



**EDITAL DE  
CHAMAMENTO  
PÚBLICO PARA  
SELEÇÃO PÚBLICA  
DE PATROCÍNIOS**

---

**2025**

- 1. Objeto**
- 2. Áreas de atuação**
- 3. Mercados Estratégicos**
- 4. Requisitos dos Projetos**
- 5. Inscrições**
- 6. Vedações**
- 7. Seleção dos Projetos**
- 8. Contrapartidas**
- 9. Prestação de Contas**
- 10. Benefícios Finais**
- 11. Disposições**
- 12. Contato**
- 13. Referências Legais**

# 1. Objeto

**1.1.** Este edital tem como objetivo selecionar eventos e projetos que promovam o turismo internacional no Brasil, alinhados ao Plano Estratégico 2024-2027 da Embratur, conforme [Resolução DIREX nº 56/2024](#).

**1.2.** As propostas devem apresentar impacto em:

- I** - Fortalecimento da imagem do Brasil no exterior;
- II** - Alavancagem e ampliação de ações em mercados estratégicos;
- III** - Alinhamento com os Objetivos Estratégicos da Embratur;
- IV** - Promoção de segmentos prioritários, tais como:

- A** Inovação;

---

- B** Sustentabilidade;

---

- C** Inclusão (afroturismo, LGBTQIA+, acessibilidade);

---

- D** MICE (Reuniões, Incentivos, Conferências e Exposições).

---

**1.3.** Não serão considerados patrocínios que:

- I** - Caracterizem;
  - A** Doações ou permutas;

---

  - B** Cessão gratuita de bens, serviços ou recursos.

---

- II** - Não apresentem impacto no turismo internacional;

### III - Sejam voltados para:

- A** Projetos de mídia publicitária ou ações promocionais isoladas;

---

- B** Permuta de materiais, produtos ou serviços pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;

---

- C** Aporte financeiro com contrapartida exclusiva de tempo e/ou espaço de mídia, sem associação ao projeto patrocinado;

---

- D** Ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

---

- E** Simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande, sem divulgação de produtos, serviços, marcas ou políticas públicas associadas ao evento.

---

#### 1.4. Aporte financeiro:

- I** - O valor será definido em função da cota de patrocínio acordada com os proponentes e condicionado à disponibilidade orçamentária da Embratur;
- II** - O valor do patrocínio concedido não poderá ser superior a 60% (sessenta por cento) do custo integral do projeto, exceto se o valor for inferior a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais);
- III** - Projetos não selecionados poderão compor o Banco de Projetos da Embratur.

#### 1.5. Disposições sobre o Banco de Projetos:

- I** - A inscrição de projetos no Banco de Projetos não obriga sua contratação pela Embratur;
- II** - A eventual contratação dependerá de:
  - A** Disponibilidade orçamentária;

---

  - B** Interesse institucional da Embratur.

---

# 2. Áreas de atuação

O edital está aberto para projetos que se enquadrem nas seguintes áreas de atuação relacionadas ao turismo:

## 2.1. Cultura e Economia Criativa

I - Festivais de música, promovendo artistas brasileiros e gêneros musicais nacionais;

II - Exposições de arte (artes visuais, fotografia e multimídia);

III - Cinema e audiovisual, incluindo festivais e documentários com narrativas focadas em:

a) Locações turísticas do Brasil;

b) Turismo sustentável, afroturismo, LGBTQIA+, acessibilidade e patrimônio cultural.

IV - Literatura e eventos literários, como feiras de livros e lançamentos internacionais;

V - Workshops e oficinas criativas, como artesanato, moda e gastronomia;

VI - Feiras de economia criativa com foco em produtos culturais, inovadores e sustentáveis.



## 2.2. Gastronomia

I - Festivais gastronômicos com chefs brasileiros e ingredientes típicos;

II - Feiras e exposições gastronômicas internacionais;

III - Experiências imersivas, como oficinas culinárias e degustações..



## 2.3. Turismo de Aventura e Natureza

I - Competições e eventos de aventura (trilhas, escalada, rafting, etc.);

II - Promoção de destinos naturais em parques e reservas;

III - Observação de vida selvagem, com práticas de conservação ambiental.



