

Estudo Técnico Preliminar 11/2025

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.003025/2025-75

2. Descrição da necessidade

2.1 O Ministério do Turismo (MTur), enquanto órgão responsável pela promoção e divulgação do turismo nacional, no país e no exterior, entende a necessidade de estar presente em eventos intrínsecos e temáticos do turismo, que fortaleçam a atividade turística e a imagem institucional do Órgão e do Governo Federal.

2.2 Essa perspectiva é identificada no Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 2024-2027, que tem como visão “Ser reconhecida como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo”.

2.3 O Governo Federal, por meio do Ministério do Turismo, possui, com fulcro no inciso IV, art. 17 do Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, como uma de suas competências a realização, a participação, o apoio, a captação, o fomento, o patrocínio e a supervisão de eventos turísticos, institucionais e corporativos de promoção da atividade turística.

2.4 O MTur tem como missão promover e democratizar o turismo responsável no Brasil, como vetor de desenvolvimento econômico e social.

2.5 A comunicação do MTur, no âmbito externo, visa promover e estimular o desenvolvimento do setor turístico, a ampliação da visibilidade de atrativos turísticos brasileiros no mercado nacional e internacional, o incentivo a iniciativas que promovam a sustentabilidade e a inclusão no turismo, a contribuição para a geração de emprego e renda no setor e o apoio à preservação do patrimônio histórico, cultural e natural do país.

2.6 O 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.

2.7 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.

2.8 A concessão de patrocínio pelo MTur é realizada a projetos que tem como princípios:

A) vincular a imagem do Ministério do Turismo e do Governo Federal ao aspecto ambiental, cultural, social e inclusivo do projeto proposto, reforçando seu posicionamento e compromisso com: o ordenamento, a estruturação e a competitividade dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade;

B) incentivar a qualificação de profissionais, de prestadores de serviços e de destinos turísticos;

C) estimular o aumento do número de viagens de brasileiros pelo Brasil, a chegada de turistas internacionais ao País, bem como o crescimento da receita gerada pelos turistas internacionais em território brasileiro;

D) apoiar ações vinculadas à missão e visão do MTur e ao seu Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 2024-2027.

- 2.9 A solicitação apresentada ao MTur seguirá as regras estabelecidas na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na Instrução Normativa nº 04, de 12 de julho de 2021, na Lei 14.133, de 1º de abril de 2021 e demais legislações aplicáveis, que tratam do patrocínio e de compras públicas, no âmbito do Governo Federal.
- 2.10 Dito isto, o Ministério do Turismo, com o intuito de agregar a sua marca, em conjunto com a do Governo Federal, realizando uma comunicação, seja por meio de ações próprias e/ou parcerias com outros órgãos e entidades, tendo como finalidade a divulgação de programas de governo e de atividades realizadas, em prol da sociedade, visando o atendimento da sua missão, competências e diretrizes governamentais, possui interesse em patrocinar a **Maratona da Cidade do Rio de Janeiro 2025**, que ocorrerá entre os dias 18 e 22 de junho 2025 no Rio de Janeiro/RJ.
- 2.11 A Maratona da Cidade do Rio de Janeiro 2025, teve sua primeira edição na década de 80, sendo, desde 2009, promovida pela Dream Factory, em parceria com a SPIRIDON. O evento é consolidado e reconhecido como o maior festival de corridas de rua da América Latina, estando em destaque no calendário esportivo e turístico do Brasil.
- 2.12 A edição de 2025 contemplará provas de 42K, 21K, 10K, 5K e o Desafio Cidade Maravilhosa (21k + 42k) durante cinco dias de evento, sendo destino para centenas de milhares de atletas, em que mais de 81% são turistas, vindos de todos os estados do Brasil e de diversos países, o que transforma o evento em uma potência do "Maraturismo" na América Latina, reconhecido pelo seu público-alvo como o "Rock in Rio dos corredores".
- 2.13 Tais registros indicam e evidenciam um impacto direto no setor hoteleiro, já que, segundo dados da ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis), a Maratona do Rio registra uma média histórica de ocupação hoteleira de 87%, reunindo em média, 45 mil corredores por edição, dos quais a grande maioria é composta por visitantes de fora do estado.
- 2.14 Adicionalmente, faz-se válido registrar que o evento possui potencial de atingir não somente o seu público-alvo, formado por atletas, mas também o de aproximar entusiastas do esporte, que acompanham o evento presencialmente ou por meio da transmissão ao vivo pela ESPN para todo Brasil, podendo ser uma plataforma positiva de fomento ao turismo nacional, contemplando a promoção da inclusão social, da diversidade, da pluralidade e do intercâmbio cultural.
- 2.15 Demonstrado ser uma ferramenta estratégica de estímulo ao turismo nacional, o evento possui a expectativa de movimentar aproximadamente R\$ 350 milhões na economia local, podendo gerar mais de 3 mil empregos diretos e indiretos, promovendo o turismo esportivo como ferramenta de inclusão, que impulsiona o setor, valoriza a cultura local e contribui para a educação e o desenvolvimento social.
- 2.16 Estando em sua 23ª edição, a Maratona do Rio de 2025 tem a expectativa de reunir 60 mil corredores, sendo 52% do total de inscritos pertencente ao público feminino, e possuindo um crescimento de 12% nos últimos quatro anos.
- 2.17 O evento terá a seguinte programação:

DATAS, HORÁRIO E LOCAIS

Casa Maratona (pavilhão da Marina da Glória) – Retirada de Kit

- Qua 18/06 - 08hs as 18hs
- Qui 19/06 - 8hs as 14h30m
- Sex 20/06 - 11h às 21h
- Sáb 21/06 - 12h às 17h

Horário Casa Maratona - Área de Lojas

- Qua 18/06 - 8h as 18h
- Qui 19/06 - 8h as 20h

- Sex 20/06 - 8h às 21h
- Sáb 21/06 - 7h às 17h
- Dom 22/06 - 8h às 14h

*A área de lojas não acompanha os horários da Entrega de Kit, conta com horário próprio, para que as lojas atendam ao público nos momentos de prova.

Horário Village (Esplanada da Marina da Glória) – ativações, shows e praça de alimentação

- Qua 18/06 – 8h às 19h
- Qui 19/06 - 8h às 20h
- Sex 20/06 – 8h às 21h
- Sáb 21/06 - 07h às 17h
- Dom 22/06 - 07h às 14h

A Programação cultural com shows ao longo de todos os dias de corrida. Link: <https://maratonadorio.com.br/>

Horário do Bosque – ativações, show e praça de alimentação

- Qua 18/06 – 8h às 19h
- Qui 19/06 - 8h às 20h
- Sex 20/06 – 05h (guarda volumes) e 08h (ativações) às 21h
- Sáb 21/06 - 07h às 17h
- Dom 22/06 - 02h (guarda volumes) e 07h (ativações) às 14h

Horário das largadas

- Qui 19/06 - 5k: Largada: 16h no Aterro do Flamengo – altura da Rua Silveira Martins
- Sex 20/06 - 10k: Largada 07h no Aterro do Flamengo – altura da Rua Silveira Martins
- Sab 21/06 - 21k: Largada 06h no Leblon – Av Delfim Moreira altura do Jardim de Alah
- Dom 22/06 - 42k: Largada 05h no Aterro do Flamengo – altura da Rua Silveira Martins Local de chegada de todas as provas: Aterro do Flamengo

2.18 A realização da Maratona do Rio 2025 está diretamente alinhada aos princípios e diretrizes estabelecidos pelo **PNT - Plano Nacional de Turismo 2023–2027**, que tem como eixo central o desenvolvimento sustentável, inclusivo e descentralizado do setor turístico no Brasil.

2.19 O PNT 2024-2027 tem como objetivo posicionar o Brasil como líder sul-americano na recepção de visitantes até 2027, promovendo o turismo como vetor de desenvolvimento sustentável, geração de emprego e inclusão social. Eventos como a Maratona do Rio contribuem para esse objetivo ao atrair turistas nacionais e internacionais, movimentar a economia local e promover a imagem do Brasil como destino turístico.

2.20 A Maratona do Rio 2025 transcende o universo das corridas, fortalecendo também os laços culturais da cidade através do seu projeto associado, denominado Maratona do Arte, que tem por objetivo proporcionar gratuitamente ao público em geral, a oportunidade de confraternizar e desfrutar de vários shows de artistas e bandas nacionais,

todos os dias de competição, na arena de chegada, incentivando também atividades sociais e culturais em escolas públicas, com o seu projeto integrante, em que ocorrerão ações sociais de grafite na Escola Municipal João de Camargo, em São Cristóvão, com a finalidade de renovação do muro da escola, em homenagem ao atleta Ademar Ferreira.

2.21 Outro ponto de destaque é a promoção do turismo inclusivo, tendo em vista que a organização do evento reserva vagas para Portadores de Necessidades Especiais, cujas candidaturas são avaliadas pela Achilles International, entidade parceira que é referência na assessoria e apoio de ACDs em provas esportivas. A organização ainda oferece inscrições com desconto para maiores de 60 anos. Além disso, a organização oferece, dentro da jornada de inscrição, a possibilidade de os participantes adicionarem um valor a ser doado para as ONGs parceiras.

2.22 Faz-se válido destacar que o evento conta com acesso gratuito ao público, que pode ingressar na arena para acompanhar as largadas e chegadas das provas, bem como assistir aos shows e participar das atividades oferecidas na arena, favorecendo o estímulo ao turismo esportivo e cultural, com ênfase em práticas que respeitam o meio ambiente e valorizam as comunidades locais.

