

SECRET. POLIT. DE TURISMO - SPT/MTUR

Termo de Referência 6/2026

Informações Básicas

Número do artefato UASG 6/2026 540006-SECRET. POLIT. DE TURISMO - SPT/MTUR
Editado por LUCAS MAGALHAES LOPES
Atualizado em 27/03/2026 17:17 (v 0.4)
Status
ASSINADO

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço não-continuado	82/2026	72031.000059/2026-99

1. Condições gerais da contratação

TERMO DE REFERÊNCIA

Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021

AQUISIÇÃO

MINISTÉRIO DO TURISMO

(Processo Administrativo nº 72031.000059/2026-99)

1.1 Aquisição da “Cota Pacote Ouro” de Patrocínio ao **WTM Latin America 2026**, como medida de apoio ao setor de eventos, com o intuito de fomentar o turismo de negócios (MICE), nos termos da tabela abaixo, conforme exigências estabelecidas neste instrumento.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
1	Cota “Pacote Ouro” de Patrocínio a WTM Latin America 2026	24732	1	R\$ 400.000,00

1.2 O objeto desta contratação não se enquadra como sendo bem de luxo, disposto no Decreto nº 10.818, de 27 de setembro de 2021.

1.3 O prazo de vigência da contratação é de 30 (trinta) dias, contados da assinatura do contrato, na forma do art. 105 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

1.4. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

2. Fundamentação e descrição da necessidade

2.1 A Fundamentação da contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2 O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2026, o qual encontra-se aprovado, conforme detalhamento a seguir

ID PCA no PNCP:05457283000119-0-000002/2026.

Data de publicação no PNCP: 10/04/2026

Id do item no PCA: 24

Classe/Grupo: 979 Outros Serviços Diversos /Miscelânea

Identificador da Futura Contratação: 540006-82/2026

2.3 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 do Brasil.

2.4 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”.

2.5 O Governo do Brasil, 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.

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

2.7 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 SECOM/PR nº 02, de 23 de dezembro de 2019.

2.8 O Ministério do Turismo publicou a Instrução Normativa MTur 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.

2.9 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 do Brasil 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 A **WTM Latin America** é um evento business-to-business (B2B) de três dias que conecta a América Latina ao mercado global e posiciona a região como protagonista na indústria de viagens e turismo. Em sua 13ª edição, será realizada em São Paulo, de 14 a 16 de abril de 2026, reunindo profissionais e empresas do setor para networking, negociação e apresentação das principais tendências do mercado.

2.11 A estrutura do evento é desenhada para maximizar resultados, com ferramentas que promovem a conexão qualificada entre oferta e demanda. Entre os principais recursos estão reuniões com profissionais de diversos países, sistema de matchmaking com compradores qualificados, palestras e conferências com líderes do setor, sessões de treinamento, coletivas de imprensa e oportunidades de exposição de marca, tanto no ambiente físico quanto digital. Além disso, três programas estratégicos fortalecem a geração de negócios:

- Programa Hosted Buyers, com compradores internacionais selecionados (50% da América Latina e 50% de outros mercados);
- Programa Agentes na Estrada, voltado à capacitação de agentes brasileiros;
- WTM Buyers' Club, que reúne compradores qualificados com suporte para agendamento de reuniões — somando, em 2025, mais de 3.100 membros.

2.12 O evento reúne majoritariamente profissionais do setor de turismo e viagens como operadores, agentes, gestores públicos, executivos C-level e empresários com alto poder de decisão e influência. Participam visitantes de segmentos como operadoras, agências de viagens, organizadores de eventos, meios de hospedagem, DMCs e empresas de diversos setores econômicos, enquanto os expositores incluem destinos, companhias aéreas, operadoras, plataformas online e atrações turísticas.

2.13 Em 2025, a plataforma WTMLAT Meet viabilizou 5.914 reuniões previamente agendadas, consolidando o evento como um ambiente altamente eficiente para networking e geração de negócios. A América Latina destacou-se como a região de maior interesse, concentrando 40% da atenção dos visitantes e 30% do interesse dos compradores. O alto nível do público também se evidencia pelo perfil dos participantes: 42% ocupam cargos de média e alta gestão, percentual que chega a 62% entre os compradores, incluindo proprietários, CEOs e executivos de alta liderança.

2.14 A WTM Latin America consolida-se, a cada edição, como um dos principais fóruns de negócios e tendências do setor, reunindo uma ampla diversidade de atores, como agências de viagens, operadoras, companhias aéreas, destinos, empresas de tecnologia, jornalistas, influenciadores, representantes governamentais e líderes institucionais, incluindo secretários estaduais e ministros de turismo.

2.15 Para 2026, a expectativa é de aproximadamente 32 mil participantes ao longo dos três dias, com distribuição estimada de 50% no primeiro dia, 35% no segundo e 15% no terceiro. O evento contará com mais de 800 marcas expositoras e utilizará ferramentas exclusivas de conexão para potencializar a promoção de destinos e empresas, impulsionando parcerias estratégicas e novas oportunidades de negócios.

