



TERMO DE REFERÊNCIA

1. DA DEFINIÇÃO DO OBJETO

O presente Termo de Referência tem por objeto a seleção de pessoas jurídicas interessadas na concessão de patrocínio ao Município de Senhor do Bonfim – BA, visando à captação de recursos financeiros destinados à realização dos festejos juninos “São João de Senhor do Bonfim”, edições 2026 e 2027.

O patrocínio será formalizado mediante contrapartidas institucionais e publicitárias a serem concedidas pelo Município aos patrocinadores, consistentes na exposição de marcas, veiculação de publicidade, utilização de espaços promocionais e associação de imagem ao evento, nos termos e condições a serem estabelecidos no instrumento convocatório e no respectivo contrato, em locais e materiais definidos pela Secretaria Municipal de Administração e pela Assessoria de Comunicação.

Esta parceria não é uma prestação de serviço nem uma concessão de uso de bem público, conforme analisado no Estudo Técnico Preliminar. A parceria não gera ônus para o Município.

A presente contratação possui natureza jurídica de captação de recursos mediante patrocínio, não se caracterizando como despesa pública típica, mas sim como instrumento de fomento e cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada. Trata-se de ajuste em que o Município de Senhor do Bonfim recebe aportes por parte de patrocinadores, em contrapartida à concessão de benefícios institucionais e publicitários vinculados ao evento, sem geração de ônus direto ao erário. Assim, o objeto possui natureza híbrida, com predominância de interesse público cultural, turístico e econômico, devendo observar os princípios da Administração Pública e as disposições da Lei nº 14.133/2021, especialmente quanto à transparência, isonomia e formalização dos ajustes.

Portanto, a presente contratação tem como finalidade viabilizar a realização do evento com redução do impacto financeiro aos cofres públicos, assegurando a manutenção de sua relevância cultural, turística e econômica, bem como a adequada infraestrutura, organização e segurança dos festejos.



O objeto da contratação inclui a captação de recursos para as diversas áreas do São João de Senhor do Bonfim 2026/2027, com exposição das macas dos patrocinadores em diversos espaços, como a Praça Nova do Congresso (palco alternativo), Forró na Feira, Forró na Rodoviária, Forró nos Bairros, as tradicionais puxadas pelas ruas, e o entorno do Espaço Gonzagão. Esses locais são estratégicos para a visibilidade das marcas interessadas.

1.1. Descrição Detalhada das Cotas de Patrocínio

As cotas foram estruturadas com nomenclaturas inspiradas na cultura nordestina e nos símbolos juninos, buscando fortalecer a identidade do evento e facilitar a comunicação institucional. As quantidades estimadas poderão ser ajustadas no edital de chamamento público, com base em critérios técnicos e na demanda do mercado.

- **ITEM 01 – COTA SANFONA**

- o **Descrição:** Representa a categoria de maior visibilidade institucional. As contrapartidas associadas incluem ampla e destacada exposição da marca nos principais materiais promocionais do evento (físicos e digitais), inserções prioritárias em mídias digitais e nos canais de comunicação parceiros, além de presença proeminente nas transmissões ao vivo da programação artística. Estão previstas inserções publicitárias nos intervalos das apresentações musicais, exibição de vídeos institucionais em painéis eletrônicos e exposição de marca em estruturas de grande impacto visual instaladas nos principais circuitos do evento. O patrocinador terá o direito de realizar ações de ativação de marca em áreas estratégicas e participar de ações institucionais de relacionamento com o público e autoridades.

- **ITEM 02 – COTA CHAPÉU DE PALHA**

- o **Descrição:** Configura um nível intermediário de patrocínio, assegurando significativa visibilidade institucional. As contrapartidas incluem a inserção da marca em materiais de divulgação do evento, presença destacada em mídias digitais e menções institucionais durante transmissões e apresentações artísticas. Serão disponibilizados espaços para exposição de marca em estruturas localizadas nos circuitos juninos, bem como a possibilidade de realizar ações promocionais ou de ativação de marca em áreas previamente definidas pela organização.





- **ITEM 03 – COTA BALÃO**

- o **Descrição:** Destinada a patrocinadores que buscam associar sua marca ao evento com um nível moderado de exposição. As contrapartidas podem abranger inserções da marca em materiais promocionais e mídias digitais, menções institucionais durante a programação artística e exposição de marca em estruturas instaladas em pontos específicos do circuito. Poderão ser autorizadas ações promocionais de menor escala, voltadas à interação direta com o público.

- **ITEM 04 – COTA FOGUEIRA**

- o **Descrição:** Corresponde ao nível básico de patrocínio, garantindo inserções institucionais de menor amplitude. As contrapartidas previstas incluem a 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 coletiva dos apoiadores.

- **ITEM 05 – COTA BANDEIROLA**

- o **Descrição:** Modalidade voltada para empresas que desejam associar sua marca por meio de inserções institucionais em mídias digitais e materiais de divulgação selecionados. As contrapartidas poderão incluir menções durante a programação cultural, exposição de marca em estruturas localizadas em áreas do circuito, participação em ações institucionais e disponibilização de convites institucionais para espaços reservados do evento.

- **ITEM 06 – COTA BARRACA DO BEIJO**

- o **Descrição:** Consiste em uma modalidade de patrocínio associada à realização de ações de ativação de marca. A contrapartida principal é a disponibilização de um espaço físico específico para a instalação de um estande promocional em área de grande circulação de público, previamente definida no circuito junino. Esta cota permite ao patrocinador desenvolver atividades interativas, experiências de marca e ações de relacionamento direto com os participantes do evento.






- **ITEM 07 – COTA ARRAIÁ DA TAPERA**

o **Descrição:** Esta cota está vinculada à ambientação temática da vila cenográfica, um dos espaços culturais do evento. O patrocinador poderá ter sua marca divulgada de forma integrada aos elementos cenográficos, como fachadas de construções temáticas e painéis artísticos, respeitando o padrão estético da ambientação junina. A exposição ocorre no entorno da área submetida à Concessão de Espaço Público, situada no Parque da Cidade, integrando a identidade visual do patrocinador ao cenário cultural do evento de forma orgânica.

