



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. DA UNIDADE REQUISITANTE

1.1. Secretaria Municipal de Cultura de Senhor do Bonfim.

2. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

2.1. O Município de Senhor do Bonfim – BA é conhecido por sua forte tradição cultural e histórica na realização de festejos juninos, tem como um dos principais eventos do calendário anual o São João, que atrai milhares de visitantes e movimentam significativamente a economia local. Contudo, a realização de uma festa de grande porte como essa demanda elevados investimentos públicos, especialmente em estrutura física, segurança, logística, serviços de limpeza, contratação de atrações e ações de comunicação institucional.

2.2. Em um cenário de restrições orçamentárias crescentes e da necessidade de observância aos princípios da eficiência, sustentabilidade fiscal e planejamento, definidos na Lei nº 14.133/2021, a gestão pública se depara com a seguinte problemática: **como viabilizar a realização de um evento de grande porte, com qualidade e segurança, sem comprometer de forma desproporcional os recursos públicos e respeitando os limites legais de despesa com eventos?**

2.4. Ressalte-se que o Município já realiza, por meio de licitação, a Concessão onerosa do Pátio de Eventos ESPAÇO GONZAGÃO, principal local dos festejos juninos, no qual diversos artistas de expressividade nacional se apresenta.

2.5. Diante disso, o presente Estudo Técnico Preliminar busca analisar a viabilidade da utilização de **instrumentos de parcerias com a iniciativa privada, como PATROCÍNIOS, para viabilizar a realização do São João de Senhor do Bonfim no ano de 2025, com menor impacto fiscal e maior eficiência na alocação de recursos públicos.**

3. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO E JUSTIFICATIVA

3.1. O Município de Senhor do Bonfim – BA realiza, anualmente, o tradicional São João, evento de grande relevância cultural, turística e econômica para a cidade e para a região do Piemonte Norte do Itapicuru. A festa, considerada uma das mais representativas do ciclo junino baiano, reúne dezenas de milhares de pessoas, gera intensa movimentação econômica local, impulsiona os setores de comércio, serviços, gastronomia, hotelaria e transporte, além de fortalecer a identidade cultural da população.

3.2. Entretanto, para viabilizar a realização desse evento, o poder público precisa arcar com um conjunto expressivo de despesas, que incluem: contratação de estrutura física (palco, som, iluminação, camarotes, banheiros químicos), segurança, limpeza urbana, logística, atrações artísticas e ações de divulgação. Essas demandas, quando custeadas integralmente com recursos do Tesouro Municipal, geram significativo impacto orçamentário, especialmente considerando o contexto de limitações fiscais, necessidade de manutenção de serviços essenciais e observância ao equilíbrio das contas públicas.

3.3. Diante disso, a presente contratação visa atender à necessidade de encontrar uma solução legal, economicamente vantajosa e socialmente eficaz para a realização do São João no ano de 2025, por meio da participação da iniciativa privada.

3.4. Considerando que o Município já realiza por meio de licitação a concessão onerosa do uso de espaço público – ESPAÇO GONZAGÃO, principal pátio de eventos, que recebe diversas atrações de importância nacional, a alternativa estudada é a contratação de patrocínios junto à iniciativa privada.



3.5. Ao patrocinar um evento, o patrocinador terá a oportunidade de expor sua marca para um público amplo e diversificado. Isso vai contribuir para o aumento da visibilidade do patrocinador, fortalecendo sua imagem e posicionamento no mercado.

3.6. A motivação da demanda está alicerçada na busca por maior eficiência administrativa, otimização da gestão dos recursos públicos e valorização do potencial econômico do evento, em consonância com os princípios da economicidade, eficiência, sustentabilidade e planejamento, conforme preconizados pela nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

3.7. A contratação pretendida, portanto, **não apenas soluciona a limitação orçamentária do município**, mas também **estimula o empreendedorismo, promove o turismo e fortalece o desenvolvimento local**, sendo compatível com o interesse público e juridicamente adequada à modelagem por meio de concessão ou parceria.

3.8. Portanto, a contratação de cotas de patrocínio para evento (São João de 2025) em Senhor do Bonfim é uma estratégia importante para viabilizar financeiramente essas iniciativas, promover o desenvolvimento econômico e social da região, além de fortalecer a imagem do município como um polo de eventos e turismo na Bahia.

4. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

4.1 O Plano de Contratação Anual (PCA) está em fase de planejamento e elaboração, é importante destacar que esse plano será utilizado para as aquisições/serviços de 2026, sendo assim, tal plano ainda precisa de regulamentação.

4.2. Conforme a **Lei nº 14.133/2021**, a previsão orçamentária no Estudo Técnico Preliminar (ETP) é exigida quando houver **desembolso de recursos públicos**. O art. 18, §1º, inciso VI, determina que deve constar: *“a estimativa do valor da contratação, com os elementos que a compõem e a demonstração de compatibilidade com o plano plurianual e com a lei orçamentária anual.”*

4.3. Para esta contratação específica, que se dará sob a forma de patrocínio com contrapartidas institucionais, não haverá transferência direta de recursos financeiros por parte do Município ao patrocinador. Assim, não se exige dotação orçamentária específica, uma vez que não se configura despesa pública direta, mas sim parceria para apoio à execução do evento.

4.4. Caso haja contratação de serviços complementares com recursos próprios, estes serão tratados em processos administrativos próprios, com as respectivas previsões orçamentárias.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. A contratação de patrocínio, no contexto da administração pública, caracteriza-se como uma **parceria não onerosa para o ente público**, na qual uma empresa ou instituição privada fornece apoio financeiro, logístico ou estrutural à execução de determinado evento, em troca de **exposição institucional e de marca**, respeitando-se os limites legais e o interesse público. Esse tipo de contratação não constitui prestação de serviço típica, tampouco concessão de uso comum do bem público, devendo ser conduzido mediante **chamamento público**, nos termos do art. 28 do Decreto Federal nº 10.764/2021 (quando aplicado subsidiariamente), e demais normas pertinentes.

5.2. Dentre os requisitos que devem orientar essa contratação, destacam-se:

- I. **Elaboração de Projeto Detalhado do Evento:** O São João é um evento emblemático na cultura bonfinense, por isso, é importante desenvolver um projeto específico detalhando as características dessa festividade, incluindo a programação de shows, apresentações de quadrilhas, entre outras atrações tradicionais.
- II. **Definição de Contrapartidas:** Como exposição da marca nos materiais de divulgação da festa, destaque nos espaços físicos do evento, participação em ações promocionais durante a festividade, entre outras formas de visibilidade que estejam alinhadas com o contexto festivo.



- III. **Valorização da Identidade Cultural:** É importante que a empresa patrocinadora compreenda a importância do São João para a identidade cultural e turística de Senhor do Bonfim e estejam alinhadas com a valorização desses aspectos em suas estratégias de patrocínio.
- IV. O patrocínio se dará em troca de exploração publicitária da marca e logomarca do patrocinador no evento realizado pelo Município.
- V. O patrocinador deverá submeter os esboços dos materiais de divulgação previamente à Municipalidade com o objetivo de verificar a adequação da proposta de utilização de espaços públicos às leis de uso e ocupação do solo e aos demais parâmetros urbanísticos de veiculação de anúncios e de ordenamento da publicidade aplicáveis à localidade, dentro do Município de Senhor do Bonfim.
- VI. Transparência e publicidade do procedimento, por meio de chamamento público que possibilite a ampla participação de empresas interessadas, com critérios objetivos para seleção e formalização das propostas;
- VII. Ausência de ônus financeiro para o poder público, sendo vedado o repasse de recursos aos patrocinadores;
- VIII. Vedação à exclusividade injustificada, salvo quando técnica ou estrategicamente demonstrada a sua necessidade;
- IX. Compatibilidade entre o perfil do patrocinador e os valores culturais, sociais e institucionais do evento, de forma a preservar a identidade e os objetivos do São João;
- X. Formalização mediante contrato administrativo ou termo específico de patrocínio, prevendo obrigações, prazos, formas de entrega e penalidades;
- XI. Controle e fiscalização da execução das contrapartidas, por parte da Administração Pública, para garantir o cumprimento das condições pactuadas.

6. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO E CONFIGURAÇÕES ESPECÍFICAS

6.1. A definição das quantidades e da configuração dos patrocínios a serem disponibilizados pelo poder público para a contratação da iniciativa privada, com vistas à realização de um grande evento, deve observar os princípios que regem a Administração Pública, especialmente os da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Tal processo deve ser pautado por critérios objetivos, transparentes e compatíveis com o interesse público, considerando tanto os aspectos legais quanto as finalidades do evento.

6.2. Inicialmente, é fundamental que o poder público elabore um planejamento detalhado do evento, definindo claramente seus objetivos, público-alvo, impacto esperado, necessidades logísticas e orçamentárias. Com base nesse planejamento, deve-se identificar quais são os aspectos do evento que podem ser objeto de patrocínio — seja em formato financeiro, seja mediante fornecimento de bens ou serviços — e quais as contrapartidas que poderão ser oferecidas aos patrocinadores, como visibilidade de marca, espaços promocionais, inserções em mídias e outras formas de reconhecimento institucional.

6.3. A partir dessa análise, a Administração Pública poderá estabelecer diferentes cotas de patrocínio, organizadas por valores e níveis de exposição de marca, tais como “cota ouro”, “cota prata” e “cota bronze”. Cada cota deve conter especificações claras quanto à sua quantidade (por exemplo, número máximo de patrocinadores por categoria), valor estimado de contribuição e respectiva contrapartida. A configuração das cotas deve ser estruturada de forma a garantir equilíbrio entre a atratividade comercial para os patrocinadores e a manutenção da identidade institucional do evento.

6.4. Para viabilizar a contratação da iniciativa privada por meio de patrocínio, o poder público deve lançar mão de um processo de chamamento público, conforme previsto na legislação vigente, especialmente na Nova Lei de Licitações e Contratos (Lei nº 14.133/2021) e, quando aplicável, na Lei nº 13.019/2014. O edital de chamamento deve conter todas as regras do processo, incluindo a quantidade de cotas disponíveis, as exigências técnicas e jurídicas para os interessados, os critérios objetivos de seleção das propostas, os prazos e as formas de apresentação.



6.5. Além disso, o termo de referência que fundamenta o chamamento público deve detalhar o papel dos patrocinadores, a forma de execução das contrapartidas e os mecanismos de fiscalização e prestação de contas. Cabe destacar que, em nenhuma hipótese, o patrocínio poderá comprometer a finalidade pública do evento ou implicar direcionamento ou promoção pessoal de agentes públicos.

6.6. Ademais, é essencial que o processo seja amplamente divulgado e conduzido com máxima transparência, assegurando igualdade de condições para todos os interessados da iniciativa privada. A definição clara das quantidades e características dos patrocínios contribui não apenas para a viabilização do evento com recursos complementares, mas também para o fortalecimento da credibilidade institucional e da relação entre o setor público e privado, em benefício da coletividade.

6.7. No caso em apreço, observa-se que o São João 2025 será um evento realizado pelo município no período de 19 a 24 de junho, período no qual se espera a presença de grande público, não só local, mas de turistas da região, estado da Bahia e Nordeste.

6.8. O evento em si se realizará principalmente através de apresentações artísticas e culturais no Parque da Cidade (Espaço Gonzagão) e na Praça Nova do Congresso (Espaço Assis), os quais compõem os principais pontos de concentração de pessoas, logo, certamente deverão ser os pontos de concentração de visibilidade dos patrocinadores.

6.9. Muito embora o Espaço Gonzagão seja submetido a concessão pública, através da qual a empresa vencedora do certame explorará a contratação de patrocínios, o Município montará uma vila junina cenográfica no entorno do referido espaço, visando abrigar ainda mais a recepção do público, não apenas como um atrativo visual, mas também como um espaço de valorização da identidade local, estímulo à economia e ordenamento do fluxo de visitantes, reforçando a identidade regional, conectando o público (especialmente turistas) com as raízes do São João autêntico, além de homenagear figuras importantes da cultura local e funcionar como “**ponto instagramável**”, aumentando o engajamento nas redes sociais, estimulando a permanência e o encantamento dos visitantes logo na chegada, criando uma primeira impressão positiva.

