROCINADA, assim definido na norma tributária, sem direito a reembolso.

7.2 A CDTV, quando fonte retentora, descontará e recolherá, nos prazos da lei, os tributos a que esteja obrigada pela legislação vigente.

7.3 A PATROCINADA declara haver considerado na apresentação de sua proposta os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais), incidentes sobre a execução do projeto patrocinado, não cabendo qualquer reivindicação decorrente de erro nessa avaliação, para solicitar revisão de preço ou reembolso por recolhimentos determinados pela autoridade competente.

8. CLÁUSULA OITAVA- DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

8.1 A despesa decorrente desta contratação correrá por conta de recursos próprios da CDTV, na fonte orçamentária nº _____, elemento de despesa _____.

9. CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO

9.1 A fiscalização do presente contrato será exercida pelo (a) fiscal designado(a), Sr.(a) _____, lotado no cargo de _____, e-mail _____ e será substituído, em suas ausências, pelo suplente designado pela Diretoria Executiva da CDTV.

9.2 O gestor do contrato será indicado pela Diretoria Executiva e exercerá suas atribuições de acordo com as normas estabelecidas no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTV.

10. CLÁUSULA DÉCIMA- DAS OBRIGAÇÕES

10.1 Constituem obrigações da CDTV/Patrocinadora:

10.1.1 Fiscalizar e avaliar a execução do contrato, por meio do fiscal designado;

10.1.2 Comunicar à PATROCINADA, por escrito:

- a) quaisquer instruções, procedimentos, irregularidades, imprecisões ou desconformidades sobre assuntos relacionados ao Contrato;
- b) a abertura de procedimento administrativo para a apuração de condutas irregulares da PATROCINADA, concedendo-lhe prazo para o exercício do contraditório e ampla defesa;
- c) a aplicação de eventual penalidade, nos termos deste Contrato.

10.1.3 Analisar os relatórios de prestação de contas apresentado pela PATROCINADA;

10.1.4 Realizar os pagamentos devidos à PATROCINADA, nas condições estabelecidas neste Contrato;

10.1.5 Fornecer à PATROCINADA, orientações e os formulários para a adequada prestação de contas;

10.1.6 Fornecer o logotipo/marca/brasão da CDTV/ PMV à PATROCINADA, com os respectivos padrões e regras para aplicação em todo meio de comunicação previsto nas contrapartidas acordadas.

10.2 Constituem obrigações da PATROCINADA:

10.2.1 Organizar, técnica e administrativamente os serviços sob sua responsabilidade, conduzindo-os em obediência às especificações contratadas, bem como supervisionar, administrar e direcionar as atividades de seus empregados e, em sendo o caso, de seus subcontratados autorizados;

10.2.2 Cumprir, dentro dos prazos assinalados, as obrigações contratadas;

10.2.3 Responsabilizar-se por todas as despesas envolvidas na execução do objeto deste contrato, inclusive bancárias;

10.2.4 Fornecer todas as informações solicitadas pela patrocinadora no prazo assinalado;

10.2.5 Designar 01 (um) preposto como responsável pelo Contrato para participar de eventuais reuniões como interlocutor da PATROCINADA, zelando pelo fiel cumprimento das obrigações previstas neste Instrumento;

10.2.6 Manter os dados cadastrais atualizados junto à CDTV;

10.2.7 Manter durante a vigência deste Contrato todas as condições de habilitação exigidas quando da contratação, comprovando-as sempre que solicitado pela CDTV;

10.2.8 Comunicar a imposição de penalidade que acarrete o impedimento de contratar com a CDTV, bem como a eventual perda dos pressupostos para a participação de licitação, nos termos da Lei 13.303/2016;

10.2.9 Reparar todos os danos e prejuízos causados à CDTV ou a terceiros, não excluída ou reduzida esta responsabilidade pela presença de fiscalização ou pelo acompanhamento da execução por parte do fiscal;

10.2.10 Responsabilizar-se civil e criminalmente, por quaisquer danos ou prejuízos causados por ação ou omissão de seus empregados, contratados ou prepostos envolvidos na execução do contrato;