O Município estruturou diferentes categorias de cotas, baseadas no valor do investimento e no nível de exposição oferecido. Segue a estrutura detalhada das cotas, que poderão ser ajustadas no edital de chamamento público conforme a disponibilidade e o interesse do mercado:

COTA SANFONA

A Cota Sanfona representa uma das oportunidades mais estratégicas de visibilidade e conexão de marca dentro do São João de Senhor do Bonfim. Essa cota é pensada para empresas que desejam presença forte, marcante, contínua e diversificada, garantindo grande exposição em múltiplos pontos de contato com o público, unindo presença física, mídia tradicional e plataformas digitais. A Cota Sanfona, de fato é marcante e trará muita representatividade, assim como é a sanfona em nossa cidade.

| COTA SANFONA | |
|---|---|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
|  MATERIAL FIXO | <p>BALÕES INFLAVÉIS: 10 BALÕES INFLAVÉIS (3 X 3M), A SEREM INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS, SENDO ELES CENTRO COMERCIAL, CIRCUITO DOS FORRÓS DOS BAIRROS, ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON E ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO, PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>PLACAS: 100 UNIDADES (1,20 X 0,70M), PARA SER INSTALADOS POR TODA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 01 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL, BEM COMO NO CIRCUITO DO FORRÓ DA FEIRA, FORRÓ DOS BAIRROS E NO CIRCUITO ASSIS DO ACORDEON E ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO);</p> |
| MATERIAL GRÁFICO | <p>CARTAZES: 200 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 01 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO. (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL, BEM COMO NO CIRCUITO DO FORRÓ DA FEIRA, FORRÓ DOS BAIRROS E NO CIRCUITO ASSIS DO ACORDEON E ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO);</p> <p>BANNERS: 100 BANNERS ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 01 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO. (PRINCIPAIS PONTOS DA CIDADE, BEM COMO NOS CIRCUITO DO FORRÓ NOS BAIRROS, ASSIS DO ACORDEON E ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO);</p> <p>FOLDERS: ILIMITADO, A SEREM DISTRIBUIDOS NOS PONTOS DE ATIVAÇÕES (STANDS), QUE SERÃO INSTALADOS EM PONTOS COMERCIAIS E DE VISIBILIDADE ESTRATÉGICOS PARA GARANTIR QUE SUA MARCA ESTEJA FAZENDO PARTE DE TODA BASE COMERCIAL DO SÃO JOÃO DE SENHOR DO BONFIM;</p> <p>OUTDOOR: 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 01 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS</p> |



| | |
|------------------------------|---|
| | <p>ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM. ASSIM, A SUA MARCA ESTARÁ ESTAMPADA PARA TODOS QUE TRANSITEM POR ESTA BR, VISUALIZE SUA MARCA COMO PATROCINADOR OFICIAL DO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA;</p> |
| <p>MÍDIAS SOCIAIS</p> | <p><u>INSTAGRAM:</u></p> <ol style="list-style-type: none">1) 07 (SETE) PUBLICAÇÕES POR SEMANA NO STORIE (15 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;2) 01 (UMA) PUBLICAÇÃO FIXA NO FEED COMO MARCA DE PATROCINADOR OFICIAL DO SÃO JOÃO DE SENHOR DO BONFIM;3) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, TODAS AS PUBLICAÇÕES RELIZADAS REFERENTES AO SÃO JOÃO 2026, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 01 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO. <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p><u>SITE:</u> DIVULGAÇÃO DE CARD FIXO COMO PATROCINADOR OFICIAL, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 1 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO (CONSIDERANDO QUE O NOSSO SITE TEM UMA MÉDIA MENSAL DE MAIS DE 10 MIL ACESSOS, DEVIDO A DISPONIBILIDADE DE DIVERSOS SERVIÇOS ONLINE NESTE CANAL);</p> <p><u>YOUTUBE:</u> PRESENÇA AMPLIADA NAS TRANSMISSÕES DO CONCURSO DE QUADRILHA, FESTIVAL DE FORRÓ E PROGRAMAÇÃO OFICIAL NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO), COM MARCA FIXA EM RODAPÉ DURANTE TODA TRANSMISSÃO, BEM COMO A MARCA SERÁ ENFATIZADA PELO APRESENTADOR LOCAL</p> <p>(AS TRANSMISSÕES SERÃO DE RESPONSABILIDADE DA JR PRODUTORA E DA ARDEN PRODUTORA, AMBAS TÊM ALTA VISIBILIDADE E ALCANCE, SUA MARCA ESTARÁ DISPONÍVEL PARA VISIBILIDADE A NÍVEL GLOBAL. NO</p> |



| | |
|-------------------------|--|
| | <p>ANO DE 2025 AS TRANSMISSÕES ALCANÇARAM A MARCA 8 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES, E O ANO DE 2026, SEM DUVIDAS, ESTE NÚMERO SERÁ SUPERADO);</p> <p>RÁDIOS: PUBLICIDADE DE FORMA AMPLIADA NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARAÍBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p>LED: 1) MARCA FIXA NA TESTEIRA DOS PALCOS DO FORRÓ NA FEIRA, FORRÓ NOS BAIRROS E DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON DURANTE TODA PROGRAMAÇÃO DOS REFERIDOS ESPAÇOS;</p> <p>2) EXPOSIÇÃO DA MARCA NO TELÃO DO PALCO DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, DURANTE O INTERVALO DAS BANDAS, DURANTE TODOS OS DIAS DA PROGRAMAÇÃO DESTE ESPAÇO;</p> <p>3) DIREITO A 1 (UM) VÍDEO INSTITUCIONAL DE 15 SEGUNDOS NOS INTERVALOS DAS BANDAS DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON;</p> <p>4) VT's DURANTE APRESENTAÇÃO DAS BANDAS, BEM COMO NOS INTERVALOS (NOS VÍDEOS A MARCA APARECERÁ 10 VEZES/ POR DIA);</p> <p>LOCUÇÃO: A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA NO INTERVALO DE TODAS AS BANDAS DA PROGRAMAÇÃO DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, BEM COMO DE TODOS OS EVENTOS INSTITUCINAIS REFERENTES AO SÃO JOÃO, SENDO ELES FORRÓ NOS BAIRROS, FORRÓ NA FEIRA, FORRÓ NA RODOVIÁRIA, FESTIVAL DE FORRÓ E PUXADA JUNINA; ESPECIFICAMENTE NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, RECEBEMOS DIARIAMENTE MAIS DE 20 MIL PESSOAS, MAIS DE 100 MIL PESSOAS DURANTE A PROGRAMAÇÃO, QUE TERÃO ACESSO DIRETO A INFORMAÇÕES SOBRE A SUA MARCA);</p> |
| <p>ATIVAÇÕES</p> | <p>BRINDES: ACESSÓRIOS (COPOS, CHAVEIROS, BONÉS, CAMISAS, DENTRE OUTROS) A SEREM DISTRIBUIDOS DE FORMA GRATUITA PELO PATROCINADOR NOS ESPAÇOS DE ATIVAÇÃO (STANDS), SORTEIO NAS RÁDIOS CARAÍBA FM E RAINHA FM, E DISTRIBUIÇÃO NOS PALCOS (ASSIS DO ACORDEON, FORRÓ DOS BAIRROS, FORRÓ NA FEIRA, FESTIVAL DE FORRÓ E FORRÓ NA RODOVIÁRIA) DURANTE O PERÍODO ESTABELECIDO EM</p> |