## 2.4. Turismo Sustentável

I - Projetos de ecoturismo que valorizem os biomas brasileiros;

II - Turismo de base comunitária, com roteiros gerenciados por comunidades locais;

III - Ações de conservação ambiental integradas ao turismo.



## 2.5. Diversidade e Inclusão



- I - Afroturismo, com roteiros focados na cultura afro-brasileira;
- II - Turismo LGBTQIA+, promovendo o Brasil como destino inclusivo;
- III - Turismo acessível, voltado para pessoas com deficiência;
- IV - Turismo étnico, valorizando comunidades indígenas, quilombolas e tradicionais.

## 2.6. Turismo de Negócios e MICE



- I - Feiras e exposições internacionais;
- II - Congressos e conferências globais.

## 2.7. Inovação e Tecnologia no Turismo



- I - Apoio a startups e soluções tecnológicas;
- II - Uso de realidade virtual e aumentada;
- III - Eventos tecnológicos aplicados ao turismo;
- IV - Experiências de Inovação Social: Turismo de base comunitária, utilização de tecnologias sociais aplicadas ao turismo, governanças corporativas;
- V - Projetos com instituições de ensino e pesquisa: Elaboração de pesquisa aplicada e de base em prol do setor turístico, bolsas de estudo, eventos acadêmicos e publicações acadêmicas;
- VI - Projeto P&D: Projeto para aplicação e/ou desenvolvimento de tecnologia e/ou inovação nas empresas do trade turístico.

## 2.8. Patrimônio Histórico e Cultural



- I - Roteiros turísticos históricos em patrimônios tombados;
- II - Festivais culturais que destacam manifestações tradicionais brasileiras.

## 2.9. Turismo Rural



- I - Experiências de turismo rural, como roteiros agrícolas e hospedagens em fazendas;
- II - Festivais e feiras rurais.

## 2.10. Turismo Científico



- I - Exploração científica em sítios arqueológicos e ambientes naturais;
- II - Observação ambiental voltada para pesquisa e preservação.



### 2.11. Turismo Esportivo e de Saúde

- I - Eventos esportivos internacionais (ciclismo, surfe, corrida, etc.);
  - II - Turismo de saúde, promovendo bem-estar e práticas terapêuticas.
- 



### 2.12. Audiovisual

- I - Promoção de destinos turísticos brasileiros por meio de filmes que destaquem locações, histórias, personagens ou experiências turísticas;
  - II - Realização de festivais nacionais ou internacionais relevantes, preferencialmente com edições anteriores realizadas;
  - III - Ativações in loco para promoção de destinos, em parceria com órgãos de cultura, trade turístico, conventions ou film commissions;
  - IV - Mobilização de atores-chave do setor turístico e audiovisual para fortalecer redes de Film Commissions brasileiras e ampliar o impacto das ativações.
- 



### 2.13. ESG (Ambiental, Social e Governança)

- I - Projetos que incentivem a capacitação de comunidades locais para atuar no turismo.
  - II - Iniciativas que promovam diversidade e inclusão social, com apoio a quilombolas, indígenas e outras comunidades tradicionais.
  - III - Campanhas para reduzir desigualdades e fortalecer o turismo regenerativo e de base comunitária.
  - IV - Iniciativas de neutralização de carbono em atividades turísticas.
- 



### 2.14. Institucional

- I - Divulgação da imagem do Brasil e programas da Embratur.
-

# 3. Mercados Estratégicos

Os projetos, preferencialmente, devem atingir os Mercados Estratégicos, dispostos no [Plano Estratégico 2024-2027](#)

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| <b>1</b> - Argentina      | <b>14</b> - Peru          |
| <b>2</b> - Estados Unidos | <b>15</b> - Suíça         |
| <b>3</b> - Alemanha       | <b>16</b> - Países Baixos |
| <b>4</b> - Portugal       | <b>17</b> - Bolívia       |
| <b>5</b> - Chile          | <b>18</b> - Panamá        |
| <b>6</b> - Reino Unido    | <b>19</b> - México        |
| <b>7</b> - França         | <b>20</b> - Venezuela     |
| <b>8</b> - Itália         | <b>21</b> - Equador       |
| <b>9</b> - Uruguai        | <b>22</b> - Bélgica       |
| <b>10</b> - Paraguai      | <b>23</b> - Japão         |
| <b>11</b> - China         | <b>24</b> - Coreia do Sul |
| <b>12</b> - Colômbia      | <b>25</b> - Canadá        |
| <b>13</b> - Espanha       |                           |