2.16 Atividades e destaques da programação:

- Conferências e Seminários
Três teatros temáticos, com capacidade para 50 pessoas cada:
- Turismo Responsável (Transformation Theatre)
- Tendências (Trends Theatre)
- Tecnologia e Inovação em Viagens (Technology and Innovation Theatre)
- Eventos de Networking
Sessões de speed networking com Hosted Buyers, membros do Buyers' Club e influenciadores digitais, promovendo conexões estratégicas e geração de negócios.
- Cerimônia de Abertura
Reúne autoridades governamentais, imprensa e representantes do setor privado para marcar o início oficial do evento.
- Prêmio de Turismo Responsável
Iniciativa que reconhece práticas inspiradoras voltadas ao desenvolvimento sustentável, com nova categoria em 2026 dedicada ao Turismo Regenerativo.
- Prêmio do Afroturismo
Realizado pela Guia Negro, reconhece iniciativas, destinos e profissionais que promovem a cultura afro-brasileira no turismo.
- Ministers' Summit
Encontro inédito que reunirá ministros e líderes governamentais da América Latina para debater políticas públicas e estratégias para o futuro do turismo.
- Experience Zone
Espaço de experiências imersivas que integra tecnologia, criatividade e emoção, fortalecendo o engajamento e a conexão com o público.

2.17 Agenda geral:

- Cerimônia de abertura – dia 14 de abril a partir das 10h30;

- Realização da Feira:
 - Terça-feira, 14 de abril de 2026 – 12:00 - 20:00 (Horário de Brasília)
 - Quarta-feira, 15 de abril de 2026 – 12:00 - 20:00 (Horário de Brasília)
 - Quinta-feira, 16 de abril de 2026 – 12:00 - 18:00 (Horário de Brasília)
- Experience Zone – durante todo o período de realização do evento;
- Speed Networking – dias 15 e 16 de abril das 10:30 - 12:00 (Horário de Brasília);
- Ministers' Summit – 14 de abril das 15:00 – 17:00 (Horário de Brasília).

2.18 A realização do WTM LATIN AMERICA 2026 está diretamente alinhada aos princípios e diretrizes estabelecidos pelo **PNT - Plano Nacional de Turismo 2023–2027**, ao fortalecer, de forma integrada, os segmentos de turismo de negócios, geração de oportunidades e inovação, promovendo conexões estratégicas, parcerias e a competitividade do setor no Brasil.

2.19 A realização da WTM Latin America 2026 está alinhada ao princípio do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2023–2027 que reconhece o turismo como vetor de desenvolvimento econômico e social, ao estimular diretamente a geração de negócios entre compradores e vendedores qualificados. Por meio de rodadas de negócios, programas estruturados de matchmaking e presença de compradores internacionais, o evento contribui para o aumento da competitividade e da inserção do Brasil no mercado global de viagens.

2.20 No eixo de estruturação, diversificação e qualificação da oferta turística, o evento atua ao promover destinos, produtos e experiências brasileiras para um público estratégico, incentivando a inovação e a adaptação às novas demandas do mercado. As áreas temáticas voltadas a tendências, tecnologia e turismo responsável contribuem para a modernização da oferta e para o desenvolvimento de produtos alinhados às práticas sustentáveis e regenerativas previstas no PNT.

2.21 Em relação ao eixo de formalização, qualificação profissional e inovação, a WTM Latin America se destaca pela oferta de conteúdo técnico por meio de conferências, seminários e treinamentos, ampliando o acesso à informação e à capacitação dos profissionais do setor. Essa atuação está diretamente conectada ao objetivo do PNT de elevar o nível de qualificação e fomentar a transformação digital no turismo brasileiro.

2.22 No que tange à diretriz de promoção e apoio à comercialização do turismo brasileiro, o evento funciona como uma plataforma estratégica de visibilidade internacional, reunindo operadoras, companhias aéreas, destinos e agentes de viagens em um ambiente propício à geração de negócios. A presença de hosted buyers e membros de buyer's clubs reforça a efetividade dessa promoção, ao garantir reuniões com alto potencial de conversão.

2.23 Por fim, a WTM Latin America contribui para a diretriz de sustentabilidade e inclusão no turismo, ao incorporar pautas como turismo responsável, regenerativo e afroturismo em sua programação oficial. Essas iniciativas estão em consonância com o objetivo do PNT de promover um turismo mais inclusivo, ético e sustentável, ampliando a diversidade da oferta e fortalecendo o posicionamento do Brasil como destino comprometido com boas práticas globais.

2.24 Pelas razões apresentadas acima, o Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento "**WTM Latin America 2026**" a ser realizado no período de 14 a 16 de abril de 2026 em São Paulo/SP, com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse.

3. Descrição da solução como um todo

3.1 A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

3.2 O Ministério do Turismo tem interesse em patrocinar o evento WTM LATIN AMERICA 2026 com o intuito de agregar a sua marca, juntamente com a do Governo Federal, para seu público de interesse.

3.3 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.

3.4 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.

3.5 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.

3.6 Em consonância com a proposta atualizada de participação apresentada pela proponente (SEI nº 2786179), a disponibilidade orçamentária, o alinhamento com os objetivos estratégicos do Ministério do Turismo e com o Plano Nacional do Turismo, bem como as oportunidades de ativação, relacionamento e fortalecimento da imagem institucional do Ministério e do Governo Federal, o MTur patrocinará o projeto com a COTA PACOTE OURO no valor de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), que tem por contrapartidas os seguintes itens:

COTA PACOTE OURO

Valor da Cota: R\$ 400.000,00

(quatrocentos mil reais)

CONTRAPARTIDAS DE IMAGEM/MÍDIA

Todas as peças referentes aos itens de patrocínio indicados na tabela abaixo, terão a marca do MTur juntamente com o @GOV e a Hashtag #GovernodoBrasil. Assim como o slogan "Onde tem patrocínio, tem Governo do Brasil" ao final das legendas de todas as publicações, inserindo o Selo da Campanha Institucional de Patrocínio.