| | |
|---------------------|---|
| | <p>CONTRATO. ESTES BRINDES GARANTEM QUE A SUA MARCA ESTARÁ EM ÁREAS DE GRANDE CIRCULAÇÃO E VISUALIZAÇÃO. SENDO ASSIM, A MARCA TERÁ A OPORTUNIDADE DE ESTAR EM CONTATO DIRETO COM OS BONFINENSES E TODOS OS VISITANTES DO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA, QUE NO ANO PASSADO, FOI ESTIMADO EM MAIS DE 80 MIL EM NOSSA CIDADE;</p> <p><u>STANDS:</u> 08 (OITO) UNIDADES DE TOLDOS (MEDINDO 3X3 M), QUE PODERÃO SER INSTALADOS E PERSONALIZADOS EM VÁRIOS PONTOS ESTRATÉGICOS DA CIDADE, COMO NO CENTRO COMERCIAL, ONDE SENHOR DO BONFIM ESTÁ DENTRE AS 3 MAIORES FEIRAS LIVRES A CÉU ABERTO DA BAHIA, COM VISITAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO, NÃO SOMENTE DA POPULAÇÃO LOCAL, MAS DE TODO O TERRITÓRIO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU. PODERÃO SER INSTALADOS TAMBÉM, NOS CIRCUITOS DOS FORRÓS DOS BAIRROS, FESTIVAL DE FORRÓ, PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO) E CIRCUITO EXTERNO DO ESPAÇO GONZAGÃO. ASSIM, A SUA MARCA ESTARÁ PRESENTE EM TODOS OS ESPAÇOS COMERCIAIS IMPORTANTES PARA O SÃO JOÃO DE SENHOR DO BONFIM;</p> <p><u>VILA CENOGRÁFICA:</u> 08 (OITO) CASAS NA VILA CENOGRÁFICA COM ESTAMPA DA MARCA, NA ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO (SUA MARCA ESTARÁ INTEGRADA A ORNAMENTAÇÃO NO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA E COM VISIBILIDADE NOTÓRIA NA RECEPÇÃO DOS FOLIÕES NESTE ESPAÇO QUE RECEBE DIARIAMENTE MAIS DE 50 MIL PESSOAS, E MAIS DE 250 MIL NO TOTAL DE VISITANTES DURANTE TODA PROGRAMAÇÃO OFICIAL);</p> |
| BENEFÍCIOS | <p><u>RECONHECIMENTO:</u> A MARCA PODERÁ DIVULGAR OFICIALMENTE, EM REDES SOCIAIS, ENTREVISTAS, DISCURSOS, E PROPAGANDAS COMERCIAIS QUE É PATROCINADOR OFICIAL DO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA, EM SENHOR DO BONFIM. ASSIM, A SUA MARCA GANHARÁ O SELO DE PATROCINADOR OFICIAL;</p> <p><u>ACESSOS AO CAMAROTE:</u> NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 25 (VINTE E CINCO) ACESSOS VIP, POR DIA, NO CAMAROTE DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026.</p> |
| INVESTIMENTO | R\$ 200.000,00 (DUZENTOS MIL REAIS) |



COTA CHAPÉU DE PALHA

A Cota Chapéu de Palha foi desenvolvida para marcas que desejam se posicionar de forma estratégica no São João de Senhor do Bonfim, garantindo visibilidade relevante e presença contínua durante todo o período do evento. A proposta é oferecer uma experiência completa de exposição, conectando a marca ao clima cultural e festivo, fortalecendo sua imagem junto a população local e aos visitantes.

| COTA CHAPÉU DE PALHA  | |
|---|--|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
|  MATERIAL FIXO | <p>BALÕES INFLAVÉIS: 05 BALÕES INFLAVÉIS (2,5 X 2,5M), A SEREM INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS, SENDO ELES CENTRO COMERCIAL, CIRCUITO DOS FORRÓS DOS BAIRROS, ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON E ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>PLACAS: 50 UNIDADES (1,20 X 0,70M), PARA SER INSTALADOS POR TODA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> |
| MATERIAL GRÁFICO | <p>CARTAZES: 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> <p>BANNERS: 25 BANNERS ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (PRINCIPAIS PONTOS DA CIDADE);</p> <p>FOLDERS: ILIMITADO, A SEREM DISTRIBUIDOS NOS PONTOS DE ATIVAÇÕES (STANDS), QUE SERÃO INSTALADOS EM PONTOS COMERCIAIS E DE VISIBILIDADE ESTRATÉGICOS PARA GARANTIR QUE SUA MARCA ESTEJA</p> |



| | |
|------------------------------|--|
| | <p>FAZENDO PARTE DE TODA BASE COMERCIAL DO SÃO JOÃO DE SENHOR DO BONFIM;</p> <p>OUTDOOR: 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM.</p> |
| <p>MÍDIAS SOCIAIS</p> | <p>INSTAGRAM:</p> <p>1) 03 (TRÊS) PUBLICAÇÕES POR SEMANA NO STORIE (15 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>2) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, TODAS AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO SÃO JOÃO 2026, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO;</p> <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p>SITE: DIVULGAÇÃO DE CARD FIXO COMO PATROCINADOR OFICIAL, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO</p> <p>(CONSIDERANDO QUE O NOSSO SITE TEM UMA MÉDIA MENSAL DE MAIS DE 10 MIL ACESSOS, DEVIDO A DISPONIBILIDADE DE DIVERSOS SERVIÇOS ONLINE NESTE CANAL);</p> <p>YOUTUBE: PRESENÇA PONTUAL, DE 30 SEGUNDOS PARA ATIVAÇÃO DA MARCA, NAS TRANSMISSÕES DO CONCURSO DE QUADRILHA, FESTIVAL DE FORRÓ E PROGRAMAÇÃO OFICIAL NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO), QUE SERÁ REALIZADO PELO APRESENTADOR LOCAL, NA ABERTURA DE CADA EVENTO;</p> <p>(AS TRANSMISSÕES SERÃO DE RESPONSABILIDADE DA JR PRODUTORA E DA ARDEN PRODUTORA, AMBAS TÊM ALTA VISIBILIDADE E ALCANCE, SUA MARCA ESTARÁ DISPONÍVEL PARA VISIBILIDADE A NÍVEL GLOBAL. NO ANO DE 2025 AS TRANSMISSÕES ALCANÇARAM A MARCA 8 MILHÕES DE</p> |