# 4. Requisitos dos Projetos

**4.1.** Para concorrer ao patrocínio da Embratur, os projetos devem atender aos seguintes requisitos:

**I** - Alinhamento com os objetivos estratégicos e áreas prioritárias mencionadas no item 2 deste edital;

**II** - Potencial de contribuição para o incremento do turismo internacional no Brasil;

**III** - Apresentação de plano detalhado de execução, contendo:

**A** Objetos e metas;

---

**B** Cronograma;

---

**C** Estratégias de promoção;

---

**D** Orçamento detalhado.

---

**IV** - Viabilidade financeira, com orçamento bem estruturado;

**V** - Plano de divulgação que alcance público amplo e diversificado;

**VI** - Compromisso com a prestação de contas transparente dos recursos recebidos;

**VII** - Propostas de contrapartidas inovadoras, conforme descrito no item 6;

**VIII** - Soluções técnicas e financeiras comprovadas, além de análises de avaliação pós-evento.

**4.2.** Participação neste processo seletivo:

**I** - É aberta apenas para pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, nacionais ou internacionais, cujo objeto social seja compatível com a atividade a ser realizada no projeto inscrito.

# 5. Inscrições

**5.1.** As inscrições ocorrerão exclusivamente pelo site [patrocinio.embratur.com.br](http://patrocinio.embratur.com.br), durante o período de janeiro a **dezembro de 2025**.

**5.2.** Os projetos deverão, preferencialmente, ser inscritos com antecedência mínima de 60 dias antes de sua realização.

**5.3.** Documentos obrigatórios:

**a)** Apresentação do projeto com plano de execução detalhado e contrapartidas oferecidas;

**b)** Orçamento financeiro;

**c)** Documentos de identidade e CPF do representante legal;

**d)** Comprovante de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ)

**e)** Contrato Social ou estatuto social com alterações, se houver, devidamente registrados nos órgãos competentes

**f)** Ata de eleição e/ou ato de designação das pessoas habilitadas a representar a pessoa jurídica, se for o caso

**g)** Certidão negativa de débitos relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União

**h)** Certidão de regularidade do FGTS

**i)** Documento declaratório firmado pelo representante legal atestando que o proponente está habilitado para celebrar contrato com a Embratur e, portanto, não possui com a agência quaisquer pendências relativas a patrocínios, convênios ou contratos de prestação de serviços/ fornecimento de bens.

**5.4.** Propostas com informações incompletas ou com informações ausentes serão desclassificadas.

**5.5.** A Embratur poderá solicitar, a qualquer tempo, comprovações das informações apresentadas.

**5.6.** A proposta deve apresentar planilha de viabilidade técnico financeira em formato PDF.

**5.7.** A inscrição e documentos a serem anexados deverão ser realizados, preferencialmente, em língua portuguesa.

# 6. Vedações

**6.1.** É vedada a inscrição, seleção e contratação de projetos que:

**I** - Não apresentem data ou período de realização;

**II** - Atentem contra a ordem pública;

**III** - Prejudiquem a imagem e a integridade da Embratur e/ou do Brasil de qualquer forma;

**IV** - Não tenham como proponente pessoa jurídica;

**V** - Sejam ligados a jogos de azar ou especulativos, salvo se regulamentados em legislação específica;

**VI** - Tenham como proponente, organizador e/ou promotor pessoa ou entidade com:

**A** Restrição cadastral;

---

**B** Impedimento para operar;

---

**C** Litígio com a Embratur.

---

**VII** - Sejam de caráter meramente comemorativo, festivo ou de confraternização;

**VIII** - Sejam de natureza discriminatória, estimulem o trabalho infantil ou provoquem danos ambientais;

**IX** - Não estejam alinhados com as diretrizes e objetivos estratégicos da Embratur;

**X** - Sejam exclusivamente voltados para o pagamento de:

- A** Diárias;

---

- B** Hospedagem;

---

- C** Passagens;

---

- D** Alimentação;

---

- E** Transporte;

---

- F** Compra de equipamentos;

---

- G** Locação de espaços.