10.2.11 Pagar todos os encargos trabalhistas, fiscais e comerciais, que incidam ou venham a incidir, direta ou indiretamente, sobre o objeto deste Contrato, podendo a CDTV, a qualquer momento, exigir do Contratado a comprovação de sua regularidade.;

10.2.12 Obedecer às instruções e aos procedimentos estabelecidos pela CDTV para a adequada execução do contrato, apresentando as informações solicitadas e os documentos comprobatórios do adequado cumprimento das obrigações contratuais, tenham elas natureza principal ou acessória;

10.2.13 Manter um arquivo organizado com todos os documentos e registros de fatos relevantes relacionados a este contrato;

10.2.14 Submeter à prévia aprovação da CDTV o *layout* do material de divulgação e de todas as peças publicitárias que contenham a sua marca/imagem, como ainda a de terceiro por esta indicada, bem como suas formas de divulgação;

10.2.15 Apresentar à CDTV, em até 30 (trinta) dias corridos após o encerramento do objeto deste Contrato, em versão prioritariamente digital, e impressa quando se fizer necessário por motivos operacionais, a prestação de contas contendo os relatórios financeiros, de avaliação do projeto/evento e de contrapartidas de comunicação, comprovando a realização e o cumprimento fiel e tempestivo de todas as cláusulas relacionadas neste Instrumento;

10.2.16 Solicitar à CDTV, justificadamente e por escrito, com antecedência mínima de 03 (três) dias úteis antes da realização da ação, quaisquer alterações no PROJETO/EVENTO, salvo em caso fortuito ou de força maior, quando deverá justificar as alterações ocorridas, cabendo à CDTV em ambos os casos, avaliar sua pertinência e, se for o caso, aprová-las;

10.2.17 Zelar pela identidade visual e de comunicação em todas as peças desenvolvidas, sob sua responsabilidade, para o PROJETO/EVENTO;

10.2.18 Respeitar a imagem, logo, brasão e/ou símbolos institucionais da CDTV/PMV, obedecendo às suas orientações;

10.2.19 Permitir vistorias e acompanhamento da execução do objeto contratual pelo fiscal;

10.2.20 Garantir à CDTV o direito de entrevistar, gravar, filmar e fotografar o PROJETO/EVENTO e o direito de utilizar entrevistas, gravações, imagens e fotos, conforme seu interesse;

10.2.21 Assegurar à CDTV o uso de material gravado pela PATROCINADA, durante o desenvolvimento do PROJETO/EVENTO, resguardados os direitos artísticos, de imagem, de voz, de produção cinematográfica e de distribuição. Quando solicitado, o material deverá ser fornecido à CDTV em até 15 (quinze) dias corridos após a data do pedido;

10.2.22 Não infringir quaisquer direitos autorais, patentes ou registros, inclusive marcas, *know-how* ou *trade-secrets*, durante a execução do contrato, sendo responsável pelos prejuízos, inclusive honorários de advogado, custas e despesas decorrentes de qualquer medida ou processo judicial ou administrativo iniciado em face da CDTV, por acusação da espécie;

10.2.23 Promover ações que resultem em mais visibilidade do PROJETO/EVENTO perante as comunidades local, regional, nacional e/ou internacional, se for o caso;

10.2.24 Cumprir todas as exigências determinadas pelos órgãos públicos para a realização do objeto deste Contrato, inclusive quanto ao pagamento de direitos autorais, seguros, taxas, impostos e demais encargos legais;

10.2.25 A inadimplência da PATROCINADA quanto aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transfere à CDTV a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto deste contrato.

10.2.26 Na hipótese de a PATROCINADA não apresentar em até 10 (dez) dias úteis, a documentação comprobatória do cumprimento das obrigações trabalhistas, previdenciárias e para com o FGTS, contados da data de solicitação pelo fiscal, a CDTV comunicará o fato à PATROCINADA, podendo reter pagamentos pendentes, até a devida comprovação da quitação das referidas obrigações.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA- DOS DIREITOS DA CDTV

11.1 Durante a vigência deste Contrato, a CDTV estará investida das seguintes prerrogativas:

11.1.1 Uso do título de patrocinadora do PROJETO/ EVENTO;

11.1.2 Direito de uso da marca do PROJETO/EVENTO em qualquer meio de comunicação e na criação de suas peças publicitárias promocionais, enquanto perdurar o PROJETO/EVENTO;