2.23 Para a edição de 2025, a expectativa é de 60 mil Atletas inscritos e público estimado no evento 300 mil pessoas.

2.24 Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento **“Maratona do Rio”** a ser realizado no Rio de Janeiro/RJ, entre os dias 19 a 22 junho de 2025, com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse.

2.25 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 2519403).

2.26 Conforme proposta (SEI nº 2518927) o projeto enviado para o Ministério apresenta 11 (onze) cotas de patrocínio, sendo elas: Naming Maratona (R\$ 3.500.000,00), Naming Meia Maratona (R\$ 2.500.000,00) Marca Esportiva Oficial (R\$ 2.500.000,00), Banco Oficial (R\$ 2.000.000,00), Patrocinador Oficial (R\$ 1.500.000,00), Naming 10k (R\$ 1.000.000,00) Naming 5k (R\$ 1.000.000,00), Naming Desafio (R\$ 1.000.000,00), Patrocinador Master (R\$ 1.000.000,00), Apoio (R\$ 400.000,00) e Parceiro (R\$ 200.000,00).

2.27 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI 2524468) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2524468), o evento alcança a nota de 172 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

2.28 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.

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

2.30 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.

2.31 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.

2.32 A cota Patrocinador Oficial (R\$ 800.000,00), dentre as apresentadas, foi considerada a mais vantajosa para o MTur, tendo a precificação levado em consideração a disponibilidade orçamentária, 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

2.33 De acordo com a proposta enviada (SEI nº 2524468) e a planilha detalhada de Contrapartidas (SEI nº 2524469), a Cota Patrocinador possui as contrapartidas discriminadas a seguir:

COTA PATROCINADOR OFICIAL

(após negociação)

Valor da Cota: R\$ 800.000,00

(oitocentos mil reais)

CONTRAPARTIDAS MARATONA DO RIO 2025 -PATROCÍNIO MINISTÉRIO DO TURISMO				
Descrição/Tipo Contrapartida	Qtd	Unidade	Qtd 2a Unidade	2a Unidade
Associação da sua marca a marca do Mtur e Governo Federal à Maratona do Rio como "Patrocinador";	1	Direito	5	Vigência do contrato
Direito a Uso da marca Maratona do Rio para fins institucionais;	1	Direito	5	Vigência do contrato
Menção do patrocinador Mtur e Governo Federal no release oficial do evento;	1	Und	1	Release
Inserção da marca Mtur e Governo Federal no telão de 1 min/dia;	1	Min/dia	4	Dias
Inserção da marca do Mtur e Governo Federal no telão de 15seg/dia;	15	Seg/dia	2	Dias
Logomarca do Mtur e Governo Federal no telão com secundagem proporcional ao investimento;	1	Min/dia	4	Dias
Marca do patrocinador Mtur e Governo Federal no site oficial do evento;	1	Logomarca	3	Meses
Direito a divulgação de 1 post no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;	1	post	200000	Leads
Direito a 1post de agradecimento no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;;	1	post	200000	Leads
Direito a 1 Storie de agradecimento no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;	1	storie	200000	Leads
Direito a disparo de 1 e-mail marketing para a base de dados do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal - conteúdo e período a definir;	1	Disparo	150000	leads ativos

Direito a 6 inscrições da Maratona;	8	Inscrições 42k	1	Dias
Direito a 8 inscrições da Meia Maratona;	8	Inscrições 42k	1	Dias
Direito a 8 inscrições para a prova de 10K;	8	Inscrições 10k	1	Dias
Direito a 8 inscrições para a prova de 5K;	8	Inscrições 5k	1	Dias
Direito a fazer ação de endomarketing com inscrições de qualquer uma das provas em comum acordo com os organizadores;	1	Ativação	1	Dias
Marca do Mtur e Governo Federal no percurso e na arena (Marina da Glória);	15	Sinalização	4	Dias
Direito à ativação volante na área de relacionamento (custo de produção e contratação de equipe de responsabilidade da marca) *;	1	Ativação	1	Dias
Estande Institucional de 20m² (com LED's, envelopamento e serviços de recepção) dentro do Pavilhão ou local Premium da Marina da Glória;	1	Projeto	5	Dias
Vídeo Institucional de turistas sobre Maraturismo, contendo a logomarca Mtur e Governo Federal;	1	Vídeo	5	Dias
Direito a ativação de marca com equipe própria coordenada com a organização do evento*;	1	Ativação	1	Dias
Direito a oferecer um item no kit entregue aos corredores	1	Brinde	1	Dias
Direito a distribuição de brindes/colocação de produtos na Área Vip com equipe de promoção própria	1	Brinde	2	Dias
Direito a distribuição de material promocional/sampling durante o percurso do evento com equipe de promoção própria, coordenada com a equipe de produção do evento*;	1	Sampling	1	Dias
Direito a realização de ação cross selling com as marcas patrocinadoras da Maratona do Rio 2025*.	1	Ação	2	Dias

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

Ambientais:

- Realizar a destinação adequada na coleta de resíduos: Cada tipo de resíduo gerado segue um fluxo para destinação adequada, de acordo com sua qualificação, conforme Relatório norma ABNT nº 10.004;
- Resíduos recicláveis => Cooperativa de catadores de resíduos recicláveis;
- Resíduos não recicláveis => Aterro Sanitário;
- Resíduos orgânicos => Compostagem;
- Madeira => Biomassa; - Carpetes e retalhos de lonas => coprocessamento
- Priorizar programas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos, considerando a Agenda 2030 (17 ODS) e a ISO 20121:2012;
- Realizar o Projeto de Estimativa operação -lixo zero – Maratona do Rio 2025:
- 3.200 kilogramas de resíduos orgânicos – Cooperativa parceira: Vide Verde Indústria e Comercio
- 17.074,50 kilogramas de resíduos recicláveis (Papelão, Plástico Filme, Lata, Pet, PP Copinho, Vidro e Tetrapack) – Cooperativa parceira: Coopideal Materiais Recicláveis Ideal
- 279 kilogramas de retalhos de lonas, carpetes e papel cola – Saniplan Engenharia e Serviços Ambientais Ltda.
- 500 kilogramas de madeira – Cooperativa parceira: Chacovaco Beneficiamento de Madeira Ltda.
- 130 diárias de agentes de gestão de resíduos durante os 5 dias do festival.
- Emissão de Manifestos de Transporte de Resíduos (rastreadabilidade de destinação) conforme Portaria n. 280 de 29 de junho de 2020;
- Fornecimento de caçamba de 05 m³ para coleta e destinação dos resíduos não recicláveis; (4 caçambas)
- Fornecimento de caçamba de 30 m³ e/ou caminhão para coleta e destinação dos resíduos recicláveis; (16 caçambas);
- Compostagem dos Resíduos Orgânicos (30 bombonas);
- Destinação da madeira de cenografia do evento para processamento (2 retiradas);
- Destinação adequada do óleo de cozinha utilizado pelos operadores de A&B (1 retirada);
- Destinação para reutilização das lonas de cenografia geradas pelo organizador do evento (1 retirada);
- Coprocessamento dos resíduos gerados que não possuem potencial para nenhuma das opções disponíveis tais como reciclagem, reutilização ou compostagem (1 retirada);
- Acompanhamento de 1 Coordenador / Gestor Ambiental;
- Elaboração de relatório gravimétrico e fotográfico após a realização do festival;

Sociais, Econômicas e de acessibilidade:

- Apoiar Organizações Não-Governamentais por meio de doações na jornada de inscrição através de um lote social.
- Direcionar 20% da captação via lei de incentivo ao esporte direcionado para projetos e ações sociais e de promoção ao esporte.
- Reservar vagas para Portadores de Necessidades Especiais, cujas candidaturas são avaliadas pela Achilles International, entidade parceira que é referência na assessoria e apoio de ACDs em provas esportivas.

- Oferecer diversas ações para garantir a participação de atletas com deficiência (ACDs), produzindo categorias específicas, assegurando que atletas com diversas necessidades possam competir de forma segura e adequada.
- Oferecer de inscrições com desconto para maiores de 60 anos.
- Oferecer acesso gratuito ao público, que pode ingressar na arena para acompanhar as largadas e chegadas das provas, bem como assistir aos shows e participar das atividades oferecidas na arena.
- Incentivar atividades sociais e culturais em escolas públicas, com o seu projeto integrante, Maratona com Arte, em que ocorrerão ações sociais de grafite na Escola Municipal João de Camargo, em São Cristóvão, com a finalidade de renovação do muro da escola, em homenagem ao atleta Ademar Ferreira.
- A Maratona do Rio segue a política de Triplo Impacto (Ambiental, Social e Econômico) por meio da coleta de todos os copinhos usados na operação de hidratação - volume que chega a somar meia tonelada de resíduos -, que são coletados por equipe especializada e destinados a cooperativas de catadores. Nas cooperativas o material é processado e reciclado, gerando emprego e renda para os trabalhadores e parceiros envolvidos.

3. Área requisitante

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

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1 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.

4.2 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), e será submetido para prévia manifestação do Comitê de Patrocínios na reunião a ser realizada dia 11/05, conforme disposto no art. 33 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

4.3 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.

4.4 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.

4.5 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 2519403).

4.6 A execução do serviço se dará entre os dias 18 a 22 junho de 2025 no Rio de Janeiro/RJ.

4.7 A vigência do contrato será de 30 (trinta) dias, a contar da sua assinatura, incluído o prazo final para apresentação do relatório final de execução.

5. Levantamento de Mercado

5.1 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".

5.2 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."

5.3 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.

5.4 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.

5.5 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.

5.6 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

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

5.8 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.