| | |
|-------------------------|---|
| | <p>VISUALIZAÇÕES, E O ANO DE 2026, SEM DUVIDAS, ESTE NÚMERO SERÁ SUPERADO);</p> <p>RÁDIOS: PUBLICIDADE PONTUAL DE 30 SEGUNDOS, 5 DIAS NA SEMANA, NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARÁIBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p>LED:</p> <ol style="list-style-type: none">1) EXPOSIÇÃO DA MARCA NO TELÃO DO PALCO DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, DURANTE 10 SEGUNDOS, NO INTERVALO DAS BANDAS, DURANTE TODOS OS DIAS DA PROGRAMAÇÃO DESTA ESPAÇO;2) VT's DURANTE APRESENTAÇÃO DAS BANDAS, BEM COMO NOS INTERVALOS (NOS VÍDEOS A MARCA APARECERÁ 05 VEZES/ POR DIA); <p>LOCUÇÃO: A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, BEM COMO DE TODOS OS EVENTOS INSTITUCINAIS REFERENTES AO SÃO JOÃO, SENDO ELES FORRÓ NOS BAIRROS, FORRÓ NA FEIRA, FORRÓ NA RODOVIÁRIA, FESTIVAL DE FORRÓ E PUXADA JUNINA;</p> |
| <p>ATIVACÕES</p> | <p>BRINDES: ACESSÓRIOS (COPOS, CHAVEIROS, BONÉS, CAMISAS, DENTRE OUTROS) A SEREM DISTRIBUIDOS DE FORMA GRATUITA PELO PATROCINADOR NOS ESPAÇOS DE ATIVAÇÃO (STANDS), DURANTE O PERÍODO ESTABELECIDO EM CONTRATO.</p> <p>STANDS: 04 (QUATRO) UNIDADES DE TOLDOS (MEDINDO 3X3 M), QUE PODERÃO SER INSTALADOS, NO CENTRO COMERCIAL, ONDE SENHOR DO BONFIM ESTÁ DENTRE AS 3 MAIORES FEIRAS LIVRES A CÉU ABERTO DA BAHIA, COM VISITAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO, NÃO SOMENTE DA POPULAÇÃO LOCAL, MAS DE TODO O TERRITÓRIO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU. PODERÃO SER INSTALADOS TAMBÉM, FESTIVAL DE FORRÓ, PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> |



| | |
|---------------------|--|
| | <p><u>VILA CENOGRÁFICA:</u> 04 (QUATRO) CASAS NA VILA CENOGRÁFICA COM ESTAMPA DA MARCA, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 2 - CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, NA ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO (SUA MARCA ESTARÁ INTEGRADA A ORNAMENTAÇÃO NO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA E COM VISIBILIDADE NOTÓRIA NA RECEPÇÃO DOS FOLIÕES NESTE ESPAÇO QUE RECEBE DIARIAMENTE MAIS DE 50 MIL PESSOAS, E MAIS DE 250 MIL NO TOTAL DE VISITANTES DURANTE TODA PROGRAMAÇÃO OFICIAL);</p> |
| BENEFÍCIOS | <p><u>RECONHECIMENTO:</u> O SELO DE PATROCINADOR OFICIAL;</p> <p><u>ACESSOS AO CAMAROTE:</u> NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 15 (QUINZE) ACESSOS VIP, POR DIA, NO CAMAROTE DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026.</p> |
| INVESTIMENTO | R\$ 100.000,00 (CEM MIL REAIS) |



COTA BALÃO

A Cota Balão integra o portfólio de oportunidades no São João de Senhor do Bonfim, oferecendo as marcas uma entrada estratégica em um dos eventos culturais mais relevantes da região. Desenvolvida para proporcionar visibilidade consistente com investimento otimizado, essa cota garante presença em diferentes frentes de comunicação, combinando mídia física, digital, e inserções em canais de grande alcance popular.

| COTA BALÃO | |
|------------------|---|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
| MATERIAL FIXO | <p>BALÕES INFLAVÉIS: 02 BALÕES INFLAVÉIS (2 X 2 M), A SEREM INSTALADOS NO CENTRO COMERCIAL E ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON;</p> <p>PLACAS: 20 UNIDADES (1,20 X 0,70M), PARA SER INSTALADOS POR TODA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> |
| MATERIAL GRÁFICO | <p>CARTAZES: 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> <p>BANNERS: 25 BANNERS ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (PRINCIPAIS PONTOS DA CIDADE);</p> <p>FOLDERS: A SEREM DISTRIBUIDOS NOS PONTOS DE ATIVAÇÕES (STANDS), QUE SERÃO INSTALADOS EM PONTOS COMERCIAIS E DE VISIBILIDADE ESTRATÉGICOS PARA GARANTIR QUE SUA MARCA ESTEJA FAZENDO PARTE DE TODA BASE COMERCIAL DO SÃO JOÃO DE SENHOR DO BONFIM;</p> |



| | |
|------------------------------|---|
| | <p>OUTDOOR: 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM.</p> |
| <p>MÍDIAS SOCIAIS</p> | <p>INSTAGRAM:</p> <ol style="list-style-type: none">1) 01 (UMA) PUBLICAÇÕES POR SEMANA NO STORIE (15 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;2) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, TODAS AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO SÃO JOÃO 2026, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p>SITE: DIVULGAÇÃO DE CARD FIXO COMO PATROCINADOR OFICIAL, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO (CONSIDERANDO QUE O NOSSO SITE TEM UMA MÉDIA MENSAL DE MAIS DE 10 MIL ACESSOS, DEVIDO A DISPONIBILIDADE DE DIVERSOS SERVIÇOS ONLINE NESTE CANAL);</p> <p>YOUTUBE: PRESENÇA PONTUAL, DE 15 SEGUNDOS PARA ATIVAÇÃO DA MARCA, NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO), QUE SERÁ REALIZADO PELO APRESENTADOR LOCAL, NA ABERTURA DO EVENTO;</p> <p>(AS TRANSMISSÕES SERÃO DE RESPONSABILIDADE DA JR PRODUTORA E DA ARDEN PRODUTORA, AMBAS TÊM ALTA VISIBILIDADE E ALCANCE, SUA MARCA ESTARÁ DISPONÍVEL PARA VISIBILIDADE A NÍVEL GLOBAL. NO ANO DE 2025 AS TRANSMISSÕES ALCANÇARAM A MARCA 8 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES, E O ANO DE 2026, SEM DUVIDAS, ESTE NÚMERO SERÁ SUPERADO);</p> |



