

Estudo Técnico Preliminar 23/2024

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.004598/2024-35

2. Descrição da necessidade

O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo, desenvolve em sua política atual ações para o incremento do segmento de turismo de negócios e eventos, que, segundo o MTur, **“compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”**.

Somado a isso, é competência do Departamento de Marketing, Eventos e Expansão Digital (DMEX), segundo o art. 17, IV, do Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023: **“realizar, participar, apoiar, captar, fomentar, patrocinar e supervisionar eventos turísticos, institucionais e corporativos de promoção da atividade turística”**.

A modalidade de apoio via patrocínio é uma ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros, tem amparo legal na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

O Ministério do Turismo publicou a Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021 com o intuito de estabelecer o fluxo interno de avaliação, bem como atribuir funções às áreas competentes que serão responsáveis pela consecução dos apoios para este fim. A referida normativa segue na íntegra os preceitos e regras estabelecidas na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

O Festival Aceita, promovido pela CRIATTIVA E CAVALLERO PRODUÇÕES LTDA, é um evento de celebração que busca dar visibilidade ao desenvolvimento da cadeia econômica criativa de LGBTQIAP+, que vai além da diversidade e da cultura, adentrando os ecossistemas do conhecimento e da criação produzidas por pessoas LGBTQIAPN+ na Amazônia. Será realizado nos dias 23, 24 e 25 de agosto de 2024 em Belém/PA e trabalhará os ECOSSISTEMAS de:

1. **Moda:** Translab, cast day, fashion show, ateliê aberto, confecção de desfile em tempo real.
2. **Direitos:** Ações educativas, campanhas de prevenção e conscientização, seminários.
3. **Empreendedorismo:** Feira de empreendimentos criativos, incubadora de startups e trocas tecnológicas.
4. **Tecnologia:** Camping edital, cubo audiovisual e laboratório de realidade virtual.
5. **Música:** Oficina, quintal de som, palco aberto e varal poético.
6. **Audiovisual:** Mostra de curtas e documentários LGBTQIAPN+, praça dos roteiros e imersão dos bastidores de cinema.
7. **Artes Visuais:** Exposição de artes plásticas, laboratório imersivo, workshop, residência/vivência, espaço conforto.
8. **Sustentabilidade:** Exposição de iniciativas criativas, vivências sustentáveis, rituais de povos originários e palestras.

Para tal, cada ecossistema tem a sua programação feita, pensada e executada por pessoas LGBTQ+ atuantes nessas áreas e trará grandes nomes nacionais e pelo menos 1 player internacional em sua programação, que será formada por concursos, mostras, palestras, oficinas, rodas de conversas e rodada de negócios com o intuito de fortalecer e acelerar empreendimento nas áreas de gestão estratégica, plano de negócios, formalização, acesso a créditos e comercialização.

Cada um dos 8 ecossistemas tem um espaço próprio dentro do macro ambiente do festival, com sua estrutura própria para atender a sua singular programação. Dentre as ações pensadas para estes ambientes terá uma exposição de artes plásticas que apresentará o trabalho de 10 artistas selecionados, enquanto um fashion show envolverá outros 10 talentos da moda, marcas e selecionará modelos iniciantes para experienciarem a vida nas passarelas do festival, destacando a criatividade e originalidade da comunidade LGBTQIAPN+.

Uma Feira com 30 stands oferecerá produtos e serviços de empreendedores locais de destaque, promovendo a economia criativa, circular e o empreendedorismo e o fortalecimento dos negócios inclusivos.

O Festival Aceita será transmitido em várias plataformas, com expectativa de público de 14 milhões de pessoas (online e offline), além disso, são esperadas 20 mil pessoas/dia nos 03 dias do evento, totalizando 60 mil participantes presenciais.

Expositores: 130 Convidados: entre nacionais, internacionais e locais: 250.

Realizar o Festival Aceita em Belém do Pará, cidade sede da COP30, traz à região como um todo uma série de benefícios no que tange ao turismo, pois atrai um público diversificado, incluindo ativistas, acadêmicos, turistas, membros da comunidade LGBTQIA+. Artistas nacionais e internacionais participarão do festival, além da presença de empreendedores e comunidade em geral. Haverá uma grande divulgação da cultura local, o que proporcionará um alcance turístico enorme para a região.

A 1ª edição do Festival Aceita terá a seguinte programação de shows:

23/08 - ANCESTRALIDADE

19h Taynara Takua + Guaja

20h Eloi Iglesias

21h Cerimônia de Abertura

22h Maria Gadú + Arthur Nogueira

22h30 Sandra Sá + Gigi Furtado

00h30 Flor de Mururé + Ventura Profana

01h50 Christian Chávez

24/08 – COSMOVISÕES

19h Mc Pokaroupas + Scarlety Queen

20h Rawi + Lorena Simpson

21h Tiffany Boo + A Travestis

22h Desfile de moda: Rainha das Matas

22h20 Carlos do complexo + Katu Mirim

23h20 Ato Artístico

23h50 Caio Prado

00h50 Fashion Show III: Desafio

01h30 Jaloo

02h30 Billy Porter

25/08 - FAMÍLIA

18h Boi Boiola + Carimbó Selvagem

19h Leci Brandão + Iara Mê

20h Ilê Ayê com Jeff Moraes

21h Banda Uó

22h30 Ato Família

23h30 Gaby Amarantos + Leona

00h30 Gloria Groove

01h40 Aparentagem Crocodilo

Durante todo evento os 8 ecossistemas terão as seguintes atividades:

1. **Moda:** Translab, cast day, fashion show, ateliê aberto, confecção de desfile em tempo real.

