

Estudo Técnico Preliminar 40/2024

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.005590/2024-96

2. Descrição da necessidade

O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo (MTur), 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.

Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento “38ª edição do Rally Piocerá 2025”, a ser realizado entre os estados do Piauí e Ceará, de 26 a 31 de janeiro de 2025, com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, junto ao 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.

O evento, promovido pela empresa RADICAL PRODUÇÕES, está em sua 38ª edição e, além das motos, foram inseridos os carros 4x4, bikes, quadriciclos e veículos utilitário multifunções (UTV). Há o reconhecimento pelo público e pela imprensa como o maior evento off road de regularidade do Brasil e um dos principais eventos do calendário nacional dentre todas as modalidades, reunindo, a cada edição, mais de 23 estados do Brasil, além da participação de competidores de outros países como Suíça, Estados Unidos, Japão, Espanha, Bélgica, composto de um público potencial consumidor e formador de opinião.

Criado em 1987, o Rally Piocerá/Cerapió trouxe para os estados do Piauí e Ceará a grandeza de fazer parte do calendário nacional do off road brasileiro, atraindo participantes de outros estados e

a imprensa nacional especializada, dando notoriedade à modalidade esportiva (competição fora de estrada para motos) e a uma região até então desconhecida para essa prática.

Na última edição, realizada em janeiro 2024, foram mais de 400 competidores vindos de 23 estados do Brasil e, ainda, representantes da França, Portugal, Polônia e Suíça, formando uma caravana de mais mil pessoas entre equipes de apoio, imprensa, convidados e organização. O retorno estimado de mídia espontânea foi de mais de 11 milhões, o que significa grande visibilidade de imagem aos participantes e patrocinadores envolvidos, bem como para o turismo da região.

O Rally Piocera/Cerapió, desde sua primeira edição em 1987, tem a preocupação em pautar, para participantes e imprensa convidada, o potencial turístico da região, o que representa um diferencial com relação a demais provas, uma vez que promove o incremento da economia a municípios do roteiro que não estão inseridos nos roteiros turísticos convencionais.

O evento ocorre no mês de janeiro, alta temporada, quando seu valor é ainda maior, trazendo participantes das classes A e B, que abdicam de destinos nacionais e internacionais de maior notoriedade promocional para vivenciar essa experiência incrível por lugares ricos para prática do ecoturismo.

Ao longo do roteiro encontram-se atrações naturais, paisagens deslumbrantes, além de uma gastronomia rica, saborosa e diversificada, além da hospitalidade calorosa dada a todos os que visitam durante essa inesquecível travessia.

Torneios como os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo da FIFA e as corridas de Fórmula 1 são exemplos dos grandes eventos esportivos do Brasil que geram interesse internacional e aproximam as pessoas. Eles não apenas mostram proezas atléticas, mas também oferecem oportunidades para os países mostrarem sua herança cultural e ofertas turísticas.

Nesse sentido, o evento se adequa as atribuições estratégicas da SNPTUR, segundo o art. 14, do Decreto nº 11.931, de 27 de fevereiro de 2024, que tem por competência o desenvolvimento de segmentos turísticos.

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 em vários aspectos, tanto pelo público, quanto pela temática do evento.

Adicionalmente, o Plano Nacional de Turismo (PNT) visa promover o desenvolvimento sustentável do turismo no Brasil, com foco na valorização dos destinos nacionais, geração de emprego e inclusão social. O Rally Piocera 2025 mostra-se alinhado a esses objetivos uma vez que é uma ação condicionante ao fomento do turismo regional, por abarcar cidades diversas do Piauí e Ceará. O evento destaca-se por impulsionar a economia local, gerando um impacto estimado em R\$ 9,6 milhões, beneficiando setores como hospedagem, alimentação e comércio.

A promoção nacional e internacional, com a presença de competidores e veículos de imprensa de vários estados e países, também contribui para a projeção dos destinos envolvidos.

A proposta, ainda, atende às diretrizes de sustentabilidade e responsabilidade social do PNT, com iniciativas como doação de cestas básicas e compensação de carbono. O evento envolve a comunidade e seus diferentes agentes de transformação no turismo, incentiva o desenvolvimento econômico de regiões pouco visitadas turisticamente, valoriza a cultura local e a hospitalidade, enquanto promove ações de preservação ambiental. Essas características, para além da recorrência dos anos anteriores, consolidam o mérito turístico do projeto, justificando o apoio do Ministério do Turismo.