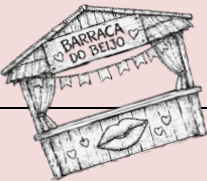
| | |
|-------------------------|--|
| | <p><u>RÁDIOS:</u> PUBLICIDADE PONTUAL DE 15 SEGUNDOS, 5 DIAS NA SEMANA, NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARÁIBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p><u>LED:</u></p> <ol style="list-style-type: none">1) EXPOSIÇÃO DA MARCA NO TELÃO DO PALCO DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, DURANTE 05 SEGUNDOS, NO INTERVALO DAS BANDAS, DURANTE TODOS OS DIAS DA PROGRAMAÇÃO DESTE ESPAÇO;2) VT's DURANTE APRESENTAÇÃO DAS BANDAS, BEM COMO NOS INTERVALOS (NOS VÍDEOS A MARCA APARECERÁ 02 VEZES/POR DIA); <p><u>LOCUÇÃO:</u> A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> |
| <p>ATIVAÇÕES</p> | <p><u>BRINDES:</u> ACESSÓRIOS (COPOS, CHAVEIROS, BONÉS, CAMISAS, DENTRE OUTROS) A SEREM DISTRIBUIDOS DE FORMA GRATUITA PELO PATROCINADOR NOS ESPAÇOS DE ATIVAÇÃO (STANDS), DURANTE O PERÍODO ESTABELECIDO EM CONTRATO.</p> <p><u>STANDS:</u> 02 (DOIS) TOLDOS (MEDINDO 3X3 M), QUE PODERÃO SER INSTALADOS, NO CENTRO COMERCIAL E NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> <p><u>VILA CENOGRÁFICA:</u> 02 (DUAS) CASAS NA VILA CENOGRÁFICA COM ESTAMPA DA MARCA, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 3 - CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, NA ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO (SUA MARCA ESTARÁ INTEGRADA A ORNAMENTAÇÃO NO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA E COM VISIBILIDADE NOTÓRIA NA RECEPÇÃO DOS FOLIÕES NESTE ESPAÇO QUE RECEBE DIARIAMENTE MAIS DE 50 MIL PESSOAS, E MAIS DE 250 MIL NO TOTAL DE VISITANTES DURANTE TODA PROGRAMAÇÃO OFICIAL);</p> |



| | |
|---------------------|---|
| | |
| BENEFÍCIOS | <p>RECONHECIMENTO: O SELO DE PATROCINADOR OFICIAL;</p> <p>ACESSOS AO CAMAROTE: NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 10 (DEZ) ACESSOS VIP, POR DIA, NO CAMAROTE DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026.</p> |
| INVESTIMENTO | R\$ 50.000,00 (CINQUENTA MIL REAIS) |

COTA BARRACA DO BEIJO

A Cota Balão integra o portfólio de oportunidades no São João de Senhor do Bonfim, oferecendo as marcas uma entrada estratégica em um dos eventos culturais mais relevantes da região. Desenvolvida para proporcionar visibilidade consistente com investimento otimizado, essa cota garante presença em diferentes frentes de comunicação, combinando mídia física, digital, e inserções em canais de grande alcance popular.

| COTA BARRACA DO BEIJO | |
|---|---|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
| <p>MATERIAL FIXO</p>  | <p>BALÕES INFLAVÉIS: 01 BALÃO INFLAVEL (2 X 2 M), A SER INSTALADO NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON;</p> <p>PLACAS: 06 UNIDADES (1,20 X 0,70M), PARA SER INSTALADOS POR TODA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> |
| <p>MATERIAL GRÁFICO</p> | <p>CARTAZES: 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> <p>BANNERS: 06 BANNERS ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (PRINCIPAIS PONTOS DA CIDADE);</p> |



| | |
|------------------------------|--|
| | <p><u>OUTDOOR:</u> 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM.</p> |
| <p>MÍDIAS SOCIAIS</p> | <p><u>INSTAGRAM:</u></p> <p>1) 01 (UMA) PUBLICAÇÃO POR SEMANA NO STORIE (10 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>3) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, TODAS AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO SÃO JOÃO 2026, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO;</p> <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p><u>SITE:</u> DIVULGAÇÃO DE CARD FIXO COMO PATROCINADOR OFICIAL, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO (CONSIDERANDO QUE O NOSSO SITE TEM UMA MÉDIA MENSAL DE MAIS DE 10 MIL ACESSOS, DEVIDO A DISPONIBILIDADE DE DIVERSOS SERVIÇOS ONLINE NESTE CANAL);</p> <p><u>LED:</u> VT's DURANTE APRESENTAÇÃO DAS BANDAS, BEM COMO NOS INTERVALOS DA PROGRAMAÇÃO DOS ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (NOS VÍDEOS, A MARCA APARECERÁ 01 VEZ/POR DIA);</p> <p><u>YOUTUBE:</u> PRESENÇA PONTUAL, DE 10 SEGUNDOS PARA ATIVAÇÃO DA MARCA, NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO), QUE SERÁ REALIZADO PELO APRESENTADOR LOCAL, NA ABERTURA DO EVENTO;</p> <p>(AS TRANSMISSÕES SERÃO DE RESPONSABILIDADE DA JR PRODUTORA E DA ARDEN PRODUTORA, AMBAS TÊM ALTA VISIBILIDADE E ALCANCE, SUA MARCA ESTARÁ DISPONÍVEL PARA VISIBILIDADE A NÍVEL GLOBAL. NO</p> |




| | |
|---------------------|--|
| | <p>ANO DE 2025 AS TRANSMISSÕES ALCANÇARAM A MARCA 8 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES, E O ANO DE 2026, SEM DUVIDAS, ESTE NÚMERO SERÁ SUPERADO);</p> <p>RÁDIOS: PUBLICIDADE PONTUAL DE 10 SEGUNDOS, 2 DIAS NA SEMANA, NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARÁIBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p>LOCUÇÃO: A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> |
| ATIVAÇÕES | <p>VILA CENOGRÁFICA: 01 (UMA) CASA NA VILA CENOGRÁFICA COM ESTAMPA DA MARCA, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 4 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, NA ÁREA EXTERNA DO ESPAÇO GONZAGÃO (SUA MARCA ESTARÁ INTEGRADA A ORNAMENTAÇÃO NO MAIOR SÃO JOÃO DA BAHIA E COM VISIBILIDADE NOTÓRIA NA RECEPÇÃO DOS FOLIÕES NESTE ESPAÇO QUE RECEBE DIARIAMENTE MAIS DE 50 MIL PESSOAS, E MAIS DE 250 MIL NO TOTAL DE VISITANTES DURANTE TODA PROGRAMAÇÃO OFICIAL);</p> <p>STANDS: 01 (UM) STAND (MEDINDO 3X3 M), QUE PODERÁ SER INSTALADO, NO CENTRO COMERCIAL OU NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> |
| BENEFÍCIOS | <p>RECONHECIMENTO: O SELO DE PATROCINADOR OFICIAL;</p> <p>ACESSOS AO CAMAROTE: NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 05 (CINCO) ACESSOS VIP, POR DIA, NO CAMAROTE DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026.</p> |
| INVESTIMENTO | R\$ 30.000,00 |



