

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

1. DA UNIDADE REQUISITANTE

1.1. Secretaria Municipal de Administração 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 movimenta 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?**

2.3. 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 apresentam.

2.4. 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 2026, 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, o presente estudo visa atender à necessidade de encontrar uma solução legal, economicamente vantajosa e socialmente eficaz para a realização do São João no ano de 2026, 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 2026,) 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.

5.2. Portanto, a captação de patrocínios para a realização de eventos públicos promovidos pelo Município, a exemplo das festividades juninas tradicionalmente realizadas, não se enquadra, em

regra, nas modalidades licitatórias clássicas previstas na Lei nº 14.133/2021, como pregão, concorrência ou leilão. Isso ocorre porque, nessa hipótese, a Administração Pública não está propriamente contratando um serviço ou adquirindo um bem, mas sim promovendo a captação de recursos privados para apoiar a realização de um evento de interesse público e cultural.

5.3. Nesses casos, a prática administrativa e os princípios que regem a Administração Pública



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

— especialmente os da publicidade, isonomia e transparência — recomendam a utilização do **chamamento público** como instrumento de seleção de interessados. Por meio desse procedimento, o Município publica edital convocando empresas ou instituições interessadas em patrocinar o evento, estabelecendo previamente as condições de participação, as cotas de patrocínio disponíveis, os valores ou formas de contribuição e as respectivas contrapartidas institucionais oferecidas, tais como exposição de marca, divulgação em materiais promocionais e utilização de espaços publicitários durante o evento.

5.4. O chamamento público permite assegurar ampla divulgação da oportunidade de patrocínio, garantindo igualdade de acesso aos potenciais interessados e transparência na seleção dos patrocinadores. Ademais, esse procedimento possibilita ao ente público organizar a participação dos patrocinadores por meio de categorias ou cotas previamente definidas, observando critérios objetivos estabelecidos no edital.

5.5. Cumpre destacar que a adoção de modalidade licitatória poderá ser necessária apenas em situações específicas em que haja a concessão de exploração econômica exclusiva de determinado espaço ou serviço durante o evento, como, por exemplo, a exploração de camarotes, a concessão de exclusividade de marca para determinado produto ou a exploração comercial de áreas públicas. Nessas hipóteses, poderá ser exigida a realização de processo licitatório adequado, em razão da existência de potencial competição econômica entre os interessados.

5.6. Dessa forma, considerando que o objetivo da Administração é viabilizar a captação de patrocínios para apoiar a realização das festividades juninas do Município, mostra-se juridicamente adequado e administrativamente recomendável a adoção de **procedimento de chamamento público para seleção de patrocinadores**, garantindo transparência, ampla participação e observância aos princípios da administração pública.

5.7. Nesse contexto, a definição dos requisitos da contratação no Estudo Técnico Preliminar deve estabelecer parâmetros mínimos que assegurem a legalidade do procedimento, a transparência na seleção dos patrocinadores e a adequada formalização da parceria, observando-se os princípios que regem a Administração Pública previstos na Lei nº 14.133/2021.

5.8. Dessa forma, deverão ser estabelecidos **requisitos relacionados à habilitação jurídica dos interessados**, mediante comprovação de sua constituição legal e da legitimidade de seus representantes para firmar instrumentos com a Administração Pública. Também deverá ser **exigida a demonstração de regularidade fiscal e trabalhista**, mediante apresentação das certidões pertinentes perante as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, bem como perante a Seguridade Social, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) e a Justiça do Trabalho, de modo a assegurar que os patrocinadores estejam aptos a manter relações formais com o Poder Público.



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

5.9. Outro requisito relevante refere-se à **capacidade de aporte financeiro ou material por parte dos patrocinadores**, a qual deverá estar compatível com as modalidades de patrocínio estabelecidas no edital de chamamento público. Para tanto, o instrumento convocatório deverá prever a definição de cotas de patrocínio, com a indicação clara dos valores mínimos ou das formas de contribuição esperadas, bem como das contrapartidas institucionais correspondentes, tais como a divulgação de marcas em materiais promocionais, mídias institucionais e espaços publicitários vinculados à realização do evento.

5.10. As contrapartidas de divulgação institucional deverão **observar rigorosamente os princípios da publicidade administrativa**, sendo vedada qualquer forma de promoção pessoal de agentes públicos ou utilização indevida da imagem institucional do Município. Nesse sentido, as ações publicitárias decorrentes do patrocínio deverão possuir caráter estritamente institucional e informativo, preservando o interesse público e a finalidade cultural do evento.