---

**XI** - Apresentem pendências referentes a projetos anteriormente patrocinados pela Embratur, incluindo:

- A** Contrapartidas;

---

- B** Prestações de contas;

---

- C** Outras obrigações contratuais.

---

**XII** - Remunerem, por prestação de serviços, ou tenham como sócios/parceiros:

- A** Colaboradores da Embratur;

---

- B** Cônjuge ou companheiro(a) de colaboradores;

---

- C** Parentes de colaboradores, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau (pai, mãe, filho, irmão, tio, sobrinho, neto, bisneto, avô e bisavô).

---

**XIII** - Tenham como proponente, organizador e/ou promotor empresa licitada pela Embratur, ou cujo sócio ou dirigente seja:

- A** Profissional vinculado à Embratur;
- 
- B** Parente, até o terceiro grau, de profissional vinculado à Embratur.
-

# 7. Seleção dos Projetos

**7.1.** A avaliação será realizada pelo Comitê de Avaliação da Embratur, com base nos seguintes critérios:

- I** - Potencial de visibilidade e impacto internacional;
- II** - Alinhamento com os objetivos estratégicos;
- III** - Inovação e criatividade;
- IV** - Viabilidade técnica e financeira;
- V** - Sustentabilidade e impacto social.

**7.2.** Terão prioridade os projetos que apresentarem maior:

- I** - Potencial de promoção internacional;
- II** - Retorno institucional;
- III** - Grau de inovação nas contrapartidas.

**7.3.** As decisões do Comitê de Avaliação serão irrecorríveis.

# 8. Contrapartidas

**8.1.** As contrapartidas apresentadas pelos projetos patrocinados devem oferecer retorno institucional, promocional e de valor agregado à Embratur, sempre alinhadas aos objetivos estratégicos da Agência. As contrapartidas listadas a seguir são exemplos do que a Embratur considera de alto valor, e não implicam a obrigatoriedade de contemplar todas elas. A seleção das contrapartidas deverá respeitar as características específicas de cada projeto e a compatibilidade com as cotas de patrocínio acordadas.

**8.1.1.** O uso da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur será autorizado mediante aprovação prévia das peças e materiais pela Embratur. Conforme conceito e identidade visual da Marca Brasil, observando-se as diretrizes gráficas e de imagem.



## 8.2. Retorno Institucional

### a) Exposição de Marca:

I. Inclusão da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur em materiais promocionais veiculados em mídias de grande circulação e/ou relevância nos mercados-alvo, tanto digital quanto impresso, como vídeos, banners, publicações em redes sociais e outras peças publicitárias relacionadas ao evento;

### b) Participação Institucional:

I. Possibilidade de presença de representantes da Embratur em painéis, cerimônias de abertura, apresentações ou outros momentos relevantes durante a realização do evento;

### c) Trade Turístico:

I. Integração de operadoras, agentes de viagens, entidades e outros parceiros comerciais brasileiros, a fim de potencializar a presença e a atuação do trade turístico nacional, além da geração de negócios.



## 8.3. Retorno Promocional

### a) Produção de Conteúdo:

I. Entrega de fotos, vídeos e materiais audiovisuais produzidos com direitos de uso cedidos à Embratur;

II. Os materiais devem ser produzidos no idioma local dos mercados-alvo. E devem incluir a tradução que dialogue com as particularidades culturais dos diferentes países, mantendo a essência da imagem turística do Brasil.

**b) De imagem:**

- I. Exibição da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur no material publicitário do evento, tanto em mídia on-line quanto off-line, como OOH (mídia exterior), além de veículos de comunicação (rádio, TV, internet, redes sociais, anuários, revistas e/ou outros meios de divulgação);
- II. Inclusão da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur em materiais específicos do evento, como banners, cartazes, folders, convites de lançamento e congêneres;
- III. Veiculação e citação do nome Embratur como patrocinadora oficial nas cerimônias de abertura e encerramento do evento e/ou projeto;
- IV. Exibição de vídeos institucionais e/ou outros materiais da Embratur durante a realização do evento;
- V. Cessão de direitos de uso de imagens produzidas no âmbito do evento e/ou projeto patrocinado.

