

SECRET. POLIT. DE TURISMO - SPT/MTUR

Estudo Técnico Preliminar 53/2025

1. Informações Básicas

Número do processo: 72031.007758/2025-89

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.

2.10 O Visit Travel Show chega à sua 7ª edição consolidado como uma das principais plataformas de negócios e promoção do turismo brasileiro em escala nacional e internacional. O evento será realizado nos dias 02 e 03 de dezembro de 2025, no Centro de Convenções do Armação Resort, em Porto de Galinhas (PE), reunindo destinos, marcas, operadoras, agências de viagens, empreendedores, imprensa especializada e público qualificado, engajado com o turismo sustentável, inovador e de experiências.

2.11 O principal objetivo do Visit Travel Show é impulsionar o turismo brasileiro nos mercados estratégicos, fortalecendo a imagem do país como destino competitivo, sustentável e inovador, além de gerar novas oportunidades de negócios e ampliar o fluxo turístico nacional

e internacional. A programação contempla rodadas de negócios, palestras, painéis temáticos, capacitações, espaço expositivo para destinos e produtos turísticos, apresentações culturais e ações voltadas à sustentabilidade e inclusão.

2.12 Com público estimado em 1.000 participantes, o evento atrai buyers nacionais e internacionais, representantes do trade turístico, agentes de viagens, operadoras, companhias aéreas, órgãos governamentais, instituições privadas e imprensa especializada. Toda a estrutura é planejada para garantir acessibilidade, inclusão e sustentabilidade, em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e as diretrizes do Plano Nacional de Turismo 2024–2027.

2.13 Em sua edição de 2024, o evento registrou a presença de aproximadamente 900 participantes ao longo dos dois dias, incluindo mais de 200 profissionais do setor e 75 buyers provenientes do Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile, Portugal e Espanha. A iniciativa contou ainda com a participação de mais de 150 CNPJs de Pernambuco, majoritariamente micro e pequenas empresas, e resultou na realização de cerca de 2.000 reuniões de negócios. Para 2025, estima-se uma movimentação direta entre R\$ 1,7 milhão e R\$ 2 milhões em hospedagem, alimentação e serviços durante os dois dias de programação, com impacto total superior a R\$ 200 milhões até dezembro de 2026, considerando os efeitos multiplicadores sobre toda a cadeia produtiva do turismo.

2.14 Organizado pelo Porto de Galinhas Convention & Visitors Bureau, entidade com mais de 10 anos de atuação no setor, o Visit Travel Show reafirma o compromisso do trade turístico com o desenvolvimento sustentável, inclusivo e regionalmente equilibrado. Mais do que um evento corporativo, trata-se de uma plataforma estratégica de integração entre turismo, negócios e cultura, promovendo visibilidade institucional, geração de negócios e fortalecimento da imagem do Brasil como destino de excelência.

2.1 Em 2025, o evento terá o seguinte escopo:

APRESENTAÇÕES CULTURAIS

Durante o evento, ocorrerão apresentações artísticas representativas da cultura pernambucana, com foco na valorização das manifestações populares da região.

ESPAÇO EXPOSITIVO

Espaço expositivo para divulgação dos atrativos, equipamentos, produtos e serviços dos destinos parceiros e trade turístico, com ativação de stands.

CAPACITAÇÕES

Capacitações técnicas e promocionais conduzidas pelos destinos parceiros, com o propósito de preparar e empoderar operadores, agentes de viagens, OTAs e representantes do trade com informações aprofundadas e atualizadas, permitindo que esses profissionais promovam, comercializem e vendam os seus atrativos e produtos turísticos com maior propriedade, assertividade e diferencial competitivo.

SUMMIT TRAVEL SHOW

Momento de inspiração, provocação e aprendizado do Visit Travel Show. Um ambiente dinâmico e conectado, onde grandes nomes do segmento do turismo se reúnem para discutir os caminhos do setor, apresentar cases de sucesso, antecipar tendências e propor soluções inovadoras para os desafios do turismo contemporâneo, através de palestras, painéis de debates e conversas estratégicas com foco em inovação, sustentabilidade, tecnologia, governança, marketing de destinos e transformação digital.

RODADAS DE NEGÓCIOS

Um encontro entre buyers (COMPRADORES) e suppliers (FORNECEDORES), como mecanismo de articulação B2B (business-to-business), viabilizando a conexão direta entre operadores, agentes de viagens, DMCs (Destination Management Companies), hotéis, receptivos, companhias aéreas, órgãos de promoção turística e demais players da cadeia produtiva do turismo, para gerar oportunidades comerciais concretas, fomentando o desenvolvimento de parcerias, a inserção de novos produtos no mercado e a ampliação de fluxos turísticos por meio de relações comerciais estruturadas entre os agentes da oferta e da demanda.

