

**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

**CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE MATO GROSSO – CREA/MT**

Anexo IIIB

Edital de Seleça˜o Pú´blica de Projetos de Patrocí´nio CREA/MT nº 001/2021

Relato´rio de Execúça˜o de Patrocí´nio de Públicaça˜o

# Dados do Contrato de Patrocínio

|  |  |
| --- | --- |
| **Contrato nº** | **Processo nº** |
| **Razão Social da pessoa jurídica contratada** | **CNPJ** |
| **Telefone** | **Web site** | **E-mail** |
| **Representante legal** | **CPF** |
| **Telefone** | **Celular** | **E-mail** |
| **Responsável pelo projeto de patrocínio** | **Cargo** |
| **Telefone** | **Celular** | **E-mail** |

**Avaliação da Publicação Patrocinada**

Identificação do objeto do projeto

|  |
| --- |
| **Identificação da publicação**( ) Livro ( ) Manual técnico ( ) RevistaInforme o nome definitivo da publicação, objeto do projeto, incluindo o número da edição, se houver |
| **Período de produção da publicação** | **Data do lançamento** | **Cidade** | **Estado** |
| **Descrição**Descreva a publicação produzida e suas especificações técnicas e, no caso de divergências em relação ao projeto inicial, inclusive alteração de data, justifique e enumere as soluções adotadas. |
| **Objetivo**Apresente e avalie os resultados alcançados com o lançamento da publicação e, no caso de divergências em relação ao projeto inicial, justifique os impactos observados |
| **Público-alvo atingido**( ) Profissionais ( ) Docentes ( ) Estudantes ( ) Empresários ( ) Administradores Públicos ( ) Outros Informe o público-alvo efetivamente atingido pela publicação e, no caso de divergências em relação ao projeto inicial, justifique as possíveis causas |
| **Abrangência do tema**Descreva o atendimento da expectativa do público-alvo em face do tema abordado na publicação |
| **Formato de publicação** ( ) Impressa ( ) Digital |

**Quantidade de exemplares impressos, se foi o caso** ( )

# Dados da Produção da Publicação

|  |
| --- |
| **Itens verificados após produção e/ou evento de lançamento da publicação** |
| Nº exemplares da publicação |  |
| Nº palestras |  |
| Nº vsitantes |  |
| **Parcerias que apoiaram a produção da publicação patrocinada** |
| **Identificação do parceiro** | **Tipo de parceria**(patrocínio, apoio, parceria) | **Estágio das negociações**(confirmada) | **Valor repassado**(R$) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **R$ Total de Parcerias formalizadas** |  |

**Programação Final do Evento de Lançamento da Publicação, se ocorreu**

Programação definitiva, incluindo as atividades, os temas abordados e os nomes dos palestrantes/personalidades que compareceram ao evento

# Custo Final da Publicação e do Evento de Lançamento, se ocorreu

Custo total verificado após realização do projeto

|  |
| --- |
| **Avaliação do custo do projeto**Avalie os custos finais do projeto e justifique possíveis alterações relativas às despesas inicialmente previstas |
|  |
| **Elementos**Informar valores investidos na realização do evento | **R$ realizado** | **% do elemento sobre o custo total do evento** |
| Infraestrutura e logística |  |  |
| Recursos humanos |  |  |
| Diagramação |  |  |
| Impressão |  |  |
| Divulgação |  |  |
| Outros |  |  |
| **Total investido no evento** | **R$** | **100%** |
| **Itens de despesa realizada**Informar itens custeados com a cota de patrocínio | **R$ utilizado** | **Comprovantes das despesas**Nota fiscal, outros |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Cota de Patrocínio do CREA/MT** | **R$ concedido** | **% da cota de patrocínio sobre custo total do evento** |
| Objeto patrocinado: publicação |  |  |

# Contrapartidas Executadas

Marque um X e detalhe as contrapartidas de comunicação concedidas ao CREA/MT, informando obrigatoriamente aquelas que foram oferecidas no Plano de Trabalho de Patrocínio.