**c) De Mídias Digitais:**

- I. Inserção das marcas institucionais da Embratur e da Marca Brasil em websites, redes sociais e newsletters dos parceiros;
- II. Publicação no feed das redes sociais, stories e/ou LinkedIn da patrocinada mencionando o apoio da @embraturbrasil e/ou @visitbrasil;
- III. Fornecimento de relatórios de métricas sobre o alcance e engajamento das postagens relacionadas ao evento e/ou ação patrocinada. Oportunidade de realizar “Publicação Convidada” nas redes sociais do evento e/ou ação à pedido da Embratur.

**d) De Promoção e Relacionamento:**

- I. Participação institucional de representantes da Embratur em painéis, mesas expositivas, cerimônias de abertura e demais momentos relevantes durante a realização do evento;
- II. Disponibilização de cotas de inscrição e/ou convites para representantes indicados pela Embratur, proporcionalmente às cotas de patrocínio acordadas;
- III. Envio de releases e informações promocionais para divulgação prévia e posterior ao evento e/ou projeto.

**e) Negocial:**

- I. Divulgação da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur em ações de promoção de negócios, produtos e experiências turísticas brasileiras;
- II. Participação em feiras e eventos de turismo internacionais não previstos no calendário de feiras da Embratur;
- III. Realização de rodadas de negócios entre operadoras brasileiras e compradores estrangeiros;
- IV. Campanhas Publicitárias e de Marketing;
- V. Viagens de familiarização (famtrours) para operadores de turismo internacionais conhecerem destinos brasileiros);
- VI. Press Trips para jornalistas e influenciadores especializados em turismo, com o objetivo de gerar reportagens, vídeos e conteúdos sobre o Brasil;



- VII. Workshops e Treinamentos para capacitar agentes de viagens e operadores sobre os destinos e produtos turísticos brasileiros;
- VIII. Experiências Culturais e Gastronômicas;
- IX. Desenvolvimento de parcerias com empresas aéreas para campanhas promocionais e pacotes de viagens para o Brasil;
- X. Promoção de pacotes turísticos em colaboração com plataformas de reservas on-line;
- XI. Inclusão de destinos brasileiros em portais de referência para viajantes internacionais;
- XII. Ações de marketing de experiência (Tais como: Eventos imersivos e interativos, Realidade Virtual e Aumentada, Marketing Social e Comunitário);
- XIII. Direito de distribuir material promocional de interesse da Embratur durante o evento;
- XIV. Cessão do mailing dos participantes e convidados do evento, em conformidade com as normas previstas na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);



#### **8.4. Retorno Estratégico**

##### **a) Inovação:**

- I. Uso de realidade aumentada, gamificação ou experiências imersivas que promovem o Brasil;
- II. Espaço/ilha para exposição de tecnologias de startups do Ecossistema de Inovação EmbraturLAB;
- III. Inserção de comunicação visual com websites ou QR codes de tecnologias ou projetos do EmbraturLAB nas peças de comunicação e cenografia do projeto apoiado;
- IV. Horas de mentoria para startups participantes do Ecossistema de Inovação EmbraturLAB;
- V. Participação de representantes do projeto patrocinado em eventos da Embratur como palestrantes, curadores e/ou mestres de cerimônia.

##### **b) Audiovisual:**

Para a concessão do patrocínio, o projeto deverá oferecer contrapartidas compatíveis com os valores e objetivos estratégicos da Embratur, respeitando as especificidades de cada evento. As contrapartidas incluem:

##### **I. Exposição de Marca:**

- a) Inclusão da Marca Brasil e da marca institucional da Embratur em materiais promocionais, digitais e físicos;
- b) Veiculação da marca em mídias digitais e impressas, redes sociais, vídeos promocionais e banners do festival.

##### **II. Produção de Conteúdo:**

- a) Geração de materiais audiovisuais e fotográficos sobre o evento, com cessão de direitos para a Embratur;
- b) Desenvolvimento de narrativas que integrem turismo e audiovisual para veiculação em canais da Embratur.

