



AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO TURISMO
SCN Quadra 2 - Bloco G, - Bairro Asa Norte, Brasília/DF, CEP 70712-907
Telefone: 61 2023-8500 - <http://www.embratur.com.br>

EDITAL Nº 11/2024

Processo nº 272100.001541/2024-11

Brasília, 29 de novembro de 2024.

EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 11/2024

Embratur - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo

INSCRIÇÃO DE INTERESSADOS EM PARTICIPAR DA FEIRA SEATRADE CRUISE GLOBAL 2025 NA AGENDA DE PROMOÇÃO COMERCIAL DA EMBRATUR

A Embratur - Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, por meio de seu Diretor-Presidente que, no uso de suas atribuições, conferidas pelo art. 5º, II da Lei nº 14.002, de 22 de maio de 2020, e pelo art. 20 da Resolução nº 4, de 28 de dezembro de 2023, aprovada pelo Conselho Deliberativo da organização, faz saber que irá realizar a seleção de interessados em participar, como coexpositores, do estande do Brasil na feira internacional que compõe a Agenda de Promoção Comercial da Agência no primeiro semestre de 2025.

1. DO OBJETO

- 1.1. Seleção e inscrição de interessados em participar da feira SEATRADE CRUISE GLOBAL, a ocorrer no primeiro semestre de 2025, compondo a Agenda de Promoção Comercial da Embratur.
- 1.2. A participação se dará em posto de trabalho a ser disponibilizado para cada interessado confirmado, no estande da Embratur.

2. DA ESTRATÉGIA DA EMBRATUR, NO SEGMENTO E NA FEIRA

- 2.1. Em 2024, a Embratur revisou suas estratégias e reorientou a promoção internacional do Brasil como destino turístico alinhado aos desafios e às oportunidades desta década, com foco em: diversidade, experiências & competitividade, inovação, digitalização, gestão de marcas, sustentabilidade e ações climáticas.
- 2.2. A sustentabilidade e ações climáticas foram inseridas como eixos estratégicos de atuação da gestão da Embratur, seguindo uma realidade e uma necessidade para instituições que atuam no desenvolvimento do setor turístico internacionalmente. O objetivo é que a cadeia de serviços de turismo esteja preparada para atuar de forma sustentável, resiliente e inclusiva, a partir de conceitos e de práticas aplicadas no Brasil e, conseqüentemente, no receptivo internacional.
- 2.3. Ainda, faz parte da estratégia do Brasil o reposicionamento do país como destino autêntico e competitivo, que respeita as pessoas e a natureza, reforçando o valor da Marca Brasil.

3. DOS PRAZOS DE INSCRIÇÃO

- 3.1. A realização da inscrição dos interessados deverá ocorrer por meio do preenchimento no sistema de inscrição da Embratur, entre 02 a 8 de dezembro de 2024, conforme dados da tabela abaixo:

Tabela 1: Dados SEATRADE CRUISE GLOBAL

EVENTO	PERÍODO DA FEIRA	LOCAL	SÍTIO ELETRÔNICO	SEGMENTO	PÚBLICO ALVO	IDIOMA	PERÍODO DE INSCRIÇÃO
SEATRADE	07 a 10/04/2025	Miami, EUA	Seatrade 2025	Náutico	Trade	Inglês	02/12 a 08/12/2024

4. **DA HABILITAÇÃO DOS INTERESSADOS**

4.1. Poderão postular a participação nas feiras as organizações constantes nos ANEXO I (CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS DE INTERESSADOS NA **SEATRADE CRUISE GLOBAL 2025**) deste edital.

5. **DO VALOR DA PARTICIPAÇÃO**

5.1. A participação, como coexpositor confirmado, no estande do Brasil na feira tratada neste edital será isenta de pagamento.

6. **DA ANÁLISE E DA CLASSIFICAÇÃO DOS INTERESSADOS**

6.1. A análise e a classificação dos interessados em participar da feira tratada neste edital seguirá os critérios de pontuação constantes no ANEXO II (CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA AVALIAÇÃO DE INTERESSADOS NA FEIRA SEATRADE CRUISE GLOBAL).

6.2. Após realização da Análise Técnica, a divulgação do resultado dos inscritos aprovados e suas respectivas classificações, está prevista para o dia 16 de dezembro de 2024.

7. **DA DISTRIBUIÇÃO E DA REDISTRIBUIÇÃO DE VAGAS**

7.1. As vagas serão distribuídas e redistribuídas conforme ANEXO III (DA DISTRIBUIÇÃO E REDISTRIBUIÇÃO DE VAGAS PARA O **SEATRADE CRUISE GLOBAL**) deste edital.

8. **DAS OBRIGAÇÕES DO INTERESSADO APROVADO (COEXPOSITOR)**

8.1. O interessado aprovado (coexpositor) e com participação confirmada deverá ocupar seu posto de trabalho durante todo o período da feira.

8.2. O coexpositor deverá promover seus destinos/produtos em material dedicado no idioma oficial do evento, sendo vedada a promoção de outros destinos que o coexpositor possua em seu portfólio.

8.3. Caso a feira disponha de ferramenta de agendamento de reunião, o coexpositor deverá compor no mínimo 70% da agenda com vistas a negociações.

8.4. O coexpositor deverá preencher o questionário de avaliação pós-feira.

8.5. O coexpositor deve cumprir todas as regras dispostas nos regulamentos de cada feira, bem como aquelas estabelecidas pela Embratur.

9. DAS REGRAS ESPECÍFICAS DE CADA FEIRA

9.1. As regras específicas da feira devem ser seguidas por todos os participantes e encontram-se no site oficial da feira (<https://www.seatradecruiseevents.com/global/en/home.html>), destacando:

9.1.1. Não é permitida publicidade de qualquer tipo, nem oferta de bens ou serviços de qualquer tipo, ou realização de pesquisas, se tais atividades ocorrerem fora dos estandes de exposição.

10. NORMAS SANITÁRIAS DENTRO DO ESTANDE

10.1. O coexpositor deverá cumprir todas as normas estabelecidas pelo Poder Público e Autoridades Sanitárias do País, vigentes no período do evento, respeitados os procedimentos de ética sanitária.