2.17 Programação detalhada:

Dia 01 – 02 de dezembro (terça-feira)

08h00 – 09h00 | Credenciamento e Welcome Coffee

Recepção dos participantes, entrega de materiais e networking inicial.

09h00 – 09h30 | Abertura Oficial

- Solenidade com autoridades e representantes institucionais.

- Discurso do Ministério do Turismo e organizadores.

09h30 – 12h30 | Rodadas de Negócios e Capacitações

- Encontros B2B entre buyers e suppliers.
- Sessões de treinamento para destinos e empresas.

12h30 – 14h00 | Almoço de Networking

Momento de integração entre expositores, buyers e patrocinadores.

14h20 – 18h00 | Rodadas de Negócios e Capacitações (continuação)

- Apresentações técnicas e comerciais.
- Espaço expositivo aberto para visitação.

18h30 – 20h00 | Coquetel de Boas-Vindas

Networking informal com música e gastronomia regional.

Dia 02 – 03 de dezembro (quarta-feira)

09h00 – 09h30 | Welcome Coffee e Networking

09h30 – 12h00 | Summit Travel Show – Palestras e Painéis Temáticos

- Painel 1: Tendências do Turismo Internacional e Marketing de Destinos
- Painel 2: ESG e Sustentabilidade no Turismo
- Painel 3: Turismo Acessível e Inclusão
- Painel 4: Afroturismo e Diversidade Cultural
- Painel 5: Transformação Digital e Inovação no Setor

12h00 – 13h30 | Almoço de Encerramento

14h00 – 16h00 | Sessão de Networking Final e Fechamento de Negócios

- Espaço para acordos comerciais e parcerias estratégicas.

16h30 | Encerramento Oficial e Coletiva de Imprensa

2.18 A realização do Visit Travel Show 2025 está diretamente alinhada aos princípios e diretrizes estabelecidos pelo **Plano Nacional de Turismo 2024–2027**, ao utilizar a promoção de negócios, a articulação institucional e a integração entre diferentes segmentos como instrumentos de desenvolvimento sustentável, inclusão social e fortalecimento econômico.

2.19 Em consonância com as diretrizes estratégicas do PNT, o Visit Travel Show contribui para a diversificação da oferta turística brasileira ao fortalecer o turismo de negócios e eventos. Ao inserir Porto de Galinhas no calendário nacional do segmento, o evento amplia a competitividade do destino, estimula a qualificação dos serviços e credencia o município a participar de cadeias turísticas mais complexas, reforçando a cooperação entre setor público, iniciativa privada e sociedade civil.

2.20 No âmbito dos objetivos do Plano, que incluem a ampliação do fluxo turístico, o incremento da economia local e a redução das desigualdades regionais, o Visit Travel Show gera oportunidades de negócios e impulsiona setores como hospedagem, alimentação, transporte e comércio. Essa dinâmica fortalece o ecossistema produtivo do turismo, estimulando inovação, empreendedorismo e distribuição de renda, aspectos centrais para a construção de um turismo mais sustentável e competitivo.

2.21 O evento também reforça o eixo de promoção e apoio à comercialização previsto no PNT 2024–2027. Ao ampliar a visibilidade do destino em ambiente de alta exposição e engajamento, o Visit Travel Show contribui para posicionar Porto de Galinhas no mapa nacional e internacional de eventos. A iniciativa estimula o turismo interno, diversifica rotas de viagem e promove o reconhecimento de destinos emergentes, colaborando para uma política de promoção turística mais moderna, estruturada e integrada.

2.22 No campo da sustentabilidade e da responsabilidade socioambiental, o evento dialoga com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, em especial aqueles voltados à redução de desigualdades (ODS 10), cidades e comunidades sustentáveis (ODS 11), trabalho decente e crescimento econômico (ODS 8) e consumo responsável (ODS 12). Adoção de práticas ambientalmente responsáveis, incentivo à inclusão social e debates sobre acessibilidade no turismo reforçam o compromisso do Visit Travel Show com um modelo de desenvolvimento equilibrado, ético e ambientalmente consciente.

2.23 Por fim, o evento fortalece o eixo de desenvolvimento regional e descentralização do turismo, previsto no PNT. Ao consolidar Porto de Galinhas e o município de Ipojuca como polos de turismo sustentável e inovador, o Visit Travel Show promove integração territorial, qualifica a imagem do destino e demonstra, na prática, o papel do turismo como agente de transformação econômica, social e ambiental. Essa contribuição reforça sua plena aderência às metas e prioridades estabelecidas para o turismo brasileiro no período 2024–2027.

2.24 Pelas razões apresentadas acima o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento **Visit Travel Show 2025**, a ser realizado nos dias **02 e 03 de dezembro de 2025**, em Porto de Galinhas/PE, 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 2659614).