6.10. A Praça Nova do Congresso, por sua vez, compõe o principal ponto de encontro no Centro da Cidade, onde não só serão realizadas apresentações artísticas e culturais entre os dias 21 e 24 de junho, mas onde haverá circulação de pessoas que buscarão restaurantes, lanchonetes, comércio local e também contará com decoração típica de São João, a qual buscará conectar a população local e os visitantes com as raízes do São João tradicional, transformando a cidade em um ambiente cenográfico atrativo, capaz de encantar visitantes e estimular a circulação de pessoas nos espaços públicos, inclusive fora dos horários centrais da programação oficial. Assim, a Praça Nova do Congresso, assim como o Espaço Gonzagão, se caracterizará como principal ponto fotográfico e de convivência, gerando maior permanência de turistas, promovendo o compartilhamento espontâneo de imagens em redes sociais e veículos de comunicação, ampliando a visibilidade e atratividade da cidade como destino turístico, além disso, contribuirá diretamente para a dinamização do comércio, favorecendo a divulgação de marcas.

6.11. Portanto, além das principais ruas da cidade, as quais proporcionarão maior fluxo de pessoas, os principais pontos a serem objeto da exibição de patrocinadores será na Praça Nova do Congresso e no entorno do Espaço Gonzagão.

7.LEVANTAMENTO DE MERCADO

7.1. No mercado atual, existem diversos modelos e soluções adotados por entes da Administração Pública para a captação de recursos privados por meio de patrocínio, especialmente em eventos culturais, turísticos e festivos, como o São João de Senhor do Bonfim.

7.2. A análise do mercado demonstra que o modelo mais comum utilizado pela Administração Pública é o **chamamento público para recebimento de propostas de patrocínio**, com definição prévia de cotas, contrapartidas e critérios de seleção. Este procedimento é amplamente utilizado por municípios de médio e grande porte, estados e órgãos federais para viabilizar festivais, feiras



culturais, congressos, exposições e festas populares. A vantagem desse formato está na transparência, padronização das ofertas e estímulo à concorrência entre potenciais patrocinadores.

7.3. Outra prática corrente é a **segmentação de cotas de patrocínio**, com valores e benefícios diferenciados (por exemplo, cota máster, ouro, prata, bronze), oferecendo diferentes níveis de visibilidade institucional, acesso a espaços publicitários, uso de marcas associadas ao evento, entre outros. Essa segmentação permite atender a patrocinadores de diferentes portes, ampliando a atratividade da ação para empresas locais, regionais e nacionais.

7.4. A Administração adotará no Termo de Referência a segmentação das cotas, com valores e benefícios diferenciados, oferecendo diferentes níveis de visibilidade institucional, acesso a espaços publicitários para os contratados.

7.5. Além disso, observa-se no mercado a existência de empresas **especializadas em intermediar a captação de patrocínios para entes públicos**, atuando como agentes captadores ou organizadores do evento, mediante concessão de uso de espaço público, o que pode incluir também a gestão de estruturas comerciais, venda de ingressos para áreas exclusivas, camarotes, praças de alimentação e exploração de merchandising.

7.6. No caso específico do São João de Senhor do Bonfim – BA, há um histórico consolidado de relevância regional e estadual do evento, com ampla visibilidade na mídia, grande fluxo de público e potencial atrativo para marcas interessadas em associar sua imagem a valores culturais nordestinos/juninos, dito isto, ressalta-se que essa característica favorece a atração de empresas dos setores de bebidas, alimentos, telecomunicações, varejo, turismo, transporte e serviços financeiros, que tradicionalmente investem em ações de marketing durante festas populares de grande alcance.

7.7. Portanto, o mercado oferece **soluções múltiplas para a viabilização de patrocínios**, tanto por meio de:

- a) **Chamamento público direto para captação de patrocinadores**, com definição de cotas e contrapartidas;
- b) **Modelos híbridos**, com concessão de uso de espaço público para exploração comercial e captação de patrocínios associada à estrutura do evento;
- c) **Contratação de empresa organizadora com responsabilidade pela captação de recursos privados**, mediante contrapartida onerosa ao Município.