É nesse contexto que o Ministério do Turismo propõe patrocinar a “38ª edição do Rally Piocera 2025” em janeiro de 2025, conforme cronograma abaixo:

26 de Janeiro 2025

Domingo

Teresina - PI

Conferência de documentos, vistoria dos veículos e entrega de kits aos participantes.

Horário: 9h às 21h

27 de Janeiro 2024

Segunda feira

Teresina-PI

Conferência de documentos, vistoria dos veículos e entrega de kits aos participantes.

Horário: 8h às 12

BRIEFING TÉCNICO**PROGRAMAÇÃO**

08h30 às 09h20 | Carros 4x4 - Categoria Expedição

09h30 às 10h20 | Carros 4x4 - Campeonato Brasileiro

10h30 às 11h20 | UTVs, Quadriciclos e Motos Rally

11h30 às 12h20 | Motos Enduro Campeonato Brasileiro

12h30 às 13h20 | Bikes

LARGADA PROMOCIONAL

A largada promocional da rampa será na seguinte ordem e horários:

18h00 | Bikes

17h00 | Moto Enduro e Motos Rally

18h00 | UTVs e Quadriciclos

18h30 | Carros 4x4 e Categoria Expedição

Dia 28 de Janeiro de 2024

LOCAIS DAS PROVAS: Teresina-PI / Pedro II-PI (Regularidade) e Campo Maior-PI/ Piripiri-PI (BIKE)

Dia 29 de Janeiro de 2024

LOCAIS DAS PROVAS: Pedro II-PI/Sobral-CE (regularidade) e Piripiri-PI/Pedro II-PI (BIKE)

Dia 30 de Janeiro de 2024

LOCAIS DAS PROVAS: Sobral-CE/Quixeramobim-CE Pedra Branca-CE/Quixeramobim-CE

Dia 1º de fevereiro de 2024

Quixeramobim- Quixadá-CE / Beberibe-CE (regularidade) e Baturité-CE/ Beberibe-CE (BIKE)

Cerimônia de Premiação

Para levantamento das possibilidades de contratação e seguindo as normativas da Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, foi realizada avaliação conforme estipulado no anexo da referida Instrução Normativa e que pode ser visualizado na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2397215).

O projeto enviado para o Ministério apresenta 5 (cinco) cotas de patrocínio, sendo elas: Cota Master (R\$ 350.000,00), Cota de Patrocínio (R\$ 260.400,00), Cota de Copatrocínio (R\$ 198.450,00), Cota de Apoio (R\$ 96.600,00) e Cota de Arena (R\$ 51.000,00), conforme proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2402763).

Como acima exposto, após análise dos quesitos contidos na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2397215) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2402763) o evento alcança a nota de 148 pontos, o que indica o investimento máximo do Ministério do Turismo de até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

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.

Desta forma, como cabe ao Ministério do Turismo criar plataformas de apoio à comercialização, estruturação e melhoria de produtos e serviços turísticos que se considera interessante a participação no referido evento.

A cota PATROCÍNIO R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) dentre as apresentadas, foi considerada a mais vantajosa para o MTur, 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 PATROCÍNIO no valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), conforme proposta enviada (SEI nº 2402763), cujo itens estão discriminados a seguir:

COTA PATROCÍNIO - R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais)

1. CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

MÍDIA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO
OUTDOOR	PLACAS DISTRIBUIDAS NAS CIDADES DE PERNOITE	3 bisemana de Janeiro
RÁDIO: • TERESINA-Pi Horário rotativo 250 chamadas spot de 30" • CAMPO MAIOR-Pi - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • PIRIPIRI-PI – Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • PEDRO II-PI Horário rotativo 150 chamadas spot de 30" • SOBRAL-CE Horário rotativo		

150 chamadas spot de 30" • PEDRA BRANCA-CE - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • QUIXERAMOBIM-CE - Horário rotativo 150 chamadas spot de 30" • QUIXADÁ- CE Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • BATURITÉ-CE Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • BEBERIBE- CE Horário rotativo 150 chamadas spot de 30"	1350	05 a 27 de janeiro de 2025;
TV CERAPIÓ/ TV PIOCERÁ CANAL YOUTUBE: Programas diários e ao vivo Temp 30' com 3 blocos 10 chamadas de envolvimento 1 after movie	06 programas	Dias do evento