2. **Direitos:** Ações educativas, campanhas de prevenção e conscientização, seminários.

3. **Empreendedorismo:** Feira de empreendimentos criativos, incubadora de startups e trocas tecnológicas.

4. **Tecnologia:** Camping edital, cubo audiovisual e laboratório de realidade virtual.

5. **Música:** Oficina, quintal de som, palco aberto e varal poético.

6. **Audiovisual:** Mostra de curtas e documentários LGBTQIAPN+, praça dos roteiros e imersão dos bastidores de cinema.

7. **Artes Visuais:** Exposição de artes plásticas, laboratório imersivo, workshop,

residência/vivência, espaço conforto.

8. **Sustentabilidade:** Exposição de iniciativas criativas, vivências sustentáveis, rituais de povos originários e palestras.

O evento também contará com rodada de negócios para os ecos de moda, música, artes visuais, audiovisual, empreendedorismo e negócios.

A Embratur e a Câmara de Comércio e Turismo LGBT do Brasil assinaram, durante o Salão Nacional do Turismo 2023, um Acordo de Cooperação Técnica (ACT) com a finalidade de unir esforços para a promoção internacional e apoio à comercialização dos destinos brasileiros classificados como estratégicos para o segmento[1].

As identidades LGBTQIA+ têm expressiva produção na economia criativa e no mercado de trabalho brasileiro. Os indicadores da ABGLT (Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais) estimam que cerca de 10% da população brasileira é LGBTQIA+. De acordo com a Out Leadership (consultora norte-americana), o potencial anual de consumo do mercado LGBT no Brasil é de R\$ 418,9 bilhões, conforme Anexo MTUR PROPOSTA ATUALIZADA 02 agosto novo (SEI nº 2304829)

As tratativas para apoio ao evento tiveram início com a Assessoria de Participação Social e Diversidade (ASPADI), por meio do Ofício 180 (SEI nº 2271486). Ademais, o patrocínio em tela converge com o Plano Nacional do Turismo para o quadriênio 2024-2027, estando alinhado ao eixo de atuação 3 - promoção e apoio à comercialização.

Cabe ressaltar que o evento se adequa as atribuições estratégicas da SNPTUR, segundo o art. 14, do Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, que tem por competência o desenvolvimento de segmentos turísticos.

Ademais, o projeto se insere no âmbito do Patrocínio, regido pela Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019 e pela Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021.

Quanto à congruência do evento em relação aos objetivos estratégicos do Ministério do Turismo, o escopo e formato apresentados estão alinhados com a Política Nacional do Turismo do Ministério do Turismo em vários aspectos, tanto pelo público, quanto pela temática do evento.

Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento "Festival Aceita", com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse. A comunicação realizada pelo MTur, seja por meio de ações próprias e/ou parcerias com outros órgãos e entidades, tem como finalidade divulgar os programas de governo e o conjunto de atividades realizadas, em prol da sociedade, visando o atendimento da missão, competências e diretrizes governamentais, além de permitir a comunicação dirigida a esses públicos.

Para levantamento das possibilidades de contratação e seguindo as normativas da IN nº 04, foi realizada avaliação conforme estipulado no anexo da referida Instrução Normativa e que pode ser Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2301726).

A pontuação adquirida na proposta estabelece um valor máximo de aporte de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), que podem ser investidos pelo Ministério do Turismo com relação a este projeto, conforme Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2301726).

O projeto enviado para o Ministério apresenta 04 (quatro) cotas de patrocínio, sendo elas: Cota Apresenta (R\$ 3.000.000,00), Cota Berro (R\$ 500.000,00) e Cota Close (R\$ 300.000,00) e Cota Babado (R\$ 190.000,00) conforme MTUR PROPOSTA ATUALIZADA 02 agosto novo (SEI nº 2304829).

A cota de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), apresentada após negociação (2300454) foi considerada a mais vantajosa para o MTur inicia tendo a precificação levado em consideração o alinhamento com os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo e com o Plano Nacional do Turismo, além das possibilidades de ativação e relacionamento e o potencial de fortalecimento de imagem do Ministério e do Governo Federal.

Pelo exposto, de acordo as manifestações técnicas da COPATRO e da CGFET, as informações iniciais atendem às necessidades técnicas à contratação da cota R\$ 250.000,00, conforme Proposta orçamentária MTUR

PROPOSTA ATUALIZADA 02 agosto novo (SEI nº 2304829), cujo itens estão discriminados a seguir:

1. CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA

COTA MTUR (R\$ 250.000,00 – DUZENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)

- Indicação de especialistas para mesas de debates;
- Participação na cerimônia de abertura do evento;
- O patrocinador assina chancela “Patrocínio”, localizada no rodapé de todo material gráfico e digital do Festival como peças de telões (10 telões ecossistemas e palcos principais) e outros espaços onde a régua de patrocínios seja aplicável;

Período: Durante o evento - 23 a 25 de agosto

INSTAGRAM www.instagram.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante o período de realização do projeto ACEITA 2024.
2. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
4. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
5. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do eventos.

FACEBOOK www.facebook.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Facebook (@festivalaceita)

durante do mês de realização do projeto ACEITA 2024.

1. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
2. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
3. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Facebook (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
4. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social

Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.

TIKTOK www.tiktok.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024
2. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social Tik Tok do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024.