7.8. Considerando que o evento São João de Senhor do Bonfim tem visibilidade em todo o nordeste, movimentando consideravelmente a economia local, em especial, a região do Piemonte Norte do Itapicuru, o que diminui a necessidade de investimento para o alcance de patrocinadores interessados, a solução escolhida é a realização de **Chamamento público direto para captação de patrocinadores**.

8. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

8.1. O modelo de **parceria com a iniciativa privada é viável, legal e vantajoso**, desde que bem planejado e executado. Permite que o Município de Senhor do Bonfim mantenha a tradição do São João com menor impacto orçamentário, maior profissionalismo e benefícios socioeconômicos significativos.

8.2. Diante das alternativas apresentadas pelo mercado, a solução escolhida e a ser adotada pelo município é **captação de patrocínios privados para apoio institucional à realização do evento São João de Senhor do Bonfim, no exercício de 2025, mediante contrapartidas de caráter publicitário e promocional a serem concedidas pelo Município aos patrocinadores selecionados, conforme as regras e critérios estabelecidos em chamamento público específico**.

8.3. O patrocínio, neste contexto, configura-se como uma parceria entre o ente público e a iniciativa privada, na qual empresas ou instituições disponibilizam apoio financeiro para a execução



do evento, em troca de visibilidade de marca, uso de espaço publicitário e associação institucional ao evento junino. A contratação será formalizada por meio de instrumento jurídico próprio (contrato de patrocínio ou termo de compromisso institucional), sem ônus financeiro direto para o poder público, respeitando os princípios da impessoalidade, publicidade, eficiência e interesse público.

8.4. A modelagem da contratação, portanto, busca minimizar o impacto orçamentário para a Administração Municipal, viabilizando a realização de um evento de grande porte com apoio da iniciativa privada, em consonância com os princípios da economicidade, planejamento e sustentabilidade fiscal previstos na Lei nº 14.133/2021.

9. DO PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

9.1. O objeto da contratação de patrocínios pelo Município, para a realização de um evento São João de Senhor do Bonfim - 2025, será parcelado, incidindo o parcelamento em itens **constituídos de cotas**, conforme serão discriminadas no Termo de Referência, perfazendo o parcelamento em:

- a) **Valores distintos** de aporte financeiro ou apoio logístico;
- b) **Contrapartidas proporcionais**, como visibilidade da marca, acesso a espaços institucionais, divulgação em peças publicitárias, etc.

9.2. Tal parcelamento é legítimo e visa estimular a participação de diversas empresas, com diferentes capacidades de investimento e é amplamente utilizado em eventos públicos e privados.

10. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. Considerando que além do Espaço Gonzagão (Principal pátio de Eventos situado no Parque da Cidade), no qual a empresa Concessionária explorará patrocínios, perfazendo um dos itens objeto da concessão, o Município de Senhor do Bonfim realizará diretamente os festejos juninos com programação na Praça Nova do Congresso (palco alternativo de eventos), bem como, Forró na Feira, Forró na Rodoviária, Forró nos Bairros, Puxada pelas ruas das cidades, desenvolvendo amplo espaço para exploração da identidade visual de marcas interessadas em contratar patrocínio para exposição da sua publicidade nos festejos de São João Senhor do Bonfim.

10.2. Destarte, considerando ainda o perfil do evento e sua expressiva projeção regional, constata-se um ambiente favorável à atração de empresas pertencentes aos setores de bebidas, alimentos, telecomunicações, varejo, turismo, transporte e serviços financeiros — segmentos que tradicionalmente investem em ações de marketing associadas a festas populares de grande porte. Nesse contexto, a previsão de captação de patrocínios junto à iniciativa privada para o São João de Senhor do Bonfim revela-se viável e estratégica. Assim, com vistas à contratação das cotas de patrocínio especificadas neste ETP, estima-se que o montante arrecadado no exercício de 2025 ultrapasse dez por cento do custo com a realização do evento por parte da municipalidade, não havendo processos de contratações em anos anteriores que possam embasar tal expectativa.

11. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

11.1 A adoção do modelo de captação de **patrocínios privados como forma de apoio à realização do São João de Senhor do Bonfim – BA** tem como um de seus principais objetivos a **promoção da economicidade**, um dos princípios fundamentais da administração pública e do planejamento das contratações públicas previsto na Lei nº 14.133/2021.