11.1.3 Direito de uso das informações divulgadas sobre o PROJETO/EVENTO no site da CDTV e/ou PMV e em qualquer outro meio de comunicação;

11.1.4 Direito de homologar previamente todo material de divulgação do PROJETO/EVENTO em que conste o seu nome, o seu logotipo ou a sua marca.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA VIGÊNCIA

12.1 O prazo de vigência deste contrato é de _____ (____) meses, contados da data de sua assinatura. (fixado com a inclusão do prazo para a prestação e contas e pagamento)

12.2 Respeitados os limites do art. 71 da Lei 13.303/2016, o presente contrato poderá ser prorrogado, por acordo entre as partes, desde que a medida seja vantajosa para a CDTV.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA- DAS ALTERAÇÕES

13.1 Desde que não altere a natureza do objeto contratado, o presente contrato poderá ser alterado, por acordo entre as partes, para melhor adaptar suas previsões ao interesse da CDTV nos termos e limites da Lei 13.303/2016.

13.2 As alterações contratuais serão formalizadas através de Termo Aditivo.

13.3 As alterações concernentes às hipóteses elencadas no art. 81, §7º da Lei 13.303/2016 serão efetuadas mediante apostilamento, sendo dispensada a emissão de aditivo contratual.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS SANÇÕES

14.1 São situações ensejadoras da aplicação de sanção(ões) ao contratado, o atraso injustificado na execução do contrato (mora) e/ou a sua inexecução total ou parcial;

14.2 O atraso injustificado na execução do contrato sujeita o contratado à multa de mora, nos termos do art. 82 da Lei 13.303/2016, limitada a 0,3% por dia, até o trigésimo dia de atraso.

14.3 A inexecução total ou parcial, aqui incluído o descumprimento de qualquer cláusula do contrato, sujeita o contratado às seguintes sanções, nos termos do art. 83 da Lei 13.303/2016:

a) Advertência;

b) Multa, limitada a 10% (dez por cento) sobre o valor do saldo remanescente do contrato, para o caso de inexecução parcial;

c) Multa, limitada a 30% (trinta por cento) sobre o valor total do contrato, para o caso de inexecução total;

d) Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CDTV, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

14.4 O procedimento para a aplicação de sanções é aquele previsto no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTV, o qual observa o devido processo administrativo, garantindo o contraditório e a ampla defesa.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA EXTINÇÃO DO CONTRATO

15.1 Este contrato poderá ser extinto:

15.1.1 Pela completa execução do seu objeto ou pelo advento de termo ou condição nele prevista;

15.1.2 Pelo término do seu prazo de vigência;

15.1.3 Por acordo entre as partes, desde que a medida não acarrete prejuízos para a CDTV.

15.1.4 Por ato unilateral da parte interessada, mediante comunicação escrita e fundamentada a ser enviada a outra parte, com antecedência de no mínimo, xxx (xxx) dias, desde que a medida não acarrete prejuízos para a CDTV,

15.1.5 Pela via judicial; e

15.1.6 Em razão de rescisão contratual pela ocorrência de qualquer dos motivos abaixo elencados:

- a) Descumprimento ou o cumprimento irregular ou incompleto de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;
- b) Atraso injustificado;
- c) Desatendimento das determinações regulares do gestor e/ou do fiscal do contrato para acompanhar e fiscalizar a sua execução;
- d) Cometimento reiterado de faltas na execução do contrato;

- e) Decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- f) Dissolução da sociedade ou o falecimento do contratado;
- g) Razões de interesse da CDTV, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e exaradas no processo interno;
- h) Ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS CASOS OMISSOS

16.1 Os casos omissos serão decididos pela CDTV segundo as disposições contidas na Lei nº13.303/2016, assim como no decreto municipal nº 17.960/2019, no Regulamento Interno de Licitações e Contratos da Companhia, especialmente no Regulamento da Política de Concessões de Patrocínio e demais legislações aplicáveis, especialmente o Código Civil Brasileiro.

17. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DO FORO

17.1 É competente o foro de uma das Varas da Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde de Vitória/ES, para a solução de eventuais litígios decorrentes deste contrato, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Estando justas e contratadas as partes assinam o presente instrumento de contrato, em 02 (duas) vias, para que surtam seus jurídicos efeitos, na presença de duas testemunhas.

Vitória, __ de _____ de _____.

Diretor Presidente da CDTV
PATROCINADORA

Diretora Administrativo Financeira da CDTV
PATROCINADORA

PATROCINADA

Testemunhas:

1) _____ CPF/MF _____

2) _____ CPF/MF _____

ANEXO V - RELATÓRIO FINANCEIRO

O relatório financeiro é composto pela planilha constante deste Anexo, na qual o proponente discriminará todos os gastos incorridos em seu Projeto/Evento, acrescida da documentação fiscal (nota fiscal, cupom fiscal ou recibo) apenas dos produtos/serviços que serão efetivamente pagos com patrocínio da CDTV.

Pede-se que as notas fiscais tenham, preferencialmente, no campo “Descrição do Serviço” ou “Discriminação do Serviço”, além do serviço prestado, o nome e a data do Projeto/Evento que está sendo patrocinado. Exemplo: Serviço de locação de Van para o Projeto/Evento _____, realizado no período de _____.

O patrocinado poderá contratar seus fornecedores/prestadores de serviços, necessários ao seu Projeto/Evento, em conformidade com o regulamento ou as normas de compras de sua própria entidade. A instituição privada não segue os princípios estabelecidos pela Lei das Estatais (13.303/2016), mas deverá agir considerando o princípio da economicidade. Assim, o proponente deve buscar a previsão e a descrição detalhada dos gastos totais associados ao Projeto/Evento, de modo a demonstrar que os valores orçados se encontram alinhados com as práticas de mercado. Recomenda-se o respaldo do valor solicitado para o patrocínio em elementos fáticos, a exemplo de cotações prévias junto a fornecedores/prestadores de serviço.

No caso da apresentação de Recibo de Pagamento de Autônomo – RPA, o patrocinado deverá apresentar a comprovação de inscrição no Cadastro de Contribuintes do Município e de que está em dia com os recolhimentos do INSS, IRPF e do ISS.

Anexo ao RPA devem ser enviados os comprovantes de recolhimento dos impostos.

**PLANILHA INTEGRANTE DO ANEXO V
RELATÓRIO FINANCEIRO
MODELO**

Nome do Projeto/Evento:							
Data de realização:							
Município:							
Público:							
Custo Geral do Projeto/Evento:					R\$		
Valor do Patrocínio:					R\$		
ORDEM NUMÉRICA	RUBRICA (Tipo de despesa, exemplos: transporte, alimentação, estrutura, etc)	DESCRIÇÃO (Detalhamento do tipo de despesa, exemplo: serviços de locação de van, locação de palco, etc)	Nº NF – (Número da nota fiscal correspondent e à rubrica indicada)	DATA DE EMISSÃO NF DD/MM/AA	EMPRESA/ FORNECEDOR (Nome da empresa)	VALOR R\$	OBSERVAÇÕES
1	Transporte	Passagem rodoviária					
2		Locação de van					
3		Locação de ônibus					
4	Alimentação	Lanche equipe de produção					
5		Coffee-break					
6	Mão de obra	Coordenação executiva, curadoria, produção, organização, planejamento do evento/projeto, quando se tratar da mesma pessoa do proponente					
7		Contratação de terceiros					

Obs.1: Anexar apenas as notas fiscais e/ou cupons fiscais referentes aos itens patrocinados pela CDTV em ordem numérica, de acordo com os itens enumerados na planilha.

Obs. 2: Discriminar na tabela acima todos os gastos com o Projeto/Evento, mas anexar apenas as notas fiscais e/ou cupons fiscais referentes aos itens patrocinados pela CDTV, em ordem numérica, de acordo com os itens enumerados na planilha.

Obs. 3: A CDTV poderá requisitar a apresentação de documentos complementares.