COTA FOGUEIRA

A Cota Fogueira representa uma excelente oportunidade para empresas que desejam iniciar sua participação em grandes eventos, com investimento otimizado e retorno institucional significativo. Além da exposição, a cota possibilita ações promocionais e interação com o público, fortalecendo o reconhecimento da marca e criando oportunidades de relacionamento direto com os consumidores.

| COTA FOGUEIRA | |  |
|------------------|---|---|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO | |
| MATERIAL GRÁFICO | <p>PLACAS: 03 UNIDADES (1,20 X 0,70M), PARA SER INSTALADOS NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> <p>CARTAZES: 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> <p>BANNERS: 03 BANNERS ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (PRINCIPAIS PONTOS DA CIDADE);</p> <p>OUTDOOR: 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS</p> | |



| | |
|-----------------------|--|
| | ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM. |
| MÍDIAS SOCIAIS | <p><u>INSTAGRAM:</u></p> <p>1) 01 (UMA) PUBLICAÇÃO POR SEMANA NO STORIE (05 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>4) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, TODAS AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO SÃO JOÃO 2026, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO;</p> <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p><u>SITE:</u> DIVULGAÇÃO DE CARD FIXO COMO PATROCINADOR OFICIAL, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 5 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO (CONSIDERANDO QUE O NOSSO SITE TEM UMA MÉDIA MENSAL DE MAIS DE 10 MIL ACESSOS, DEVIDO A DISPONIBILIDADE DE DIVERSOS SERVIÇOS ONLINE NESTE CANAL);</p> <p><u>LED:</u> NOME DA MARCA EXPOSTA NO INÍCIO DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL E NO ENCERRAMENTO, DIARIAMENTE, NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON;</p> <p><u>RÁDIOS:</u> PUBLICIDADE PONTUAL, NOME DA MARCA, 2 DIAS NA SEMANA, NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARAÍBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p><u>LOCUÇÃO:</u> A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> |
| BENEFÍCIOS | <u>RECONHECIMENTO:</u> O SELO DE PATROCINADOR OFICIAL; |





| | |
|---------------------|---|
| | <u>ACESSOS AO CAMAROTE:</u> NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 02 (DOIS) ACESSOS VIP, NO CAMAROTE DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026. |
| INVESTIMENTO | R\$ 20.000,00 (VINTE MIL REAIS) |

COTA BANDEIROLA

A Cota Bandeirola é uma excelente oportunidade para empresas que pretendem iniciar o registro da sua marca em eventos de grande notoriedade, como o São João de Senhor do Bonfim, de forma mais estratégica e bom custo-benefício. Sendo assim, esta cota traz uma proposta que une versatilidade, inserção e visibilidade de forma acessível.

| COTA BANDEIROLA | |
|-------------------------|---|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
| MATERIAL GRÁFICO | <u>OUTDOOR:</u> 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 6 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM. <u>CARTAZES:</u> 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 6 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL); |
| MÍDIAS SOCIAIS | <u>INSTAGRAM:</u> |



| | |
|---------------------|---|
| | <p>1) 01 (UMA) PUBLICAÇÃO POR SEMANA NO STORIE (05 SEGUNDOS), PARA ATIVAÇÃO DA MARCA;</p> <p>2) A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 6 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO;</p> <p>(O INSTAGRAM INSTITUCIONAL DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SENHOR DO BONFIM TEM 81 MIL SEGUIDORES E O SEU NÚMERO DE IMPRESSÕES NO PERÍODO JUNINO UTRAPASSAM O NÚMERO DE 2 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES);</p> <p><u>RÁDIOS:</u> PUBLICIDADE PONTUAL, NOME DA MARCA, 1 DIA NA SEMANA, NAS RÁDIOS RAINHA FM E CARAÍBA FM, DURANTE TODA VIGÊNCIA DO CONTRATO (CONSIDERANDO QUE AS SUPRACITADAS RÁDIOS SÃO REFERÊNCIAS EM NOSSA CIDADE, BEM COMO EM TODO TERRITÓRIO DO PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU);</p> <p><u>LOCUÇÃO:</u> A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO);</p> <p><u>LED:</u> NOME DA MARCA EXPOSTA NO INÍCIO DA PROGRAMAÇÃO OFICIAL E NO ENCERRAMENTO, DIARIAMENTE, NO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON;</p> |
| BENEFÍCIOS | <u>ACESSOS AO CAMAROTE:</u> NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 02 (DOIS) ACESSOS VIP, EM 02 DIAS NO CAMAROTE, NA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026. |
| INVESTIMENTO | R\$ 10.000,00 (DEZ MIL REAIS) |



COTA ARRAIÁ DA TAPERA

A Cota Arraiá da Tapera foi pensada para marcas que desejam inserir sua marca no São João de Senhor do Bonfim, de forma acessível, estratégica e alinhada a um dos eventos mais populares do Brasil. Mesmo sendo a cota de entrada, ela garante presença relevante em diferentes canais de comunicação, proporcionando visibilidade em pontos estratégicos da cidade e nas plataformas oficiais do evento.

| COTA ARRAIÁ DA TAPERA | |
|-----------------------|--|
| CATEGORIA | DESCRIÇÃO |
| MATERIAL GRÁFICO | <p>OUTDOOR: 02 UNIDADES, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 7 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO, INSTALADOS EM PONTOS ESTRATÉGICOS DE VISIBILIDADE, ESPECIFICAMENTE AS MARGENS DA BR, CONSIDERANDO QUE TODO NOSSO TERRITÓRIO NACIONAL AO SE DESLOCAR PARA O NORTE DO BRASIL PASSA EM SENHOR DO BONFIM.</p> <p>CARTAZES: 100 CARTAZES ESPALHADOS PELA CIDADE, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 7 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO; (COM DIREITO A EXPOSIÇÃO NAS PRINCIPAIS RUAS E CENTRO COMERCIAL);</p> |
| MÍDIAS SOCIAIS | <p>INSTAGRAM: A PARTIR DA ASSINATURA DO CONTRATO, AS PUBLICAÇÕES REALIZADAS REFERENTES AO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON, ESTARÃO COM A SUA MARCA NA RÉGUA DO CARD OFICIAL DO MUNICÍPIO, COM TAMANHO DA MARCA NÚMERO 7 – CONFORME MATERIAL TÉCNICO EM ANEXO;</p> |



| | |
|---------------------|---|
| | LOCUÇÃO: A LOCUÇÃO OFICIAL DO EVENTO CITARÁ A MARCA, DE FORMA PONTUAL, DURANTE ABERTURA E ENCERRAMENTO DAS PROGRAMAÇÕES DO ESPAÇO ASSIS DO ACORDEON (PRAÇA NOVA DO CONGRESSO); |
| BENEFÍCIOS | ACESSOS AO CAMAROTE: NESTA COTA, A MARCA TERÁ DIREITO A 02 (DOIS) ACESSOS VIP, EM 01 DIA NO CAMAROTE, NA PROGRAMAÇÃO OFICIAL DO ESPAÇO GONZAGÃO DENTRE OS DIAS 19 A 23 DE JUNHO DE 2026. |
| INVESTIMENTO | R\$ 5.000,00 (CINCO MIL REAIS) |

ATENÇÃO!