1. Patrocínio do Minister Summit na categoria Ouro:

- 01 Menção do MTur como apoiador, feita pelo apresentador do evento durante a cerimônia do Ministers' Summit;
- 01 Aplicação da logomarca e do Selo da campanha no backdrop da cerimônia do Ministers' Summit;
- 01 post sobre o Ministers' Summit em cada uma das seguintes mídias sociais da WTM Latin America, indicando o MTur como apoiador na categoria "Powered by":

Instagram (<https://www.instagram.com/wtmlat/?hl=en>);

Facebook (<https://www.facebook.com/WTMLatinAmerica/>) e

Linkedin (<https://www.linkedin.com/showcase/wtm-latin-america>).

Período de veiculação: 31/03/2026 16/05/2026.

- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados na comunicação visual do Ministers' Summit como patrocinador Ouro;
- Backdrop da sala;
- 01 post sobre o evento em cada uma das seguintes mídias sociais da WTM Latin America: Instagram, Facebook, LinkedIn.
- 01 logomarca e Selo da campanha nas capas das cadeiras (o número de cadeiras dependerá do número de participantes confirmados, já que o Ministers' Summit é um evento privado apenas para Ministros e seus assessores);

As capas serão colocadas nas cadeiras dos convidados que assistirão o debate entre os ministros;

Previsão de cadeiras: entre 10 e 20 unidades.

- 01 exibição de um Vídeo de 30 segundos na abertura do Ministers' Summit;

- Fala de 5 minutos de um representante do MTur na abertura do Ministers' Summit;
- 01 logomarca (sem o Selo da campanha, pois não há espaço físico suficiente) nos cordões de credencial dos participantes do "Ministers' Summit" (o número de cordões dependerá do número de participantes confirmados, já que o Ministers' Summit é um evento privado apenas para Ministros e seus assessores). Os cordões serão entregues aos ministros e todos os participantes do Ministers' Summit; Previsão de cordões: entre 10 e 20 unidades.
- 01 disparo de e-mail marketing para visitantes credenciados da WTM Latin America, com conteúdo do MTur;
- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados no totem do Coquetel oferecido aos ministros e seus assessores após o Ministers' Summit;
- Fala de boas-vindas de um representante do MTur no início do coquetel;
- 01 logomarca (sem o Selo da campanha, pois não há espaço físico suficiente) na Placa de participação que será entregue a cada ministro participante do Ministers' Summit;
- 01 Reels pós-evento publicado no Instagram da WTM Latin America mencionando o MTur como patrocinador do Ministers' Summit.

2. Patrocinador Premium "Categoria Diversidade":

- 01 logomarca e Selo da campanha em 01 post em cada uma das redes sociais do evento - Instagram, Facebook, LinkedIn - sob a chancela do patrocínio Premium de Diversidade;

Período de veiculação: 31/03/2026 a 16/05/2026.

- 01 Slot de 45 minutos para apresentação no Teatro Transformation;
- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados de forma randômica na tela do palco durante a cerimônia de abertura da WTM Latin America no dia 14/04/26;
- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados na home do site do evento (<https://www.wtm.com/latin-america/pt-br.html>);
- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados na planta física do evento;
- 01 disparo de e-mail marketing com logomarca e Selo da campanha do MTur, aplicados no rodapé de um e-mail marketing direcionado para visitantes credenciados da WTM Latin America;
- 01 disparo de e-mail marketing para visitantes credenciados da WTM Latin America, com conteúdo do MTur;
- 01 disparo de Press Release exclusivo da WTM Latin America para todo os meios de mídia do evento;
- 02 Posts nas redes sociais oficiais do evento - Instagram, Facebook e LinkedIn;

Período de veiculação: 31/03/2026 a 16/05/2026.

- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados no adesivo de piso da Rota da Diversidade.

3. Patrocínio do Experience Zone (Cooking Show):

- Cooking Show (66 m²) - Bancada gastronômica e infraestrutura completa para demonstrações culinárias, com capacidade média para 30 pessoas por sessão;
- Haverá uma grade de horários para que destinos patrocinadores do evento possam levar seus Chefs para demonstração de gastronomia de seus destinos.
- 01 logomarca e Selo da campanha aplicados no palco principal do Cooking Show e nas paredes que ficam voltadas para os corretores;
- 01 exibição de Vídeo de 30 segundos do MTur na tela do Cooking Show durante os intervalos das apresentações gastronômicas, nos três dias do evento (vídeo providenciado pelo Ministério pelo MTur).

4. Disponibilização de sala:

- Disponibilização de uma sala dentro do centro de imprensa para reuniões esporádicas.
- Sala de 15m² para 8 pessoas dentro do centro de imprensa;
- Uso mediante disponibilidade, para a realização de reuniões durante os três dias de evento.