11. DAS PARCERIAS

11.1. Há possibilidade de interessados e coexpositores fazerem propostas para realização de ações promocionais direcionadas ao mercado em questão, relacionadas ao turismo náutico (marítimo ou fluvial), tecnologia, conectividades multimodais, natureza, cultura, artes e/ou gastronomia brasileira, no estande, durante o período do evento na qual o inscrito tenha interesse de participar, que agreguem valor à promoção turística do País.

11.1.1. O proponente deverá arcar com todos os custos necessários para a realização da ação promocional, cabendo à Embratur a disponibilização das credenciais necessárias para a sua participação, além do espaço e de agenda no estande.

11.1.2. Caso, para a realização da ação promocional, seja necessária a contratação de equipamentos, utensílios, pessoal, dentre outros, a proponente deverá contratar diretamente a empresa que presta os serviços de montagem e de operacionalização do estande para a Embratur, a qual possui exclusividade na prestação dos serviços.

11.1.2.1. O pagamento para a empresa licitada da Embratur, referente à prestação do serviço, deverá ocorrer em até 30 (trinta) dias antes do início da feira, ressalvados os casos autorizados pelo(a) Diretor(a) de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS).

11.1.3. A proposta encaminhada será objeto de análise das áreas técnicas da Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS) no que tange à conveniência e à oportunidade da ação promocional proposta e à sua viabilidade técnica.

11.1.4. Em contrapartida à realização da ação promocional, a Embratur poderá disponibilizar ao proponente uma mesa ou um posto de trabalho.

11.1.5. Caberá ao(à) Diretor(a) da DMINS a aprovação da ação promocional, após as manifestações técnicas das gerências envolvidas.

12. DA INSCRIÇÃO, DOS CANCELAMENTOS, DAS AUSÊNCIAS, DO PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO, DAS VEDAÇÕES E DAS PENALIDADES

12.1. Para a inscrição, o preenchimento do perfil da organização interessada no idioma do mercado ou no idioma oficial da feira, no ato da inscrição é de caráter obrigatório (mínimo de 300 caracteres). Trata-se de campo importante para descrever seu potencial competitivo de acordo com a

necessidade do mercado. Não serão considerados perfis sem descrição completa ou que apenas repetem a categoria na qual a organização está se inscrevendo ou nome da organização.

12.1.1. O preenchimento que não atender aos quesitos acima desclassifica a organização interessada.

12.2. O **cancelamento** da participação deverá ser justificado por escrito, via e-mail (inscricao.feiras@embratur.com.br) e comunicado tempestivamente à Embratur em até 25 (vinte e cinco) dias prévios à realização do evento.

12.2.1. O cancelamento da participação em prazo inferior ao disposto no item 12.2 será considerado intempestivo e deverá ser justificado por escrito via e-mail (inscricao.feiras@embratur.com.br).

12.2.1.1. Na hipótese de a justificativa apresentada pelo(a) proponente, juntamente com a documentação comprobatória, não ser aceita pela Embratur, o interessado perderá 03 (três) pontos na avaliação das inscrições para as ações subsequentes, em um período de 12 (doze) meses imediatos à decisão final da Diretoria Executiva (DIREX) da Embratur.

12.2.1.2. Caso o cancelamento seja solicitado em prazo inferior a 15 (quinze) dias prévios à realização do evento, será considerado como não comparecimento do coexpositor ao evento, ocasionando a perda de 5 (cinco) pontos na avaliação das inscrições para as feiras subsequentes, em um período de 12 (doze) meses imediatos à decisão final da Embratur se a justificativa com a documentação comprobatória das alegações não for aceita.

12.3. A Embratur pode vetar ou cancelar a participação de qualquer interessado como coexpositor em ação de sua Agenda de Promoção Comercial, quando constatados fatos supervenientes à confirmação de participação que desabonem ou coloquem em risco a imagem da Agência e/ou do Brasil.

12.4. **Sobre ausências.** O não comparecimento à feira implicará na perda de 5 (cinco) pontos no instante da avaliação das inscrições subsequentes, em um período de 12 (doze) meses imediatos à data da decisão final da Embratur.

12.4.1. Caso a ausência tenha ocorrido em virtude de casos fortuitos, que independem da vontade do participante, as justificativas pertinentes deverão ser encaminhadas para análise pela Embratur, em até 10 (dez) dias após o término da ação, com a devida comprovação.

12.5. O colaborador da Embratur designado para acompanhar a gestão da ação conferirá, aleatoriamente, a presença de pelo menos 1 (um) profissional devidamente capacitado no posto de trabalho durante os dias e horários da feira.

12.6. A Embratur notificará a organização participante caso seja constatada a ausência de profissional confirmado no posto de trabalho acima de 30% (trinta por cento) das vezes aferidas.

12.6.1. **As justificativas.** A organização notificada deverá apresentar as suas razões em até 10 (dez) dias contados do recebimento.

12.6.2. A não apresentação de justificativa ou a não aceitação das razões apresentadas implicará:

I - I - na perda de 2 (dois) pontos, no instante da avaliação das inscrições subsequentes, em um período de 12 (doze) meses imediatos à data da decisão final da Embratur, para ausências que contabilizem até 50% (cinquenta por cento) das aferições;
e

II - II - na perda de 4 (quatro) pontos, no instante da avaliação das inscrições subsequentes, em um período de 12 (doze) meses imediatos à data da decisão final da Embratur, para ausências que contabilizem acima de 50% (cinquenta por cento) das aferições.

12.7. Nas ações que possuam dias voltados ao público final, o coexpositor da categoria Setor Privado deverá informar, no ato de sua inscrição, se estará presente nesse(s) dia(s) para confirmação do posto de trabalho.

12.7.1. O participante que não cumprir o disposto no item 12.7 e estiver ausente nos dias de público final, incidirá na conduta prevista no item 12.6 deste edital.

12.8. **Avaliação.** O preenchimento do questionário de avaliação e impacto em negócios é obrigatório para todos os coexpositores.

12.8.1. O questionário de avaliação e impacto em negócios deverá ser respondido da seguinte forma:

I - I - até 20 (vinte) dias após o final da feira;

12.8.1.1. Caso o coexpositor não responda a avaliação, este terá a sua participação nas ações subsequentes suspensa, até a regularização de sua situação, mesmo que esteja aprovado em outras feiras da Embratur em data posterior ao limite do envio da resposta do questionário.