11.2. A economicidade, nesse contexto, traduz-se na redução do impacto financeiro direto sobre os cofres públicos, uma vez que os recursos, bens ou serviços necessários à realização do evento poderão ser parcial ou integralmente fornecidos por entes privados, sem que haja a correspondente despesa pública. Com isso, o Município poderá direcionar os recursos próprios para áreas prioritárias, como saúde, educação e infraestrutura, sem abrir mão de promover um evento cultural de grande relevância social, turística e econômica.



11.3. Além disso, a viabilização do evento por meio de patrocínios permite ampliar a qualidade e a dimensão da programação artística, da estrutura física e da oferta de serviços, proporcionando à população e aos visitantes uma experiência mais completa, segura e atrativa — sem aumento proporcional do custo público. Trata-se, portanto, de um modelo que alia eficiência na gestão orçamentária com valorização das manifestações culturais e fomento à economia criativa local.

11.4. Outro aspecto relevante é a previsibilidade e o controle dos custos administrativos, uma vez que o chamamento público e os contratos de patrocínio definirão com clareza as obrigações dos patrocinadores e as contrapartidas devidas pelo Município, permitindo a gestão transparente dos aportes e entregas. A formalização de cotas de patrocínio e a segmentação de áreas de visibilidade e exposição de marca também contribuem para estimular a concorrência entre empresas interessadas, gerando maior retorno institucional e financeiro.

11.5. Por fim, o estímulo à participação da iniciativa privada fortalece a sustentabilidade econômica do evento a longo prazo, criando um modelo de realização que não dependa exclusivamente da alocação de recursos públicos a cada edição, tornando o São João de Senhor do Bonfim mais autônomo, competitivo e consolidado no calendário cultural nacional.

12. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRA

12.1. Para assegurar a regularidade jurídica, a transparência do processo e a eficiência na captação de patrocínios privados destinados à realização do São João de Senhor do Bonfim, a Administração Municipal deverá adotar uma série de providências prévias à celebração dos contratos de patrocínio. Essas etapas são fundamentais para garantir o atendimento aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, conforme previstos no art. 37 da Constituição Federal e na Lei nº 14.133/2021. São elas:

- a) **Verificação quanto à regularidade fiscal e jurídica das empresas interessadas**, incluindo certidões negativas, CNPJ ativo e demais requisitos previstos no edital, de modo a assegurar a idoneidade dos parceiros privados e mitigar riscos à imagem institucional do Município.
- b) **Planejamento das ações de divulgação institucional** do evento e do uso das marcas dos patrocinadores, para que haja controle, padronização e respeito às diretrizes de comunicação oficial do Município, evitando exposição indevida ou conflitante com o interesse público.
- c) **Publicação oficial dos resultados do chamamento público**, com classificação final, homologação das propostas selecionadas e convocação para celebração dos contratos ou termos de patrocínio.
- d) **Registro e controle administrativo** dos valores arrecadados e das entregas pactuadas, com acompanhamento por parte dos setores competentes (controladoria, jurídico, cultura/turismo e finanças), garantindo transparência, prestação de contas e avaliação de resultados.

12.2. Essas providências são essenciais não apenas para o cumprimento dos dispositivos legais, mas também para assegurar que a captação de patrocínios ocorra de forma eficiente, ética e alinhada ao interesse coletivo, contribuindo para o sucesso do São João de Senhor do Bonfim sem comprometer a responsabilidade fiscal e a integridade administrativa do Município.

13. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

13.1. Não se antevê, a princípio, a necessidade de contratações correlatas por parte do Município com o objetivo exclusivo de firmar parcerias com o setor privado, visando a contratação de patrocínios para o São João.

13.2. Isso se deve ao fato de que, no modelo de patrocínio, a Administração Pública não realiza despesas diretas com os parceiros privados, mas sim recebe deles apoio financeiro, estrutural ou logístico, mediante concessão de contrapartidas publicitárias e institucionais. Nessa lógica, o patrocínio não exige contratação pública tradicional com fornecimento de bens ou serviços onerosos à Administração.