LOCAL E DATA

Nome e assinatura do responsável técnico do Projeto/Evento

Nome e assinatura do Representante Legal do Proponente

ANEXO VI - RELATÓRIO DAS CONTRAPARTIDAS DE COMUNICAÇÃO

1. Relatório das Contrapartidas de Comunicação

Neste relatório, o patrocinado deve comprovar as oportunidades de projeção da imagem corporativa do patrocinador por meio de:

- a) Peças gráficas com a logomarca da CDTV/PMV;
- b) Registro fotográfico do Projeto/Evento;
- c) Registro/fotografia de eventuais peças publicitárias/promocionais expostas no local (exemplos: placas de palco, banners, etc), contendo a marca da CDTV/PMV;
- d) Vídeos, livros, revistas, áudios (em caso de locução), matérias jornalísticas e quaisquer outros materiais que comprovem a realização do Projeto/Evento e da contrapartida e atestem a presença do público;
- e) Além de exemplares/fotos das peças de comunicação, é fundamental incluir comprovantes das quantidades produzidas/veiculadas, por meio das Notas Fiscais e dos mapas de veiculação das emissoras.

1.1 Execução da Contrapartida de Comunicação

Use a tabela de contrapartida para fazer a prestação de contas. TODOS os itens descritos nessa tabela deverão ser comprovados.

Segue abaixo modelo de Relatório das Contrapartidas de Comunicação. Na coluna **COMO COMPROVAR**, seguem as orientações para comprovação da execução da contrapartida.

Coloque os comprovantes em ordem numérica, de acordo com os itens enumerados no modelo de Relatório das Contrapartidas de Comunicação. O mesmo deve ocorrer para os itens que serão entregues em mídia digital.

1. Exemplos de Contrapartidas				
Ordem numérica	Nome da emissora de TV ou Rádio	Quantidade de inserção	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
1.	TV ...			Envie o VT gravado em mídia digital e cópia do mapa de veiculação em papel timbrado assinado pela emissora. Incluir nota fiscal caso haja custo.
2.	Rádio ...			Envie o spot gravado em mídia digital e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora. Incluir nota fiscal caso haja custo.
	Nome do Jornal/Revista	Formato do anúncio e Nº de inserções	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
3.	Jornal ...			Envie a página inteira do anúncio, contendo a exposição da marca CDTV. O jornal deve ser original (não pode ser xerox). A quantidade de páginas enviadas deve ser a mesma do número de inserções. Ex.: 02 anúncios, comprovação por meio do envio das 02 páginas. Incluir nota fiscal caso haja custo.

4.	Revista ...			Envie a revista que veiculou o anúncio e marque a página do anúncio que contém a exposição da marca CDTV. A revista deve ser original (não pode ser xerox). A quantidade de páginas enviadas deve ser a mesma do número de inserções. Ex.: 02 anúncios, comprovação por meio do envio das 02 páginas. Incluir nota fiscal caso haja custo.
	Mídia eletrônica	Quantidade de inserção	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
5.	www.xy.com.br			Envie um <i>print screen</i> da página do site contendo a marca da CDTV. Incluir nota fiscal caso haja custo.
6.	Newsletter			Envie um <i>print screen</i> de cada <i>newsletter</i> enviada contendo a marca da CDTV e a lista de destinatários para a qual a <i>newsletter</i> foi enviada – o patrocinado deve informar aos destinatários que o endereço eletrônico deles será repassado à patrocinadora como forma de comprovação da execução de contrapartida. Incluir nota fiscal caso haja custo.
	Outros - <i>outdoor</i>, <i>busdoor</i>, <i>front-light</i>, mídias alternativas, etc (especificar)	Quantidade de inserção	Período de Veiculação	COMO COMPROVAR
7.	Outdoor			Envie fotos dos <i>outdoors</i> . Envie também a

				comprovação da quantidade por meio da nota fiscal ou do mapa de exibição, em papel timbrado, assinado pela exibidora. Incluir nota fiscal caso haja custo.
8.	Front-light			Envie fotos dos <i>front-lights</i> . Envie também a comprovação da quantidade por meio de nota fiscal ou do mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora. Incluir nota fiscal caso haja custo.
	Peças gráficas/ Folheteria	Quantidade impressa	Observações	COMO COMPROVAR
9.	Folder			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
10.	Cartaz			Envie 01 exemplar ou foto do cartaz e nota fiscal comprovando a quantidade.
11.	Banners			Envie fotos dos banners e nota fiscal comprovando a quantidade.
12.	Pastas			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
13.	Crachás			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
14.	Certificados			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
15.	Placas de Sinalização			Envie fotos das placas e nota fiscal comprovando a quantidade.
16.	Sacolas			Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade.
17.	Totem			Envie fotos do totem e