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

5.11. Adicionalmente, **poderá ser estabelecida a exigência de compatibilidade entre a atividade econômica do patrocinador e a natureza cultural e familiar das festividades juninas**, admitindo-se restrições à participação de empresas cujos produtos ou atividades sejam considerados inadequados ao ambiente do evento ou incompatíveis com a legislação vigente, especialmente no que se refere à proteção de crianças e adolescentes e às normas que regem a publicidade.

5.12. Também se mostra **pertinente a previsão de critérios objetivos para a distribuição das cotas de patrocínio, especialmente nas hipóteses em que haja limitação do número de patrocinadores ou de espaços publicitários disponíveis**. Nesses casos, o edital deverá estabelecer regras claras e impessoais para a seleção ou priorização dos interessados, garantindo tratamento isonômico e transparência no procedimento.

5.13. Além disso, a captação de patrocínios para os festejos juninos exige planejamento prévio e ampla divulgação das oportunidades de participação do setor privado. Nesse sentido, mostra-se indispensável que o chamamento público para patrocínio do São João de Senhor do Bonfim seja publicado com antecedência adequada em relação à data de realização do evento (início em 19 de junho de 2026). Tal providência permite que potenciais patrocinadores realizem análise interna de viabilidade, planejamento orçamentário, definição de estratégias de marketing e obtenção das autorizações corporativas necessárias para formalização do investimento. A ausência de prazo suficiente entre a publicação do edital e a realização do evento tende a reduzir significativamente o universo de interessados, uma vez que empresas privadas costumam definir seus investimentos promocionais com meses de antecedência. Assim, a publicação tempestiva do edital constitui requisito essencial para ampliar a competitividade e maximizar a captação de recursos privados.

5.14. Ressalte-se que, em experiências recentes, como no exercício de 2025, a divulgação tardia das oportunidades de patrocínio dificultou a atração de parceiros privados, comprometendo o alcance do resultado esperado na captação de recursos. Dessa forma, a previsão de publicação antecipada do edital configura medida necessária para assegurar a efetividade do procedimento e a adequada participação do mercado.

5.15. Por fim, deverá constar como requisito a **plena aceitação, pelos patrocinadores, das condições estabelecidas no edital de chamamento público, incluindo as regras relativas à utilização de marcas, prazos de execução, obrigações das partes e responsabilidades decorrentes da parceria**.



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

5.16. A formalização da relação entre o Município e os patrocinadores selecionados deverá ocorrer por meio de **instrumento jurídico específico**, no qual serão detalhadas as obrigações, contrapartidas institucionais, prazos e mecanismos de acompanhamento e fiscalização por parte da Administração Pública, assegurando a adequada execução da parceria e a correta aplicação das condições estabelecidas no chamamento público.

5.17. Não será permitida a subcontratação do objeto.

6. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO E CONFIGURAÇÕES ESPECÍFICAS

6.1. Para fins de planejamento inicial, considera-se adequado estruturar o patrocínio por meio de **categorias ou níveis de cotas**, organizadas de acordo com o valor do aporte financeiro ou material oferecido pelo patrocinador e com o grau de exposição institucional concedido durante as festividades. Tal modelo é amplamente utilizado na organização de eventos públicos e culturais de grande porte, pois possibilita maior diversidade de participação da iniciativa privada e melhor organização das ações de publicidade institucional.



PREFEITURA DE
SENHOR DO BONFIM
CUIDAR BEM MAIS É MELHOR

SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

6.2. Propõe-se, ainda, a estruturação das cotas de patrocínio com nomenclaturas inspiradas em elementos tradicionais da cultura nordestina e dos festejos de São João. Tal estratégia contribui para fortalecer a identidade cultural do evento, além de facilitar a comunicação institucional com patrocinadores e com o público.

6.3. Nesse sentido, as cotas de patrocínio serão organizadas em níveis distintos de relevância e visibilidade institucional, observando-se a proporcionalidade entre o valor do aporte financeiro ou material oferecido pelo patrocinador e o conjunto de contrapartidas publicitárias disponibilizadas pelo Município.