X (antigo twitter) www.x.com/festivalaceita1

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social X (Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA2024.
2. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social X (Twitter) do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.

3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social X(Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024.

SITE: <https://www.festivalaceita.com/>

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em no rodapé do site oficial da patrocinada. VEICULAÇÃO: A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO ATÉ O INÍCIO DA DIVULGAÇÃO DA SEGUNDA EDIÇÃO.
2. Disponibilizar à PATROCINADORA relatório básico das redes sociais oficiais do projeto usadas para divulgação (Instagram, Facebook e TikTok) contendo as menções do patrocínio dos Ministério do Turismo;
3. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio
4. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em: no mínimo 4 (quatro) empenas, em no mínimo 20 pontos de peças de OOH e DOOH e em 100 (cem) press kit.
5. Ceder a PATROCINADORA material de relacionamento personalizado com a marca exclusiva do Ministério do Turismo, do Governo Federal e do Festival ACEITA na quantidade de 7.500 (sete mil e quinhentos) leques e 1.500 (um mil e quinhentos) ecobags durante os shows e nos ecossistemas.
6. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio nos intervalos das palestras dos ecossistemas.
7. Citar o patrocínio dos Ministério do Turismo e do Governo Federal, em no mínimo, 07 (cinco) releases disparados com informações gerais do evento para a imprensa.

IMPRESSOS:

O patrocinador assina chancela "patrocínio " localizada no rodapé do material gráfico:

1. Cartaz: 10000 unidades Distribuição: 2000 unidades a serem aplicadas em locais de circulação do público, como bares, restaurantes, pontos turísticos e similares - pré-festival -
2. 4000 unidades a serem aplicadas como LAMBES em locais externos de alta circulação - pré festival -
3. 4000 unidades a serem aplicadas com lambes durante o evento no local do evento - pré festival -

4. Flyer - 15.000 unidades Distribuição: - 15.000 unidades a serem distribuídas em locais de alta circulação de público em geral em ações de ativação do festival - pré festival –
5. O patrocinador assina chancela "patrocínio" localizada na régua do material audiovisual:
6. *Aftermovie*: Edição e locução focada na presença do patrocinador - 1 unidade Distribuição: pós-evento - 30/08

1. Quota de 30 ingressos para pistas de shows
2. Quota de 08 convites vips para camarote, por dia de evento, vips para camarote para a comitiva ministerial (se necessário) até 13 unidades.

1. CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

• AMBIENTAIS:

- Realização de ações de coleta seletiva de lixo;
- Realização de ações de compensação da emissão de carbono do projeto;
- Realização de ações de distribuição de mudas e sementes;
- Doação de banner e outros materiais utilizados no Festival para entidades que trabalham com reaproveitamento;
- Utilização de material ambientalmente responsável;
- Incentivo ao transporte coletivo.

• SOCIAIS:

- O Festival ACEITA é um polo de empreendedorismo e cultura diversa, onde conectamos as perspectivas dos povos originários amazônicos sobre gênero e sexualidade com o mundo. Belém é reconhecida como um destino importante para a comunidade LGBTQIA+, e o Festival ACEITA contribui para fortalecer essa posição. Além disso, nosso evento promove o turismo e o desenvolvimento de novos empreendimentos criativos, impulsionando a economia local e gerando oportunidades para todos. Nossa proposta é criar um ambiente de conversa enriquecedor, que propicie conexões potentes que se convertam em oportunidades reais de crescimento do mercado da economia criativa feita por pessoas LGBTQIAPN+ da Amazônia. Toda a área dos ecos será de acesso gratuito.

• ECONÔMICAS:

- Uma Feira com 30 stands oferecerá produtos e serviços de empreendedores locais de destaque, promovendo a economia criativa e o fortalecimento dos negócios inclusivos. O eco de tecnologia vai montar um acampamento laboratorial para vivências. E para os amantes do cinema, uma Mostra de cinema exibirá 15 documentários que abordam questões relevantes para a comunidade LGBTQIAPN+ ou que sejam realizados e protagonizados por eles. Toda área dos ecos terá acesso gratuito a população, com oportunidades geradas a comunidade LGBT, com geração de 700 empregos diretos, oportunidades de conexão com grandes atores da economia criativa do Brasil e do mundo, geração de renda para expositores de alimentação e feira de empreendedorismo.
- Atração de turistas nacionais e internacionais, promovendo o desenvolvimento turístico local e beneficiando a economia da região, na cidade de Belém do Pará, onde será realizada a COP 30.

• ACESSIBILIDADE:

- Identidade visual e publicidade do evento será preparada com descrição de imagens e legendas;
- Campanha anti capacitismo personalizada para o Festival;
- Autodescrição em todo o material visual utilizado no Festival;
- Cardápios em braille e em áudio;
- Guia em braille para uso de QR CODES;
- Espaços de acessibilidade com rotas acessíveis para bares e banheiros;
- Linguagem de libras nos espaços do evento, com cobertura de shows e rodas de conversa;
- Consultoria e equipes de acessibilidade nos 8 eixos;
- Medidas provisórias no espaço, como pisos em lugares de desníveis, corrimão e sinalizações nos ambientes.

Ante o exposto, referente ao apoio via patrocínio do Ministério do Turismo à FESTIVAL ACEITA, considera-se pertinente a adesão à Cota de Patrocínio pelo Ministério do Turismo, uma vez ter sido apontada necessidade técnica e alinhamento com as competências da COPATRO e CGFET.