5.9 Após análise dos quesitos contidos na Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2519403) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI 2524468), o evento alcança a nota de 172 pontos, o que indica o investimento máximo do Ministério do Turismo de até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

5.9.1 Tabela cotas de patrocínio:

DREAM ^o SPIRIDON GRUPOS - COTAS DE PATROCÍNIO - MDR25		
Tipo de COTA	Valor Base	Grupos
valores em R\$ mil		
Naming Maratona	3.500	GRUPO 1
Naming Meia Maratona	2.500	GRUPO 2
Marca Esportiva Oficial	2.500	
Banco Oficial	2.000	GRUPO 3
Patrocínador Oficial	1.500	
Naming 10k	1.000	GRUPO 4
Naming 5k	1.000	
Naming Desafio	1.000	
Patrocínador Master	1.000	
Patrocínador Master	1.000	
Apoio	400	GRUPO 5
Apoio	400	
Apoio	400	
Apoio	400	
Parceiro	200	GRUPO 6
Parceiro	200	
Parceiro	200	
Parceiro	200	

5.9.2 Tabela Contrapartidas:

DREAM:SPIRIDON		MAPA DE COTAS DE PATROCÍNIO POR GRUPOS - CONTRA PARTIDAS, DIREITOS E IMAGEM - MDR2						
CONTRAPARTIDAS E ENTREGAS		TIPO	TIPO DETALHE	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	GRUPO 5
NA - NÃO SE APLICA NEG - NEGOCIÁVEL OK - DIREITO E ENTREGA GARANTIDO								
MENÇÃO DO PATROCINADOR NO RELEASE OFICIAL DO EVENTO;	ENTREGA	UND	OK	OK	OK	OK	OK	OK
INSERÇÃO DE CONTEÚDO PRÓPRIO NO TELÃO DE 1 MIN/DIA;	ENTREGA	MIN/DIA	OK	OK	OK	OK	OK	NA
INSERÇÃO DE CONTEÚDO PRÓPRIO NO TELÃO DE 15SEG/DIA;	ENTREGA	SEG/DIA	OK	OK	OK	OK	OK	NA
LOGOMARCA NO TELÃO COM SECUNDAGEM PROPORCIONAL AO INVESTIMENTO;	ENTREGA	MIN/DIA	OK	OK	OK	OK	OK	NA
MARCA DO PATROCINADOR NO SITE OFICIAL DO EVENTO;	ENTREGA	LOGOMARCA	OK	OK	OK	OK	OK	NEG
MARCA NO BACKDROP DO MEETING DE IMPRENSA (SE HOUVER);	ENTREGA	BACKDROP	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NA SINALIZAÇÃO DA ARENA;	ENTREGA	SINALIZAÇÃO	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NEG
MARCA NA COMUNICAÇÃO VISUAL DA CASA MARATONA (VISIBILIDADE DE MARCA PROPORCIONAL A COTA);	ENTREGA	SINALIZAÇÃO	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NO BACKDROP DE ONDAS;	ENTREGA	BACKDROPS	OK	NEG	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NA FRENTE DA FAIXA NOS VEMOS NA LINHA DE CHEGADA;	ENTREGA	FAIXAS	OK	NEG	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NO MAPÃO DO PERCURSO;	ENTREGA	MAPA	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NO LAMBE-LAMBE DA ESPLANADA;	ENTREGA	PEÇAS	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NEG
MARCA NO LAMBE-LAMBE DO BOSQUE;	ENTREGA	PEÇAS	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NEG
MARCA NA SINALIZAÇÃO DO PERCURSO;	ENTREGA	PEÇAS	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NEG
MARCA NO FUNIL DE CHEGADA E LARGADA DAS PROVAS;	ENTREGA	PEÇAS	OK	NEG	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA EM WINDBANNER DO FUNIL DE CHEGADA DAS PROVAS;	ENTREGA	WINDBANNERS	OK	NEG	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NO BACKDROP DO PÓDIO;	ENTREGA	PEÇA	OK	NEG	NA	NA	NA	NA
MARCA NO BACKDROP DA ÁREA VIP;	ENTREGA	PEÇA	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NOS CUBOS DE SINALIZAÇÃO DO EVENTO;	ENTREGA	PEÇA	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA EM PLACA DE INDICAÇÃO DE KM DAS PROVAS;	ENTREGA	PLACAS	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NA
MARCA NO PODIUM DE TODAS AS DISTÂNCIAS;	ENTREGA	PEÇA	OK	OK	NA	NA	NA	NA
ESTANDE INSTITUCIONAL DE X M² (COM LED'S, ENVELOPAMENTO E SERVIÇOS DE RECEPÇÃO) DENTRO DO PAVILHÃO OU LOCAL PREMIUM DA MARIONA DA GLÓRIA;	ENTREGA	PROJETO	OK	NEG	NEG	NEG	NEG	NEG
VÍDEO INSTITUCIONAL ;	ENTREGA	VIDEO	OK	OK	NEG	NEG	NEG	NEG

5.10 A cota “PATROCINADOR” (R\$ 800.000,00 - oitocentos mil reais) foi considerada, após as devidas negociações, a mais vantajosa para o Ministério do Turismo entre as opções apresentadas. A definição do valor levou em conta a disponibilidade orçamentária, o alinhamento com os objetivos estratégicos do Ministério e com o Plano Nacional do Turismo, bem como as possibilidades de ativação, relacionamento institucional e o potencial de fortalecimento da imagem do Ministério e do Governo Federal.