2.26 Conforme proposta (SEI nº 2658430) o projeto enviado para o Ministério apresenta cotas de patrocínio: Cota Ouro (R\$ 330.000,00), Cota Prata (R\$ 200.000,00), Cota Bronze (R\$ 150.000,00), Cota de parceria Institucional (R\$ 60.000,00) e Cota de Apoio (R\$ 20.000,00).

2.27 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (2659614) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2658430), o evento alcança a nota de 140 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil 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 PRATA** dentre as apresentadas, foi considerada a mais vantajosa para o MTur e Governo Federal, 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 2658430), a cota de Patrocínio COTA PRATA possui as contrapartidas discriminadas a seguir:

COTA PRATA

Valor da Cota: R\$ 200.000,00

(duzentos mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

APLICAÇÃO DE LOGOMARCA MINISTÉRIO DO TURISMO E GOVERNO FEDERAL:

1. STAND INSTITUCIONAL DE 25m2:

- Piso
- Montagem

2. ASSINATURA DO ALMOÇO BUYERS OU RODADA DE NEGÓCIOS:

- 01 painel medindo 2mX3m;
- Vídeo de assinatura nos intervalos no videowall;
- Aplicação de marca nos prismas e forros das cadeiras;
- 05 (cinco) credenciais para participação nas rodadas de negócios.

3. PEÇAS PROMOCIONAIS IMPRESSAS E DIGITAIS:

• Instagram @visittravelshow:

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025 20.

• Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100079663184095>

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025

• Meta ADS:

10 inserções (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações), sendo:

05 do Instagram Oficial:

05 do Facebook Oficial

100.000 (cem mil) impressões

De 28/11 a 03/12/2025

• Google ADS: 02 inserções:

01 do site oficial: (<https://visittravelshow.com.br/>)

01 do hotsite Summit Vitsit PE para inscrições e divulgação de informações sobre as palestras e painéis (<https://visittravelshow.com.br/#summit>)

De 28/11 a 03/12/2025

100.000 (cem mil) impressões

Aplicação de marca no rodapé

- **Cobertura Portal NE10 (com citação e/ou aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):**

01 matéria no site do JC + 01 chamada na home com link para matéria (<https://jc.uol.com.br/>)

02 inserções

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

01 post no Feed e 01 post com link para a matéria nos Stories do Instagram do JC

02 inserções

(https://www.instagram.com/jc_)

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories do Facebook do JC

Mínimo de 04 stories Dia 02/12/2025

01 post no Feed com link para a matéria no Facebook do JC (<https://www.facebook.com/jornaldocommercioPE>)

01 inserção

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories de Instagram do Blog Social 1

Mínimo de 04 stories (<https://www.instagram.com/blogsocial1?>

Dia 02/12/2025

Banner eletrônico no Blog Social1 com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas - 100.000 (cem mil) impressões (<https://jc.uol.com.br/social1>)

01 inserção

De 01 a 04/12/2025

- **Anúncio no Mercado e Eventos** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 550 mil pageviews /mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):

Banner em Newsletter para a caixa de e-mail de 47.000 contatos do veículo de segmento do turismo.

5 disparos

Formato: 1100x140px

Formato: square-home 280x280px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Brasilturis** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 320 mil pageviews/mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

Formato: full rodapé 1280x150px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Panrotas** (com aplicação de marca ou citação do patrocinador na barra de assinaturas, nota fixada em Newsletter para a caixa de e-mail de 26.000 contatos do veículo de segmento do turismo)

01 disparo

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Nota fixada durante 3 dias em site especializado do segmento do turismo com aprox. 2,6 milhões de pageviews/mês

+60.000 impressões

<https://www.panrotas.com.br/>

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Rota Publicidade e Comercio LTDA:**

04 Outdoors – Pernambuco (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Kallas:**

Anúncio Painel de LED no Aeroporto de Recife (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

28/11/2025 a 05/12/2025

300 inserções/dia

- 04 Totens (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 02 Pórticos (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 01 Backdrop (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 01 banner 1140x360 02 Painéis 3x2m (6m2)
- 45 forros de cadeira
- 45 prismas de mesa
- Passarela e Painel de entrada (barra de assinaturas);

DIREITO:

4. Palestra de 15' (quinze minutos) + 5' (cinco minutos) extras;
5. Direito a exibição do vídeo "Do Lado do Povo Brasileiro" durante os intervalos das palestras do SUMMIT TRAVEL SHOW;