É importante reforçarmos algumas informações relevantes neste processo, a saber:

- A produção de todo material (banner, cartazes, folders, placas, stands) para ativação da marca, nas suas respectivas cotas, sendo eles de distribuição e instalação serão de total responsabilidade da empresa patrocinadora, exceto os outdoors, que será de responsabilidade deste município, agregando a marca do patrocinador, conforme a cota credenciada;
- A empresa patrocinadora receberá via e-mail o material técnico para confecção padrão dos materiais, bem como o mapa com os locais que os materiais serão instalados e como as marcas serão ativadas nos materiais a serem ativados;
- A escolha dos locais para instalação, será seguido pela ordem de credenciamento dos patrocinadores, bem como na ordem de cotas;
- A instalação e manutenção de todo material é de total responsabilidade da empresa patrocinadora;



É fundamental ressaltar que as contrapartidas de patrocínio aqui descritas referem-se exclusivamente à exposição de marca e ações promocionais vinculadas à programação oficial do Município, em locais como a **Praça Nova do Congresso, principais ruas e avenidas, praças da Feira, Centro Comercial e o entorno do Espaço Gonzagão**, não contemplando, em nenhuma hipótese, a exploração comercial da área interna do Espaço Gonzagão, que é objeto de processo de concessão específico.

1.2. PRAZOS E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

O prazo de vigência do contrato de patrocínio terá início na data de sua assinatura e se estenderá até o cumprimento integral de todas as obrigações pactuadas por ambas as partes, incluindo a fase pós-evento para eventuais prestações de contas e relatórios finais. Portanto, o prazo do contrato será definido para cobrir todo o ciclo do evento, desde o planejamento e divulgação até a conclusão e prestação de contas. Como o São João acontece no mês de junho, a vigência permitirá a realização das ações de publicidade, a execução das atividades e o encerramento administrativo, portanto, **terá prazo de cinco meses**.

Os contratos de patrocínio são vinculados à edição do evento para o qual os recursos foram captados. Não se aplica a prorrogação contínua, pois cada edição requer um novo chamamento público e processo de contratação, conforme as diretrizes da Lei nº 14.133/2021 e os princípios da Administração Pública.



O **prazo de execução do objeto** pelo Município corresponderá ao período de realização do evento São João 2026/2027, durante o qual as contrapartidas de visibilidade serão efetivadas.

O cronograma detalhado, incluindo as datas para apresentação de propostas, seleção, assinatura dos contratos e prazos para o aporte dos recursos pelos patrocinadores, será estabelecido conforme discriminado abaixo:

| Etap a | Descrição da Atividade | Responsável | Prazo/Data Sugerida |
|-------------------|--|---|----------------------------|
| 1 | Publicação do Chamamento Público | Administração | 12/05/2026 |
| 2 | Período para apresentação das propostas | Interessados | 13/05/2026 a 19/05/2026 |
| 3 | Análise das propostas e habilitação | Administração | 20/05/2026 a 22/05/2026 |
| 4 | Divulgação do resultado preliminar | Administração | 25/05/2026 |
| 5 | Prazo para recursos (se houver) | Interessados | 26/05/2026 a 27/05/2026 |
| 6 | Resultado final e homologação | Administração | 28/05/2026 |
| 7 | Assinatura dos contratos de patrocínio | Administração/Patrocinadore s | até 01/06/2026 |
| 8 | Pagamento do aporte financeiro ao Município | Patrocinadores | até 15/06/2026 |
| 9 | Entrega, pela Administração, da indicação dos locais de instalação dos materiais publicitários | Administração | até 05/06/2026 |
| 10 | Entrega dos materiais publicitários pelos patrocinadores | Patrocinadores | até 12/06/2026 |
| 11 | Instalação dos materiais publicitários | Patrocinadores (com supervisão da Administração) | 17/06/2026 |
| 12 | Realização do evento (São João) | Administração | 19/06/2026 a 24/06/2026 |
| 13 | Retirada dos materiais publicitários | Patrocinadores | até 27/06/2026 |
| 14 | Relatório final e verificação de cumprimento contratual | Administração | até 15/07/2026 |



As datas poderão ser ajustadas conforme o calendário oficial do evento.

O pagamento do aporte financeiro é condição para a execução das contrapartidas.

O não cumprimento dos prazos pelos patrocinadores poderá implicar **perda do direito às contrapartidas**, sem restituição dos valores aportados.

A instalação e retirada dos materiais deverão observar as orientações técnicas da Administração.

Para o ano de 2027 será observado o mesmo cronograma, com datas equivalentes, prorrogando-se para o primeiro dia útil subsequente, em caso de impossibilidade de compatibilidade com o ano de 2026.

A publicação antecipada do edital é um requisito crucial para garantir tempo hábil de planejamento aos potenciais interessados, evitando as dificuldades observadas em exercícios anteriores.


2. DA FUNDAMENTAÇÃO DA CONTRATAÇÃO

Cumprido ressaltar que 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.

A presente contratação não gera despesa direta ao erário, consistindo em mecanismo de captação de recursos

O São João é um marco cultural, turístico e econômico para a cidade e para a região do Piemonte Norte do Itapicuru. Viabilizar um evento deste porte, com qualidade e segurança, exige investimentos significativos em infraestrutura (palcos, som, iluminação, banheiros, camarotes), segurança, limpeza, logística e atrações, o que pressiona o orçamento municipal.

Em um cenário de crescentes restrições orçamentárias e da necessidade imperiosa de alocar recursos públicos em áreas essenciais como saúde e educação, o custeio integral



da festa com verbas do Tesouro Municipal torna-se um desafio para o equilíbrio fiscal. Diante dessa problemática, o modelo de patrocínio emerge como a solução mais vantajosa e juridicamente adequada, pois permite que a iniciativa privada participe do financiamento do evento, aliviando a pressão sobre o orçamento público sem sacrificar a qualidade e a grandiosidade da celebração.