6. Descrição da solução como um todo

6.1. Em consonância com a proposta de participação apresentada (SEI nº 2521881) o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da e 1 (uma) Cota Patrocinador Oficial - MTUR, no valor de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), que tem por contrapartida os seguintes itens:

CONTRAPARTIDAS MARATONA DO RIO 2025 -PATROCÍNIO MINISTÉRIO DO TURISMO				
Descrição/Tipo Contrapartida	Qtd	Unidade	Qtd 2a Unidade	2a Unidade
Associação da sua marca a marca do Mtur e Governo Federal à Maratona do Rio como "Patrocinador";	1	Direito	5	Vigência do contrato
Direito a Uso da marca Maratona do Rio para fins institucionais;	1	Direito	5	Vigência do contrato
Menção do patrocinador Mtur e Governo Federal no release oficial do evento;	1	Und	1	Release
Inserção da marca Mtur e Governo Federal no telão de 1 min/dia;	1	Min/dia	4	Dias
Inserção da marca do Mtur e Governo Federal no telão de 15seg/dia;	15	Seg/dia	2	Dias
Logomarca do Mtur e Governo Federal no telão com secundagem proporcional ao investimento;	1	Min/dia	4	Dias
Marca do patrocinador Mtur e Governo Federal no site oficial do evento;	1	Logomarca	3	Meses
Direito a divulgação de 1 post no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;	1	post	200000	Leads
Direito a 1post de agradecimento no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;;	1	post	200000	Leads
Direito a 1 Storie de agradecimento no Instagram da Maratona em comum acordo com a organização do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal;	1	storie	200000	Leads

Direito a disparo de 1 e-mail marketing para a base de dados do evento, contendo logomarca Mtur e Governo Federal - conteúdo e período a definir;	1	Disparo	150000	leads ativos
Direito a 6 inscrições da Maratona;	8	Inscrições 42k	1	Dias
Direito a 8 inscrições da Meia Maratona;	8	Inscrições 42k	1	Dias
Direito a 8 inscrições para a prova de 10K;	8	Inscrições 10k	1	Dias
Direito a 8 inscrições para a prova de 5K;	8	Inscrições 5k	1	Dias
Direito a fazer ação de endomarketing com inscrições de qualquer uma das provas em comum acordo com os organizadores;	1	Ativação	1	Dias
Marca do Mtur e Governo Federal no percurso e na arena (Marina da Glória);	15	Sinalização	4	Dias
Direito à ativação volante na área de relacionamento (custo de produção e contratação de equipe de responsabilidade da marca) *;	1	Ativação	1	Dias
Estande Institucional de 20m² (com LED's, envelopamento e serviços de recepção) dentro do Pavilhão ou local Premium da Marina da Glória;	1	Projeto	5	Dias
Vídeo Institucional de turistas sobre Maraturismo, contendo a logomarca Mtur e Governo Federal;	1	Vídeo	5	Dias
Direito a ativação de marca com equipe própria coordenada com a organização do evento*;	1	Ativação	1	Dias
Direito a oferecer um item no kit entregue aos corredores	1	Brinde	1	Dias
Direito a distribuição de brindes/colocação de produtos na Área Vip com equipe de promoção própria	1	Brinde	2	Dias
Direito a distribuição de material promocional/sampling durante o percurso do evento com equipe de promoção própria, coordenada com a equipe de produção do evento*;	1	Sampling	1	Dias
Direito a realização de ação cross selling com as marcas patrocinadoras da Maratona do Rio 2025*.	1	Ação	2	Dias