### III. Participação Institucional:

- a) Espaço para representantes da Embratur participarem em painéis, mesas-redondas ou apresentações;
- b) Organização de encontros com atores-chave do setor turístico e audiovisual durante o evento.

### IV. Sessões de Curtas:

- a) Exibição de uma sessão exclusiva com os Curtas da Embratur do Edital Brasil com S, destacando destinos brasileiros.

### V. Ativações no Destino:

- a) Promoção in loco de destinos turísticos brasileiros por meio de parcerias com secretarias de cultura, trade turístico e film commissions;
- b) Realização de ativações durante o evento, como mesas-redondas, workshops e apresentações temáticas.

### VI. Sustentabilidade e Inclusão:

- a) Ações com perspectiva de diversidade, inclusão e sustentabilidade, como debates sobre turismo regenerativo e inclusão de minorias.

### VII. Assessoria de Imprensa e Relações Públicas:

- a) Divulgação internacional de conteúdos sobre o Brasil e os destinos ativados.

## c) ESG:

- I. Ativação com foco em ESG em eventos, com participação ativa da Embratur em conferências ou workshops promovidos pelo projeto;
- II. Exigência de selos de sustentabilidade reconhecidos e práticas ambientais responsáveis;
- III. Neutralização das emissões de carbono geradas pelas atividades do projeto, por meio de programas certificados de créditos de carbono ou reflorestamento;
- IV. Produção de relatórios de impacto, como geração de empregos ou benefícios para comunidades;
- V. Inserção da marca da Embratur em materiais educativos de conscientização ambiental distribuídos aos turistas, como guias digitais ou QR codes em atrativos turísticos.

## d) Outras formas de retorno institucional:

- I. Desde que propostas e previamente aceitas pela Embratur.

# 9. Prestação de Contas

**9.1.** Os proponentes selecionados deverão apresentar:

- A** Relatório final detalhado das ações realizadas;

---

- B** Documentos comprobatórios das contrapartidas (registros de mídia, fotos e vídeos);

---

- C** Métricas de impacto (público, mídia espontânea, engajamento);

---

# 10. Benefícios do Patrocínio

**10.1.** Além do apoio financeiro, os projetos patrocinados poderão contar com:

- A** Ações de divulgação realizadas pela Embratur;

---

- B** Apoio institucional em eventos estratégicos.

---

# 11. Disposições Finais

**11.1.** A seleção não garante o patrocínio, que estará condicionado à disponibilidade orçamentária.

**11.2.** A Embratur reserva-se o direito de cancelar ou suspender este edital por conveniência ou interesse público, sem ônus aos proponentes.

**11.3.** A não conformidade das contrapartidas resultará na rescisão do contrato ou outras avaliações cabíveis.

**11.4.** A Embratur reserva-se o direito de não celebrar contratos com os proponentes, por motivos de risco, conveniência e oportunidade, a seu exclusivo critério, não ensejando qualquer indenização aos inscritos.

**11.5.** A Embratur reserva-se o direito de não justificar individualmente para os proponentes o motivo da seleção ou reprovação dos projetos inscritos.

**11.6.** A inscrição para participação no edital de patrocínio da Embratur implica aceitação de todos os seus termos.

**11.7.** A seleção e divulgação de um projeto não implica a obrigatoriedade de sua realização/patrocínio pela Embratur.

**11.8.** A Embratur, por interesse estratégico ante a identificação de oportunidade, poderá analisar e selecionar projetos fora deste Edital, bem como selecionar projetos dentro e fora deste Edital, desde que pactuadas com as diretrizes e objetivos estratégicos da Agência.

**11.9.** Fica definido o site da Embratur para a divulgação obrigatória de quaisquer informações oficiais sobre o presente certame, sem prejuízo à utilização de outros veículos de comunicação de que a Embratur venha a dispor.

## 12. Contato

**12.1.** Dúvidas, informações e casos omissos relativos a este Edital deverão ser esclarecidos no site oficial da Embratur ou pelo endereço eletrônico:



[patrocinio@embratur.com.br](mailto:patrocinio@embratur.com.br)

## 13. Referências Legais

- I - Lei nº 14.002/2020;
- II - Resolução CDE nº 12/2020;
- III - Manual de patrocínio da Embratur.