|  |  |
| --- | --- |
| **A** | **Tipo de Contrapartida: Imagem-inserção da logomarca** |
| **Elemento de mídia** | **Marque X** | **Item** | **Detalhamento** | **Forma de comprovação** |
| **1** | Publicação patrocinada |  | Capa da publicação |  | Arquivo digital de fotos do item.O envio do layout não serve como comprovante. |
|  | Contracapa da publicação |  | Arquivo digital de fotos do item. O envio do layout não serve como comprovante. |
| **2** | Peças gráficas impressas de divulgação |  | Adesivos | Quant: | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Cartazes | Quant: | Arquivo digital de fotos do item e notafiscal comprovando a quantidade |
|  | Certificados | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Crachás | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Folders | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Outros | Quant: | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
| **3** | Peças audiovisuais de divulgação |  | Locução | Público para quem foi anunciado:Nº de menções: | Arquivo digital de vídeo que comprove o item, divulgando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
|  | Documentário | Público para quem foi anunciado:Nº de menções: | Arquivo digital do item com a exposição damarca do CREA/MT entre os patrocinadores |
|  | Making off | Público para quem foi anunciado:Nº de veiculações: | Arquivo digital do item com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
|  | Vídeo do evento | Público para quem foi anunciado:Nº de veiculações: | Arquivo digital do item com a exposição da marca do CREA/MT entre ospatrocinadores |
|  | Outros |  | Arquivo digital do item com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
| **4** | Peças eletrônicas de divulgação |  | Convites eletrônicos | Quant:Público para quem foi anunciado: | Arquivo digital (print screen) da lista de e- mail enviado e do item com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores. |
|  | E-mail marketing | Quant:Público para quem foi anunciado: | Arquivo digital (print screen) da lista de e- mail enviado e do item com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores.O envio do layout não serve como comprovante. |
|  | Hot site |  | Endereço da página com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores.Nº de acessos ao site. |
|  | Newsletters | Público para quem foi anunciado:Nº de edições enviadas: | Arquivo digital de imagem (print screen) de cada newsletter enviada contendo a marca do CREA/MT.O envio do layout não serve como comprovante. |
|  | Outros |  | Endereço da página ou arquivo digital do item com a exposição da marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
| **5** | Peças publicitárias de mídia impressa |  | Anúncios veiculados em jornais | Nome do jornal: Formato: Período:Nº de anúncios/matérias publicados: | Arquivo digital de foto da página inteira do jornal com o anúncio contendo a exposição da marca CREA/MT.Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca da tiragem e do número de anúncios/matérias publicados. |
|  | Anúncios veiculados em revistas | Nome da publicação: Formato:Período: | Arquivo digital de foto da página inteira da revista com anúncio contendo a exposiçãoda marca CREA/MT. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | Nº de anúncios/matérias publicados: | Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca da tiragem e do número de anúncios/matérias publicados. |
|  | Outros | Nome da publicação: Formato:Período: | Arquivo digital de foto da página inteira da mídia com anúncio contendo a exposição da marca CREA/MT |
| **6** | Peças publicitárias de mídia televisiva e radiofônica |  | Anúncios em TV aberta | Nome do veículo: Tipo:Período: Horário:Nº de inserções realizadas: | Arquivo digital do VT gravado e cópia do mapa de veiculação em papel timbrado e assinado pela emissora.Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca do alcance e do número de inserções realizadas. |
|  |  | Anúncios em TV fechada | Nome do veículo: Tipo:Período: Horário:Nº de inserções realizadas: | Arquivo digital do VT gravado e cópia do mapa de veiculação em papel timbrado e assinado pela emissora.Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca do alcance e do número de inserções realizadas. |
|  | Anúncios em rádio | Nome do veículo: Tipo:Período: Horário:Nº de inserçõesrealizadas: | Arquivo digital do anúncio e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora.Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca do alcance e donúmero de inserções realizadas. |
|  | Outros | Nome do veículo: Tipo:Período: Horário: | Arquivo digital do anúncio veiculado |
| **7** | Peças publicitárias de mídia eletrônica ou online |  | Banners | Nome do site: Período: | Arquivo digital da imagem (print screen) de cada item contendo a marca do CREA/MT.Informação do sistema acerca do número de cliques realizados.O envio do layout não serve como comprovante. |
|  | Half banners | Nome do site: Período: | Arquivo digital da imagem (print screen) de cada item contendo a marca do CREA/MT.Informação do sistema acerca do número de cliques realizados.O envio do layout não serve comocomprovante |
|  | Super banners | Nome do site: Período: | Arquivo digital da imagem (print screen) de cada item contendo a marca do CREA/MT.Informação do sistema acerca do número de cliques realizados.O envio do layout não serve como comprovante |
|  | Outras | Nome do site: Período: | Arquivo digital da imagem (print screen) de cada item contendo a marca do CREA/MT.O envio do layout não serve comocomprovante |
| **8** | Peças publicitárias de mídia exterior ou não mídia |  | Busdoors | Tipo: Período:Nº de veiculações: | Arquivo digital de fotos do item e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidoraInformação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de veiculações realizadas. |
|  | Mobiliário urbano | Tipo: Período:Nº de veiculações: | Arquivo digital de fotos do item e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de veiculações realizadas. |
|  | Outdoors | Tipo: Período:Nº de veiculações: | Arquivo digital de fotos do item e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de veiculações realizadas. |
|  | Painéis de rua | Tipo: Período:Nº de veiculações: | Arquivo digital de fotos do item e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de veiculações realizadas. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | Outros | Tipo: Período:Nº de veiculações: | Arquivo digital de fotos do item e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de veiculações realizadas. |