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAIS/SOCIAIS/ECONÔMICAS

AMBIENTAIS:

- Redução de material impresso, a WTM Latin America manterá em formato digital os seguintes materiais: catálogo, mapa do evento, convite para cerimônia de abertura e welcome pack dos expositores. A listagem dos buyers das rodadas de negócios terá impressão reduzida e será distribuída de forma híbrida (digital/impressa);
- Lead Booster – no intuito de incentivar os expositores a não distribuírem panfletos promocionais ou brindes em larga escala, a WTM Latin America criou Lead Booster, um sistema que concentra todas as ofertas e panfletos dos patrocinadores de maneira digital;
- Lead Manager App – app desenvolvido pela RX, organizadora da WTM Latin America, com intuito de reduzir a troca de cartões físicos. Ao utilizar somente o celular, os expositores escaneiam as credenciais dos participantes, coletando seus dados de contato;
- Colleqt QR Code – é uma forma inteligente, sustentável e eficiente para os visitantes obterem informações de produtos dos expositores no evento, compartilhando seus dados de contato de forma simultânea;
- A WTM Latin America incentivará o descarte consciente do lixo, através da disponibilização de lixeiras de materiais recicláveis e não recicláveis por toda a feira. Todo lixo recolhido no evento terá sua separação e reciclagem no centro de reciclagem da empresa responsável.

SOCIAIS:

- Articulação de um comitê de diversidade para fomentar o tema e estruturar ações;
- Execução do projeto “Rota da Diversidade” onde o foco é dar visibilidade aos produtos e projetos dos expositores que sejam relacionados aos temas: Turismo 60+, Afroturismo, Turismo LGBTQIA+, Turismo de Base Comunitária e Turismo Acessível;
- Premiação de Turismo Responsável;
- Escolha de fornecedores - Atenção à contratação de equipes terceirizadas utilizando critério de diversidade de idade, gênero, PCD e raça;
- Disponibilização de intérpretes de libras nas palestras para oferecer acessibilidade das pessoas com deficiência auditiva;
- Banheiro sem gênero definido – implementação do banheiro inclusivo sem gênero atribuído para promover conforto, respeito e segurança para todas as participantes do evento;
- Quiet Room e Multi Faith Room – Espaços reservados para o acolhimento da neurodiversidade e para a prática da fé de diferentes religiões;
- Diversidade representada - Além da presença de 50% dos palestrantes de populações minorizadas, em cada teatro foram promovidos encontros sobre temas apresentados na Rota da Diversidade;
- Prêmio de Afroturismo.

ECONÔMICAS:

- Programa Agente na Estrada - subsidiando a vinda e hospedagem de aproximadamente 500 agentes de viagens de todos os estados brasileiros para o evento;
- Transporte gratuito para os participantes do metrô até o pavilhão;
- Potencialização do Turismo Nacional através da participação de estados e municípios de todo o país: Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Balneário Camboriú, Brasília, Campos do Jordão, Ceará, Cidade de São Paulo, Curitiba, Espírito Santo, Estado de São Paulo, Foz do Iguaçu, Goiás, Ilhabela, Manaus, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Ouro Preto, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Santa Rita do Sapucaí, São Lourenço, Sergipe e Socorro;
- Os destinos brasileiros também fomentam e ampliam oportunidades de negócios através de seus coexpositores. Em 2025 foram 318 empresas compartilhando os estandes brasileiros.

ACESSIBILIDADE:

- Disponibilização de intérpretes de libras nas palestras para oferecer acessibilidade das pessoas com deficiência auditiva;
- Rampa de acesso obrigatória nos estandes com piso elevado;
- Rampa de acesso nos palcos dos teatros;
- Autorização de acesso de cão guia no evento;
- Disponibilização de scooters elétricas para pessoas com dificuldade de mobilidade;
- Oferecimento de vans PCD do metrô até o pavilhão.

COMUNICAÇÃO ANTIRRACISTA:

- A WTM Latin America reafirma seu compromisso antirracista por meio de ações concretas que permeiam toda a construção do evento. Incorporamos à nossa política de admissão (<https://www.wtm.com/latin-america/pt-br/politica-de-admissao.html>) uma regra clara de postura antirracista;
- 01 totem no evento comunicando que a WTM Latin América é um espaço antirracista;
- Comitê de diversidade – composto por representantes de diversas raças, garantindo que diferentes perspectivas estejam presentes nos processos decisórios e na evolução contínua das nossas práticas.

3.7 Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta encaminhada, (SEI nº 2786179).

3.8 Caso seja identificado pelo fiscal do evento ou pela área técnica do MTUR 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.

4. Requisitos da contratação

4.1 A contratação deverá observar os seguintes requisitos:

4.1.1 A modalidade de apoio Patrocínio encontra sustentação técnica na Instrução Normativa da SECOM/PR nº 02, de 23 de dezembro de 2019, bem como em outros normativos que dão suporte às contratações do Governo do Brasil.

4.1.2 Em atendimento à legislação proposta, a ação de patrocínio foi 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 foi submetida a prévia manifestação do Comitê de Patrocínios na reunião realizada em 25/03/2026, conforme disposto no art. 33 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019. O espelho da conformidade da ação foi encartada ao processo sob o nº SEI 2797859.

4.1.3 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.

4.1.4 Tendo em vista a inexistência de edital aberto para seleção pública de projetos/eventos de patrocínio no âmbito do MTur, o presente evento poderá ser apoiado por meio de Escolha Direta, conforme previsto na Instrução Normativa SECOM/PR nº 02, de 23 de dezembro de 2019. Destaca-se que o processo já foi submetido à primeira anuência do Senhor Ministro e, após a finalização do rito processual, será novamente encaminhado ao Gabinete do Ministro para ciência e anuência final quanto à contratação do patrocínio em tela.