MÍDIA ELETRÔNICA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO
Site: www.cerapio.com.br	01 BANNER NA PAGINA PRINCIPAL (med 1320X320 pixels) Enviado pelo patrocinador Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal como patrocinador com link para o site.	A PARTIR DA APROVAÇÃO
Post com impulsionamento e assinatura no Instagram e Facebook	Total: 8 04 INSTAGRAM 04 FACEBOOK	A PARTIR DA APROVAÇÃO
Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos destaques do Instagram como patrocinador	01	A PARTIR DA APROVAÇÃO
EMAIL MARKETING (conteúdo enviado pelo Mtur)	01 envio quinzenal	A PARTIR DA APROVAÇÃO ATÉ O TÉRMINO DO EVENTO
Exibição de vídeos enviados no canal oficial do evento do YouTube. (conteúdo enviado pelo patrocinador)	03	A PARTIR DA APROVAÇÃO

PEÇAS GRÁFICAS / FOLHETERIA /SERIGRAFIA	QUANTIDADE	OBSERVAÇÕES

Mapa de apoio DIGITAL	-	INSERÇÃO DA LOGO NA CAPA E CONTRACAPA
Wind banner	12	Identificação veículos
Adesivos carros competição med 40x35cm	200	Identificação veículos
Jalecos pilotos de motos e quad	170	Identificação competidores
Adesivos number plate motos e quadriciclos Med 23x 13,5cm	470	Identificação veículos
Adesivo Number plate UTV Med 55x32 cm	20	Identificação veículos
Number plate bike Med 23x13,5cm	150	Identificação veículos
Adesivos carros organização porta dianteira Med 40x35cm	60	Identificação veículos
Adesivo para-brisa Med 110x 12cm	30	Identificação veículos
Adesivo Paralamas Dianteiro Med 30x15cm	120	Identificação veículos
Placas de pista (lona) Med 4x1m	12	cenografia
Arco de largada/chegada	02	Inserção da logo na parte superior coluna
Painel largada / fundo do pódio	01	Inserção da logo destaque
Pedestal pódio	01	Inserção logo destaque
Camiseta oficial	1000	Inserção logo frente e costa

Troféu	250	Inserção logo
--------	-----	---------------

OUTROS ITENS DE CONTRAPARTIDA	DETALHAMENTO
Espaço Instagramável	Espaço para fotos med 12m ² montados em todas as cidades do roteiro PERNOITE MOTORIZADOS
Citação do patrocínio	Citação do patrocínio no sistema de som das cidades largada e chegada.
Citação do Patrocínio	Citação do Patrocínio na solenidade de premiação
Presença do representante	Entrega da premiação
Release	Release sobre o patrocínio com fala do governador publicado no site oficial do evento e enviado a imprensa.

2. CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

SOCIAL

- Doação de cestas básicas: Em torno de 400 cestas (expectativa de participantes inscritos) para pessoas carentes do roteiro e a instituições sem fins lucrativos que já tem projetos de assistência;
- Doação de óculos e consultas oftalmológicas: Serão doados 150 óculos novos com lentes de graus e serão realizadas 200 consultas oftalmológicas;

AMBIENTAL:

- Redução de desperdício de resíduo sólido;
- Redução da poluição e degradação do meio ambiente: Doação de material reciclável para instituições especializadas;
- Uso de tapetes impermeáveis nas equipes de apoio dos competidores: Os tapetes impermeáveis impedem a contaminação do solo;

- Ação para compensação de carbono: Zerar a emissão de poluentes emitidos pelos veículos do evento, assim como materiais utilizados

ECONOMICA:

Aumento do fluxo de turistas na região durante todas as cidades do roteiro, fomentando mais de 8 milhões de reais na economia local.

ACESSIBILIDADE:

- Inclusão da categoria PCD na modalidade BIKES;
- Tradutor de libras na rampa de Largada Promocional (dia 27/01), na Chegada Final (dia 31/01) e Solenidade Premiação (31/01);
- Acesso gratuito à população nas arenas de largada e chegada de todas as cidades de pernoite do roteiro.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (SNPTur)	CRISTIANE LEAL SAMPAIO

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 “38ª edição do Rally Piocera 2025”.

A modalidade de apoio Patrocínio encontra sustentação técnica na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na vigente Instrução Normativa MTurn 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 do Ministro 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 MTurnº 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 Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2397215).

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 constrita, 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 à 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 MTur nº 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 à projeção da sua marca e do Governo Federal.

Após análise dos quesitos contidos na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2397215) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2402763) o evento alcança a nota de 148 pontos, o que indica o investimento máximo do Ministério do Turismo de até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Conforme a Proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2402763) e Despacho 1749 (SEI nº 2297660), oriundo da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, estima-se que a contratação de patrocínio será por meio da cota PATROCÍNIO no valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), considerando que o referido pleito trata de matéria relacionada às competências da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, conforme Anexo I do DECRETO Nº 11.416, DE 16 DE FEVEREIRO DE 2023.