| **9** | Peças de sinalização |  | Backdrops | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Banners | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Testeiras | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Totens | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Outros | Quant: | Arquivo digital de fotos do item e notafiscal comprovando a quantidade |
| **10** | Peças promocionais |  | Agenda | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Bloco de notas | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Canetas | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Pasta | Quant:(alinhada ao nº de participantes) | Arquivo digital de fotos do item e nota fiscal comprovando a quantidade |
|  | Outros | Quant: | Arquivo digital de fotos do item e notafiscal comprovando a quantidade |
| **11** | Divulgação em redes sociais |  | Postagens | Nome da rede social: Nº de postagens: | Arquivo digital com imagem (print screen) de cada item contendo a marca do CREA/MT e o número de curtidas.O envio do layout não serve como comprovante. |
| **B** | **Tipo de Contrapartida: Imagem-citação ou menção** |
| **Elemento de mídia** | **Marque X** | **Item** | **Descrição** | **Forma de comprovação** |
| **1** | Citação do CREA/MT durante a realização do evento |  | Citação por mestre de cerimônias | Público para quem foi anunciado:Nº de menções: | Arquivo digital de vídeo que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores.Vídeo deve mostrar a plateia.Informação acerca do público e o número de menções realizadas. |
|  | Menção em sistema de som do local | Público para quem foi anunciado:Nº de menções: | Arquivo digital de vídeo que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores.Informação acerca do público e o número de menções realizadas. |
|  | Citação em entrevistas |  | Arquivo digital de vídeo que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores.Informação acerca do entrevistado e o número de entrevistas realizadas. |
|  | Outras |  | Arquivo digital de vídeo que comprove oitem, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
| **2** | Citação do CREA/MT em mídias radiofônicas |  | Citação do CREA/MT em spot de rádio | Nº de citações: | Arquivo digital do SPOT e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de citações realizadas. |
|  | Citação do CREA/MT em merchandising | Nº de citações: | Arquivo digital da imagem do item e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora.Informação em papel timbrado e assinadopela empresa acerca do alcance e do número de citações realizadas. |
|  | Citação do CREA/MT em carro de som | Nº de citações: | Arquivo digital de áudio que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | Informação em papel timbrado e assinado pela empresa acerca do alcance e do número de citações realizadas. |
|  | Outras |  | Arquivo digital de áudio que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores |
| **3** | Citação do CREA/MT em releases e materiais distribuídos à imprensa |  | Releases e materiais distribuídos à imprensa |  | Arquivo digital de (print screen) com a comprovação do envio do release aos veículos.Arquivo digital de matérias veiculadas pela imprensa que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre ospatrocinadores |
| **4** | Exibição de vídeo do CREA/MT durante o evento/exposição |  | Exibição de vídeo |  | Arquivo digital de vídeo que comprove o item, citando a marca do CREA/MT entre os patrocinadores. Vídeo deve mostrar a plateia. |
| **5** | Inserção de prefácio, texto institucional ou anúncio do CREA/MT na publicaçãopatrocinada |  | Inserção de prefácio, texto institucional ou anúncio do CREA/MT na publicação patrocinada | Tipo de inserção: Nº de inserções: | Exemplar original da publicação |
| **6** | Inserção de texto institucional ou anúncio do CREA/MT em publicações do evento/exposição |  | Inserção de texto ou anúncio do CREA/MT em publicações do evento/exposição |  | Exemplar original da publicação |
|  | Inserção de texto ou anúncio do CREA/MTem catálogos do evento/exposição |  | Exemplar original da publicação |
|  | Outras |  |  |
| **C** | **Tipo de Contrapartida: Negocial** |
| **Elemento de mídia** | **Marque X** | **Item** | **Descrição** | **Forma de comprovação** |
| **1** | Distribuição ou instalação de materiais de divulgação do CREA/MT |  | Inclusão de folhetos doCREA/MT nas pastas dos participantes |  | Arquivo digital de foto da pasta dosparticipantes contendo o material do CREA/MT |
|  | Distribuição de folhetos do CREA/MT aosparticipantes |  | Arquivo digital de foto que comprove o item |
|  | Autorização parainstalação de totens do CREA/MT |  | Arquivo digital de foto que comprove que o item foi instalado no evento |
|  | Autorização para instalação de banners do CREA/MT |  | Arquivo digital de foto que comprove que o item foi instalado no evento |
|  | Outras |  |  |
| **2** | Participação de representantes do CREA/MT na programação do evento |  | Participação de representante do CREA/MT na mesa de abertura |  | Arquivo digital de fotos ou de vídeo do representante do CREA/MT na mesa de abertura |
|  | Participação de representante do CREA/MT em palestra |  | Arquivo digital de fotos ou de vídeo do representante do CREA/MT como palestrante |
|  | Participação de representante doCREA/MT em painel |  | Arquivo digital de fotos ou de vídeo do representante do CREA/MT no painel |
| **3** | Cessão de mailing do projeto |  | Cessão de mailing do evento/projeto | O participante deve autorizar a cessão domailing ao patrocinador | Arquivo digital com as informações. |
| **4** | Cessão de exemplares da publicação patrocinada |  | Cessão de exemplares impressos | Quant: | Arquivo digital de imagem (print screen) do e-mail ou de foto do ofício assinado pelapatrocinada que comprove a cessão e o envio dos exemplares |
| **D** | **Tipo de Contrapartida: Sustentabilidade** |
| **Elemento de mídia** | **Marque X** | **Item** | **Descrição** | **Forma de comprovação** |
| **1** | Ações de caráter Social |  | Doação de produtos ou materiais do evento a instituições de caridade, cooperativasde reciclagem |  | Declaração da instituição, endereço da página com publicação de matéria ou arquivo digital de fotos ou de vídeo que comprovem o item |
| **2** | Ações de caráter Ambiental |  | Confecção de material gráfico em papel com |  | Nota fiscal de contratação dos serviços gráficos ou de aquisição do material |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | certificação FSC ou CERFLOR |  | gráfico com descrição do papel com certificação FSC ou CERFLOR |