4.1.5 Esta modalidade de seleção não exclui o trabalho de análise técnica da Coordenação de Patrocínio (COPATRO), que verificou o atendimento aos critérios contidos na legislação vigente, segundo a Diligência/Check List documental (SEI nº 2772004).

SUSTENTABILIDADE

4.1.6 Além dos critérios de sustentabilidade eventualmente inseridos na descrição do objeto, devem ser atendidos os requisitos dispostos no Estudo Técnico Preliminar.

SUBCONTRATAÇÃO

4.1.7. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

4.1.8. Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, tendo em vista as peculiaridades e especificidades do objeto a ser contratado.

VISTORIA

4.1.9. Não haverá necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução.

5. Modelo de execução do objeto

5.1 As atividades serão realizadas no período de 14 a 16 de abril de 2026 em São Paulo/SP.

5.2 Todas as despesas com a execução do serviço já estão contempladas na proposta enviada (SEI nº 2786179).

5.3 Ressalta-se que a prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da Patrocinada e a Administração, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

6. Modelo de gestão do contrato

6.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5 Após a assinatura do contrato, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

6.6 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

6.7 O fiscal do contrato anotarà em registro próprio todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, determinando o que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados

6.8 A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade.

6.9 O contratado será obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, as suas expensas, no total ou em parte, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução e /ou materiais nela empregados.

6.10 Antes do pagamento da nota fiscal ou da fatura, deverá ser consultada a situação da empresa junto ao SICAF.

6.11 Serão exigidos a Certidão Negativa de Débito (CND) relativa a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, o Certificado de Regularidade do FGTS (CRF), Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) e Cadastro Informativo de Crédito não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), caso esses documentos não estejam regularizados no SICAF.

6.12 Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:

Fiscalização

6.13 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelos fiscais do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

Fiscalização Técnica

6.14 O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.15 O fiscal técnico do contrato anotarà no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

6.16 Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

6.17 O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.18 No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.19 O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual.

Fiscalização Administrativa

6.20. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.21. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

6.22. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade do Contratado, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade da Contratante ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade.

Gestor do Contrato

6.23 Cabe ao gestor do contrato:

6.23.1 coordenar a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

6.23.2 acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

6.23.3 acompanhar a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

6.23.4 emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.

6.23.5 tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

6.23.6 elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

6.23.7 enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. Critérios de medição e pagamento

Recebimento

7.1 Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta.

7.2 Os bens poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de **10 (dez)** dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.3 O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de **7 (sete)** dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado.

7.4 O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

7.5 No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.6 O prazo para a solução, pelo Contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

7.7 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança dos bens nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

7.8 As atividades de montagem, instalação e quaisquer outras necessárias para o funcionamento ou uso do bem correrão por conta do Contratado e são condição para o recebimento do objeto.

7.9 Os serviços deverão ser executados com base nos parâmetros mínimos definidos no item 5 do presente Termo de Referência.

7.10 A avaliação será realizada antes, durante e após o evento da seguinte forma:

- Verificação da inclusão da Logo Marca nas peças promocionais e conteúdo do evento.
- Acompanhamento da execução.
- Acompanhamento da Execução das mídias.
- Entrega de relatório executivo com os comprovantes da boa prestação do serviço contratado.

7.11 Em atendimento ao disposto no art. 28 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 02, de 23 de dezembro de 2019, na avaliação de resultados da ação de patrocínio será verificada, no que couber:

- I. O alinhamento das ações realizadas com as estratégias de atuação preestabelecidas;
- II. A efetividade das ações realizadas, conforme sua natureza e suas especificidades;
- III. o grau de atingimento dos objetivos de comunicação institucionais e/ou mercadológicos;
- IV. O comportamento ou resposta dos públicos envolvidos nas ações, dados os diferentes perfis;
- V. A adequação do valor do investimento efetuado aos resultados obtidos por meio das ações institucionais e, se for o caso, mercadológicos; e
- VI. Outras questões aderentes aos objetivos de comunicação estabelecidos para cada projeto.

7.12 Em atenção ao disposto no art. 29 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 02, de 23 de dezembro de 2019, para subsidiar a avaliação de resultados, o patrocinador valer-se-á, no que couber, de:

- I. Pesquisas de imagem: para verificar a percepção da imagem de marcas e os atributos percebidos, por público participante ou conhecedor da atuação do órgão ou entidade em patrocínios;
- II. Pesquisas de opinião: para verificar o entendimento dos públicos estratégicos relativo à atuação do órgão ou entidade em patrocínios e às temáticas, programas, produtos e serviços correlatos;
- III. enquetes: para levantamento rápido de informações junto a participantes da ação de patrocínio ou públicos vinculados à temática patrocinada;
- IV. Monitoramento mercadológico: para verificar o incremento de vendas, cadastros, consultas, acessos, dentre outros, relacionados aos programas, produtos, serviços ou às temáticas vinculadas à ação de patrocínio;
- V. Monitoramento institucional: para verificar a efetiva participação de públicos de interesse e a quantidade de contatos, ações de relacionamento ou atendimentos prestados na ação de patrocínio, bem como o cumprimento de condições vinculadas a regulamentos próprios;
- VI. Plano de mídia e não-mídia: para verificar a efetiva divulgação da marca do patrocinador nas peças publicitárias do projeto patrocinado;
- VII. mídia espontânea: para levantar a quantidade de matérias e citações vinculadas ao patrocinador, por meio de veículos de divulgação, em decorrência do patrocínio;
- VIII. valoração da exposição: verificar a precificação da exposição de marcas, baseado nos parâmetros de compra de tempo e espaço de mídia do órgão ou entidade ou em outra metodologia de valoração aplicável; e
- IX. Outras ações de avaliação aderentes às estratégias e aos objetivos de comunicação estabelecidos.