12.9. É vedada a participação no estande da Embratur, como coexpositores, as empresas e as instituições que possuam estande próprio na mesma feira ou evento, ressalvadas as armadoras (marítimas ou fluviais).

12.9.1. Caso seja constatado o descumprimento da norma contida no item 12.9, o coexpositor será notificado e terá até 10 (dez) dias, contados do seu recebimento, para apresentar as suas razões.

12.10. É vedada a comercialização de outros destinos turísticos internacionais, pelos participantes, em ações da Embratur, sem a integração majoritária com destinos brasileiros.

12.10.1. Caso seja constatado o descumprimento da norma contida no item 12.10, o coexpositor será notificado e terá até 10 (dez) dias, contados do seu recebimento, para apresentar as suas razões.

12.10.2. Caso as razões do coexpositor não sejam aceitas, o infrator perderá 5 (cinco) pontos no instante da avaliação das inscrições subsequentes, no período de 12 (doze) meses imediatos à data da decisão final da Embratur.

13. **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

13.1. As questões não previstas neste edital serão decididas pela Diretoria Executiva - DIREX da Embratur.

13.2. **É obrigatório o registro regular no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo - CADASTUR**, no ato da inscrição para a feira, guardadas as isenções, conforme determinação da Lei nº 11.771/2008.

13.3. A presente Chamada Pública poderá ser revogada, anulada, no todo ou em parte, por motivo de interesse público ou exigência legal, sem que isso implique direito a indenização ou reclamação de qualquer natureza.

13.4. A participação na **SEATRADE CRUISE GLOBAL** se vincula à contratação do piso e da montadora no local do evento, estando os inscritos cientes que eventuais problemas nesses processos poderão gerar cancelamentos nessas contratações, sem quaisquer obrigações de indenização a coexpositores, nem responsabilizações de qualquer espécie à Embratur.

13.5. A qualquer tempo, este Chamamento Público poderá sofrer alterações no que diz respeito aos prazos estabelecidos, no todo ou em parte, por motivo de interesse público ou exigência legal, sem que isso implique direito à indenização ou reclamação de qualquer natureza.

13.6. A Embratur poderá cancelar, por conveniência e oportunidade, a participação na feira contida neste Chamamento Público, sem que isso implique direito à indenização ou reclamação de qualquer natureza.

13.7. A Embratur não se responsabiliza pelas inscrições que não forem realizadas por problemas técnicos e falta de estrutura como, por exemplo, falta de energia elétrica; problemas no servidor ou filtros anti-spam, que impeçam o recebimento de e-mails e comunicados; problemas com transmissão de dados, na linha telefônica ou em provedores de acesso dos usuários; problemas de conexão de internet; e ainda outras situações similares, inclusive por casos fortuitos ou de força maior.

13.8. A Embratur não se responsabiliza pelas inscrições que apresentarem dados incorretos, incompletos ou inverídicos e, ainda, os que não apresentarem a correta documentação, cabendo ao interessado assegurar-se da correta inserção de dados e documentos no formulário de inscrição, observando, assim, a instrução dos procedimentos previstos neste edital para os casos em questão.

13.9. O ato de inscrição pressupõe a plena concordância com os termos deste edital.

13.10. Todo o processo de seleção ficará à disposição dos interessados, junto à Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS) para pesquisa local, se necessário, no endereço SCN Quadra 02, Bloco G, 1º Andar, CEP 70712-907, Brasília -DF.

13.11. Esclarecimentos sobre o presente edital poderão ser solicitados no endereço constante no item 13.9 do presente chamamento ou por e-mail (inscricao.feiras@embratur.com.br).

(assinado eletronicamente)

MARCELO FREIXO

Diretor-Presidente



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Ribeiro Freixo, Presidente**, em 29/11/2024, às 17:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.embratur.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1008339** e o código CRC **4FC2B669**.

ANEXOS DO EDITAL

ANEXO I

CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS DE INTERESSADOS EVENTO SEATRADE GLOBAL CRUISE

1. Poderão postular a participação no evento que compõe a presente chamada os seguintes tipos de organizações:

I - I - Órgãos ou organizações da Administração Pública direta e indireta;

II - II - Pessoas jurídicas de direito privado nacionais que atuem na comercialização de produtos, experiências e destinos turísticos, bem como no desenvolvimento de atividades características e/ou relacionadas ao turismo brasileiro, ou que agreguem valor à comercialização do turismo de negócios e eventos;

1.1. As pessoas jurídicas de direito privado nacionais, que atuam no setor do turismo, deverão possuir cadastro junto ao Ministério do Turismo (CADASTUR), ressalvas as isenções, nos termos da LEI nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.

2. Os interessados em participar do evento constante neste edital serão divididos nas seguintes categorias:

I - **Institucionais:** órgãos ou instituições da Administração Pública direta e indireta. A participação nesta categoria é limitada a UM representante INSTITUCIONAL por estado. Caso haja aprovação de mais de um representante, eles serão convidados a participarem conjuntamente, a não ser que haja vagas excedentes disponíveis.

II - **Setor privado:** composto pelos interessados elencados no inciso II, do item 1 deste ANEXO, sendo classificados nas seguintes subcategorias:

a) **Operadoras de cruzeiro marítimo** - Empresas que prestam serviços de transporte marítimo de passageiros de forma regular ou fretada.

b) **Operadoras de cruzeiro fluvial** - Empresas que prestam serviços de transporte fluvial de passageiros de forma regular ou fretada.

c) **Portos e/ou Terminais Turísticos** - Empresas que prestam serviços de operação dentro da área "molhada" de um porto, como atividades de movimentação de passageiros ou movimentação e armazenagem de mercadorias, destinadas ou provenientes de transporte aquaviário, dentro da área do porto organizado.

d) **Operadores de Turismo Receptivo Internacional** – Empresas brasileiras que operam, em âmbito nacional, regional ou local, serviços de turismo receptivo internacional;

e) **Organizações de Marketing de Destinos e/ou Associações Representativas de Segmentos ou Nichos** – Organizações brasileiras, sem fins lucrativos, mantidas e integradas por representantes das várias atividades que compõem a cadeia do segmento que tenham por objetivo principal promover o aumento dos fluxos turísticos em determinado segmento, nicho ou destino, com finalidade de lazer e outros potenciais viajantes;

f) **Companhias Aéreas** – Empresas que prestam serviços de transporte aéreo de passageiros e cargas de forma regular e fretada, conectando o exterior ao Brasil.

g) **Outros** – Instituições/empresas privadas que não se inserem nas demais categorias, e que agreguem valor à promoção do Brasil como destino de turismo de lazer ou de negócios e eventos. Exemplos: atrativos, parques temáticos, locadoras de veículos, etc.

