

## **INFORMAÇÕES IMPORTANTES:**

- Este documento constitui-se num roteiro para a elaboração de Propostas de Patrocínio.
- Todas as informações são obrigatórias para análise da concessão do patrocínio.
- A Proposta de Patrocínio deve ser enviada formalmente nos termos do artigo 15 do Decreto nº 11.927 de 31 de janeiro de 2024.

## **MODELO PARA PROPOSTA DE PATROCÍNIO**

### **1. PROPONENTE**

- Razão Social:
- Nome fantasia:
- CNPJ:
- Endereço:
- Telefones:
- E-mail:
- Nomes dos representantes:
- Pessoa para contato:
- Celular da pessoa para contato:
- Breve histórico da instituição:

### **2. PROJETO**

- Nome do projeto:
- Descrição do projeto: (Até 20 mil caracteres)
- Local:
- Período:
- Objetivos:
- Justificativa:
- Tipo de Patrocínio (Exclusivo, Principal, Co-patrocínio ou Apoio):
- Programação (quando seminários, congressos, simpósios e similares, incluir temas e palestrantes):
- Público alvo (Qualificar: descrição do público, suas principais características. - Quantificar: Previsão de quantitativo do público esperado)

### **3. PROPOSTA**

- Valor pleiteado para patrocínio:
- Discriminação detalhada dos custos globais do projeto:
- Informação do banco, agência e conta bancária para depósito do repasse:

### **4. CONTRAPARTIDAS PROPOSTAS**

Descrição detalhada e quantificação das contrapartidas:

- Imagem** – Informar todas as contrapartidas de inserção ou citação da marca do Município de Santa Cruz do Sul nos materiais de divulgação do projeto. Por exemplo:
- material impresso – pastas, blocos, cartazes, *folders*, folhetos, filipetas,

programações, bandeirolas, ingressos, convites, credenciais;

- outras contrapartidas – balões *blimp*, painéis, *banners*/estandartes, placas, camisetas, bonés, canetas, sonorização no local do evento, serviço de carro-de-som, chamadas-foguete ou digitais, *videowall*, projeção em raio laser, telão, uniformes, *outdoor*, *busdoor*, *back-light*, *front-light*, painel eletrônico entre outros;
- entrevistas e *releases* enviados à imprensa;

**Negocial** – Informar todas as contrapartidas que visem à aproximação direta com o cidadão, como por exemplo:

- quantidade de convites que serão cedidos ao Município de Santa Cruz do Sul;
- banners* do Município de Santa Cruz do Sul no local do evento;
- cessão de estande para o Município de Santa Cruz do Sul;
- a participação de representante do Município de Santa Cruz do Sul no evento;
- exibição de vídeo institucional do Município de Santa Cruz do Sul no evento;
- cessão de exemplares do produto patrocinado;

**Mídia** – Informar todas as contrapartidas de mídia convencional e alternativa, especificando:

- veículo – tipo e nome do veículo de comunicação (ex.: Rádio Brasil; TV Brasil; Jornal Brasil);
- formato – característica do anúncio (no caso de jornal – cm x coluna, no caso de rádio e televisão – tempo do anúncio – 15',30',60',90');
- tempo de exposição do anúncio – período de veiculação, no caso de televisão e rádio;
- página na qual o anúncio será publicado – no caso de jornal ou revista;
- número de inserções/freqüência – quantidade de vezes que o anúncio será veiculado e período de veiculação de cada inserção;
- internet – formato (identificação da peça e dimensão em *pixels*) e período de exposição (quantidade de visualizações);

**Ambiental** - Informar as contrapartidas que possibilitem retornos que favoreçam o meio ambiente, como por exemplo:

- \* impressão do material gráfico, ou parte dele, em papel reciclado, em papel certificado ou em papel semente;
- inclusão de frases educativas, alusivas à preservação do meio ambiente no material de divulgação;
- \* coleta seletiva de resíduos no local de realização com correta destinação do mesmo (convênio com associação de catadores, destinação de materiais específicos a ONG, etc.);
- \* distribuição de mudas, sementes ou material educativo pertinente à temática durante a realização do evento.

**Social** – Informar as contrapartidas que possibilitem retornos que favoreçam a inclusão social, como por exemplo:

- arrecadação de alimentos não perecíveis;
- arrecadação de roupas, calçados, entre outros;
- realização de workshop, palestras ou oficinas abertas à população;

- parcerias com escolas da rede pública municipal;  
 acessibilidade.

#### **5. USO DAS MARCAS DO MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DO SUL**

Informar os dados sobre a (s) empresa (s) que confeccionará (ão) os materiais de divulgação e mídia do evento os quais conterão a marca do Município de Santa Cruz do Sul, se aprovado o patrocínio:

- nome da empresa
- pessoa para contato
- fone da pessoa para contato
- e-mail

#### **6. ALTERNATIVAS DE COTAS DE PATROCÍNIO**

Informar cotas de patrocínios alternativas com respectivos valores, se houver.

#### **7. OUTROS PATROCINADORES**

Identificar outros patrocinadores já contatados, se houver, informando o valor da cota de patrocínio de cada um.

As parcerias e apoios também devem ser mencionados, se houver.

#### **8. OUTRAS INFORMAÇÕES**

Experiências anteriores em promoções similares.

Elenco de metas, ações e resultados esperados.

Outras informações relevantes ao evento/promoção.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024.

\_\_\_\_\_  
nome e assinatura do representante legal da empresa