6.4. Considerando esses critérios, propõe-se a seguinte hierarquia de categorias de patrocínio:

ITEM	COTA DE PATROCÍNIO	DESCRIÇÃO
01	COTA SANFONA	Maior visibilidade institucional ao patrocinador. As contrapartidas associadas a essa categoria incluem ampla exposição da marca em materiais promocionais do evento, inserções em mídias digitais e em meios de comunicação parceiros, além de presença destacada nas transmissões ao vivo da programação artística. Também estão previstas inserções publicitárias em intervalos das apresentações musicais, exibição de conteúdos institucionais em painéis eletrônicos e exposição de marca em estruturas instaladas nos principais circuitos do evento. O patrocinador poderá ainda realizar ações de ativação de marca em áreas estratégicas dos festejos, bem como participar de ações institucionais de recepção e relacionamento com o público.
02	COTA CHAPÉU DE PALHA	A Cota Chapéu de Palha representa nível intermediário de patrocínio, assegurando significativa visibilidade institucional ao patrocinador. As contrapartidas incluem inserções de marca em materiais de divulgação do evento, presença em mídias digitais e menções institucionais em transmissões e apresentações artísticas. Também poderão ser disponibilizados espaços para exposição da marca em estruturas localizadas nos circuitos juninos, bem como possibilidade de realização de ações



PREFEITURA DE
SENHOR DO BONFIM
CUIDAR BEM MAIS É MELHOR

SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

		promocionais ou de ativação de marca em áreas previamente definidas pela organização do evento.
03	COTA BALÃO	A Cota Balão destina-se a patrocinadores interessados em associar sua marca ao evento com nível moderado de exposição institucional. As contrapartidas poderão abranger inserções em materiais promocionais e mídias digitais do evento, menções institucionais durante a programação artística e exposição de marca em estruturas instaladas em determinados pontos do circuito junino. Poderão ainda ser autorizadas ações promocionais de menor escala, voltadas à interação com o público participante.
04	COTA FOGUEIRA	A Cota Fogueira corresponde a nível básico de patrocínio, garantindo inserções institucionais de menor amplitude. As contrapartidas previstas incluem exposição da marca em materiais de divulgação do evento, menções institucionais durante determinados momentos da programação artística e presença em espaços específicos destinados à comunicação visual do evento.
05	COTA BARRACA DO BEIJO	A Cota Barraca do Beijo consiste em modalidade de patrocínio associada à realização de ações de ativação de marca, mediante disponibilização de espaço específico para instalação de estande promocional em área previamente definida do circuito junino, especialmente em locais de grande circulação de público. Essa modalidade possibilita ao patrocinador desenvolver atividades promocionais, experiências de marca e ações de relacionamento direto com os participantes do evento.
06	COTA BANDEIROLA	A Cota Bandeirola configura modalidade de patrocínio voltada à participação de empresas que desejam associar sua marca ao evento por meio de inserções institucionais em mídias digitais e materiais de divulgação. As contrapartidas poderão incluir menções institucionais durante a programação cultural, exposição da marca em estruturas localizadas em áreas do circuito junino, participação em ações institucionais de recepção ao público e disponibilização de convites institucionais para acesso a espaços específicos do evento.
07	COTA ARRAIÁ DA TAPERA	A Cota Arraia da Tapera está vinculada à ambientação temática da vila cenográfica que integra a programação cultural do evento. Nessa modalidade, o patrocinador poderá ter sua marca divulgada em elementos cenográficos instalados no entorno da área submetida à Concessão de Espaço Público, situada no Parque da Cidade, como fachadas de construções temáticas e painéis artísticos, respeitando o padrão estético da ambientação junina. Essa forma de exposição institucional permite integrar a identidade visual do patrocinador ao cenário cultural do evento, mantendo coerência com a proposta temática da vila cenográfica.

6.5 As contrapartidas institucionais poderão contemplar, entre outras possibilidades, a inserção de logomarcas em painéis, portais de acesso, palcos e demais estruturas do evento, bem como em materiais gráficos e digitais de divulgação, mídias institucionais, campanhas promocionais e canais oficiais de comunicação do Município.

6.6 Cumpre destacar que a definição da quantidade de cotas observará critérios técnicos relacionados à **capacidade de exposição publicitária disponível no evento**, à **preservação da identidade visual institucional da Administração Pública** e à **necessidade de evitar excessiva ocupação de espaços promocionais**, garantindo adequada organização estética e funcional das estruturas instaladas durante as festividades.

6.7 Adicionalmente, considerando que ainda não houve, em outros anos, a captação de patrocínio que se busca no ano de 2026, a estimativa considera o potencial de visibilidade proporcionado pelas festividades juninas de Senhor do Bonfim, que tradicionalmente registram grande presença de público e ampla repercussão regional, ampliando o alcance das ações de divulgação institucional associadas ao patrocínio.