2.1. O interessado será desclassificado se fizer a inscrição na categoria incorreta.

ANEXO II

CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA AVALIAÇÃO DE INTERESSADOS NO EVENTO SEATRADE CRUISE GLOBAL

1. As informações necessárias para a análise das postulações deverão estar disponibilizadas no formulário de inscrição, caso contrário, não serão objeto de pontuação para classificação.

2. **O CADASTUR é um documento obrigatório para as categorias de Operadores de Turismo Receptivo Internacional e Operadores de Cruzeiros**, com avaliação da data de validade, sendo um item sem pontuação mas desclassificatório caso esteja com o prazo de validade vencida.

3. As pontuações constantes de cada tabela foram estabelecidas mediante priorização de aspectos relevantes para a promoção/comercialização de destinos e produtos brasileiros no exterior, adequadas aos perfis de cada mercado e posicionamento do País como destino multicultural, diverso, sustentável e inovador.

4. O total máximo de pontos são:

a) **Institucional / Destinos:** 73 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos.

b) **Operadores de Turismo Receptivo Internacional:** 55 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos.

c) **Organizações de Marketing de Destinos e/ou Associações Representativas de Segmentos ou Nichos:** 52 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos

- d) **Operadoras de cruzeiro marítimo:** 60 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos
- e) **Operadoras de cruzeiro fluvial:** 60 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos
- f) **Portos e/ou Terminais Turísticos:** 55 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos
- g) **Companhias Aéreas:** 43 pontos e a linha de corte mínima é de 10 pontos
- h) **Outros:** 57 pontos e a linha de corte mínima é de 15 pontos

5. Documentos em formato PDF solicitados para fins de comprovação, devem ser imputados via *upload* no ato de inscrição e informados no Campo Resposta.

6. Os links solicitados para fins de comprovação devem estar LIBERADOS para acesso. Certifique-se de que o link está acessível durante o período de análise da inscrição. Caso a equipe técnica fique impossibilitada de acessar o link, o interessado terá a pontuação zerada nesse item

7. A partir de novembro/2023, foi implementado o requisito de uso de materiais confeccionados sem uso do plástico descartável. Preferência por material totalmente digitalizado, com uso de *QR Code*, de forma a reduzir o volume de material impresso. Pede-se especial atenção aos brindes ou itens promocionais para que sejam feitos ou embalados sem plástico.

8. Como critérios de desempate, serão considerados na seguinte ordem:

8.1. Institucional / Destinos

- a) Prioridade para os Estados.
- b) Destino com voos internacionais diretos ou fretados 2024/2025.
- c) Destinos com atuação promocional comprovada no mercado.
- d) Ordem de inscrição.

8.2. Operadores de Turismo Receptivo Internacional

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Maior pontuação no tópico Sustentabilidade
- c) Ordem de inscrição

8.3. Organizações de Marketing de Destinos e/ou Associações Representativas do setor

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Ordem de inscrição

8.4. Operadoras de Cruzeiro Marítimo

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Ordem de inscrição

8.5. Operadoras de Cruzeiro Fluvial

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Ordem de inscrição

8.6. Portos e/ou Terminais Turísticos

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Ordem de inscrição

8.7. Companhias Aéreas

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

b) Ordem de inscrição

8.8. OUTROS

- a) Maior pontuação no tópico Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- b) Maior pontuação no tópico Sustentabilidade
- c) Ordem de inscrição

I – CRITÉRIOS PARA CATEGORIZADOS COMO INSTITUCIONAIS:

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

- a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

- b) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional
- c) Mapa do Turismo e Oferta e Diversificação de Produtos
- d) Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional
- e) Acessos e Conectividade
- f) Sustentabilidade

A. Informações para Promoção no Mercado Internacional - até 10 pontos.			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um <i>site</i> com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> (o material deve apresentar experiências/rotas do destino)	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 21 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento

3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	3 pontos	Para <i>download</i> , acesse: MARCA BRASIL
4	<i>Site</i> oficial do destino disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O <i>site</i> possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês ou o espanhol, citado no item 1. Um <i>site</i> com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para <i>download</i> ou <i>via link</i> , que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação do destino em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	Realização de ações promocionais internacionais como FAMTOUR para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024). .
8	Realização de ações promocionais internacionais como PRESSTRIP para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024). .
9	Realização de ações promocionais internacionais como ROADSHOW para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024). .
10	Promove seus produtos com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional <i>via Newsletter</i> .	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas no último ano.

C. Mapa do Turismo e Oferta e Diversificação de Produtos - até 19 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
11	O destino está categorizado no Mapa do Turismo do Mtur.	Categoria A: 3 Pontos Categoria B: 2 Pontos Categoria C: 1 Ponto Categoria D ou E: 0 Ponto	<p>O destino deverá estar categorizado no Mapa do Turismo, entre as categorias A (3 pontos), B (2 pontos), C (1 ponto), D (não há pontuação) ou E (não há pontuação).</p> <p>Os estados irão pontuar de acordo com seu destino melhor pontuado. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do relatório disponível no <i>site</i> do MTur, no ato de inscrição, em formato PDF.</p>
12	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados das feiras: NAUTICO.	2 pontos	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>
12.1.	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Sol e Praia.	2 pontos	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>

<p>12.2. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados das feiras: Afroturismo</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>12.3. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Natureza, Ecoturismo, Turismo Regenerativo.</p>	<p>1 pontos</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>12.4. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Etnoturismo (povos originários), turismo de base comunitária.</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>12.5. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade, ou seja, públicos LGBT+</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros)</p>

		no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i> , referente nicho/segmento especificado.
12.6. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade, ou seja, públicos PCD (Pessoa com Deficiência) e sênior (+60) .	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i> , portfólio, oferta no <i>site</i> , entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i> , referente nicho/segmento especificado.
12.7. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Aventura e Esportes .	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i> , portfólio, oferta no <i>site</i> , entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i> , referente nicho/segmento especificado.
12.8. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Cultura, Artes, Literatura , roteiros com foco no patrimônio cultural material e imaterial.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i> , portfólio, oferta no <i>site</i> , entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i> , referente nicho/segmento especificado.
12.9. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Gastronomia .	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.

			Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i> , portfólio, oferta no <i>site</i> , entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i> , referente nicho/segmento especificado.
13	O destino possui sítios chancelados pela UNESCO, como Patrimônio Mundial Natural ou Cultural, ou Cidades Criativas ou Geoparques ou Reserva da Biosfera.	2 pontos	Apresentar comprovação da chancela UNESCO, em documento pdf.
14	Possui Número de iniciativas da UF listadas no Mapa Brasileiro do Turismo Responsável	2 pontos	Apresentar link das iniciativas presentes no mapa no último ano até o presente momento.

D. Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional - até 10 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
15	Existência de parceria entre o destino e operador emissor sediado no exterior (país da feira) e/ou cia aérea para ações cooperadas de vendas, marketing ou capacitação, entre outros.	5 pontos	<p>Indicar qual parceiro e apresentar documento utilizado para estabelecer a parceria com operador emissor sediado no exterior (país da feira) ou cia aérea, firmado entre as duas partes.</p> <p>Os documentos podem ser declaração de parceria por meio de carta de referência, carta acordo, relatórios de execução ou material promocional em conjunto.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material (catálogo, brochura, <i>flyer</i>, portfólio, oferta no <i>site</i>, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou <i>link</i>, referente nicho/segmento especificado.</p>

16	O destino tem filiação em alguma associação ou organização representativa de turismo no Brasil ou no exterior, de um ou mais mercados e/ou segmentos. Exemplo: USTOA, LATA, ACAVE, APAVT, Câmara LGBT, IGLTA, ICCA, CLIA, ATTA, LATA, Black Travel Alliance, Braztoa, Virtuoso, etc.	5 pontos	Apresentar documento utilizado para comprovar a filiação vigente com associação de turismo no Brasil ou no exterior. Exemplos: declaração, contrato, comprovante de pagamento, site da associação demonstrando a sua filiação, entre outros.
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E. Acessos e Conectividade - até 9 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
17	O destino possui voo internacional direto ou no máximo com uma conexão doméstica para o destino, anunciado oficialmente ou à venda em canais de distribuição do mercado da feira.	Voo direto: 2 pontos Conexão: 1 ponto	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do <i>print</i> do <i>site/aplicativo</i> da cia aérea que demonstre o voo direto a partir do mercado da feira ou com no máximo uma conexão.
18	O destino se encontra no máximo a 3 horas de distância de um aeroporto com voos domésticos regulares e/ou voos internacionais.	2 pontos	Inserir nome do Aeroporto, distância em km e tempo de deslocamento. Comprovar a partir de print de google maps destacando a distância do aeroporto ao destino.
19	O destino possui portões de entrada marítima.	2 pontos	Inserir nome do PORTO, distância em km e tempo de deslocamento.
20	Estados fronteiriços com mercado latino	2 pontos	O estado faz fronteira com o país de realização da feira, quando aplicável.

F. Sustentabilidade - até 4 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
21	O destino recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento de PDF ou do <i>link</i> ou documento que comprove a certificação ou prêmio nos últimos anos (2023 e 2024).
22	O destino possui Plano de Ações Climáticas para o setor turístico.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do <i>link</i> da página

			de acesso ao Plano de Ações Climáticas do destino ou via upload do arquivo em pdf do próprio Plano.
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

II – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA OPERADORAS DE CRUZEIROS MARÍTIMOS

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Sustentabilidade

c) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

d) Conectividade

A. Informações para Promoção no mercado Internacional - até 10 pontos			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> .	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 22 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
4	Site oficial da entidade possui versão disponível em outro(s)	2 pontos	O <i>site</i> possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês ou o

	idioma(s)		espanhol. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> , que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação de seu portfólio/destinos em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur, assumindo compromissos para o desenvolvimento e a promoção internacional do setor/segmentos.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.
8	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
9	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia

	para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.		comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Promove rotas para o Brasil com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
C. Conectividade - até 24 pontos			
Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
12	Número de marcas em operação no Brasil	4 pontos para a operadora com o maior número de marcas operando na costa brasileira, na temporada subsequente	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando as marcas.
13	Maior capacidade na temporada subsequente	5 pontos para a operadora com maior APCD entre portos brasileiros	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando o total de "Available Passenger Cruise Days - APCD". APCD é calculado considerando ocupação dupla por cabine multiplicado pelo número de dias de cruzeiros para o período.
14	Número de roteiros com paradas no Brasil, oferecidos na temporada subsequente	1 ponto por roteiro (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os roteiros.
15	Número de portos brasileiros servidos na temporada subsequente, com pelo menos 3 roteiros.	1 ponto por porto (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os portos de parada na costa brasileira.

16	Apresentaram passageiros estrangeiros na temporada anterior	50% ou mais - 5 pontos 30% a 49% - 3 pontos 10% a 29% - 1 ponto	Para fins de comprovação, o interessado deverá encaminhar relatório ou planilha auditável.
D. Sustentabilidade - até 4 pontos			
Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
17	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board
18	A EMPRESA recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.

III - CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA OS INTERESSADOS CATEGORIZADOS COMO OPERADORAS DE CRUZEIROS FLUVIAIS

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Sustentabilidade

c) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

d) Conectividade

A. Informações para Promoção no mercado Internacional - até 10 pontos			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	<i>Site</i> oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> .	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 22 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
4	<i>Site</i> oficial da entidade possui versão disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O <i>site</i> possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês ou o espanhol. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> , que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação de seu portfólio/destinos em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook,	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer <i>upload</i> de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.

	TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.		
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur, assumindo compromissos para o desenvolvimento e a promoção internacional do setor/segmentos.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.
8	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer <i>upload</i> de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
9	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer <i>upload</i> de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
10	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer <i>upload</i> de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
11	Promove rotas para o Brasil com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

C. Conectividade - até 24 pontos

Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
12	Número de marcas em operação no Brasil	4 pontos para a operadora com o maior número de marcas operando na costa brasileira, na	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando as marcas.

		temporada subsequente	
13	Maior capacidade na temporada subsequente	5 pontos para a operadora com maior APCD entre portos brasileiros	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando o total de "Available Passenger Cruise Days - APCD". APCD é calculado considerando ocupação dupla por cabine multiplicado pelo número de dias de cruzeiros para o período.
14	Número de roteiros com paradas no Brasil, oferecidos na temporada subsequente	1 ponto por roteiro (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os roteiros.
15	Número de portos brasileiros servidos na temporada subsequente, com pelo menos 3 roteiros.	1 ponto por porto (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os portos de parada na costa brasileira.
16	Apresentaram passageiros estrangeiros na temporada anterior	50% ou mais - 5 pontos 30% a 49% - 3 pontos 10% a 29% - 1 ponto	Para fins de comprovação, o interessado deverá encaminhar relatório ou planilha auditável.

D. Sustentabilidade - até 4 pontos

Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
15	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-

			gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board
16	A EMPRESA recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.

IV – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA PORTOS E/OU TERMINAIS TURÍSTICOS

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Sustentabilidade

c) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

d) Conectividade

A. Informações para Promoção no mercado Internacional - até 10 pontos			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> .	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer <i>upload</i> do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 22 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL

4	Site oficial da entidade possui versão disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O <i>site</i> possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês ou o espanhol. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> , que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação de seu portfólio/destinos em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer <i>upload</i> de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur, assumindo compromissos para o desenvolvimento e a promoção internacional do setor/segmentos.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.
8	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
9	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia

	para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.		comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Promove rotas para o Brasil com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

C. Conectividade - até 19 pontos

Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
12	Número de unidades (embarcações fluviais) em operação no Brasil	4 pontos para a operadora com o maior número de unidades (embarcações fluviais) operando no Brasil, na temporada subsequente	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os nomes das unidades (embarcações fluviais).
13	Número de roteiros no Brasil	1 ponto por roteiro (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os roteiros.
14	Número de portos brasileiros servidos na temporada subsequente, com pelo menos 3 roteiros.	1 ponto por porto (Máximo 5 pontos)	A interessada deverá apresentar material comprobatório da programação da temporada subsequente, indicando os portos de parada na costa brasileira.
15	Apresentaram passageiros estrangeiros na temporada anterior	50% ou mais - 5 pontos 30% a 49% - 3 pontos 10% a 29% - 1 ponto	Para fins de comprovação, o interessado deverá encaminhar relatório ou planilha auditável.

D. Sustentabilidade - até 4 pontos

Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
16	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board
17	A EMPRESA recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.

V – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO OPERADORES DE TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

c) Oferta e Diversificação de Produtos

d) Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional

e) Sustentabilidade

A. Informações para promoção no mercado Internacional - até 10 pontos.

Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.

2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para download ou via link.	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 24 pontos			
Item	Critérios CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
3	Site oficial do operador possui versão disponível em outro(s) idioma(s).	2 pontos	O site possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês, ou o espanhol, citado no item 1. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
4	Aplicação da Marca Brasil nos ítems obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
5	Material promocional em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para download ou via link, que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação da oferta (produtos, serviços e/ou experiências) em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	Existência de parceria comercial entre o operador brasileiro com operadores emissores sediados no mercado da feira.	3 pontos	Indicar parceiro e apresentar documento utilizado para estabelecer a parceria com operador emissor sediado no mercado da feira, firmado entre as duas partes. (por ex: carta de referência, e-mails de acordos e negociações).

8	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
9	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Possui BLOG ou link com matérias sobre o destino Brasil publicadas em mídia internacional.	2 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas no último ano.
12	Mantém comunicação com o mercado internacional por meio de disparo de Newsletter.	2 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

C. Oferta e Diversificação de Produtos - até 11 pontos

Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
13	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados das feiras: Afroturismo	2 pontos	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
.	13.1. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.

<p>Turismo de Natureza, Ecoturismo, Turismo Regenerativo</p>		<p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>13.2. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Etnoturismo (povos originários), turismo de base comunitária.</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>13.3. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade para públicos LGBT+.</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>13.4. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade, ou seja, públicos PCD (Pessoa com Deficiência) e sênior (+60)</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
<p>13.5. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Aventura e Esportes.</p>	<p>1 ponto</p>	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre</p>

			outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
13.6 Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Cultura, Artes, Literatura , roteiros com foco no patrimônio cultural material e imaterial .	1 ponto		<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
13.7. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Sol e Praia .	1 ponto		<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
13.8. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Gastronomia .	1 ponto		<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
D. Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional - até 6 pontos			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos	Detalhamento

14	O operador tem filiação em alguma associação ou organização representativa de turismo no Brasil de um ou mais mercados e/ou segmentos. Exemplo: BRAZTOA, ABAV, BLTA, BITO, ABETA, Câmara LGBT, CLIA, etc.	3 pontos	Apresentar documento utilizado para comprovar a filiação vigente com associação de turismo no Brasil. Exemplos: declaração, contrato, comprovante de pagamento, entre outros.
15	O operador tem filiação em alguma associação ou organização representativa de turismo no exterior, de um ou mais mercados e/ou segmentos. Exemplo:, Virtuoso, SITE, USTOA, LATA, ACAVE, APAVT, IGLTA, ICCA, CLIA, ATTA, LATA, Black Travel Alliance etc.	3 pontos	Apresentar documento utilizado para comprovar a filiação vigente com associação de turismo no exterior. Exemplos: declaração, contrato, comprovante de pagamento, site da associação demonstrando a sua filiação, entre outros.

E. Sustentabilidade - até 4 pontos

Item	Crítérios OBRIGATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
16	O operador recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.
17	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board

VI – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA ORGANIZAÇÕES DE MARKETING DE DESTINOS/ASSOCIAÇÕES REPRESENTATIVAS

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

c) Oferta e Diversificação de Produtos

d) Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional

e) Sustentabilidade

A. Informações para Promoção no mercado Internacional - até 10 pontos			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para download ou via link.	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 27 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
4	Site oficial da entidade possui versão disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O site possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês, ou o espanhol. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.