				nota fiscal comprovando a quantidade.
	Outros itens de contrapartida	Detalhamento	COMO COMPROVAR	
18.	Cessão de Estande (m²)	Infraestrutura a ser disponibilizada (descritivo detalhado incluindo quantidades)	Envie fotos do estande em vários ângulos diferentes, com exibição da marca CDTIV.	
19.	Cessão de espaço para a CDTIV realizar palestras: Forma (palestrantes, mediadores, painelistas, etc)	Tema da palestra: Data: Tempo de duração:	Envie fotos do palestrante.	
20.	Cessão de espaço para a CDTIV realizar rodadas de negócios (m²)	Data: Montagem (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos, incluindo quantidades)	Envie fotos do local em que foi realizada a Rodada de negócios, com exibição da marca CDTIV.	
21.	Participação de representantes do CDTIV na mesa de abertura solene	Data: Hora prevista: Tempo de duração:	Envie fotos do participante na mesa solene do evento.	
22.	Espaço para veiculação de vídeos do CDTIV nos intervalos e/ou na abertura de cada sessão	Equipamentos disponíveis (descritivo detalhado dos itens de infraestrutura cedidos) Tempo máximo de exibição do vídeo: Formato do arquivo: Data para entrega: Local para entrega:	Envie filmagem ou fotos da exibição do vídeo da CDTIV no telão do evento. Mostrar também a plateia assistindo ao vídeo.	
23.	Cessão da lista (mailing) dos participantes e expositores com nome, endereço, CNPJ, e-mail e telefones.		Envie o arquivo com as informações em mídia digital.	

24.	Veiculação da marca CDTIV na publicação		Envie um exemplar original da publicação.
25.	Reparte da tiragem da publicação para uso do CDTIV		Envie protocolo de entrega com assinatura do representante da CDTIV que recebeu as publicações.
26.	Oportunidade para a CDTIV encartar peças gráficas nas pastas dos participantes	Descritivo da pasta (formato, quantidade, etc) Prazo para envio de material	Envie um exemplar da pasta completa e foto da distribuição aos participantes.
27.	Outros		

ANEXO VII - RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO DO PROJETO/EVENTO

1. Relatório de Avaliação do Projeto/Evento

Este Relatório deve explicitar os resultados e benefícios do projeto/evento. De modo a quantificar os resultados do Projeto/Evento, o patrocinado deverá comprovar o quantitativo de público participante (visitantes, cotas de inscrição), índices de negócios fechados (volume de vendas, geração de empregos por abertura de postos de trabalho) se couber, pesquisas de satisfação dos participantes e avaliação do Projeto/Evento junto ao público participante. O patrocinado deverá anexar registro fotográfico, vídeos, cópia de lista de presença, matérias publicadas nas redes sociais ou nos meios de comunicação tradicionais.

- a) O Relatório de avaliação deverá descrever e quantificar todos os aspectos relevantes do evento ou projeto que demonstrem de forma clara e objetiva seus resultados, como por exemplo: benefícios e resultados que podem ser fisicamente identificados ou mensurados por meio de dados quanto ao quantitativo de público (visitantes, cotas de inscrição), percentual de negócios fechados (volume de vendas, geração de empregos por abertura de postos de trabalho) se couber, exposição da marca em peças promocionais e mídias, cessão de espaços, cotas de inscrição, descontos para participação de público de interesse da Empresa, etc;
- b) O Relatório do Evento/Projeto deverá ser encaminhado à CDTV e acompanhar obrigatoriamente a prestação de contas apresentada pelo Patrocinado.