6.8 Ressalta-se, por fim, que as quantidades indicadas possuem caráter preliminar e poderão ser ajustadas no momento da elaboração do edital de chamamento público, considerando a

disponibilidade efetiva de espaços publicitários, o interesse do mercado patrocinador e as necessidades operacionais relacionadas à organização do evento, sempre observando os princípios que regem a Administração Pública previstos na Lei nº 14.133/2021.

6.9 Ressalta-se, ainda, que as cotas de patrocínio acima descritas referem-se exclusivamente às **contrapartidas institucionais de exposição de marca, ações promocionais e ativações publicitárias vinculadas ao evento São João 2026, em especial na Praça Nova do Congresso, Principais ruas e Avenidas, praças da Feira, Centro Comercial e entorno do Espaço Gonzagão (parque da Cidade), não contemplando, em nenhuma hipótese, a área do Espaço Gonzagão submetido a Concessão, no Parque da Cidade** (barracas, camarotes privados, áreas de alimentação, comercialização de bebidas ou quaisquer outras atividades econômicas desse local).

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



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

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 deste 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, no presente caso, conforme sugestão acima, com denominações de símbolos dos festejos juninos), 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. Como se observa no ITEM 6 deste ETP, a Administração adotará 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.



SECRETARIA
MUNICIPAL DE
ADMINISTRAÇÃO

ENDEREÇO:
PRAÇA NOVA DO CONGRESSO,
01, CENTRAL SHOPPING, 2º ANDAR

TELEFONE:
74 9 9111-4758

E-MAIL:
ADMBONFIM2021@GMAIL.COM

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. A escolha do chamamento público direto para captação de patrocinadores, com definição prévia de cotas e contrapartidas, mostra-se a alternativa mais vantajosa para a Administração Pública Municipal, especialmente no contexto da realização dos festejos juninos no Município de Senhor do Bonfim, por atender de forma mais adequada aos princípios da legalidade, da transparência, da competitividade e da eficiência administrativa.

7.9. Embora o mercado apresente diferentes modelos para viabilização de patrocínios, incluindo modelos híbridos de exploração comercial de espaços públicos ou a contratação de empresa organizadora responsável pela captação de recursos privados, o chamamento público direto oferece maior controle institucional, segurança jurídica e maximização do interesse público.

7.10. Primeiramente, sob a perspectiva administrativa e jurídica, o chamamento público constitui instrumento amplamente utilizado pela Administração para seleção transparente de parceiros privados interessados em associar suas marcas a eventos de interesse coletivo.

7.11. A publicação de edital com critérios objetivos, definição clara de cotas de patrocínio, contrapartidas institucionais e regras de participação garante igualdade de oportunidades entre potenciais patrocinadores, evitando favorecimentos e assegurando aderência aos princípios constitucionais que regem a gestão pública.

7.12. Além disso, esse modelo permite ao Município manter a gestão direta do evento, preservando sua identidade cultural, sua programação artística e suas diretrizes institucionais. Nos festejos de São João, que possuem elevado valor cultural e turístico, é essencial que o Poder Público mantenha protagonismo na organização e na condução das ações, evitando a excessiva mercantilização do evento ou a subordinação da programação a interesses estritamente comerciais.

7.13. Outro aspecto relevante diz respeito à otimização econômica e à ampliação da competitividade. Ao estruturar cotas de patrocínio previamente definidas, com diferentes níveis de investimento e respectivas contrapartidas publicitárias, o chamamento público amplia o leque de possíveis interessados, permitindo a participação de empresas de diferentes portes e setores. Tal mecanismo tende a estimular a concorrência positiva entre patrocinadores, potencializando a captação de recursos privados sem gerar ônus financeiro direto para o erário.

7.14. Em comparação, a contratação de empresa organizadora responsável pela captação de recursos privados pode implicar repasse de parcela significativa das receitas de patrocínio ao intermediário, reduzindo o retorno efetivo ao Município e limitando o controle sobre as negociações realizadas. De forma semelhante, os modelos híbridos de concessão de espaços públicos para exploração comercial podem gerar maior complexidade contratual e riscos relacionados à gestão e fiscalização do uso do espaço público.

7.15. Além disso, 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.

7.16. Por fim, o chamamento público direto apresenta maior simplicidade procedimental, menor custo administrativo e maior transparência, fatores que contribuem para a legitimidade do processo perante os órgãos de controle e a sociedade.

7.17. Dessa forma, considerando os princípios da administração pública, a necessidade de assegurar ampla participação do setor privado, bem como a importância de preservar a gestão institucional dos festejos juninos, conclui-se que o **chamamento público direto para captação de patrocinadores configura-se como a alternativa mais adequada**, eficiente e vantajosa para o Município de Senhor do Bonfim na viabilização de patrocínios para o São João.