6. Direito ao MTur e Governo Federal de divulgar o patrocínio e de utilizar imagens e produtos do projeto patrocinado em suas ações e peças de comunicação institucional, bem como em seu portal na Internet e em redes sociais, sem quaisquer ônus adicionais;
7. Cessão do material produzido ao patrocinador, através de 01 (hum) banco de imagens contendo fotos e vídeos do evento para utilização pelo MTur em seus canais de comunicação;
8. Menção do nome do MTur e do Governo Federal em agradecimento pelo patrocínio, através da citação como patrocinador do evento pelo apresentador, nos intervalos das atividades;
9. Participação de representante no evento de abertura e na coletiva de imprensa, com direito a fala;
10. Permissão para ação de marketing e/ou institucional dentro do evento;
11. 03 (três) credenciais institucionais para Rodada de Negócios;
12. 10 (dez) credenciais institucionais para a participação de convidados MTur, a seu critério, no stand e palestras;
13. 10 (dez) credenciais para Almoço de Network;
14. Assessoria de Imprensa Local e Regional (Veículos de TV, Rádio, Blogs, Portais de Notícias, Perfis do segmento nas Redes Sociais): Citação do patrocínio em todos os releases, de forma compartilhada. Serão 03 (três) disparos, entre os meses de novembro e dezembro;
15. Spots de Rádio (citação)
 - Anúncio na Nova Brasil FM, 60 Inserções, De 28/11 a 02/12/2025, Formato 00:00:30.

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

AMBIENTAIS

- Coleta seletiva de resíduos durante os dois dias do evento, em parceria com instituição ambiental.
- Painel sobre ESG e práticas sustentáveis no turismo, com distribuição de material educativo.
- Redução do uso de plástico descartável e incentivo a fornecedores com certificação ambiental.
- Adoção de 01 (um) coral por buyer convidado, através do projeto da Biofábrica de Corais;

SOCIAIS

- Disponibilização de 100 vagas gratuitas para estudantes de Turismo e Hotelaria, além de transporte para participação no evento.
- Painel sobre Turismo de Base Comunitária, valorizando comunidades locais e práticas inclusivas.
- Inclusão de grupos tradicionais, negros, PCDs e LGBTQIA+ na programação, garantindo diversidade e representatividade.

ECONÔMICAS

- Geração estimada de 350 empregos diretos e 1.200 indiretos, envolvendo montagem, logística, hotelaria receptivo e serviços de apoio.
- Fortalecimento das micro e pequenas empresas locais, com participação de mais de 150 CNPJs da região.
- Estímulo ao consumo de produtos e serviços regionais, como gastronomia, artesanato e hospedagem.

AÇÕES DE ACESSIBILIDADE

- Palco com rampa de acesso para palestrantes e convidados PCD.
- Áreas reservadas para pessoas com deficiência no auditório e salas de capacitação.
- Intérprete de Libras para todas as palestras do Summit Travel Show.

COMUNICAÇÃO ANTIRRACISTA

- Diretrizes de comunicação inclusiva e representativa em todas as peças de divulgação.
- Painel dedicado ao Afroturismo, valorizando a identidade e a herança afro-brasileira como diferencial competitivo do Brasil.

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), sendo necessário 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.

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 2659614).

4.6 As atividades serão realizadas dias 02 e 03 de dezembro de 2025 em Porto de Galinhas/PE.

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 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI 2659614) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2658430), o evento alcança a nota de 140 pontos, o que indica a vantajosidade de investimento do Ministério do Turismo no montante de até R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

COTA OURO

Valor da Cota: R\$ 330.000,00

(trezentos e trinta mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

1. Stand institucional de 60m² no espaço expositivo.
2. Palestra de 15 minutos + 5 minutos extras no Summit Travel Show.
3. Assinatura da passarela ou plenária do evento.
4. Exibição de filme institucional/publicitário nos intervalos das palestras.
5. Direito de divulgar o patrocínio e utilizar imagens do projeto.
6. Distribuição de material institucional durante o evento.
7. Cessão do material produzido (fotos e vídeos).
8. Menção em agradecimentos pelo patrocínio nos intervalos das atividades.
9. Inclusão de material nos kits entregues aos buyers.
10. Participação de representante na abertura e coletiva de imprensa, com direito a fala.
11. Permissão para ação de marketing institucional dentro do evento.
12. 10 credenciais institucionais para Rodada de Negócios.
13. 10 credenciais para stand e palestras.
14. 10 credenciais para Almoço de Networking.
15. Inclusão da logomarca em todas as peças de divulgação e espaços do evento.
16. Spots de rádio com citação.
17. Citação em todos os releases.
18. Logomarca no site oficial do evento.
19. 20 posts em redes sociais (mínimo de 10 impulsionados).
20. 4 outdoors com aplicação da logomarca.
21. Mídia indoor no Aeroporto do Recife.
22. Anúncios em portais especializados.

COTA PRATA

Valor da Cota: R\$ 200.000,00

(duzentos mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

APLICAÇÃO DE LOGOMARCA MINISTÉRIO DO TURISMO E GOVERNO FEDERAL:

1. **STAND INSTITUCIONAL DE 25m2:**

- Piso
- Montagem

2. **ASSINATURA DO ALMOÇO BUYERS OU RODADA DE NEGÓCIOS:**

- 01 painel medindo 2mX3m;
- Vídeo de assinatura nos intervalos no videowall;
- Aplicação de marca nos prismas e forros das cadeiras;
- 05 (cinco) credenciais para participação nas rodadas de negócios.

