**PROPOSTA**

*IMPORTANTE: A PROPOSTA VISA EXPOR TODA A AÇÃO E NÃO SÓ OS ELEMENTOS DA PARCERIA.*

|  |
| --- |
| **1 – CADASTRO DO PROPONENTE** |
|  Proponente: |
| CNPJ: |
| E-mail: |
| Endereço: |
| Telefone (DDD): |

|  |
| --- |
| **2 – REPRESENTANTE LEGAL DA ENTIDADE PROPONENTE** |
| Nome: |
| Endereço: |
| Telefone (DDD): |
| E-mail: |

|  |
| --- |
| **3 – IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO** |
| Título:  |
|  |
|  |
| Descrição do Objeto:(Requisitos, Restrição e Condições)Objeto é o produto do convênio ou termo de fomento/colaboração, observados o programa de trabalho e as suas finalidades. Deve ser o mais sucinto possível, sem expressar quantitativos. Definida por verbo – Implantar, Participar, Desenvolver, Instalar, Realizar, etc. Definir e explicar o público alvo, tempo, local, qualidade/quantidade, área de aplicação, etc). É comum que o objetivo geral seja igual ao título do projeto. Descrever a realidade objeto da parceria e o nexo com a atividade ou o projeto proposto; |
| Local(is) de Execução do Projeto: |
| Período de Execução: |
| Valor Global da Proposta Apresentada: |

|  |
| --- |
| **4 – OBJETIVOS GERAIS E ESPECIFICOS:****4.1 Geral:** Descrever de forma clara, objetiva e sucintamente, os resultados parciais e o impacto final esperado com o desenvolvimento do projeto. Não deve se expressar metas e/ou objetivos numericamente aqui. O objetivo deve responder as perguntas “**O que fazer? Para quem? Onde? Para que fazer?”****4.2 Específico:** Com vistas ao turismo do Estado, tendo como referência justificativa abaixo, definir com clareza o que se pretende alcançar com o projeto, de maneira que os objetivos específicos possam ser quantificados em metas, produtos e resultados esperados.Os objetivos específicos correspondem a um detalhamento mais minucioso do objetivo geral e visam o entendimento do que o projeto se propõe a implantar, os feitos desejados com a sua execução (quantitativa, em porcentagem ou numericamente, e qualitativamente) e o produto final após a conclusão do mesmo. |

|  |
| --- |
| **5 – JUSTIFICATIVA**Importância, relevância, abrangência, o “porque”, benefícios, resultado.Fundamentar, **com vistas ao turismo**, embasado em indicadores de eventos/edições anteriores a pertinência e relevância do projeto como resposta a um problema ou necessidade identificada de maneira objetiva. Deve haver ênfase em aspectos qualitativo e quantitativo (porcentagens e números), evitando-se dissertações genéricas sobre o tema.Falar dos indicadores de número de pessoas que esperam abranger, convênios/parcerias em andamento sobre o tema, histórico de projetos já implementados e seus resultados, equipe disponível para execução do projeto, citando a qualificação técnica e capacidade operacional desta.Justificar citando os interesses recíprocos, do proponente e para a Fundação de Turismo, a relação entre a proposta apresentada e os objetivos a serem alcançados e resultados esperados. |

|  |
| --- |
| **6 – METODOLOGIA**Descrever de forma clara e bem definida como as ações serão executadas, incluindo os procedimentos, instrumentos necessários e os detalhes técnicos para a sua implantação.Apresentação de como ocorrerá o evento as ações que serão implantadas/desenvolvidas para o êxito deste. Identificar todos os seus elementos constitutivos com clareza. Deve-se aqui, explicitar, de maneira sucinta, o comprometimento da Instituição em estar em consonância com os fins institucionais da FUNDTUR e as regras para utilização dos recursos da Fundação.Colocar a **PROGRAMAÇÃO** do evento com datas, horários e local(is) em que ocorrerá(ao).A Proponente receberá apoio de outras entidades? Será apoio financeiro? Quais despesas serão custeadas com este apoio?Colocar o cronograma de execução com descrição das ações a serem executadas, as metas a serem atingidas e os indicadores que aferirão o cumprimento das metas, bem como os prazos para a execução das ações e para o cumprimento das metas e a estimativa dos recursos financeiros a serem utilizados em todo o evento. |

|  |
| --- |
| **7 – CRONOGRAMA DE AÇÃO, METAS A SEREM ATINGIDAS E INDICADORES DE AVALIAÇÃO** |
| **AÇÃO****(é o meio para alcançar a meta)** | **PRAZO DE EXECUÇÃO DA AÇÃO** | **METAS (quantitativa e qualitativa)** | **PRAZO DE CUMPRIMENTO DAS METAS** | **INDICADORES****(índice para avaliar o cumprimento da meta)** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Os indicadores devem possibilitar a conferência das metas e resultados pretendidos. *Exemplo: Meta – Realizar palestra com 100 participantes / Indicadores – Lista de presença da palestra.*

|  |
| --- |
| **8 – PREVISÃO FINANCEIRA DO PROJETO** |
| Valor financeiro solicitado a FUNDTUR (R$) |  |
| Valor da Contrapartida (R$) |  |
| Outras Parcerias (R$) |  |
| Valor Global da Proposta |  |

**9. PLANILHA FINANCEIRA**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ITEM | NOME E ESPECIFICAÇÃO DOS BENS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS NECESSÁRIOS | QUANTIDADE | UNIDADE DE MEDIDA | VALOR UNITÁRIO (R$) | VALOR TOTAL (R$) |
| 01 |  |  |  |  |  |
| 02 |  |  |  |  |  |
| 03 |  |  |  |  |  |
| 04 |  |  |  |  |  |
| 05 |  |  |  |  |  |
| 06 |  |  |  |  |  |
| 07 |  |  |  |  |  |
| 08 |  |  |  |  |  |
| 09 |  |  |  |  |  |
|  | TOTAL |  |  |  |  |

**10. ANEXOS**

Ex: Material publicitário (folders, matéria de jornais), pesquisas, relatório das edições anteriores com fotos.