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS**Ambientais:**

- Realizar a destinação adequada na coleta de resíduos: Cada tipo de resíduo gerado segue um fluxo para destinação adequada, de acordo com sua qualificação, conforme Relatório norma ABNT nº 10.004;
- Resíduos recicláveis => Cooperativa de catadores de resíduos recicláveis;
- Resíduos não recicláveis => Aterro Sanitário;
- Resíduos orgânicos => Compostagem;
- Madeira => Biomassa; - Carpetes e retalhos de lonas => coprocessamento
- Priorizar programas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos, considerando a Agenda 2030 (17 ODS) e a ISO 20121:2012;
- Realizar o Projeto de Estimativa operação -lixo zero – Maratona do Rio 2025:
- 3.200 kilogramas de resíduos orgânicos – Cooperativa parceira: Vide Verde Indústria e Comercio
- 17.074,50 kilogramas de resíduos recicláveis (Papelão, Plástico Filme, Lata, Pet, PP Copinho, Vidro e Tetrapack) – Cooperativa parceira: Coopideal Materias Recicláveis Ideal
- 279 kilogramas de retalhos de lonas, carpetes e papel cola – Saniplan Engenharia e Serviços Ambientais Ltda.
- 500 kilogramas de madeira – Cooperativa parceira: Chacovaco Beneficiamento de Madeira Ltda.
- 130 diárias de agentes de gestão de resíduos durante os 5 dias do festival.
- Emissão de Manifestos de Transporte de Resíduos (rastreabilidade de destinação) conforme Portaria n. 280 de 29 de junho de 2020;
- Fornecimento de caçamba de 05 m³ para coleta e destinação dos resíduos não recicláveis; (4 caçambas)
- Fornecimento de caçamba de 30 m³ e/ou caminhão para coleta e destinação dos resíduos recicláveis; (16 caçambas);
- Compostagem dos Resíduos Orgânicos (30 bombonas);
- Destinação da madeira de cenografia do evento para processamento (2 retiradas);
- Destinação adequada do óleo de cozinha utilizado pelos operadores de A&B (1 retirada);
- Destinação para reutilização das lonas de cenografia geradas pelo organizador do evento (1 retirada);
- Coprocessamento dos resíduos gerados que não possuem potencial para nenhuma das opções disponíveis tais como reciclagem, reutilização ou compostagem (1 retirada);
- Acompanhamento de 1 Coordenador / Gestor Ambiental;
- Elaboração de relatório gravimétrico e fotográfico após a realização do festival;

Sociais, Econômicas e de acessibilidade:

- Apoiar Organizações Não-Governamentais por meio de doações na jornada de inscrição através de um lote social.

- Direcionar 20% da captação via lei de incentivo ao esporte direcionado para projetos e ações sociais e de promoção ao esporte.
- Reservar vagas para Portadores de Necessidades Especiais, cujas candidaturas são avaliadas pela Achilles International, entidade parceira que é referência na assessoria e apoio de ACDs em provas esportivas.
- Oferecer diversas ações para garantir a participação de atletas com deficiência (ACDs), produzindo categorias específicas, assegurando que atletas com diversas necessidades possam competir de forma segura e adequada.
- Oferecer de inscrições com desconto para maiores de 60 anos.
- Oferecer acesso gratuito ao público, que pode ingressar na arena para acompanhar as largadas e chegadas das provas, bem como assistir aos shows e participar das atividades oferecidas na arena.
- Incentivar atividades sociais e culturais em escolas públicas, com o seu projeto integrante, Maratona com Arte, em que ocorrerão ações sociais de grafite na Escola Municipal João de Camargo, em São Cristóvão, com a finalidade de renovação do muro da escola, em homenagem ao atleta Ademar Ferreira.
- A Maratona do Rio segue a política de Triplo Impacto (Ambiental, Social e Econômico) por meio da coleta de todos os copinhos usados na operação de hidratação - volume que chega a somar meia tonelada de resíduos -, que são coletados por equipe especializada e destinados a cooperativas de catadores. Nas cooperativas o material é processado e reciclado, gerando emprego e renda para os trabalhadores e parceiros envolvidos.

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

6.3 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

7.1 Para o atendimento da necessidade, será realizada a aquisição de 1 (uma) Cota Patrocinador Oficial - MTUR, no valor de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), conforme apontado no item 5 do presente Estudo.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 800.000,00

8.1 O valor da contratação é de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), conforme Proposta (SEI nº 2524468).

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1 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.

9.2 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.

9.3 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

10.1 Não há no MTur ou não são previstas contratações correlatas e/ou interdependente.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1 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”.

11.2 Nesse contexto, o Ministério do Turismo desempenha um papel fundamental ao participar e apoiar eventos estratégicos, temáticos e geradores de fluxo turístico. Essas iniciativas visam promover a comercialização e a valorização da imagem dos destinos turísticos.

11.3 Além disso, conforme estabelecido no Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, cabe ao Departamento de Marketing, Eventos e Expansão Digital:

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;

[...]

11.4 Dessa forma, a presente contratação está alinhada ao Planejamento Estratégico Institucional do MTur (PEI) 2024-2027, que tem como visão “ser reconhecido como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo”. Esse planejamento inclui, entre seus objetivos estratégicos fortalecer o turismo doméstico e internacional e impulsionar o turismo como vetor econômico.

11.5 Adicionalmente, a presente contratação também se alinha ao Plano Diretor de Logística Sustentável do Ministério do Turismo (PDLS/MTur), que estabelece diretrizes para a adoção de práticas sustentáveis em todas as contratações e operações logísticas da Pasta, integrando aspectos econômicos, sociais e ambientais.

11.6 Embora o PDLS/MTur não contemple diretamente contratos de patrocínio, encontra-se em consonância com a Instrução Normativa MTur nº 04/2021, que prevê a exigência de contrapartidas sociais, econômicas e ambientais nos critérios de seleção e definição de valores de cotas de patrocínio. Assim, esta contratação contribui para os objetivos do Plano ao incentivar projetos que adotem práticas sustentáveis, como redução do impacto ambiental; fomento à inclusão social e geração de benefícios econômicos para a sociedade.