# Instruções

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | Todas as informações acerca das contrapartidas executadas devem ser informadas no Relatório de Execução de Patrocínio. |
| **2** | A comprovação da execução das contrapartidas se dará através de arquivos digitais, conforme orientação apresentada, disponibilizados por e-mail (gco.fiscalizacao@CREA/MT.org.br), link para download (wetransfer.com, google drive, sendspace.com, etc.), DVD ou pen drive, referenciando o número do processo correspondente (Processo nº ). |
| **3** | A comprovação das despesas se dará através de arquivos digitais das notas fiscais ou de outros comprovantes legalmente aceitos (legíveis), atestados e datados, emitidos em nome da contratada, contendo no seu descritivo o serviço prestado relacionados ao objeto do patrocínio, disponibilizados por e-mail (gco.fiscalizacao@CREA/MT.org.br), referenciando o número do processo correspondente (Processo nº ). |
| **4** | Em nenhuma hipótese a contratada poderá aplicar os recursos financeiros em objeto diferente daquele acordado no Contrato. |
| **5** | Não serão aceitos comprovantes de despesas efetuadas com data anterior à assinatura do Contrato ou posterior à sua vigência. |
| **6** | A contratada deverá apresentar o Relatório de Execução de Patrocínio no prazo de até 30 (trinta) dias após a realização do objeto, conforme estipulado no Contrato. |
| **7** | Caso a contratada necessite de prazo maior que 30 (trinta) dias para apresentar o Relatório de Execução de Patrocínio, deverá solicitar alteração deste prazo por meio de ofício instruído com justificativa e dirigido ao Fiscal do contrato através do e-mail (gco.fiscalizacao@CREA/MT.org.br), referenciando o número do processo correspondente (Processo nº ). |
| **8** | A contratada deve manter em seu poder os documentos fiscais originais por 5 (cinco) anos. |

**Relação de Anexos Enviados**

Relacione todos os aquivos digitais encaminhados para comprovar a execução das contrapartidas e das despesas pagas com a cota de patrocínio, conforme orientação sobre a forma de comprovação correpondente.

|  |  |
| --- | --- |
| **1** |  |
| **...** |  |
| **n** |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Local e Data |  | Assinatura do representante(s) legal(is) da contratada |

# DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

(Usar papel timbrado do patrocinado)

(Nome completo da pessoa jurídica), inscrita no CNPJ sob o n° (número-dígito), declara(o), sob as penas da lei, que são autênticas todas as cópias dos documentos fiscais, apresentadas ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Mato Grosso - CREA/MT, para fins de prestação de contas, referente aos recursos financeiros recebidos e à execução das contrapartidas de comunicação, conforme Contrato nº (número/ano), assinado em (dia/mês/ano).

Assinatura do(s) Representante(s) Legal(is) da Contratada

Carimbo da Instituição

## Dados do(s) representante(s) legal(is) da pessoa jurídica

Nome completo

CPF nº (número-dígito) RG nº (número)

**Base Legal:** art. 225 do Código Civil e art. 304 do Código Penal

**Observação**: esta declaração deverá ser assinada por todos os representantes legais da pessoa jurídica, de acordo com seu Contrato Social.