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 2026, 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 - 2026, será parcelado, incidindo o parcelamento em itens **constituídos de cotas**, conforme discriminadas no item 6 deste ETP, 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.

10.3. Na ausência de histórico municipal consolidado de captação de patrocínios em edições anteriores dos festejos juninos, a Administração Pública procedeu à elaboração de estimativa técnica baseada em parâmetros de mercado e estruturação de cotas de patrocínio, considerando o potencial de exposição institucional do evento, o fluxo estimado de público e a relevância cultural e turística do São João local.

10.4. O São João de Senhor do Bonfim é reconhecido regionalmente como um dos mais tradicionais festejos juninos do interior baiano, com programação artística distribuída ao longo de múltiplos dias, atraindo público local, visitantes de municípios vizinhos e turistas de outras regiões do estado. Tal característica amplia significativamente o potencial de visibilidade institucional e publicitária para empresas patrocinadoras.

10.5. A estruturação das cotas de patrocínio para os festejos juninos do Município foi elaborada com base em metodologia técnico-comparativa e análise de mercado, considerando experiências de eventos juninos consolidados na Bahia, bem como parâmetros de planejamento administrativo aceitos pelos órgãos de controle.

10.6. Essa metodologia busca assegurar que a estimativa de captação de recursos privados seja realista, fundamentada e compatível com práticas adotadas em eventos culturais públicos de porte semelhante.

10.6.1. Referências de eventos juninos em municípios da Bahia

Eventos juninos realizados em municípios baianos de tradição consolidada evidenciam a crescente participação da iniciativa privada no financiamento das festividades.

No município de Cruz das Almas, por exemplo, a prefeitura realizou procedimento administrativo para contratação de serviços de promoção e captação de patrocínios destinados aos eventos municipais — incluindo o São João — com valor global estimado de R\$ 3,6 milhões, demonstrando a relevância econômica da captação privada na estrutura de financiamento do evento, dos quais R\$2,3 milhões destinados somente para o São João (<https://acessoinformacao.org.br/licitacoes/entidades/ba/cruzasalmas/contratos/exibir/78878>)

O evento conta com participação de grandes marcas nacionais patrocinadoras, como Amstel, Coca-Cola e O Boticário, que realizam ações promocionais e ativações de marca durante a festa, evidenciando o elevado potencial de retorno publicitário dessas celebrações (<https://www.cruzasalmas.ba.gov.br/noticia/2668/patrocinadores-de-peso-est-o-de-volta-ao-s-o-jo-o-de-cruz-amstel-coca-cola-esportes-da-sort-e-o-botic-rio-confirmam-patroc-nio>).

Estudos sobre festas juninas em municípios baianos também indicam que a participação de patrocinadores é prática recorrente. Pesquisa sobre a economia dos festejos juninos no interior da Bahia aponta que, em eventos como os realizados em Amargosa e Cruz das Almas, parte relevante do custo da festa é compensada por patrocínios públicos e privados, evidenciando a importância dessa fonte de financiamento para sustentabilidade dos eventos culturais (<https://www.ba.gov.br/sei/sites/site-sei/files/2025-06/cidades.pdf?>).

Além disso, registros históricos de investimentos em festas juninas demonstram que diversos municípios baianos, incluindo Amargosa e Cruz das Almas já receberam recursos de patrocinadores institucionais e empresas estatais para apoio à realização das festividades (

<https://www.ibahia.com/especiais/festejos-juninos-no-nordeste-recebem-patrocinio-da-petrobras>).

Essas experiências demonstram que a captação de patrocínios constitui instrumento consolidado de financiamento complementar dos festejos juninos, sendo prática amplamente adotada por administrações municipais em eventos culturais de grande público.

10.6.2. Critérios utilizados para definição das cotas

Com base nas referências de mercado identificadas, a metodologia adotada para estruturação das cotas de patrocínio considera três fatores principais:

a) Potencial de público e relevância cultural

Eventos juninos em cidades com tradição cultural consolidada apresentam grande fluxo de visitantes e significativa repercussão regional, o que amplia o interesse do setor privado na associação de marca ao evento.