Por fim, encaminhamos o presente processo para consideração superior para apreciação. Em caso de aprovação, solicitamos a remessa dos presentes autos às áreas competentes para prosseguimento das tratativas necessárias para formalização do patrocínio.

[1] <https://embratur.com.br/2023/12/17/salao-do-turismo-acordo-assinado-entre-a-embratur-e-a-camara-lgbt-ampliara-promocao-internacional-do-segmento/>

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Coordenação-Geral de Fomento a Eventos Turísticos	Maria Fernanda Mascarenhas dos Santos Melis
Coordenação de Patrocínio	LUCAS MAGALHÃES LOPES

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

O presente documento se prestará a avaliar a viabilidade técnica e subsidiar a tomada de decisão quanto ao **patrocínio** do evento FESTIVAL ACEITA.

A modalidade de apoio Patrocínio encontra sustentação técnica na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na vigente Instrução Normativa MTur nº 4/GM, de 12 de julho de 2021 do Ministério do Turismo, bem como em outros normativos que dão suporte às contratações do Governo Federal.

Em atendimento à legislação proposta, será submetida para análise e verificação de conformidade pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (SECOM), via Sistema de Controle de Ações de Comunicação (SISAC), não havendo necessidade de ser submetido para prévia manifestação do Comitê de Patrocínios, conforme disposto no art. 33 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

Dentre as possibilidades de apoio via patrocínio, estão dispostas duas formas de seleção de projetos. A primeira modalidade é a Escolha Direta da Ministra e a segunda por meio de Seleção Pública.

Tendo em vista a inexistência de edital aberto de seleção pública destinado aos projetos/eventos de patrocínio no âmbito do Ministério do Turismo, o presente evento, que fora indicado poderá ser apoiado via Escolha Direta, como disposto na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019 e na Instrução Normativa MTur nº 4/GM, de 12 de julho de 2021.

Esta modalidade de seleção não exclui o trabalho de análise técnica da Coordenação-Geral de Fomento a Eventos Turísticos, que verificou o atendimento aos critérios contidos na legislação vigente, segundo a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2301726).

5. Levantamento de Mercado

A bibliografia acerca do segmento turístico traz uma série de distintas definições do que seriam eventos, porém o conceito oficial abordado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas na NBR 16004:2016 o define como "atividade planejada para determinado período e local, reunindo pessoas com objetivos comuns".

De forma mais constricta, tem-se o conceito de Meireles (1999, p. 71) apud NEVES e PAIVA (2008, p. 5), qual seja:

"um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos de tecnologia."

É fato que independentemente do quão planejadas sejam as ações as atividades vinculadas à sua realização exigem, grande parte das vezes, de alterações, adaptações e correções, sendo fundamental a capacidade do organizador na tomada de decisões.

Como fomento à comercialização, a participação institucional pode ser aliada a ações mercadológicas, objetivando a divulgação e promoção de destinos turísticos nacionais, preferencialmente de forma a proporcionar a experimentação dos produtos e/ou serviços correlacionados aos atrativos turísticos nacionais existentes. Nesse sentido, é essencial que o público tenha o máximo de contato sensorial/vivencial possível com o conteúdo apresentado, de modo a potencializar a experiência e a satisfação, além de despertar o desejo de viajar pelo Brasil e/ou incentivar a venda de produtos brasileiros.

Para que um evento ocorra e/ou para que as ações acima mencionadas sejam operacionalizadas, faz-se necessário um planejamento prévio e a estruturação na operacionalização do evento. Nessa fase, deve-se definir as estratégias de atuação, por meio da elaboração de metas e os métodos de alcançá-las. Pode-se adotar os mais variados tipos de estratégias:

I - Estratégias comerciais: aplicadas em feiras comerciais, consiste em estratégias para trazer o cliente para o estande para que negócios sejam fechados durante ao evento;

II - Estratégias institucionais: apresentar a marca, reforçá-la e fazer com que se consolide no segmento que a empresa atua;

III - Estratégia de marketing: promoção do produto ou serviço;

IV - Estratégia de relacionamento: criar um ambiente que possibilite a interação com muitos cliente e clientes potenciais, em um curto espaço de tempo e que resulte em negócios pós-evento.

V - Estratégias combinadas: combinação das estratégias acima, porém se atentando para um objetivo específico.

Dentre os principais recursos necessários para estruturação de um evento, podemos elencar, dentre outros e, abrangendo aqueles recursos atrelados aos eventos presenciais:

I - Recursos humanos;

II - Alimentação e bebidas;

III - Infraestrutura;

IV - Logística;

V - Paisagismo;

VI - Soluções tecnológicas;

VII - Material de divulgação; e

VIII - Comunicação Visual

Embora possuam grande variação entre si, os eventos têm como cerne necessidades similares de estruturação, principalmente quando aplicado a realidade dos diferentes órgãos públicos.

Para aferir os tipos de soluções existentes no mercado foi criada tabela que estabelece critérios mínimos que este Ministério busca encontrar ao avaliar as propostas de patrocínio, publicados no anexo da Instrução Normativa MTurn^o 4/GM, de 12 de julho de 2021. A referida tabela identifica e pontua contrapartidas de mídia que mais interessam para o Ministério do Turismo no que diz respeito a projeção da sua marca e do Governo Federal.

Após análise dos quesitos contidos Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2301726) e observados na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2304829) o evento alcança nota de 100 pontos, o que indica a vantajosidade de investimento do Ministério do Turismo no montante de até R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais). A nota recebida pelo proponente possibilita a aquisição da COTA no valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

COTA APRESENTA (R\$ 3.000.000,00 – TRÊS MILHÕES DE REAIS)

Marca assina, APRESENTA e aparece no título, antes da menção do nome do Festival.