5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para download ou via link, que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação de seu portfólio/destinos em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur, assumindo compromissos para o desenvolvimento e a promoção internacional do setor/segmentos.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.
8	A organização possui representatividade no âmbito nacional, estadual ou municipal do seu setor de atuação	Nacional: 5 pontos Estadual: 3 pontos Municipal: 1 ponto	A organização/associação deverá comprovar a atuação em âmbito nacional, estadual e municipal, fazendo o upload, em PDF, da lista completa de associados, com indicação da localização/sede das empresas associadas que demonstram a capilaridade da representatividade.
9	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

12	Promove seus produtos/destinos com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas no último ano.
----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C. Oferta e Diversificação de Produtos - até 11 pontos

Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
13	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados das feiras: Afroturismo	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
.	13.1. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Natureza, Ecoturismo, Turismo Regenerativo	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
	13.2. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Etnoturismo (povos originários), turismo de base comunitária.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
	13.3. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade para públicos LGBT+.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer,

		portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
13.4. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade, ou seja, públicos PCD (Pessoa com Deficiência) e sênior (+60)	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
13.5. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Aventura e Esportes.	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
13.6. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Cultura, Artes, Literatura , roteiros com foco no patrimônio cultural material e imaterial .	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
13.7. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Sol e Praia	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>

13.8. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Gastronomia .	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.	
D. Sustentabilidade - até 4 pontos			
Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos	Detalhamento
14	O operador recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.
15	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board

VII – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA COMPANHIA AÉREA

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado Internacional.

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

c) Conectividade

d) Sustentabilidade

A. Informações para Promoção no mercado Internacional - até 10 pontos

Item	Crítérios CLASSIFICATORIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.
2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para download ou via link.	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato da inscrição, em formato PDF.

B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 22 pontos

3	Aplicação da Marca Brasil nos ítems obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
4	Site oficial da entidade possui versão disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O site possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês, ou o espanhol. Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional do destino em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para <i>download</i> ou via <i>link</i> , que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação de seu portfólio/destinos em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur,	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.

8	Participou / realizou FAMTOUR internacional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar documentos comprobatórios em PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
9	Participou / realizou PRESSTRIP internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar comprobatórios em PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Participou / realizou ROADSHOW internacional como ação promocional B2B para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por <i>link</i> deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Promove voos para o Brasil com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter	3 pontos	Apresentar documentos comprobatórios em PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

C. Conectividade - até 7 pontos

Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
12	Possui voo internacional direto ou no máximo com uma conexão doméstica entre o mercado da FEIRA e o destino Brasil, anunciado oficialmente ou à venda em canais de distribuição do mercado da feira.	Voo direto: 2 pontos Conexão: 1 ponto	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do print do site/aplicativo da cia aérea que demonstre o voo direto a partir do mercado da feira ou com no máximo uma conexão.
13	Oferecer programa dedicado de viagem dentro do Brasil (Ex. Br Air Pass)	5 pontos	Informar link do programa no ato da inscrição.

D. Sustentabilidade - até 4 pontos			
Item	Critérios CLASSIFICATÓRIOS	Pontos	Detalhamento
14	Comprovação de adesão ao Pacto Global da ONU.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá indicar o link* da página da empresa dentro do site do Pacto Global ou fazer o upload do arquivo referente à última Comunicação de Progresso (CoP) ou Comunicação de Engajamento (CoE) do Pacto Global da ONU. *Por exemplo, link de cadastro da Embratur: https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/159291-Embratur-Brazilian-Tourism-Board
15	A CIA AÉREA recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.

VIII – CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO PARA CATEGORIZADOS COMO OUTROS

A pontuação segue critérios **obrigatórios** e **classificatórios**, o candidato que não apresentar os itens obrigatórios será automaticamente desclassificado.

Os itens avaliados foram organizados conforme temática tendo como pilares para avaliação:

Critérios OBRIGATÓRIOS:

a) Informações para promoção no mercado internacional

Critérios CLASSIFICATÓRIOS:

b) Estratégias de Promoção no Mercado Internacional

c) Oferta e Diversificação de Produtos

d) Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional

e) Sustentabilidade

A. Informações para promoção no mercado Internacional - até 10 pontos.			
Item	Critérios OBRIGATÓRIOS	Pontos:	Detalhamento
1	Site oficial com versões em inglês e/ou espanhol voltado para o mercado internacional.	5 pontos	Um site com aviso de “em construção” ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada neste item.

2	Material promocional no idioma inglês e/ou espanhol, disponibilizado para download ou via link. (o material deve apresentar experiências/rotas do destino)	5 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato da inscrição, em formato PDF.
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B. Estratégias de Promoção no Mercado Internacional - até 22 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
3	Aplicação da Marca Brasil nos itens obrigatórios.	2 pontos	Para download, acesse: MARCA BRASIL
4	Site oficial disponível em outro(s) idioma(s)	2 pontos	O site possui versão em outro(s) idioma(s) que não o português, o inglês, ou o espanhol, citado no item 1. Um site com aviso de "em construção" ou com conteúdos desatualizados terá a pontuação zerada nesse item.
5	Material promocional em idioma distinto dos obrigatórios/exigidos, disponibilizado para download ou via link, que não em português, inglês e/ou espanhol.	2 pontos	O interessado deverá possuir material promocional do destino em outros idiomas que não em português, inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material, no ato de inscrição, em formato PDF.
6	Realiza divulgação do Brasil em plataformas digitais como Youtube, Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn em inglês e/ou espanhol.	2 pontos	Indicar os links das contas oficiais das redes sociais ou ferramentas digitais de marketing/publicidade e fazer upload de PDF que comprove posts que estejam em inglês e/ou espanhol nos últimos 6 meses.
7	A organização/associação possui Acordo de Cooperação Técnica (ACT) assinado com a Embratur, assumindo compromissos para o desenvolvimento e a promoção internacional do setor/segmentos.	2 pontos	Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload em PDF do ACT assinado.

8	Realização de ações promocionais internacionais como FAMTOUR para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
9	Realização de ações promocionais internacionais como PRESSTRIP para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
10	Realização de ações promocionais internacionais como ROADSHOW para o mercado da feira, de forma independente da Embratur.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).
11	Promove seus produtos com disparo de notícias ou roteiros para o mercado internacional via Newsletter.	3 pontos	Apresentar PDF (no caso do documento ser por LINK deve-se transformá-lo em PDF para ser considerado) de matéria em mídia comprovando as ações realizadas nos últimos 3 anos (de 2022 a 2024).