LIQUIDAÇÃO

7.13 Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

7.14 O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, no caso de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.15 Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

- o prazo de validade; a data da emissão;
- os dados do contrato e do órgão contratante;
- o período respectivo de execução do contrato;
- o valor a pagar; e
- eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.16 Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

7.17 A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta *on-line* ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.18 A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para:

7.18.1 verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas;

7.18.2 identificar possível razão que impeça a participação em licitação/contratação no âmbito do órgão ou entidade, tais como a proibição de contratar com a Administração ou com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

7.19 Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do Contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do Contratante.

7.20 Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o Contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do Contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.21 Persistindo a irregularidade, o Contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao Contratado a ampla defesa.

7.22 Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o Contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

Prazo de Pagamento

7.23 O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

7.24 No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao Contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice [de memória de cálculo interno](#) de correção monetária.

Forma de pagamento

7.25 O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

7.26 Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

7.27 Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

7.28 Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

7.29 O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

Cessão de Crédito

7.30 As cessões de crédito dependerão de prévia aprovação do Contratante.

7.30.1 A eficácia da cessão de crédito, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.

7.30.2 Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte do Contratado (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992, nos termos do Parecer JL01, de 18 de maio de 2020.

7.30.3 O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (Contratado) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.

7.30.4 A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do Contratado.

7.31 O disposto nesta seção não afeta as operações de crédito de que trata a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 82, de 21 de fevereiro de 2025, as quais ficam por esta regidas.

Reajuste

7.32 Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, [16/03/2026 conforme proposta SEI nº 2786179](#).

7.33 Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do Contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo Contratante, do [IPCA \(Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo\)](#).

7.34 Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

7.35 No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o Contratante pagará ao Contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.36 Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.37 Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

7.38 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

7.39 O reajuste será realizado por apostilamento.

8. Forma e critérios de seleção e regime

8.1 Sobre a natureza do objeto a ser contratado, cabe a inexigibilidade de licitação para realização do projeto, [uma vez que a REED EXHIBITIONS ALCANTARA MACHADO LTDA é a idealizadora e realizadora do projeto, oferece serviços que são comercializados com exclusividade, não havendo possibilidade de competição, conforme declarações enviadas a esse Ministério.](#)

8.2 Neste sentido, o contrato de patrocínio será formalizado por meio da realização de procedimento de inexigibilidade de licitação, com fundamento da hipótese descrita no I, do art. 74, da Lei nº 14.133/21, vejamos:

Art. 74. É inexigível a licitação quando inviável a competição, em especial nos casos de:

I - Aquisição de materiais, de equipamentos ou de gêneros ou contratação de serviços que só possam ser fornecidos por produtor, empresa ou representante comercial exclusivos;

8.3. Não obstante, destaca-se também o art. 72 da Lei nº 14.133/21 que preconiza que:

Art. 72. O processo de contratação direta, que compreende os casos de inexigibilidade e de dispensa de licitação, deverá ser instruído com os seguintes documentos:

- I. Documento de formalização de demanda e, se for o caso, estudo técnico preliminar, análise de riscos, termo de referência, projeto básico ou projeto executivo;
- II. Estimativa de despesa, que deverá ser calculada na forma estabelecida no art. 23 desta Lei;
- III. Parecer jurídico e pareceres técnicos, se for o caso, que demonstrem o atendimento dos requisitos exigidos;
- IV. Demonstração da compatibilidade da previsão de recursos orçamentários com o compromisso a ser assumido;
- V. Comprovação de que o contratado preenche os requisitos de habilitação e qualificação mínima necessária;
- VI. Razão da escolha do contratado;
- VII. Justificativa de preço;
- VIII. Autorização da autoridade competente.

Parágrafo único. O ato que autoriza a contratação direta ou o extrato decorrente do contrato deverá ser divulgado e mantido à disposição do público em sítio eletrônico oficial.

8.4 Caso atendidas as condições para contratação, a habilitação do fornecedor será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.

Forma de fornecimento

8.5 O fornecimento do objeto será de acordo com item 5 deste TR.

Critérios de aceitabilidade de preços

8.6 Em se tratando de contratação para a aquisição da cota, o critério de julgamento de valores estão presentes no item 09 deste TR.

Exigências de Habilitação

8.7 Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação Jurídica

8.8 Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal - SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.9 Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista:

8.10 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) ou no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), conforme o caso;

8.11 Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.12 Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.13 Declaração de que não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menos de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição;

8.14 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

8.15 Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.16 Prova de regularidade com a Fazenda Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.17 Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Distritais relacionados ao objeto, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da respectiva legislação de regência.