3. **PEÇAS PROMOCIONAIS IMPRESSAS E DIGITAIS:**

- **Instagram @visittravelshow:**

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025 20.

- **Facebook:**

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100079663184095>

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025

- **Meta ADS:**

10 inserções (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações), sendo:

05 do Instagram Oficial:

05 do Facebook Oficial

100.000 (cem mil) impressões

De 28/11 a 03/12/2025

- **Google ADS: 02 inserções:**

01 do site oficial: (<https://visittravelshow.com.br/>)

01 do hotsite Summit Vitsit PE para inscrições e divulgação de informações sobre as palestras e painéis (<https://visittravelshow.com.br/#summit>)

De 28/11 a 03/12/2025

100.000 (cem mil) impressões

Aplicação de marca no rodapé

- **Cobertura Portal NE10 (com citação e/ou aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):**

01 matéria no site do JC + 01 chamada na home com link para matéria (<https://jc.uol.com.br/>)

02 inserções

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

01 post no Feed e 01 post com link para a matéria nos Stories do Instagram do JC

02 inserções

(https://www.instagram.com/jc_)

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories do Facebook do JC

Mínimo de 04 stories Dia 02/12/2025

01 post no Feed com link para a matéria no Facebook do JC (<https://www.facebook.com/jornaldocommercioPE>)

01 inserção

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories de Instagram do Blog Social 1

Mínimo de 04 stories (<https://www.instagram.com/blogsocial1?>

Dia 02/12/2025

Banner eletrônico no Blog Social1 com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas - 100.000 (cem mil) impressões (<https://jc.uol.com.br/social1>)

01 inserção

De 01 a 04/12/2025

- **Anúncio no Mercado e Eventos** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 550 mil pageviews /mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):

Banner em Newsletter para a caixa de e-mail de 47.000 contatos do veículo de segmento do turismo.

5 disparos

Formato: 1100x140px

Formato: square-home 280x280px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Brasilturis** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 320 mil pageviews/mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

Formato: full rodapé 1280x150px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Panrotas** (com aplicação de marca ou citação do patrocinador na barra de assinaturas, nota fixada em Newsletter para a caixa de e-mail de 26.000 contatos do veículo de segmento do turismo)

01 disparo

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Nota fixada durante 3 dias em site especializado do segmento do turismo com aprox. 2,6 milhões de pageviews/mês

+60.000 impressões

<https://www.panrotas.com.br/>

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Rota Publicidade e Comercio LTDA:**

04 Outdoors – Pernambuco (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Kallas:**

Anúncio Painel de LED no Aeroporto de Recife (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

28/11/2025 a 05/12/2025

300 inserções/dia

- 04 Totens (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 02 Pórticos (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 01 Backdrop (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 01 banner 1140x360 02 Painéis 3x2m (6m2)
- 45 forros de cadeira
- 45 prismas de mesa
- Passarela e Pannel de entrada (barra de assinaturas);

DIREITO:

4. Palestra de 15' (quinze minutos) + 5' (cinco minutos) extras;
5. Direito a exibição do vídeo "Do Lado do Povo Brasileiro" durante os intervalos das palestras do SUMMIT TRAVEL SHOW;
6. Direito ao MTur e Governo Federal de divulgar o patrocínio e de utilizar imagens e produtos do projeto patrocinado em suas ações e peças de comunicação institucional, bem como em seu portal na Internet e em redes sociais, sem quaisquer ônus adicionais;
7. Cessão do material produzido ao patrocinador, através de 01 (hum) banco de imagens contendo fotos e vídeos do evento para utilização pelo MTur em seus canais de comunicação;
8. Menção do nome do MTur e do Governo Federal em agradecimento pelo patrocínio, através da citação como patrocinador do evento pelo apresentador, nos intervalos das atividades;
9. Participação de representante no evento de abertura e na coletiva de imprensa, com direito a fala;
10. Permissão para ação de marketing e/ou institucional dentro do evento;
11. 03 (três) credenciais institucionais para Rodada de Negócios;
12. 10 (dez) credenciais institucionais para a participação de convidados MTur, a seu critério, no stand e palestras;
13. 10 (dez) credenciais para Almoço de Network;
14. Assessoria de Imprensa Local e Regional (Veículos de TV, Rádio, Blogs, Portais de Notícias, Perfis do segmento nas Redes Sociais): Citação do patrocínio em todos os releases, de forma compartilhada. Serão 03 (três) disparos, entre os meses de novembro e dezembro;
15. Spots de Rádio (citação)
 - Anúncio na Nova Brasil FM, 60 Inserções, De 28/11 a 02/12/2025, Formato 00:00:30.