No caso do São João de Senhor do Bonfim, como estruturado nos últimos anos, trata-se de uma das festas juninas mais tradicionais do interior baiano, com programação cultural que atrai visitantes de diversos municípios da região, ampliando o alcance publicitário das ações de patrocínio.

b) Potencial de exposição institucional

A valoração das cotas considera os espaços e meios de divulgação disponíveis para inserção de marca, tais como:

- palco principal e estruturas cenográficas;
- portais de acesso e painéis publicitários;
- materiais institucionais e promocionais;
- mídias digitais e redes sociais;
- ativações promocionais no espaço do evento.

Esses elementos compõem o chamado **inventário de ativos de marketing do evento**, utilizado como base para dimensionar as contrapartidas oferecidas aos patrocinadores.

c) Escalonamento progressivo de investimento

A partir da análise de mercado e do inventário de ativos publicitários, as cotas são organizadas em níveis progressivos de investimento, modelo amplamente utilizado em eventos culturais e esportivos promovidos pelo poder público:

- **Cota Master** – maior investimento e maior visibilidade institucional;
- **Cota Ouro** – ampla exposição em estruturas e materiais promocionais;
- **Cota Prata** – exposição intermediária de marca;
- **Cota Apoio** – inserções institucionais de menor escala.

Essa estrutura permite diversificar o perfil dos patrocinadores, viabilizando tanto a participação de grandes empresas nacionais quanto de empresas regionais e do comércio local.

10.6.3. Convergência com orientações de órgãos de controle

A utilização de estimativas baseadas em **benchmarking e análise de mercado** está alinhada às boas práticas de planejamento exigidas pelos órgãos de controle externo.

Os Tribunais de Contas, ao analisarem procedimentos administrativos relacionados à gestão de eventos e às parcerias com a iniciativa privada, costumam exigir que as decisões

administrativas estejam devidamente motivadas e acompanhadas de estudos preliminares capazes de demonstrar a razoabilidade dos valores adotados.

Nesse sentido, a construção de estimativa de captação baseada em:

- análise comparativa com eventos semelhantes;
- levantamento do potencial de visibilidade do evento;
- estruturação técnica de cotas de patrocínio,

constitui metodologia adequada para demonstrar a racionalidade econômica, a viabilidade da modelagem adotada pela Administração Pública e a observância aos princípios da eficiência, motivação e planejamento administrativo.

10.6.4. Conclusão metodológica

Dessa forma, mesmo na ausência de histórico municipal específico de captação de patrocínios, a estimativa de valores e a estruturação das cotas podem ser legitimamente fundamentadas em:

- práticas adotadas em eventos juninos consolidados na Bahia, como os realizados em Cruz das Almas e Amargosa;
- análise do potencial de exposição institucional do evento;
- parâmetros de planejamento administrativo aceitos pelos órgãos de controle.

Essa metodologia confere base técnica, transparência e segurança jurídica à modelagem do chamamento público destinado à captação de patrocinadores para os festejos juninos do Município de Senhor do Bonfim.

10.7. Ressalta-se que os valores apresentados possuem natureza estimativa e referencial, servindo como parâmetro de planejamento administrativo e de estruturação do chamamento público, não configurando garantia de captação integral dos montantes indicados.

10.8. Para subsidiar a estimativa de captação de patrocínios, foram analisados eventos juninos tradicionais realizados em municípios do estado da Bahia que possuem características semelhantes em termos de tradição cultural, fluxo turístico e duração da programação.

10.9. Entre os principais exemplos analisados destacam-se:

- Cruz das Almas
- Amargosa
- Santo Antônio de Jesus
- Jequié
- Irecê

10.10. Esses municípios são reconhecidos regionalmente por realizarem eventos juninos de grande porte, com forte presença de patrocinadores privados e participação significativa do setor turístico.

10.11. Estimativa comparativa de investimento e patrocínios:

Município	Público estimado	Investimento aproximado no evento	Participação de patrocinadores
Cruz das Almas	400 a 500 mil pessoas	R\$ 10 a 11 milhões	forte presença de grandes marcas
Amargosa	200 a 300 mil pessoas	R\$ 6 a 8 milhões	patrocínios públicos e privados
Santo Antônio de Jesus	300 a 400 mil pessoas	R\$ 8 a 12 milhões	patrocínios privados e institucionais

Município	Público estimado	Investimento aproximado no evento	Participação de patrocinadores
Jequié	150 a 250 mil pessoas	R\$ 10 a 11 milhões	apoio empresarial regional
Irecê	150 a 200 mil pessoas	R\$ 8 a 9 milhões	patrocínios e apoios institucionais

Fontes:

<https://paineljunino.mpba.mp.br/>

<https://www.bradojornal.com/noticias/bahia/2025/06/03/cruz-das-almas-investe-r-9-3-milhoes-em-sao-joao-e-lidera-gastos-na-bahia/>

<https://www.cruzdalmas.ba.gov.br/noticia/2197/s-o-jo-o-de-cruz-2024-ter-a-amstel-do-grupo-heineken-e-a-coca-cola-como-patrocinadores-oficiais>

<https://blogdovalente.com.br/cidades/reconcavo-baiano/cruz-das-almas/2025/06/sao-joao-de-cruz-atrai-700-mil-pessoas-em-maior-edicao-da-historia-da-cidade/>

[file:///C:/Users/marai/Downloads/1763138903544-744392417- -CD002 CAPTAO DE RECURSOS SO IOO EDITAL%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/marai/Downloads/1763138903544-744392417- -CD002 CAPTAO DE RECURSOS SO IOO EDITAL%20(1).pdf)

<file:///C:/Users/marai/OneDrive/Documents/SANTANA%20ADV/PMSB%20NOVO/PMSB/LICITA%C3%87%C3%95ES/S%C3%83O%20JO%C3%83O/2026/edital%20AMARGOSA%2025.pdf>

<file:///C:/Users/marai/Downloads/EDITAL+DE+CRENCIAMENTO+0001-2025++CAPTADOR+DE+RECURSOS+PARA+EVENTO.pdf>

<https://pncp.gov.br/app/editais/13894878000160/2024/95>

<https://pncp.gov.br/app/editais/13715891000104/2024/139>

10.12. Esses eventos apresentam modelos semelhantes de financiamento, nos quais a participação de patrocinadores privados costuma representar entre 15% e 40% do custo total da festa, dependendo do modelo de gestão adotado pelo município.

10.13. O São João de Senhor do Bonfim possui tradição consolidada no interior baiano, sendo reconhecido como um dos eventos juninos mais tradicionais da região norte do estado. Portanto, considerando a duração média do evento (aproximadamente 5 a 7 dias), o fluxo significativo de visitantes de municípios vizinhos, a forte repercussão cultural e turística regional, os parâmetros observados em eventos comparáveis, é possível estimar que a participação da iniciativa privada por meio de patrocínio possa representar **entre 20% e 30% do custo global do evento**, percentual compatível com práticas observadas em festas juninas de porte semelhante.

10.14. Logo, considerando o custo dos festejos juninos de 2025, caso o custo global do evento a ser realizado em 2026 esteja estimado entre **R\$ 7 milhões e R\$ 10 milhões**, a captação de patrocínio poderia situar-se aproximadamente na seguinte faixa:

Percentual estimado de patrocínio	Valor aproximado
20% do custo do evento	R\$ 1.400.000 a R\$ 2.000.000
25% do custo do evento	R\$ 1.750.000 a R\$ 2.500.000
30% do custo do evento	R\$ 2.100.000 a R\$ 3.000.000

10.15. Essa estimativa é compatível com valores praticados em eventos culturais públicos de porte semelhante, sendo adequada para orientar a estruturação das cotas de patrocínio.

10.16. Diante das referências observadas em eventos juninos realizados em municípios da Bahia e considerando o potencial turístico e cultural do São João de Senhor do Bonfim, conclui-se que a

estruturação de cotas de patrocínio com meta estimada de captação entre **R\$ 1,5 milhão e R\$ 2,5 milhões** mostra-se razoável e compatível com o mercado.

10.17. Essa estimativa, aliada à realização de chamamento público para captação de patrocinadores, permite ampliar a participação da iniciativa privada no financiamento do evento, reduzindo a necessidade de recursos públicos e fortalecendo a sustentabilidade econômica da festividade.

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 CONTRATO

12.1. Inicialmente, a Administração Municipal deve proceder à **definição preliminar do escopo do evento**, identificando os principais elementos da programação cultural, a duração estimada dos festejos, os espaços públicos que serão utilizados e o público potencial esperado. Essas informações são fundamentais para dimensionar o alcance institucional do evento e, conseqüentemente, o potencial de visibilidade que poderá ser oferecido aos patrocinadores.

12.2. Em seguida, torna-se necessário realizar um **levantamento e organização do inventário de ativos publicitários do evento**, que consiste na identificação dos espaços e meios de divulgação disponíveis para inserção de marcas patrocinadoras. Entre esses ativos podem estar incluídos palcos, portais de entrada, painéis de comunicação visual, materiais institucionais de divulgação, mídias digitais, transmissões ao vivo, menções institucionais durante apresentações e áreas

destinadas a ativações promocionais. Esse levantamento permitirá estabelecer contrapartidas proporcionais ao investimento dos patrocinadores.