8.18 O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

8.19 certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

Qualificação Técnica

8.20 Previamente à celebração do contrato, a Administração verificará o eventual descumprimento das condições para contratação, especialmente quanto à existência de sanção que a impeça, mediante a consulta a cadastros informativos oficiais, tais como:

- SICAF;
- Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (www.portaldatransparencia.gov.br/ceis); e
- Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (<https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep>).
- Cadastro Informativo de Crédito não Quitados do Setor Público Federal (CADIN)

8.21 A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa fornecedora e de seu sócio majoritário, por força do artigo 12 da Lei nº 8.429, de 1992, que prevê, dentre as sanções impostas ao responsável pela prática de ato de improbidade administrativa, a proibição de contratar com o Poder Público, inclusive por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário.

8.22 Caso conste na Consulta de Situação do Fornecedor a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o gestor diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas.

8.23 A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros.

8.24 O fornecedor será convocado para manifestação previamente a uma eventual negativa de contratação.

8.25 Caso atendidas as condições para contratação, a habilitação do fornecedor será verificada por meio do SICAF, nos documentos por ele abrangidos.

8.26 É dever do fornecedor manter atualizada a respectiva documentação constante do SICAF, ou encaminhar, quando solicitado pela Administração, a respectiva documentação atualizada.

8.27 Pelo exposto informa-se que o procedimento de instrução processual está sendo realizado por meio do Processo o SEI nº 72031.000059/2026-99 e que a proponente REED EXHIBITIONS ALCANTARA MACHADO LTDA apresentou os documentos necessários exigidos pela legislação vigente.

8.28 Ressalta-se que é comum em eventos e projetos de patrocínio, que os serviços sejam contratados por inexigibilidade de licitação, uma vez que os projetos ocorrem em local/espço específico, por período definido, e comumente idealizado por uma empresa promotora do evento, a qual possui os direitos de comercialização ou os delega a fornecedores exclusivos, como no caso em tela.

8.29 A comprovação da exclusividade, conforme estabelece a Lei das Licitações, se dá por meio de atestado emitido por órgão de registro do comércio local, bem como sindicatos, federações, confederações e entidades equivalentes, caracterizando a inviabilidade de competição. Diante disso, para confirmar a exclusividade do referido projeto, para além da autodeclaração de exclusividade (2770811), foram encaminhadas as declarações de terceiros enviados a esse Ministério, a citar: ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (2770804), CÂMARA DE COMERCIO E TURISMO LGBT DO BRASIL (2770805) e UNEDESTINOS – União Nacional de Convention & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (2770806).

8.30 Ressalta-se que à área técnica é possível apenas a verificação da veracidade de emissão da Declaração apresentada, ficando a responsabilidade pelo teor dessas declarações aos seus emitentes, cabendo-lhes as punições previstas em lei, no caso de falsidade do conteúdo apresentado.

Disposições gerais sobre habilitação

8.31 Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

8.32 Na hipótese de o fornecedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para assinatura do contrato ou da ata de registro de preços ou do aceite do instrumento equivalente, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizações pelos respectivos consulados ou embaixadas.

8.33 Não serão aceitos documentos de habilitação com indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

8.34 Se o fornecedor for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o fornecedor for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto para atestados de capacidade técnica, e no caso daqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

8.35 Serão aceitos registros de CNPJ de fornecedor matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes ao CND e ao CRF/FGTS, quando for comprovada a centralização do recolhimento dessas contribuições.

9. Estimativas do valor da contratação

Valor (R\$): 400.000,00

9.1 O valor estimado para o patrocínio realizado pelo Ministério do Turismo é de 400.000,00 (quatrocentos mil reais) conforme Proposta (SEI nº 2786179).

9.2 Cabe frisar que o patrocínio é uma ferramenta de comunicação que, segundo Machado Neto (2002, p. 99)¹ possui impacto maior no consumidor. Como asseverado por Thomazi (2012, p. 3)², “o principal retorno que uma empresa pode esperar é o retorno institucional, que acontece através da mídia espontânea”. Portanto, cabe ao MTur averiguar os resultados vindouros do patrocínio ao projeto, o que foi realizado por meio da aplicação dos critérios estabelecidos na Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019, baseados na matriz de análise de projetos de patrocínio desenvolvida pela SECOM/PR.

9.3 Acrescentamos que devido à natureza do patrocínio torna-se inviável a individualização dos valores de cada item abrangido na cota de patrocínio. O art. 16 da Instrução Normativa nº 02, de 23 de dezembro de 2019 exara que o investimento no projeto de patrocínio não está vinculado aos custos de execução da ação patrocinada, podendo o órgão valer-se, como referência, da metodologia de precificação elaborada pela SECOM, com as devidas adequações e evoluções decorrentes das especificidades institucionais.

9.4 Além disso, é importante ressaltar que o Tribunal de Contas da União (TCU) conduziu uma análise abrangente da situação dos patrocínios. Sob a relatoria do ministro Vital do Rêgo, foram reunidos os resultados das auditorias realizadas pelo TCU em oito instituições federais.

9.5 Exarado o Acórdão 2.770/2018 – Plenário, citamos: “o volume de recursos destinado ao patrocínio, quando objetiva apenas a divulgação da marca do patrocinador, não está vinculado às despesas realizadas, mas ao retorno publicitário dele advindo. Ou seja, almeja-se somente a divulgação da marca. Por outro lado, ao descentralizar recursos mediante “contrato de patrocínio”, mas com finalidade específica de financiamento de projetos de interesse eminentemente social, deve ser exigida a apresentação de prestação de contas, dada a natureza de convênio decorrente da existência de interesses mútuos”.