2. A Pesquisa de Satisfação junto ao Público Participante do Projeto/Evento

A pesquisa de Satisfação é de inteira responsabilidade do patrocinado, e será aplicada em casos de eventos com grande público frequentador (acima de **500** pessoas). O tamanho da amostra deverá ser dimensionado considerando o coeficiente de confiança e respectiva margem de erro, por meio de metodologias consagradas e devidamente aprovado pela CDTV.

Esta exigência tem como objetivo mensurar resultados alcançados por meio da percepção do público participante, expressa através do grau de satisfação e das avaliações de cada aspecto/quesito integrante do projeto/evento. A pesquisa também busca avaliar sob a ótica do marketing, a valorização de negócios, a difusão do conhecimento, a exposição e a vinculação da marca da Companhia ao Projeto/Evento, bem como a projeção da imagem institucional da CDTV/PMV perante os públicos de interesse. Os resultados da pesquisa serão apresentados em um relatório síntese, a saber:

- a) A Pesquisa de Satisfação será realizada em três etapas: a Preparação (definição do formulário/questionário, a definição do plano amostral e da equipe executora); a Aplicação

(coleta de dados durante ou pós-evento/projeto); e a Sistematização (tratamento dos dados e produção de relatório).

- b) O Formulário/questionário da pesquisa deverá ser previamente apresentado à CDTV, e somente após a aprovação, será aplicado junto público participante do Projeto/Evento de acordo com o modelo sugestivo abaixo, “FORMULÁRIO DE PESQUISA DE
- c) SATISFAÇÃO”, um exemplo de ferramenta de pesquisa, podendo o patrocinado elaborar outro formulário ou questionário mais adequado à natureza de seu evento/projeto e ao público de interesse.
- d) Os dados coletados na Pesquisa de Satisfação deverão ser sistematizados e tratados, em tabelas contendo as frequências absolutas e relativas (perguntas fechadas), e através da transcrição e sistematização das respostas mais representativas (perguntas abertas). Os resultados serão apresentados em um Relatório Síntese da Pesquisa, contendo breve descrição da metodologia, tabelas das frequências absolutas e relativas, parte descritiva e resultados/conclusões.
- e) O Relatório Síntese da Pesquisa de Satisfação, os formulários de avaliação preenchidos, também deverão ser encaminhados à CDTV e acompanhar obrigatoriamente a prestação de contas apresentada pelo Patrocinado.

Pesquisa de Satisfação		
O proponente deverá preencher os três itens abaixo, antes de entregar ou aplicar o formulário para avaliação pelo seu público.		
Projeto/Evento: _____		
Período de realização: _____		
Município/UF: _____		
Nome do participante: _____		
Telefone: () _____		
E-mail: _____		
1. Qual a sua opinião sobre a divulgação do Projeto/Evento?		
() Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Não se aplica		
2. Como você ficou sabendo do Projeto/Evento?		
() <i>Banner</i>	() Carro de som	() Cartaz
() Mídia eletrônica	() <i>Outdoor</i>	() Panfleto/folder
() Rádio	() TV	() Outros:

3. Qual a sua opinião sobre a programação do Projeto/Evento?

() Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Não se aplica

4. Qual a sua opinião sobre a organização geral do Projeto/Evento?

() Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Não se aplica

5. Qual a sua opinião sobre as instalações e estrutura do Projeto/Evento?

() Ótimo () Bom () Regular () Ruim () Não se aplica

6. Você indicaria esse Projeto/Evento para outras pessoas? Justifique:

() Sim () Não

7. Você sabe quem é/são o(s) patrocinador(es) deste evento?

() Não

() Sim. Citar o(s) patrocinador(es) do(s) qual(is) você se lembra:

8. Comentários opcionais (sugestões, pontos positivos e negativos)

9.

10.

11.

12.

13.

14.
15.
16.
17.

Por fim, o Relatório do Evento/Projeto, assim como o Relatório Síntese da Pesquisa de Satisfação, quando for o caso, tem por objetivo gerar indicadores que auxiliem o monitoramento de resultados com vistas ao aperfeiçoamento contínuo das políticas públicas e da gestão municipal, e dessa forma subsidiar as tomadas de decisão desta CDTV quanto aos próximos eventos e projetos que apresentem potencialmente efetividade de suas ações para o Município de Vitória.