Marca assina o PALCO PRINCIPAL 1 (maior)

Compõe mesas de debates no evento para compartilhamento de expertise da marca com a pauta da diversidade;

Espaço para ativação da marca;

Sinalização no evento;

Menção da marca nos textos de divulgação do evento: release institucional, sugestão de pautas, press-kit, convites e flyers;

Posts sobre a marca para mídias sociais, website e vídeos institucionais indica ou apresenta produtos no evento;

Apresenta atrações culturais e convidados dos debates;

Marca assina em backdrops, banners, totens, outdoors, camisetas, panfletos, mobiliário;

Oferecimento exclusivo de making of do festival, com foco no trabalho das pessoas LGBTQIA+ que estão fazendo o festival acontecer;

Direito de desenvolver outras ações, materiais e conteúdo, que não se caracterize como publicidade, em alinhamento com o festival, que ajudem a divulgação do produto ou marca;

1 post de cada coordenador do projeto agradecendo a parceria para viabilização do evento;

Menção da marca pelos produtores e embaixadores em entrevistas e releases de divulgação;

Promoção de 60 convites para camarote vip utilizados nos 3 dias de evento;

Quota de 300 ingressos para pistas dos shows;

Depoimento de diretores da marca no vídeo doc do festival.

COTA BERRO (R\$ 500.000,00 – QUINHENTOS MIL REAIS)

Marca assina patrocínio, menção da marca nos textos de divulgação do evento: release institucional, sugestão de pautas, press-kit, convites e flyers;

Posts sobre a marca para mídias sociais, website e vídeos institucionais;

Marca indica ou apresenta produtos no evento;

Espaço para ativação da marca, produção por conta da marca, a definir metragem;

Vídeo comercial nos telões chamando as atrações culturais;

Marca assina em backdrops, banners, totens, outdoors, camisetas, panfletos, mobiliário urbano e busdoor;

Promoção de 12 convites para área vip, válido para os 3 dias de evento;

Quota de 150 ingressos para pista dos shows.

COTA CLOSE (R\$ 300.000,00 – TREZENTOS MIL REAIS)

Marca assina patrocínio, menção da marca nos textos de divulgação do evento: release institucional, sugestão de pautas, press-kit, convites e flyers;

Posts sobre a marca para mídias sociais, website e vídeos institucionais;

Marca indica ou apresenta produtos no evento;

Espaço para ativação da marca, produção por conta da marca, a definir metragem

Vídeo comercial nos telões chamando as atrações culturais;

Marca assina em backdrops, banners, totens, outdoors, camisetas, panfletos, mobiliário urbano e busdoor;

Promoção de 8 convites para área vip, válido para os 3 dias de evento;

Quota de 90 ingressos para pista dos shows.

COTA BABADO (R\$ 190.000,00 CENTO E NOVENTA MIL REAIS)

Indicação de especialistas para mesas de debates;

Espaço para ativação da marca (custeada pelo patrocinador);

Participação na cerimônia de abertura do evento;

O patrocinador assina chancela “Patrocínio”, localizada no rodapé por conta de todo material gráfico e digital do Festival;

Espaço para ativação do patrocínio no festival - Concepção e planejamento alinhado com a direção criativa e de comunicação do evento;

Inserção de conteúdo do patrocinador nas redes do Aceita (assinatura de publicações - Volume total: 30);

Inserção da marca nos telões dos palcos de apoio;

Promoção de 4 convites VIPS para camarote, válidos para os 3 dias do evento;

Quota de 30 ingressos para pista de shows.

COTA MTUR (R\$ 250.000,00 – DUZENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)

- Indicação de especialistas para mesas de debates;
- Participação na cerimônia de abertura do evento;
- O patrocinador assina chancela “Patrocínio”, localizada no rodapé de todo material gráfico e digital do Festival como peças de telões (10 telões ecossistemas e palcos principais) e outros espaços onde a régua de patrocínios seja aplicável;

Período: Durante o evento - 23 a 25 de agosto

INSTAGRAM www.instagram.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante o período de realização do projeto ACEITA 2024.

2. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
4. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
5. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do eventos.

FACEBOOK www.facebook.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Facebook (@festivalaceita)

durante do mês de realização do projeto ACEITA 2024.

1. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
2. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
3. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Facebook (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
4. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social

Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.

TIKTOK www.tiktok.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024
2. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social Tik Tok do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto

X (antigo twitter) www.x.com/festivalaceita1

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social X (Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA2024.
2. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social X (Twitter) do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento. V
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social X(Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024.

SITE: <https://www.festivalaceita.com/>

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em no rodapé do site oficial da patrocinada. VEICULAÇÃO: A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO ATÉ O INÍCIO DA DIVULGAÇÃO DA SEGUNDA EDIÇÃO.
2. Disponibilizar à PATROCINADORA relatório básico das redes sociais oficiais do projeto usadas para divulgação (Instagram, Facebook e TikTok) contendo as menções do patrocínio dos Ministério do Turismo;
3. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio
4. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em: no mínimo 4 (quatro) empenas, em no mínimo 20 pontos de peças de OOH e DOOH e em 100 (cem) press kit.
5. Ceder a PATROCINADORA material de relacionamento personalizado com a marca exclusiva do Ministério do Turismo, do Governo Federal e do Festival ACEITA na quantidade de 7.500 (sete mil e quinhentos) leques e 1.500 (um mil e quinhentos) ecobags durante os shows e nos ecossistemas.

6. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio nos intervalos das palestras dos ecossistemas.

7. Citar o patrocínio dos Ministério do Turismo e do Governo Federal, em no mínimo, 07 (cinco) releases disparados com informações gerais do evento para a imprensa.

IMPRESSOS:

O patrocinador assina chancela "patrocínio " localizada no rodapé do material gráfico:

1. Cartaz: 10000 unidades Distribuição: 2000 unidades a serem aplicadas em locais de circulação do público, como bares, restaurantes, pontos turísticos e similares - pré-festival
2. 4000 unidades a serem aplicadas como LAMBES em locais externos de alta circulação -
3. 4000 unidades a serem aplicadas com lambes durante o evento no local do evento - pré festival -
4. Flyer - 15.000 unidades Distribuição: - 15.000 unidades a serem distribuídas em locais de alta circulação de público em geral em ações de ativação do festival - pré festival –
5. O patrocinador assina chancela "patrocínio" localizada na régua do material audiovisual:
6. *Aftermovie*: Edição e locução focada na presença do patrocinador - 1 unidade Distribuição: pós-evento - 30/08
7. Quota de 30 ingressos para pistas de shows
8. Quota de 08 convites vips para camarote, por dia de evento, vips para camarote para a comitiva ministerial (se necessário) até 13 unidades.

Tendo em vista a disponibilidade orçamentária e a necessidade institucional do Ministério do Turismo (MTur), a Cota Berro foi personalizada e a proponente criou a Cota MTur, no valor de R\$ 250.000,000 (duzentos e cinquenta mil).

6. Descrição da solução como um todo

Em consonância com a proposta de participação apresentada (SEI nº 2304829), o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da Cota MTur, no valor de R\$ 250.000,000 (duzentos e cinquenta mil), que tem por contrapartida os seguintes itens:

COTA MTUR (R\$ 250.000,00 – DUZENTOS E CINQUENTA MIL REAIS)

- Indicação de especialistas para mesas de debates;
- Participação na cerimônia de abertura do evento;
- O patrocinador assina chancela “Patrocínio”, localizada no rodapé de todo material gráfico e digital do Festival como peças de telões (10 telões ecossistemas e palcos principais) e outros espaços onde a régua de patrocínios seja aplicável;

INSTAGRAM www.instagram.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante o período de realização do projeto ACEITA 2024.
2. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
4. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Instagram (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
5. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social Instagram do projeto (@festivalaceita), durante a realização do eventos.

FACEBOOK www.facebook.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) posts no feed da rede social do Facebook (@festivalaceita)
durante do mês de realização do projeto ACEITA 2024.
1. Usar hashtag # (a ser confirmada posteriormente) nas 45 (quarenta e cinco) postagens no feed da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.

2. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), nas 45 (quarenta e cinco) postagens, no feed, da rede social Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.
3. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em 45 (quarenta e cinco) stories da rede social do Facebook (@festivalaceita) durante a realização do festival, e marcando nos destaques, durante a realização do evento.
4. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), 45 (quarenta e cinco) stories, da rede social

Facebook do projeto (@festivalaceita), durante a realização dos eventos.

TIKTOK www.tiktok.com/festivalaceita

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024

1. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social Tik Tok do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
2. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social TikTok (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024.

X (antigo twitter) www.x.com/festivalaceita1

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo e do Governo Federal, sob a chancela Apoio em 30 (trinta) post na rede social X (Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA2024.
2. Usar hashtag # (a ser confirmada a # posteriormente) nas 30 (trinta) postagens no feed da rede social X (Twitter) do projeto (@festivalaceita), durante a realização do evento.
3. Marcar e citar o patrocínio dos Ministério do Turismo (@mturismo) e do Governo Federal (@governodobrasil), em 30 (trinta) post na rede social X(Twitter) (@festivalaceita) do projeto ACEITA 2024.

SITE: <https://www.festivalaceita.com/>

1. Inserir a marca a ser disponibilizada pelos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal no rodapé do site oficial da patrocinada. VEICULAÇÃO: A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO ATÉ O INÍCIO DA DIVULGAÇÃO DA SEGUNDA EDIÇÃO.
2. Disponibilizar à PATROCINADORA relatório básico das redes sociais oficiais do projeto usadas para divulgação (Instagram, Facebook e TikTok) contendo as menções do patrocínio dos Ministério do Turismo;
3. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio
4. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em: no mínimo 4 (quatro) empenas, em no mínimo 20 pontos de peças de OOH e DOOH e em 100 (cem) press kit.
5. Ceder a PATROCINADORA material de relacionamento personalizado com a marca exclusiva do Ministério do Turismo, do Governo Federal e do Festival ACEITA na quantidade de 7.500 (sete mil e quinhentos) leques e 1.500 (um mil e quinhentos) ecobags durante os shows e nos ecossistemas.
6. Inserir a marca dos Ministério do Turismo, sob a chancela Patrocínio, e do Governo Federal em (10) dez telões dos palcos de apoio nos intervalos das palestras dos ecossistemas.
7. Citar o patrocínio dos Ministério do Turismo e do Governo Federal, em no mínimo, 07 (cinco) releases disparados com informações gerais do evento para a imprensa.