COTA BRONZE

Valor da Cota: R\$ 150.000,00

(cento e cinquenta mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

1. Stand institucional de 9m² no espaço expositivo.
2. Palestra de 15 minutos + 5 minutos extras no Summit Travel Show.
3. Assinatura do almoço de networking.
4. Exibição de filme institucional/publicitário nos intervalos das palestras.
5. Direito de divulgar o patrocínio e utilizar imagens do projeto.
6. Distribuição de material institucional durante o evento.
7. Cessão do material produzido (fotos e vídeos).
8. Menção em agradecimentos pelo patrocínio nos intervalos das atividades.
9. Inclusão de material nos kits entregues aos buyers.
10. Participação de representante na abertura e coletiva de imprensa, com direito a fala.
11. Permissão para ação de marketing institucional dentro do evento.

12. 2 credenciais institucionais para Rodada de Negócios.
13. 4 credenciais para stand e palestras.
14. 4 credenciais para Almoço de Networking.
15. Inclusão da logomarca na sinalização dos espaços não exclusivos.
16. Citação em todos os releases.
17. Logomarca no site oficial do evento.

COTA DE PARCERIA INSTITUCIONAL

Valor da Cota: R\$ 60.000,00

(sessenta mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

1. Stand institucional de 9m².
2. Palestra de 15 minutos + 5 minutos extras.
3. 1 credencial para Rodada de Negócios.
4. 2 credenciais para stand e palestras.
5. 2 credenciais para Almoço de Networking.
6. Inclusão da logomarca na sinalização dos espaços não exclusivos.
7. Logomarca no site oficial do evento.

COTA DE APOIO

Valor da Cota: R\$ 20.000,00

(vinte mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

1. Inclusão da logomarca na sinalização dos espaços não exclusivos.
2. Logomarca no site oficial do evento.

AMBIENTAIS

- Coleta seletiva de resíduos durante os dois dias do evento, em parceria com instituição ambiental.
- Painel sobre ESG e práticas sustentáveis no turismo, com distribuição de material educativo.
- Redução do uso de plástico descartável e incentivo a fornecedores com certificação ambiental.
- Adoção de 01 (um) coral por buyer convidado, através do projeto da Biofábrica de Corais;

SOCIAIS

- Disponibilização de 100 vagas gratuitas para estudantes de Turismo e Hotelaria, além de transporte para participação no evento.
- Painel sobre Turismo de Base Comunitária, valorizando comunidades locais e práticas inclusivas.
- Inclusão de grupos tradicionais, negros, PCDs e LGBTQIA+ na programação, garantindo diversidade e representatividade.

ECONÔMICAS

- Geração estimada de 350 empregos diretos e 1.200 indiretos, envolvendo montagem, logística, hotelaria receptivo e serviços de apoio.
- Fortalecimento das micro e pequenas empresas locais, com participação de mais de 150 CNPJs da região.
- Estímulo ao consumo de produtos e serviços regionais, como gastronomia, artesanato e hospedagem.

AÇÕES DE ACESSIBILIDADE

- Palco com rampa de acesso para palestrantes e convidados PCD.
- Áreas reservadas para pessoas com deficiência no auditório e salas de capacitação.
- Intérprete de Libras para todas as palestras do Summit Travel Show.

COMUNICAÇÃO ANTIRRACISTA

- Diretrizes de comunicação inclusiva e representativa em todas as peças de divulgação.
- Painel dedicado ao Afroturismo, valorizando a identidade e a herança afro brasileira como diferencial competitivo do Brasil.

5.10 A **COTA DE PATROCÍNIO PRATA** no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) foi considerada 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 2658430), o Ministério do Turismo patrocinará o evento por meio da COTA DE PATROCÍNIO PRATA no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) que tem por contrapartida os seguintes itens:

COTA PRATA

Valor da Cota: R\$ 200.000,00

(duzentos mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE MÍDIA/NEGOCIAL

APLICAÇÃO DE LOGOMARCA MINISTÉRIO DO TURISMO E GOVERNO FEDERAL:

1. STAND INSTITUCIONAL DE 25m2:

- Piso
- Montagem

2. ASSINATURA DO ALMOÇO BUYERS OU RODADA DE NEGÓCIOS:

- 01 painel medindo 2mX3m;
- Vídeo de assinatura nos intervalos no videowall;
- Aplicação de marca nos prismas e forros das cadeiras;
- 05 (cinco) credenciais para participação nas rodadas de negócios.

3. PEÇAS PROMOCIONAIS IMPRESSAS E DIGITAIS:

- **Instagram @visitravelshow:**

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025 20.

- **Facebook:**

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100079663184095>

Aplicação de marca no rodapé de posts – dentre stories, feed e reels – na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações.