12.3. Outra providência relevante consiste na **definição da estrutura das cotas de patrocínio**, com a identificação dos diferentes níveis de investimento e respectivas contrapartidas. Nessa etapa, a Administração deverá estabelecer a quantidade de cotas disponíveis, os valores estimados e os benefícios institucionais associados a cada categoria, de modo a possibilitar a participação de empresas de diferentes portes, desde grandes patrocinadores até empresas regionais ou locais.

12.4. 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.

12.5. 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. Para a adequada implementação do chamamento público destinado à captação de patrocínios para os festejos juninos do Município de Senhor do Bonfim, verifica-se a possibilidade de realização de contratações correlatas ou complementares por parte da Administração Pública. Tais contratações não integram diretamente o objeto do chamamento público, que consiste na seleção de patrocinadores interessados em associar suas marcas ao evento, mas podem ser necessárias para viabilizar a estruturação do procedimento e assegurar a efetiva entrega das contrapartidas institucionais previstas aos patrocinadores.

13.2. Entre as contratações correlatas que poderão ser promovidas pela Administração, destaca-se, inicialmente, a eventual **contratação de serviços especializados de comunicação, marketing ou planejamento de eventos**, destinados à elaboração do plano de comunicação institucional do evento e ao desenvolvimento do inventário de ativos publicitários disponíveis para inserção de marcas patrocinadoras. Esse levantamento técnico é fundamental para identificar e organizar os espaços de visibilidade que poderão ser oferecidos aos patrocinadores, tais como

estruturas de palco, portais de acesso, painéis publicitários, materiais promocionais e inserções em mídias digitais.

13.3. Também poderá ser necessária a **contratação de serviços de criação e desenvolvimento da identidade visual do evento**, abrangendo a elaboração de peças gráficas, layouts institucionais, materiais promocionais e elementos de comunicação visual utilizados durante os festejos. A definição desses elementos contribui para garantir padronização estética, coerência institucional e adequada inserção das marcas dos patrocinadores nas peças de divulgação do evento.

13.4. Outra contratação correlata que poderá ser adotada refere-se aos **serviços de produção e montagem de estruturas de comunicação visual**, incluindo painéis, banners, pórticos, backdrops e demais suportes físicos destinados à exposição de marcas patrocinadoras no espaço do evento. Tais estruturas constituem importante instrumento de materialização das contrapartidas institucionais oferecidas aos patrocinadores.

13.5. Adicionalmente, a Administração poderá promover **contratações relacionadas à divulgação institucional do evento**, abrangendo serviços de mídia, publicidade e campanhas de comunicação, com o objetivo de ampliar a visibilidade dos festejos juninos e potencializar o retorno institucional e publicitário oferecido aos patrocinadores.

13.6. Por fim, também poderão ser considerados **serviços de registro audiovisual e cobertura institucional do evento**, incluindo fotografia, filmagem e produção de conteúdo digital, os quais podem contribuir tanto para a divulgação das festividades quanto para o registro e comprovação das contrapartidas publicitárias efetivamente disponibilizadas aos patrocinadores.

13.7. Ressalta-se que tais contratações, caso necessárias, deverão ser conduzidas por meio dos procedimentos administrativos próprios, observando-se a legislação aplicável às contratações públicas, e terão como finalidade apoiar a adequada execução das ações de comunicação e visibilidade associadas ao chamamento público de patrocínio para os festejos juninos do Município.

13.8. Contudo, considerando que o município possui Assessoria de Comunicação (ASCOM) na estrutura administrativa município, com servidores alocados em funções estratégicas para desenvolvimento da comunicação em geral e, ainda, que possui em vigor contrato administrativo nº 1125/2021, cujo objeto é *“Contratação de Empresa especializada para prestação de serviços de publicidade, de caráter educativo, informativo e de orientação social, para órgãos da Prefeitura Municipal de Senhor do Bonfim”*, é possível que não se configure, a priori, a necessidade de contratações correlatas.

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 2026, 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”.
- 16.2.** Ofício da SECULT, com informações sobre o São João.
- 16.3.** Ofício da ASCOM, com indicação do escopo para visibilidade das marcas patrocinadoras.



17. DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO ETP

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

Senhor do Bonfim, Bahia, 20 de abril de 2026.

Mirla Talyne Soares de Oliveira Brito
Gerente de espaço e Patrimônio Cultural
Matrícula 7125