C. Oferta e Diversificação de Produtos - até 11 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
12	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados das feiras: Afroturismo	2 pontos	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
12.1.	Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Natureza, Ecoturismo, Turismo Regenerativo.	2 pontos	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer,</p>

		portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
12.2. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Etnoturismo (povos originários), turismo de base comunitária.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
12.3. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade para públicos LGBT+.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
12.4. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/segmentos prioritários que promovam e fortaleçam a diversidade, ou seja, públicos PCD (Pessoa com Deficiência) e sênior (+60)	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os públicos que atende, em inglês e/ou espanhol. Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.
12.5. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Turismo de Aventura e Esportes.	1 ponto	O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou

		<p>experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
12.6. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Cultura, Artes, Literatura , roteiros com foco no patrimônio cultural material e imaterial .	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
12.7. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Sol e Praia .	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
12.8. Oferta de produtos, serviços e/ou experiências em nichos nos/ segmentos prioritários como para os mercados como Gastronomia .	1 ponto	<p>O interessado deverá possuir material promocional do produto, serviço e/ou experiência destacando os segmentos prioritários, em inglês e/ou espanhol.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF</p>

ou LINK, referente nicho/segmento especificado.

D. Parcerias Estratégicas para a Promoção Internacional - até 10 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
13	Existência de parceria entre o destino e operador emissor sediado no exterior (país da feira) e/ou cia aérea para ações cooperadas de vendas, marketing ou capacitação, entre outros.	5 pontos	<p>Indicar qual parceiro e apresentar documento utilizado para estabelecer a parceria com operador emissor sediado no exterior (país da feira) ou cia aérea, firmado entre as duas partes</p> <p>Os documentos podem ser declaração de parceria, contrato, carta acordo ou material promocional em conjunto.</p> <p>Para fins de comprovação, o interessado deverá fazer upload do material (catálogo, brochura, flyer, portfólio, oferta no site, entre outros) no ato de inscrição, em formato PDF ou LINK, referente nicho/segmento especificado.</p>
14	Possui filiação em alguma associação ou organização representativa de turismo no Brasil ou no exterior, de um ou mais mercados e/ou segmentos. Exemplo: USTOA, LATA, ACAVE, APAVT, Câmara LGBT, IGLTA, ICCA, CLIA, ATTA, LATA, Black Travel Alliance, Braztoa, Virtuoso, etc.	5 pontos	<p>Apresentar documento utilizado para comprovar a filiação vigente com associação de turismo no Brasil ou no exterior. Exemplos: declaração, contrato, comprovante de pagamento, site da associação demonstrando a sua filiação, entre outros.</p>

E. Sustentabilidade - até 4 pontos

Item	Critério CLASSIFICATÓRIO	Pontos:	Detalhamento
15	O destino recebeu algum prêmio ou Certificação sobre Sustentabilidade	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link ou documento que comprove a certificação ou prêmio.
16	O destino possui Plano de Ações Climáticas para o setor turístico.	2 pontos	A comprovação pode ser feita através do compartilhamento do link da página de acesso ao Plano de Ações

			Climáticas do destino ou via upload do arquivo em pdf do próprio Plano.
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------

ANEXO III

DA DISTRIBUIÇÃO E REDISTRIBUIÇÃO DE VAGAS PARA A SEATRADE CRUISE GLOBAL

1. A regra geral para a distribuição da quantidade de vagas disponibilizadas para inscrição no evento SEATRADE CRUISE GLOBAL, por categoria e subcategoria, seguirá o estabelecido abaixo:

- a) até 10% (dez por cento) para a categoria Institucionais;
- b) até 15% (quinze por cento) para Operadores de Cruzeiros Marítimos e;
- c) até 15% (quinze por cento) para Operadores de Cruzeiros Fluviais;
- d) 20% (vinte por cento) para Operadores de Turismo Receptivo Internacional;
- e) até 15% (quinze por cento) para Portos e/ou Terminais Turísticos;
- f) 5% (cinco por cento) para Organizações de Marketing de Destinos/Associações Representativas;
- g) 5% (cinco por cento) para Companhias Aéreas;
- h) 5% (cinco por cento) para Outros;
- i) até 10% (dez por cento) para expositores considerados estratégicos, com a devida justificativa, visando oportunidade de apoio comercial e/ou promocional dos produtos/serviços e/ou destinos brasileiros.

1.1 A distribuição dos percentuais de vagas para cada categoria se dá em função da importância da presença, do protagonismo no setor e da necessidade da representatividade dos vários atores responsáveis pela promoção e comercialização dos produtos.

1.2 Quando a aplicação dos percentuais resultar em número fracionário de vagas, arredondar-se-á o resultado da fração para o número inteiro anterior.

1.3 Na hipótese do parágrafo anterior, caberá à Gerência de Eventos Internacionais indicar, considerando o caso concreto, para qual categoria ou subcategoria será destinada a vaga remanescente.

1.4 As hipóteses de participação constantes nas alíneas "i" serão analisadas, conforme definição da DMINS, pela gerência competente da Embratur, que encaminhará a sua manifestação técnica para apreciação e decisão do(a) Diretor(a) de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade.

1.5 A distribuição deverá assegurar as vagas contempladas como contrapartida em Acordos de Cooperação Técnica com organizações estratégicas, caso houver.

2. Os inscritos aprovados serão classificados dentro do número de vagas disponíveis para inscrição, em ordem decrescente, conforme sua pontuação dentro de sua categoria ou subcategoria, observada a tabela de pontuação constante neste edital.

3. Os inscritos não classificados dentro do número de vagas disponíveis para a categoria ou subcategoria à qual pertencem serão dispostos em lista de espera.

3.1 Caso não haja confirmação ou cancelamento de participação, havendo viabilidade técnica, a vaga será inicialmente destinada à classificação do inscrito mais bem colocado na lista de espera da mesma categoria ou subcategoria.

3.2 Em caso de não preenchimento total das vagas disponíveis de uma subcategoria e/ou da categoria institucional, as vagas remanescentes poderão ser distribuídas para a mesma categoria/subcategoria, após análise da Gerência de Eventos Internacionais, considerando o caso concreto.

3.3 Não havendo o preenchimento de vagas para as hipóteses constantes nas alíneas "i" do item 1 deste ANEXO, caberá à Gerência de Eventos Internacionais indicar, considerando o caso concreto, para qual subcategoria será destinada a vaga remanescente.