IMPRESSOS:

O patrocinador assina chancela "patrocínio " localizada no rodapé do material gráfico:

1. Cartaz: 10000 unidades Distribuição: 2000 unidades a serem aplicadas em locais de circulação do público, como bares, restaurantes, pontos turísticos e similares - pré-festival.
2. 4000 unidades a serem aplicadas como LAMBES em locais externos de alta circulação - pré festival - período 08 e 23 de agosto.

1. 4000 unidades a serem aplicadas com lambes durante o evento no local do evento - pré festival.
2. Flyer - 15.000 unidades Distribuição: - 15.000 unidades a serem distribuídas em locais de alta circulação de público em geral em ações de ativação do festival - pré festival - O patrocinador assina chancela "patrocínio" localizada na régua do material audiovisual:
3. *Aftermovie*: Edição e locução focada na presença do patrocinador - 1 unidade Distribuição: pós-evento - 30/08
4. Quota de 30 ingressos para pistas de shows

5. Quota de 08 convites vips para camarote, por dia de evento, vips para camarote para a comitiva ministerial (se necessário) até 13 unidades.

Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta encaminhada.

Caso seja identificado pelo fiscal do evento ou pela área técnica do Ministério do Turismo que os serviços não foram prestados adequadamente e, em virtude da má prestação por parte da CONTRATADA, geraram prejuízo ao atendimento prestado pelo Órgão e/ou convidados e participantes do evento, poderá a CONTRATADA ser glosada parcial ou integralmente.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

A execução do serviço se dará no dia da realização do evento, nos dias 23, 24 e 25 de agosto de 2024 no Espaço Náutico Marine Clube em Belém/PA.

A vigência do contrato findará com 30 dias da realização do evento, prazo final para apresentação do relatório final de execução.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 250.000,00

R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), conforme Memorial Descritivo dos Custos da Proposta (SEI nº 2304829)

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Os contratos administrativos firmados pela administração pública consistem em ajustes para formação de vínculo e estipulação de obrigações recíprocas, tendo como regra geral a necessidade de prévio processo licitatório que garanta ampla competitividade, isonomia e seleção da proposta mais vantajosa para a administração pública, seguindo as prescrições gerais da Lei 14.133/2021, conforme Art. 18, § 1º e inciso VIII .

O instituto do parcelamento do objeto tem a finalidade de ampliar as vantagens econômicas para a administração pública, na medida que reduz

as despesas administrativas, pois a possibilidade de participação do maior número de interessados no objeto, assim, pelo menos em tese, confere a obtenção de melhores ofertas. O parcelamento somente não será justificável quando houver perda de economia de escala, por força de critérios técnicos ou especificidade do objeto em questão.

No caso do patrocínio a promotora do evento é justificável não aplicar o instituto do parcelamento do objetivo, pela própria natureza do objeto contratado, sob o qual foi apresentada exclusividade de comercialização.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Não se aplica

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo, desenvolve em sua política atual ações para o incremento do segmento de turismo de negócios e eventos, que, segundo o MTur, “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

O Ministério do Turismo tem como papel do Órgão, a participação e o apoio a eventos intrínsecos, temáticos, geradores de fluxo turístico e de apoio à comercialização, com o objetivo de divulgar e agregar valor à imagem do destino turístico brasileiro, possibilitando, assim, o aumento de empregos, de renda e o incremento do fluxo turístico nacional.

Somado a isso, sabe-se que é competência do Departamento de Marketing e Eventos, de acordo com o Decreto 11.416, de 16 de fevereiro de 2023:

Art. 17. Departamento de Marketing, Eventos e Expansão Digital compete:

[...]

II - definir e implementar estratégias para ações de expansão da presença digital do Ministério em redes sociais e em plataformas tecnológicas;

[...]

IV - realizar, participar, apoiar, captar, fomentar, patrocinar e supervisionar eventos turísticos, institucionais e corporativos de promoção da atividade turística;

[...]

Na mesma linha, o papel da Coordenação de Eventos Institucionais e Patrocínio do Ministério do Turismo se restringe à participação em eventos institucionais intrínsecos e temáticos, com o objetivo de divulgar e agregar valor à imagem dos destinos turísticos brasileiros, aumentar as viagens dos brasileiros pelo país, melhorar a qualidade e elevar a competitividade dos eventos e produtos turísticos brasileiros, possibilitando assim o aumento de empregos, de renda e o incremento do fluxo turístico nacional.

Todos esses normativos orientadores em nossa legislação denotam o interesse público na transformação do cenário turísticos brasileiro por meio do apoio ao segmento de turismo de negócios e eventos.

O patrocínio está incluído no Sistema de Planejamento e Gerenciamento de Contratações (PGC), o qual encontra-se aguardando aprovação.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Os órgãos públicos por imperativo legal devem ocupar-se exclusivamente de suas funções institucionais inerentes aos órgãos de governo, sendo que a execução de serviços executivos acessórios, deverá ser feita por meio da parceria com a iniciativa privada através de contratos administrativos com base no direito público. E considerando que essas contratações em sua maioria requerem despesas com recursos públicos além de atenderem aos princípios da administração pública garantir trazer benefícios mensuráveis aos órgãos.

Sabe-se que a palavra-chave para a atividade de Eventos é planejamento, pois apenas com a definição de um plano estratégico é possível a implantação de seu projeto e o alcance dos resultados esperados. Considerando a série de etapas pelos organizadores de eventos, sendo elas: concepção, planejamento, realização e avaliação, tem-se o desafio, no âmbito do Poder Público, de estabelecer com a maior aplicabilidade possível as premissas da boa gestão privada à realidade das unidades técnicas organizacionais. É fato também que as atividades vinculadas à realização de eventos exigem, grande parte das vezes, de alterações, adaptações e correções, sendo fundamental a capacidade do organizador na tomada de decisões.