11.7 Além disso, reforça o compromisso do Ministério do Turismo com a governança sustentável e o desenvolvimento responsável das atividades do setor.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1 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.

12.2 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.

12.3 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.

12.4 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.

12.5 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

13.1 Não se vislumbram providências prévias a serem adotadas para a presente contratação.

14. Possíveis Impactos Ambientais

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

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

AMBIENTAL

- Realizar a destinação adequada na coleta de resíduos: Cada tipo de resíduo gerado segue um fluxo para destinação adequada, de acordo com sua qualificação, conforme Relatório norma ABNT nº 10.004:
- Resíduos recicláveis => Cooperativa de catadores de resíduos recicláveis;
- Resíduos não recicláveis => Aterro Sanitário;

- Resíduos orgânicos => Compostagem;
- Madeira => Biomassa; - Carpetes e retalhos de lonas => coprocessamento
- Priorizar programas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos, considerando a Agenda 2030 (17 ODS) e a ISO 20121:2012;
- Realizar o Projeto de Estimativa operação -lixo zero – Maratona do Rio 2025:
- 3.200 kilogramas de resíduos orgânicos – Cooperativa parceira: Vide Verde Indústria e Comercio
- 17.074,50 kilogramas de resíduos recicláveis (Papelão, Plástico Filme, Lata, Pet, PP Copinho, Vidro e Tetrapack) – Cooperativa parceira: Coopideal Materiais Recicláveis Ideal
- 279 kilogramas de retalhos de lonas, carpetes e papel cola – Saniplan Engenharia e Serviços Ambientais Ltda.
- 500 kilogramas de madeira – Cooperativa parceira: Chacovaco Beneficiamento de Madeira Ltda.
- 130 diárias de agentes de gestão de resíduos durante os 5 dias do festival.
- Emissão de Manifestos de Transporte de Resíduos (rastreabilidade de destinação) conforme Portaria n. 280 de 29 de junho de 2020;
- Fornecimento de caçamba de 05 m³ para coleta e destinação dos resíduos não recicláveis; (4 caçambas)
- Fornecimento de caçamba de 30 m³ e/ou caminhão para coleta e destinação dos resíduos recicláveis; (16 caçambas);
- Compostagem dos Resíduos Orgânicos (30 bombonas);
- Destinação da madeira de cenografia do evento para processamento (2 retiradas);
- Destinação adequada do óleo de cozinha utilizado pelos operadores de A&B (1 retirada);
- Destinação para reutilização das lonas de cenografia geradas pelo organizador do evento (1 retirada);
- Coprocessamento dos resíduos gerados que não possuem potencial para nenhuma das opções disponíveis tais como reciclagem, reutilização ou compostagem (1 retirada);
- Acompanhamento de 1 Coordenador / Gestor Ambiental;
- Elaboração de relatório gravimétrico e fotográfico após a realização do festival;

SOCIAIS, ECONÔMICAS E DE ACESSIBILIDADE:

- Apoiar Organizações Não-Governamentais por meio de doações na jornada de inscrição através de um lote social.
- Direcionar 20% da captação via lei de incentivo ao esporte direcionado para projetos e ações sociais e de promoção ao esporte.
- Reservar vagas para Portadores de Necessidades Especiais, cujas candidaturas são avaliadas pela Achilles International, entidade parceira que é referência na assessoria e apoio de ACDs em provas esportivas.
- Oferecer diversas ações para garantir a participação de atletas com deficiência (ACDs), produzindo categorias específicas, assegurando que atletas com diversas necessidades possam competir de forma segura e adequada.
- Oferecer de inscrições com desconto para maiores de 60 anos.
- Oferecer acesso gratuito ao público, que pode ingressar na arena para acompanhar as largadas e chegadas das provas, bem como assistir aos shows e participar das atividades oferecidas na arena.

- Incentivar atividades sociais e culturais em escolas públicas, com o seu projeto integrante, Maratona com Arte, em que ocorrerão ações sociais de grafite na Escola Municipal João de Camargo, em São Cristóvão, com a finalidade de renovação do muro da escola, em homenagem ao atleta Ademar Ferreira.
- A Maratona do Rio segue a política de Triplo Impacto (Ambiental, Social e Econômico) por meio da coleta de todos os copinhos usados na operação de hidratação - volume que chega a somar meia tonelada de resíduos -, que são coletados por equipe especializada e destinados a cooperativas de catadores. Nas cooperativas o material é processado e reciclado, gerando emprego e renda para os trabalhadores e parceiros envolvidos.

14.2 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.

14.3 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](#).

LUCAS MAGALHAES LOPES

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 17:03:50.

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 18:37:26.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 03/06/2025 às 16:53:41.