10 inserções

De 28/11 a 03/12/2025

- **Meta ADS:**

10 inserções (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas, menção ao perfil oficial @govbr e a inclusão da hashtag #GovernoFederal e do slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil", nas publicações), sendo:

05 do Instagram Oficial:

05 do Facebook Oficial

100.000 (cem mil) impressões

De 28/11 a 03/12/2025

- **Google ADS: 02 inserções:**

01 do site oficial: (<https://visittravelshow.com.br/>)

01 do hotsite Summit Vitsit PE para inscrições e divulgação de informações sobre as palestras e painéis (<https://visittravelshow.com.br/#summit>)

De 28/11 a 03/12/2025

100.000 (cem mil) impressões

Aplicação de marca no rodapé

- **Cobertura Portal NE10 (com citação e/ou aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):**

01 matéria no site do JC + 01 chamada na home com link para matéria (<https://jc.uol.com.br/>)

02 inserções

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

01 post no Feed e 01 post com link para a matéria nos Stories do Instagram do JC

02 inserções

(https://www.instagram.com/jc_)

período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories do Facebook do JC

Mínimo de 04 stories Dia 02/12/2025

01 post no Feed com link para a matéria no Facebook do JC (<https://www.facebook.com/jornaldocommercioPE>)

01 inserção

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Cobertura em tempo real nos Stories de Instagram do Blog Social 1

Mínimo de 04 stories (<https://www.instagram.com/blogsocial1?>

Dia 02/12/2025

Banner eletrônico no Blog Social1 com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas - 100.000 (cem mil) impressões (<https://jc.uol.com.br/social1>)

01 inserção

- **Anúncio no Mercado e Eventos** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 550 mil pageviews/mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas):

Banner em Newsletter para a caixa de e-mail de 47.000 contatos do veículo de segmento do turismo.

5 disparos

Formato: 1100x140px

Formato: square-home 280x280px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Brasilturis** (Banner em site especializado do segmento do turismo, com mais de 320 mil pageviews/mês, com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

Formato: full rodapé 1280x150px

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Anúncio no Panrotas** (com aplicação de marca ou citação do patrocinador na barra de assinaturas, nota fixada em Newsletter para a caixa de e-mail de 26.000 contatos do veículo de segmento do turismo)

01 disparo

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

Nota fixada durante 3 dias em site especializado do segmento do turismo com aprox. 2,6 milhões de pageviews/mês

+60.000 impressões

<https://www.panrotas.com.br/>

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Rota Publicidade e Comercio LTDA:**

04 Outdoors – Pernambuco (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

No período entre os dias 28/11 a 03/12/2025

- **Kallas:**

Anúncio Painel de LED no Aeroporto de Recife (com aplicação de marca do patrocinador na barra de assinaturas)

28/11/2025 a 05/12/2025

300 inserções/dia

- 04 Totens (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 02 Pórticos (aplicação de marca na barra de assinaturas)
- 01 Backdrop (aplicação de marca na barra de assinaturas)

- 01 banner 1140x360 02 Painéis 3x2m (6m2)
- 45 forros de cadeira
- 45 prismas de mesa
- Passarela e Painel de entrada (barra de assinaturas);

DIREITO:

4. Palestra de 15' (quinze minutos) + 5' (cinco minutos) extras;
5. Direito a exibição do vídeo "Do Lado do Povo Brasileiro" durante os intervalos das palestras do SUMMIT TRAVEL SHOW;
6. Direito ao MTur e Governo Federal de divulgar o patrocínio e de utilizar imagens e produtos do projeto patrocinado em suas ações e peças de comunicação institucional, bem como em seu portal na Internet e em redes sociais, sem quaisquer ônus adicionais;
7. Cessão do material produzido ao patrocinador, através de 01 (hum) banco de imagens contendo fotos e vídeos do evento para utilização pelo MTur em seus canais de comunicação;
8. Menção do nome do MTur e do Governo Federal em agradecimento pelo patrocínio, através da citação como patrocinador do evento pelo apresentador, nos intervalos das atividades;
9. Participação de representante no evento de abertura e na coletiva de imprensa, com direito a fala;
10. Permissão para ação de marketing e/ou institucional dentro do evento;
11. 03 (três) credenciais institucionais para Rodada de Negócios;
12. 10 (dez) credenciais institucionais para a participação de convidados MTur, a seu critério, no stand e palestras;
13. 10 (dez) credenciais para Almoço de Network;
14. Assessoria de Imprensa Local e Regional (Veículos de TV, Rádio, Blogs, Portais de Notícias, Perfis do segmento nas Redes Sociais): Citação do patrocínio em todos os releases, de forma compartilhada. Serão 03 (três) disparos, entre os meses de novembro e dezembro;
15. Spots de Rádio (citação)
 - Anúncio na Nova Brasil FM, 60 Inserções, De 28/11 a 02/12/2025, Formato 00:00:30.