13.3. Contudo, é possível que, de forma acessória e independente, haja necessidade de contratações específicas para viabilizar ações relacionadas à organização do evento — como montagem de estrutura, sonorização, segurança, limpeza, entre outros —, os quais poderão ser custeados com recursos próprios ou até com valores captados via patrocínio, desde que legalmente previsto e devidamente formalizado.

13.4. Portanto, **no cenário em que o Município conduza diretamente o chamamento público e a formalização das parcerias com patrocinadores**, não se configura, a priori, a necessidade de contratações correlatas. A Administração deve apenas observar o devido planejamento, a publicidade dos atos, o atendimento às normas legais aplicáveis e a gestão eficiente das contrapartidas acordadas.

14. DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS

14.1. A realização do São João de Senhor do Bonfim, evento de grande porte e ampla participação popular, ainda que financiado parcialmente por meio de patrocínios da iniciativa privada, pode acarretar **impactos ambientais relevantes** que devem ser considerados no planejamento da contratação e na execução das atividades relacionadas à festividade. Os principais impactos potenciais envolvem:

- a) **Geração de resíduos sólidos urbanos**, especialmente embalagens descartáveis de alimentos e bebidas;
- b) **Poluição sonora**, em razão das apresentações musicais, estrutura de som e elevado fluxo de pessoas;
- c) **Intensificação do consumo de energia elétrica e água** nas instalações temporárias;
- d) **Interferência na mobilidade urbana e no tráfego local**, com possíveis reflexos indiretos sobre a qualidade do ar e o uso do solo;
- e) **Riscos de descarte irregular de materiais promocionais** ou estruturas publicitárias utilizadas pelos patrocinadores.

14.2. Embora o objeto central da contratação de patrocínio não envolva diretamente a execução de obras ou serviços ambientais, é dever da Administração Pública assegurar que a realização do evento e a exposição institucional dos patrocinadores estejam em conformidade com a legislação ambiental vigente, com vistas à proteção do meio ambiente e à promoção do desenvolvimento sustentável.

14.3. Assim, recomenda-se que o Município adote, de forma preventiva, as seguintes providências:

- a) Exigência de **uso de materiais sustentáveis** ou recicláveis em ações promocionais dos patrocinadores;
- b) Estímulo à **adoção de boas práticas ambientais** por parte das empresas parceiras, como a compensação de emissões de carbono ou apoio a ações de coleta seletiva durante o evento;
- c) Inclusão, nos contratos e termos de patrocínio, de **cláusulas que coíbam a publicidade abusiva** ou o uso de recursos que possam degradar o meio ambiente local;
- d) **Articulação com órgãos ambientais municipais e estaduais** para licenciamento de estruturas temporárias e cumprimento de normas de controle de ruídos e resíduos;
- e) Previsão de **ações educativas e de conscientização ambiental** como contrapartida institucional dos patrocinadores, reforçando o compromisso do evento com a responsabilidade socioambiental.

14.4. Com essas medidas, é possível compatibilizar a captação de recursos privados com a realização de um São João ambientalmente responsável, em consonância com os princípios da eficiência, sustentabilidade e interesse público que regem as contratações públicas.

15. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO E ESCOLHA DA SOLUÇÃO/MODALIDADE

15.1. Pelo exposto, declaramos a **viabilidade da contratação** nos termos dispostos nas solicitações e neste Estudo Técnico Preliminar, para **captação de patrocínios privados para apoio institucional à realização do evento São João de Senhor do Bonfim, no exercício de 2025**,



mediante contrapartidas de caráter publicitário e promocional a serem concedidas pelo Município aos patrocinadores selecionados, conforme as regras e critérios estabelecidos em chamamento público específico.

16. DOS ANEXOS

16.1. Lei Municipal nº 1.614/2021, que “Dispõe sobre a outorga de concessão de uso de áreas públicas e autorização especial de uso de área privada para a instalação, manutenção, conservação e exploração publicitária por meio de painéis e outdoors no município de Senhor do Bonfim”.

17. DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO ETP

17.1. São responsáveis pela elaboração deste ETP os servidores abaixo indicados.

Senhor do Bonfim, Bahia, 26 de abril de 2025.

Arian William Lima Araujo
Assessor Especial
DECRETO 277/2025