PLANO COMERCIAL						
Incluso no valor do patrocínio						
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	QT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198,450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
PLANO DE MÍDIA						
TV LOCAL 10 chamadas de 30 segundos na mídia de TV em Teresina, com uma assinatura de 3 segundos destacando o patrocinador master.		✓				
TV PIOCERA Canal do Youtube: Programas diários de 30 minutos com inserções de vídeo, VT institucional e vinheta de encerramento.	05 prog.	✓	✓			
OUTDOOR 25 placas com destaque para Master Apresenta, Patrocínio, Co-Patrocínio e Apoio.		✓	✓	✓		
RÁDIO Spot de rádio de 30 segundos com assinatura de 2 segundos.	1250	✓	✓	✓		

PLANO COMERCIAL						
Incluso no valor do patrocínio						
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	QT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198,450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
PLANO DE MÍDIA						
VEICULAÇÃO DE BANNER Inclusão de banner na página inicial do site da empresa a partir da assinatura do contrato. Tamanho: 1520x520 pixels - 20KB.	01	✓	✓			
VEICULAÇÃO DE LOGOTIPO Inclusão do logotipo da empresa na página inicial oficial a partir da assinatura do contrato.	01	Tamanho: 1741X743 pixels	Tamanho: 250x100 pixels	Tamanho: 130x90 pixels	Tamanho: 130x90 pixels	Tamanho: 130x90 pixels
POSTS PATROCINADOS Publicações promovidas nas redes sociais Instagram e Facebook com imagens do evento e exibição do logotipo.		12	08	05	02	
EMAIL MARKETING Conteúdo de ofertas e promoções enviado pelo patrocinador aos destinatários.		semanal	quinzenal	mensal	bimestral	

PLANO COMERCIAL					
Incluso no valor do patrocínio					
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	COTA MASTER	COTA PATROCÍNIO	COTA CO-PATROCÍNIO	COTA APOIO	COTA ARENA
	R\$ 350.000,00	R\$ 260.400,00	R\$ 198.450,00	R\$ 96.600,00	R\$ 51.000,00
PLANO DE EXIBIÇÃO TV PIOCERA					
CHAMADAS	5" APRESENTA				
INSERT DE VIDEO	4'5 X	3'3 X	3'3 X		
VT	30'2 X	15'1 X			
VINHETA DE ENCERRAMENTO	3'1 X	3'1 X			

PLANO COMERCIAL					
Incluso no valor do patrocínio					
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	COTA MASTER	COTA PATROCÍNIO	COTA CO-PATROCÍNIO	COTA APOIO	COTA ARENA
	R\$ 350.000,00	R\$ 260.400,00	R\$ 198.450,00	R\$ 96.600,00	R\$ 51.000,00
PLANO DE EM EMISSORA DE RADIO - FM					
TERESINA (250 chamadas)					
CAMPO MAIOR (100 chamadas)					
PIRIPIRI (100 chamadas)					
PEDRO II (150 chamadas)					
CRATEÚS (150 chamadas)					
PEDRA BRANCA (100 chamadas)					
QUIXERAMOBIM (150 chamadas)					
BATURITÉ (100 chamadas)					
BEBERIBE (150 chamadas)					

PLANO COMERCIAL							
Incluso no valor do patrocínio							
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	QUANT TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
MATERIAL PROMOCIONAL - Identificação visual nos veículos							
CARROS	Adesivos Portas Dianteiras Med: 40x50 cm	200	✓	✓	✓		
	Adesivos Paralamas Dianteiras Med: 30x15 cm	200		✓			
	Adesivos Para-choque Med: 30x15 cm	400			200 ✓ (dianteiro)	200 ✓ (dianteiro)	
	Adesivos Para-brisa Med: 110x12 cm	100	✓				
MOTOS	Jaleco com tecido Med: 40x60 cm	150	Peito superior ✓	Peito Inferior ✓	Alça parte superior ✓	✓	
	Adesivos numerado Number Plates e Frontal Med: 23x13,5 cm	450	✓	✓			

PLANO COMERCIAL							
Incluso no valor do patrocínio							
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	QUNT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
MATERIAL PROMOCIONAL - Identificação visual nos veículos							
QUADRICICLOS	Jaleco Piloto: frente e verso Med: 40x60 cm	50	PARTE SUPERIOR	PARTE INFERIOR	ALÇAS		
	Number Plate PVC Med: 23x13,5 cm	50	✓	✓	✓		
UTVS	Adesivos Number Plate PVC Med: 30x35 cm	50	✓	✓			
BIKES	Number Plate PVC Med: 23x13,5 cm	150	✓	✓			