A participação do Ministério do Turismo como patrocinador em eventos temáticos do turismo ou que geram fluxo turístico tem o objetivo de divulgar e agregar valor à imagem do País, aumentar a vontade de viajar pelo país dentre os brasileiros, melhorar a qualidade e elevar a competitividade dos eventos e produtos turísticos brasileiros, possibilitando assim o aumento de empregos, de renda e o incremento do fluxo turístico nacional.

Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em agregar a sua marca a eventos e/ou projetos consolidados e que possam difundir a sua marca junto a do Governo Federal dentre seu público de interesse, o trade turístico, agentes de governo, a imprensa e a sociedade em geral.

A comunicação realizada pelo MTur, seja por meio de ações próprias e/ou parcerias com outros órgãos e entidades, tem como finalidade divulgar os programas de governo e o conjunto de atividades realizadas, pelo Ministério do Turismo, em prol da sociedade, visando o atendimento da missão, competências e diretrizes governamentais, além de permitir a comunicação dirigida a esses públicos.

13. Providências a serem Adotadas

Não se aplica

14. Possíveis Impactos Ambientais

A CONTRATADA deve se comprometer a realizar contrapartidas Social, Econômica e Ambiental, conforme proposta enviada e acordada entre as partes:

- **AMBIENTAIS:**

- Realização de ações de coleta seletiva de lixo;
- Realização de ações de compensação da emissão de carbono do projeto;
- Realização de ações de distribuição de mudas e sementes;
- Doação de banner e outros materiais utilizados no Festival para entidades que trabalham com reaproveitamento;
- Utilização de material ambientalmente responsável;
- Incentivo ao transporte coletivo.

- **SOCIAIS:**

- O Festival ACEITA é um polo de empreendedorismo e cultura diversa, onde conectamos as perspectivas dos povos originários amazônicos sobre gênero e sexualidade com o mundo. Belém é reconhecida como um destino importante para a comunidade LGBTQIA+, e o Festival ACEITA contribui para fortalecer essa posição. Além disso, nosso evento promove o turismo e o desenvolvimento de novos empreendimentos criativos, impulsionando a economia local e gerando

oportunidades para todos. Nossa proposta é criar um ambiente de conversa enriquecedor, que propicie conexões potentes que se convertam em oportunidades reais de crescimento do mercado da economia criativa feita por pessoas LGBTQIAPN+ da Amazônia. Toda a área dos ecos será de acesso gratuito.

- **ECONÔMICAS:**

- Uma Feira com 30 stands oferecerá produtos e serviços de empreendedores locais de destaque, promovendo a economia criativa e o fortalecimento dos negócios inclusivos. O eco de tecnologia vai montar um acampamento laboratorial para vivências. E para os amantes do cinema, uma Mostra de cinema exibirá 15 documentários que abordam questões relevantes para a comunidade LGBTQIAPN+ ou que sejam realizados e protagonizados por eles. Toda área dos ecos terá acesso gratuito à população, com oportunidades geradas a comunidade LGBTQ, com geração de 700 empregos diretos, oportunidades de conexão com grandes atores da economia criativa do Brasil e do mundo, geração de renda para expositores de alimentação e feira de empreendedorismo.
- Atração de turistas nacionais e internacionais, promovendo o desenvolvimento turístico local e beneficiando a economia da região, na cidade de Belém do Pará, onde será realizada a COP 30.

Com vistas à prevenção de impactos ambientais possíveis, a contratada deverá seguir as recomendações constantes do Guia Nacional de Licitações Sustentáveis, especialmente no que tange às aquisições e locações de produtos cuja fabricação ou industrialização envolvam atividades potencialmente poluidoras ou utilizadoras de recursos ambientais.

Citam-se exemplificativamente as seguintes categorias de fabricantes (Anexo I da INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 13, DE 23 DE AGOSTO DE 2021):

- estruturas de madeira e de móveis
- veículos rodoviários e ferroviários, peças e acessórios
- aparelhos elétricos e eletrodomésticos
- material elétrico, eletrônico e equipamentos para telecomunicação e informática
- pilhas e baterias
- papel e papelão

- preparados para limpeza e polimento, desinfetantes, inseticidas, germicidas e fungicidas
 - sabões, detergentes e velas
 - tintas, esmaltes, lacas, vernizes, impermeabilizantes, solventes e secantes
- Etc.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Do ponto de vista estritamente técnico, avaliando os benefícios esperados com a contratação, é fato que a participação no evento está em consonância com os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo e com a competência da área demandante, e que os resultados da participação serão positivos para a imagem do Ministério do Turismo, para a promoção dos destinos turísticos nacionais, bem como para a divulgação dos programas e ações da pasta.

Pelo exposto, considerando que as justificativas técnicas são satisfatórias, entende-se como viável a referida contratação, sendo importante frisar ainda que os integrantes da equipe de planejamento e contratação alertaram os gestores quanto ao prazo e necessidade de seguimento de rito processual disposto na legislação vigente, subentendendo-se ciência e deliberação de continuidade quanto a contratação intempestiva.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

LUCAS MAGALHAES LOPES

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/08/2024 às 17:01:39.

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/08/2024 às 17:08:28.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/08/2024 às 16:53:41.