9.6 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 a projeção da sua marca e do Governo do Brasil.

9.7 De acordo com a Planilha de Avaliação de Proposta de Patrocínio (SEI nº 2786638) e com base na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2786179), o evento alcança a nota de 153 pontos, o que indica a possibilidade de investimento máximo do MTur de até R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

9.8 A REED EXHIBITIONS ALCANTARA MACHADO LTDA disponibiliza aos interessados as opções de cotas ao evento listadas na proposta encaminhada pelo proponente (SEI nº 2786179).

9.9 Em atenção aos princípios de razoabilidade e economicidade, adotou-se, como método de análise dos custos, a comparação dos preços de aquisição de cotas negociados com outros patrocinadores. Em sequência, procedeu-se com a seguinte sistemática, cuja documentação está inserida no processo: Na análise dos custos, pontua-se que por se tratar de serviço de natureza singular a valoração decorre de critérios estabelecidos pela própria organizadora do evento, uma vez que somente ela pode comercializar os espaços disponibilizados para todos interessados, conforme apresentação de autodeclaração de razoabilidade de preços (SEI nº 2786184)).

1. MACHADO NETO, Manoel Marcondes. Marketing cultural. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.
2. THOMAZI, Mara Regina. O patrocínio como ferramenta de comunicação estratégica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. Anais [...]. Fortaleza, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1270-1.pdf> Acesso em: 29 mar. 2024

10. Adequação orçamentária

10.1 As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União.

10.2 A contratação será atendida pela seguinte dotação:

Órgão: 54000 Ministério do Turismo

UG. Executora: 540006

Título: Sec. Nac. de Polít. de Turismo-

Contrato Gestão: 00001 Tesouro Nacional

PTRES: 236595

Programa de Trabalho: 23.695.2223.20Y3.0001

UGR: 540006

Plano Interno: 0626PREVENT

PO: 000B

Fonte de Recurso: 1140

Natureza da Despesa: 33.90.39

11. Infrações e Sanções Administrativas

11.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o Patrocinado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

11.2. Serão aplicadas ao Patrocinado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

- a) **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
- b) **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave.
- c) **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

d) **Multa:**

d1) Moratória de 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) sobre o valor contratado em caso de atraso superior a 4h (quatro horas) na execução dos serviços, limitada a incidência a 6h (seis horas). Após a sétima hora e a critério da Administração, no caso de execução com atraso ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;

d2) 0,1% (um décimo por cento) até 10% (dez por cento) sobre o valor contratado, em caso de atraso na execução do objeto, por período superior ao previsto no subitem acima, ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

d3) 0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor contratado, em caso de inexecução total da obrigação assumida

O atraso superior a 10 (dez) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

d4) Compensatória, para as infrações descritas acima alíneas “e” a “h” de **10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento)** do valor da contratação.

d5) Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista acima na alínea “c”, de **20% (vinte por cento) a 30% (trinta por cento)** do valor da contratação.

d6) Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “b”, de **10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento)** do valor da contratação.

d7) Compensatória, em substituição à multa moratória para a infração descrita acima na alínea “d”, de **10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento)** do valor da contratação.

d8) Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “a”, de **10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento)** do valor da contratação, aplicadas as seguintes infrações também enquadráveis nessa alínea:

1. Ausência de comprovação individualizada do cumprimento de cada contrapartida contratada, conforme pactuado;
2. Apresentação genérica ou incompleta de evidências de execução;
3. Descumprimento de prazos ou formatos previamente estipulados para a prestação de contas das obrigações assumidas.

11.3 A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante.

11.4 Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

11.5 Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

11.6 Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.

11.7 A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

11.8 A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

11.8.1 Para a garantia da ampla defesa e contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.

11.8.2 Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no SICAF serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

11.9 Na aplicação das sanções serão considerados:

11.9.1 a natureza e a gravidade da infração cometida;

11.9.2 as peculiaridades do caso concreto;

11.9.3 as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

11.9.4 os danos que dela provierem para o Contratante; e

11.9.5 a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

11.10 Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.

11.11 A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Termo de Referência ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

11.12 O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal.

11.12.1 As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

11.13 As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

11.14 Os débitos do Contratado para com a Administração Contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o Contratado possua com o mesmo órgão ora Contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

12. Disposições Gerais

12.1. As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas, já que não são consideradas imprescindíveis à segurança da sociedade ou do Estado, nos termos da Lei 12.527/2011.

12.2 Ante o exposto, referente ao apoio via patrocínio do Ministério do Turismo ao evento WTM LATIN AMERICA 2026 consideram-se pertinente a contratação da cota de patrocínio pelo Ministério.

12.3 Em consonância com art. 19, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, o Termo de Referência baseou-se no modelo da AGU, sendo adaptado às realidades da contratação e deste Órgão, das quais as alterações realizadas no modelo padronizado de TR foram devidamente destacadas visualmente na cor azul.

13. Responsáveis

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

MARIA FERNANDA MASCARENHAS DOS SANTOS MELIS

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 27/03/2026 às 16:45:50.

LUCAS MAGALHAES LOPES

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 27/03/2026 às 16:03:59.

TATIANA FERNANDES DA SILVA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 27/03/2026 às 17:17:39.