PLANO COMERCIAL							
Incluso no valor do patrocínio							
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	QUNAT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
MATERIAL PROMOCIONAL - Identificação visual nos veículos							
CARROS DE APOIO	Adesivos remunerado Med: 23x13,5 cm	800	✓				
CARROS ORGANIZAÇÃO	Adesivos Portas Dianteiras Med: 40x35 cm	60	✓	✓	✓	✓	
	Adesivos Para-brisa Med: 110x12 cm	30	✓	✓	✓	✓	
	Adesivos Paralamas Dianteiro Med: 30x15 cm	120		✓	✓	✓	
	Adesivos Para-choque Med: 30x15 cm	400		✓	200	200	

PLANO COMERCIAL						
Incluso no valor do patrocínio						
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
IMPRESSO DIGITAL CENOGRAFIA ARENA						
SOM MECÂNICO Anúncios dos produtos dos patrocinadores A mídia deverá ser enviada até 72h antes do início do evento		✓	✓	✓	✓	✓
PLACA DE PISTA/PRISMA	16 PLACAS	12 PLACAS	8 PLACAS	04 PLACAS	02 PLACAS	
ARCO RAMPA LARGADA/CHEGADA	TOPO	PARTE SUPERIOR	PARTE INFERIOR	PARTE INFERIOR		
WINDERBANNER	16	12	8	4		
PAINEL FUNDO PODIO	✓	✓	✓	✓		
PEDESTAL DE PODIO	1º LUGAR	2º E 3º LUGAR	4º E 5º LUGAR			
PAINEL SALAS DE BRIEFING	✓	✓	✓	✓		

PLANO COMERCIAL						
Incluso no valor do patrocínio						
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	QUANT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00	COTA ARENA R\$ 51.000,00
	MATERIAL PROMOCIONAL DIVERSOS					
	CAMISETA COMPETIDORES	500	✓	✓	✓	
	CAMISETA ORGANIZAÇÃO	500	✓	✓	✓	✓
	TROFÉU PERSONALIZADO	250				
MEDALHA DE HONRA AO MÉRITO	600	LOGOMARCA NA FITA				
MAPA DE APOIO EM FORMATO DIGITAL FORMATO E MEDIDA VARIÁVEL		CAPA SUPERIOR	CAPA SUPERIOR	CONTRA CAPA SUPERIOR	CONTRA CAPA INFERIOR	

PLANO COMERCIAL						
Incluso no valor do patrocínio						
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	QUANT. TOTAL	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198.450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00
	ATIVAÇÃO COM PRODUTO/MARCA DO PATROCINADOR					
	MONTAGEM DA TENDA NA ÁREA DE LARGADA EM TERESINA (PI)	01	Tenda de 100m², equipada com piso em carpete, testeira frontal, 2 climatizadores, plantas decorativas, jogos de banquetas e colunas revestidas em malha.	Tenda de 75m², com carpete, testeira frontal, 2 climatizadores, plantas, jogos de banquetas e colunas revestidas em malha.	Tenda de 50m², sendo 25m² com carpete, testeira frontal, 2 climatizadores, 2 plantas, jogos de banquetas e colunas revestidas em malha.	Tenda de 25m²
	MONTAGEM DE PAINEL INSTAGRAMAVÉL EM LONA. Arte para impressão enviada pelo patrocinador	01	12 M²	9 M²	6 M²	4 M²
	Inscrições 100% gratuitas para clientes		10 insc.	06 insc.	04 insc.	02 insc.
			Disponibilidade de espaço para a montagem de uma tenda de até 12m².			

PLANO COMERCIAL					
A cargo do patrocinador					
A MARCA SERÁ INSERIDA DE ACORDO COM A COTA ADQUIRIDA	ITENS	COTA MASTER R\$ 350.000,00	COTA PATROCÍNIO R\$ 260.400,00	COTA CO-PATROCÍNIO R\$ 198,450,00	COTA APOIO R\$ 96.600,00
AÇÃO MERCHANDISING NAS ARENAS DE LARGADA E CHEGADA					
DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES PROMOCIONAIS	✓	✓	✓	✓	✓
EXPOSIÇÃO E DEGUSTAÇÃO DE PRODUTOS	✓	✓	✓	✓	✓
PROMOTORAS UNIFORMIZADAS	10	08	06	04	02
PLACA DE PISTA/PRISMA MED 4X1 CM	10	08	06	04	02
ESTANDES E/OU TENDAS PROMOCIONAIS	20 m²	16 m²	12 m²	9 m²	4 m²
INFLAVÉIS/BLIMPS E/OU FLY BANNER	04	03	02	01	01

A cota PATROCÍNIO (R\$ 250.000,00 trezentos mil reais) dentre as apresentadas, foi considerada a mais vantajosa para o MTur, 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.