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

AMBIENTAIS

- Coleta seletiva de resíduos durante os dois dias do evento, em parceria com instituição ambiental.
- Painel sobre ESG e práticas sustentáveis no turismo, com distribuição de material educativo.
- Redução do uso de plástico descartável e incentivo a fornecedores com certificação ambiental.
- Adoção de 01 (um) coral por buyer convidado, através do projeto da Biofábrica de Corais;

SOCIAIS

- Disponibilização de 100 vagas gratuitas para estudantes de Turismo e Hotelaria, além de transporte para participação no evento.

- Painel sobre Turismo de Base Comunitária, valorizando comunidades locais e práticas inclusivas.
- Inclusão de grupos tradicionais, negros, PCDs e LGBTQIA+ na programação, garantindo diversidade e representatividade.

ECONÔMICAS

- Geração estimada de 350 empregos diretos e 1.200 indiretos, envolvendo montagem, logística, hotelaria receptivo e serviços de apoio.
- Fortalecimento das micro e pequenas empresas locais, com participação de mais de 150 CNPJs da região.
- Estímulo ao consumo de produtos e serviços regionais, como gastronomia, artesanato e hospedagem.

AÇÕES DE ACESSIBILIDADE

- Palco com rampa de acesso para palestrantes e convidados PCD.
- Áreas reservadas para pessoas com deficiência no auditório e salas de capacitação.
- Intérprete de Libras para todas as palestras do Summit Travel Show.

COMUNICAÇÃO ANTIRRACISTA

- Diretrizes de comunicação inclusiva e representativa em todas as peças de divulgação.
- Painel dedicado ao Afroturismo, valorizando a identidade e a herança afro brasileira como diferencial competitivo do Brasil.

6.2 Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta encaminhada (SEI nº 2658430).

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 DE PATROCÍNIO PRATA no valor de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) conforme apontado no item 5 do presente Estudo.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 200.000,00

8.1 O valor da contratação é de 200.000,00 (duzentos mil reais) conforme Proposta (SEI nº 2658430).

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 âmbito do patrocínio, revela-se incabível a aplicação do instituto do parcelamento do objeto, tendo em vista a natureza peculiar da contratação, a qual pressupõe a concessão de direitos exclusivos de comercialização vinculados ao evento, devidamente apresentados pela proponente ASSOCIAÇÃO DO TURISMO DE PORTO DE GALINHAS – PORTO DE GALINHAS CONVENTION & VISITORS BUREAU. Assim, a divisão do objeto contratual se mostra incompatível com a essência da avença, que exige tratamento unitário e indivisível.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

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

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 (SEI nº 2658430) e acordada entre as partes:

AMBIENTAIS

- Coleta seletiva de resíduos durante os dois dias do evento, em parceria com instituição ambiental.
- Painel sobre ESG e práticas sustentáveis no turismo, com distribuição de material educativo.
- Redução do uso de plástico descartável e incentivo a fornecedores com certificação ambiental.
- Adoção de 01 (um) coral por buyer convidado, através do projeto da Biofábrica de Corais;

SOCIAIS

- Disponibilização de 100 vagas gratuitas para estudantes de Turismo e Hotelaria, além de transporte para participação no evento.
- Painel sobre Turismo de Base Comunitária, valorizando comunidades locais e práticas inclusivas.
- Inclusão de grupos tradicionais, negros, PCDs e LGBTQIA+ na programação, garantindo diversidade e representatividade.

ECONÔMICAS

- Geração estimada de 350 empregos diretos e 1.200 indiretos, envolvendo montagem, logística, hotelaria receptivo e serviços de apoio.
- Fortalecimento das micro e pequenas empresas locais, com participação de mais de 150 CNPJs da região.
- Estímulo ao consumo de produtos e serviços regionais, como gastronomia, artesanato e hospedagem.

AÇÕES DE ACESSIBILIDADE

- Palco com rampa de acesso para palestrantes e convidados PCD.
- Áreas reservadas para pessoas com deficiência no auditório e salas de capacitação.
- Intérprete de Libras para todas as palestras do Summit Travel Show.

COMUNICAÇÃO ANTIRRACISTA

- Diretrizes de comunicação inclusiva e representativa em todas as peças de divulgação.
- Pannel dedicado ao Afroturismo, valorizando a identidade e a herança afro brasileira como diferencial competitivo do Brasil.

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](#).

VITOR MARTINS SONTAK

Integrante Requisitante



Assinou eletronicamente em 19/11/2025 às 18:05:14.

LETICIA EDUARDO DE JESUS

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 19/11/2025 às 17:55:17.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Integrante Administrativo



Assinou eletronicamente em 19/11/2025 às 17:28:47.