COTA PATROCÍNIO - R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais)

1. CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

MÍDIA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO
OUTDOOR	PLACAS DISTRIBUIDAS NAS CIDADES DE PERNOITE	3 bisemana de Janeiro
RÁDIO: • TERESINA-Pi Horário rotativo 250 chamadas spot de 30"		

• CAMPO MAIOR-PI - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30"		
• PIRIPIRI-PI – Horário rotativo		
100 chamadas spot de 30"		
• PEDRO II-PI Horário rotativo		
150 chamadas spot de 30"		
• SOBRAL-CE Horário rotativo		
150 chamadas spot de 30"	1350	05 a 27 de janeiro de 2025;
• PEDRA BRANCA-CE - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30"		
• QUIXERAMOBIM-CE - Horário rotativo 150 chamadas spot de 30"		
• QUIXADÁ- CE Horário rotativo		
100 chamadas spot de 30"		
• BATURITÉ-CE Horário rotativo		
100 chamadas spot de 30"		

• BEBERIBE- CE Horário rotativo 150 chamadas spot de 30"		
TV CERAPIÓ/ TV PIOCERÁ CANAL YOUTUBE: Programas diários e ao vivo Temp 30' com 3 blocos 10 chamadas de envolvimento 1 after movie	06 programas	Dias do evento

MÍDIA ELETRÔNICA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO
Site: www.cerapio.com.br	01 BANNER NA PAGINA PRINCIPAL (med 1320X320 pixels) Enviado pelo patrocinador Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal como patrocinador com link para o site.	A PARTIR DA APROVAÇÃO
Post com impulsionamento e assinatura no Instagram e Facebook	Total: 8 04 INSTAGRAM 04 FACEBOOK	A PARTIR DA APROVAÇÃO
Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos destaques do Instagram como patrocinador	01	A PARTIR DA APROVAÇÃO

EMAIL MARKETING (conteúdo enviado pelo Mtur)	01 envio quinzenal	A PARTIR DA APROVAÇÃO ATÉ O TÉRMINO DO EVENTO
Exibição de vídeos enviados no canal oficial do evento do YouTube. (conteúdo enviado pelo patrocinador)	03	A PARTIR DA APROVAÇÃO

PEÇAS GRÁFICAS / FOLHETERIA /SERIGRAFIA	QUANTIDADE	OBSERVAÇÕES
Mapa de apoio DIGITAL	-	INSERÇÃO DA LOGO NA CAPA E CONTRACAPA
Wind banner	12	Identificação veículos
Adesivos carros competição med 40x35cm	200	Identificação veículos
Jalecos pilotos de motos e quad	170	Identificação competidores
Adesivos number plate motos e quadriciclos Med 23x 13,5cm	470	Identificação veículos
Adesivo Number plate UTV Med 55x32 cm	20	Identificação veículos
Number plate bike Med 23x13,5cm	150	Identificação veículos
Adesivos carros organização porta dianteira Med 40x35cm	60	Identificação veículos
Adesivo para-brisa Med 110x 12cm	30	Identificação veículos

Adesivo Paralamas Dianteiro Med 30x15cm	120	Identificação veículos
Placas de pista (lona) Med 4x1m	12	cenografia
Arco de largada/chegada	02	Inserção da logo na parte superior coluna
Painel largada / fundo do pódio	01	Inserção da logo destaque
Pedestal pódio	01	Inserção logo destaque
Camiseta oficial	1000	Inserção logo frente e costa
Troféu	250	Inserção logo

OUTROS ITENS DE CONTRAPARTIDA	DETALHAMENTO
Espaço Instagramável	Espaço para fotos med 12m² montados em todas as cidades do roteiro PERNOITE MOTORIZADOS
Citação do patrocínio	Citação do patrocínio no sistema de som das cidades largada e chegada.
Citação do Patrocínio	Citação do Patrocínio na solenidade de premiação
Presença do representante	Entrega da premiação
Release	Release sobre o patrocínio com fala do governador publicado no site oficial do evento e enviado a imprensa.

2. CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

SOCIAL

- Doação de cestas básicas: Em torno de 400 cestas (expectativa de participantes inscritos) para pessoas carentes do roteiro e a instituições sem fins lucrativos que já tem projetos de assistência;
- Doação de óculos e consultas oftalmológicas: Serão doados 150 óculos novos com lentes de grau e serão realizadas 200 consultas oftalmológicas;

AMBIENTAL:

- Redução de desperdício de resíduo sólido;
- Redução da poluição e degradação do meio ambiente: Doação de material reciclável para instituições especializadas;
- Uso de tapetes impermeáveis nas equipes de apoio dos competidores: Os tapetes impermeáveis impedem a contaminação do solo;
- Ação para compensação de carbono: Zerar a emissão de poluentes emitidos pelos veículos do evento, assim como materiais utilizados

ECONOMICA:

Aumento do fluxo de turistas na região durante todas as cidades do roteiro, fomentando mais de 8 milhões de reais na economia local.

ACESSIBILIDADE:

- Inclusão da categoria PCD na modalidade BIKES;
- Tradutor de libras na rampa de Largada Promocional (dia 27/01), na Chegada Final (dia 31/01) e Solenidade Premiação (31/01);
- Acesso gratuito à população nas arenas de largada e chegada de todas as cidades de pernoite do roteiro.

6. Descrição da solução como um todo

Em consonância com a proposta de participação apresentada (SEI nº 2402763) o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da Cota PATROCÍNIO no valor de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), que tem por contrapartida os seguintes itens:

COTA PATROCÍNIO - R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais)

1. CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

MÍDIA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO

OUTDOOR	PLACAS DISTRIBUIDAS NAS CIDADES DE PERNOITE	3 bisemana de Janeiro
RÁDIO: • TERESINA-PI Horário rotativo 250 chamadas spot de 30" • CAMPO MAIOR-PI - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • PIRIPIRI-PI – Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • PEDRO II-PI Horário rotativo 150 chamadas spot de 30" • SOBRAL-CE Horário rotativo 150 chamadas spot de 30" • PEDRA BRANCA-CE - Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • QUIXERAMOBIM-CE - Horário rotativo 150 chamadas spot de 30" • QUIXADÁ- CE	1350	05 a 27 de janeiro de 2025;

Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • BATURITÉ-CE Horário rotativo 100 chamadas spot de 30" • BEBERIBE- CE Horário rotativo 150 chamadas spot de 30"		
TV CERAPIÓ/ TV PIOCERÁ CANAL YOUTUBE: Programas diários e ao vivo Temp 30' com 3 blocos 10 chamadas de envolvimento 1 after movie	06 programas	Dias do evento

MÍDIA ELETRÔNICA	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	PERÍODO
Site: www.cerapio.com.br	01 BANNER NA PAGINA PRINCIPAL (med 1320X320 pixels) Enviado pelo patrocinador Inserção da logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal como patrocinador com link para o site.	A PARTIR DA APROVAÇÃO
Post com impulsionamento e assinatura no Instagram e Facebook	Total: 8 04 INSTAGRAM 04 FACEBOOK	A PARTIR DA APROVAÇÃO

Logomarca do Ministério do Turismo e Governo Federal nos destaques do Instagram como patrocinador	01	A PARTIR DA APROVAÇÃO
EMAIL MARKETING (conteúdo enviado pelo Mtur)	01 envio quinzenal	A PARTIR DA APROVAÇÃO ATÉ O TÉRMINO DO EVENTO
Exibição de vídeos enviados no canal oficial do evento do YouTube. (conteúdo enviado pelo patrocinador)	03	A PARTIR DA APROVAÇÃO

PEÇAS GRÁFICAS / FOLHETERIA /SERIGRAFIA	QUANTIDADE	OBSERVAÇÕES
Mapa de apoio DIGITAL	-	INSERÇÃO DA LOGO NA CAPA E CONTRACAPA
Wind banner	12	Identificação veículos
Adesivos carros competição med 40x35cm	200	Identificação veículos
Jalecos pilotos de motos e quad	170	Identificação competidores
Adesivos number plate motos e quadriciclos Med 23x 13,5cm	470	Identificação veículos
Adesivo Number plate UTV Med 55x32 cm	20	Identificação veículos
Number plate bike Med 23x13,5cm	150	Identificação veículos

Adesivos carros organização porta dianteira Med 40x35cm	60	Identificação veículos
Adesivo para-brisa Med 110x 12cm	30	Identificação veículos
Adesivo Paralamas Dianteiro Med 30x15cm	120	Identificação veículos
Placas de pista (lona) Med 4x1m	12	cenografia
Arco de largada/chegada	02	Inserção da logo na parte superior coluna
Painel largada / fundo do pódio	01	Inserção da logo destaque
Pedestal pódio	01	Inserção logo destaque
Camiseta oficial	1000	Inserção logo frente e costa
Troféu	250	Inserção logo

OUTROS ITENS DE CONTRAPARTIDA	DETALHAMENTO
Espaço Instagramável	Espaço para fotos med 12m² montados em todas as cidades do roteiro PERNOITE MOTORIZADOS
Citação do patrocínio	Citação do patrocínio no sistema de som das cidades largada e chegada.
Citação do Patrocínio	Citação do Patrocínio na solenidade de premiação
Presença do representante	Entrega da premiação
Release	Release sobre o patrocínio com fala do governador publicado no site oficial do evento e enviado a imprensa.

2. CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

SOCIAL

- Doação de cestas básicas: Em torno de 400 cestas (expectativa de participantes inscritos) para pessoas carentes do roteiro e a instituições sem fins lucrativos que já tem projetos de assistência;
- Doação de óculos e consultas oftalmológicas: Serão doados 150 óculos novos com lentes de graus e serão realizadas 200 consultas oftalmológicas;

AMBIENTAL:

- Redução de desperdício de resíduo sólido;
- Redução da poluição e degradação do meio ambiente: Doação de material reciclável para instituições especializadas;
- Uso de tapetes impermeáveis nas equipes de apoio dos competidores: Os tapetes impermeáveis impedem a contaminação do solo;
- Ação para compensação de carbono: Zerar a emissão de poluentes emitidos pelos veículos do evento, assim como materiais utilizados

ECONOMICA:

Aumento do fluxo de turistas na região durante todas as cidades do roteiro, fomentando mais de 8 milhões de reais na economia local.

ACESSIBILIDADE:

- Inclusão da categoria PCD na modalidade BIKES;
- Tradutor de libras na rampa de Largada Promocional (dia 27/01), na Chegada Final (dia 31/01) e Solenidade Premiação (31/01);
- Acesso gratuito à população nas arenas de largada e chegada de todas as cidades de pernoite do roteiro.

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, de 27 a 31 de janeiro de 2025 nas cidades de Teresina, Campo Maior e Piripiri, no Piauí, e Campo Maior, Sobral, Quixeramobim, Pedra Branca, Baturité e Beberibe, no Ceará.

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 Proposta (SEI nº 2402763)

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 há no MTur ou não são previstas contratações correlatas e/ou interdependentes.

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 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.

A participação do MTur nesse evento, portanto, reforça a conexão entre os programas e a prática, facilitando a atração de investimentos e o acesso ao crédito para fomentar o turismo no Brasil de maneira estruturada e competitiva.

Todos esses normativos orientadores em nossa legislação denotam o interesse público na transformação do cenário turísticos brasileiro e a convergência no apoio ao segmento de turismo de negócios e eventos e de hospitalidade, como o caso em tela.

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 deve 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 vislumbram providências prévias a serem adotadas para a presente contratação.

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:

- Redução de desperdício de resíduo sólido;
- Redução da poluição e degradação do meio ambiente: doação de material reciclável para instituições especializadas;
- Uso de tapetes impermeáveis nas equipes de apoio dos competidores: os tapetes impermeáveis impedem a contaminação do solo;
- Ação para compensação de carbono: zerar a emissão de poluentes emitidos pelos veículos do evento, assim como materiais utilizados.

Sociais:

- Doação de cestas básicas: em torno de 600 cestas (expectativa de participantes inscritos) para pessoas carentes do roteiro e a instituições sem fins lucrativos que já tem projetos de assistência;
- Doação de óculos e consultas oftalmológicas: serão doados 150 óculos novos com lentes de grau e serão realizadas 200 consultas oftalmológicas.

Econômicas:

Aumento do fluxo de turistas na região durante todas as cidades do roteiro, fomentando mais de 8 milhões de reais na economia local.

Acessibilidade:

- Inclusão da categoria PCD na modalidade BIKES;
- Tradutor de libras na rampa de Largada Promocional (dia 27/01), na Chegada Final (dia 31/01) e Solenidade Premiação (31/01);
- Acesso gratuito à população nas arenas de largada e chegada de todas as cidades de pernoite do roteiro.

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

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.

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](#).

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 31/12/2024 às 12:43:41.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Membro da comissão de contratação

LUDMILA DIAS MAGRO

Membro da comissão de contratação