A escolha pelo **procedimento de chamamento público**, em detrimento das modalidades licitatórias tradicionais, justifica-se pela natureza da relação jurídica pretendida. A Administração não está adquirindo um bem ou serviço, mas sim buscando parceiros que desejam associar suas marcas a um evento de grande visibilidade e apelo popular. O chamamento público assegura a isonomia, a transparência e a impessoalidade na seleção dos patrocinadores, publicando de forma clara as regras, as cotas disponíveis e as contrapartidas oferecidas, garantindo que todos os interessados possam competir em igualdade de condições. Esta abordagem é referendada pela prática administrativa e se alinha perfeitamente ao interesse público, que consiste em maximizar a captação de recursos privados de forma transparente e eficiente.

Os resultados pretendidos com esta modelagem são múltiplos e de grande relevância. Em primeiro lugar, busca-se a economicidade, por meio da redução direta dos gastos públicos na organização do evento. Em segundo lugar, almeja-se a melhora da qualidade geral do São João, pois os recursos captados podem ser investidos em melhorias na estrutura, na programação e nos serviços oferecidos ao público. Por fim, a consolidação de um modelo de parceria com o setor privado promove a sustentabilidade econômica do evento a longo prazo, tornando-o menos dependente de alocações orçamentárias anuais e mais autônomo e competitivo no cenário cultural nacional.

3. DA DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO, CONSIDERADO TODO O CICLO DE VIDA DO OBJETO

A solução adotada consiste na captação de patrocínios privados para apoio institucional à realização do São João de Senhor do Bonfim 2026/2027, a ser operacionalizada mediante um chamamento público que definirá as regras, critérios e condições para a seleção dos patrocinadores. Este modelo configura uma parceria na qual empresas privadas oferecem apoio financeiro em troca de visibilidade de marca e associação institucional ao evento. A formalização da relação ocorrerá por meio de um instrumento jurídico específico, como um contrato de patrocínio, que detalhará as



obrigações e contrapartidas de ambas as partes, sem gerar ônus financeiro direto para o Município.

A modelagem foi desenhada para minimizar o impacto orçamentário e viabilizar um evento de grande porte em consonância com os princípios da Lei nº 14.133/2021.

No que se refere ao ciclo de vida do objeto, a solução abrange, inicialmente, a fase de planejamento, na qual são definidos os formatos de patrocínio, as cotas disponíveis, os critérios de seleção dos patrocinadores e as contrapartidas a serem oferecidas, como exposição de marca, uso de espaços publicitários e associação institucional ao evento.

Na fase de contratação, será realizado procedimento adequado para seleção dos patrocinadores, assegurando transparência, isonomia e vantajosidade para a Administração Pública, com a formalização dos instrumentos jurídicos necessários.

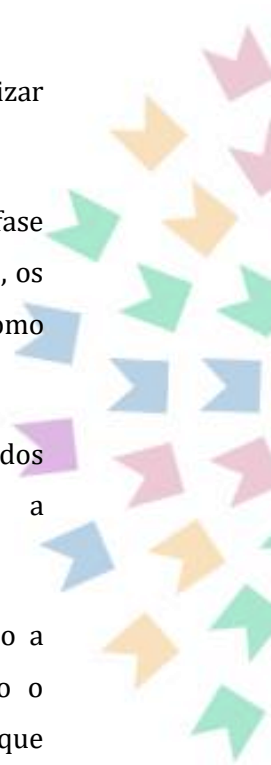
A etapa de execução compreende a efetiva realização do evento, incluindo a aplicação dos recursos captados em ações estruturais e operacionais, bem como o cumprimento das contrapartidas pactuadas com os patrocinadores, especialmente no que se refere à divulgação institucional e visibilidade das marcas.


Durante a fase de operação, a solução garante o funcionamento adequado do evento, com monitoramento das obrigações assumidas, tanto pela Administração quanto pelos patrocinadores, assegurando a qualidade dos serviços prestados e o atendimento ao público.

A solução também contempla o acompanhamento e fiscalização contratual, de modo a verificar o cumprimento integral das obrigações, bem como a correta aplicação dos recursos e execução das contrapartidas previstas.

Por fim, ao término do evento, ocorre a fase de encerramento, com a avaliação dos resultados obtidos, prestação de contas, verificação do cumprimento contratual e análise dos benefícios gerados para o Município, tanto sob o aspecto econômico quanto cultural e turístico.

4. DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO





Para garantir a segurança jurídica e a idoneidade da parceria, os interessados em patrocinar o evento deverão atender a um conjunto de requisitos essenciais que serão detalhadamente especificados no edital de chamamento público, dos quais se destacam:

a) **Habilitação Jurídica:** As empresas proponentes deverão comprovar sua existência legal, mediante apresentação de ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, e documentos de eleição de seus administradores, que demonstrem a legitimidade de seus representantes para firmar compromissos com a Administração Pública.

b) **Regularidade Fiscal e Trabalhista:** Será exigida a demonstração de regularidade perante as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, a Seguridade Social (INSS) e o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), por meio da apresentação das respectivas certidões de regularidade. Adicionalmente, será necessária a Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), assegurando que o proponente está em conformidade com suas obrigações laborais.

c) **Capacidade de Aporte:** O proponente deverá demonstrar capacidade financeira ou material compatível com a cota de patrocínio pretendida. O edital de chamamento público estabelecerá os valores mínimos de aporte para cada categoria de patrocínio e poderá prever mecanismos para a comprovação dessa capacidade, através de apresentação de Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, além de Certidão negativa de falência ou recuperação judicial.

d) Deve-se ainda se exigir comprovação de disponibilidade de recursos através de Declaração formal de compromisso de aporte financeiro, assinada pelo representante legal. Tal comprovante de disponibilidade financeira, deve ainda ser demonstrada através de extratos bancários recentes; carta de instituição financeira ou limite de crédito disponível.

e) **Compatibilidade da Atividade:** Poderão ser estabelecidas restrições à participação de empresas cujos produtos, serviços ou atividades sejam considerados incompatíveis com a natureza cultural e familiar das festividades juninas ou que violem a legislação vigente, especialmente no que tange à publicidade de produtos nocivos à saúde e à proteção de crianças e adolescentes.



f) Será exigido o cumprimento integral das contrapartidas pactuadas, especialmente no que se refere ao uso adequado das marcas institucionais, respeito às normas de publicidade pública e observância das diretrizes estabelecidas pelo Município quanto à exploração de espaços publicitários.

g) As empresas deverão observar as normas legais e regulamentares aplicáveis, incluindo aquelas relacionadas à publicidade, proteção de marcas, direitos do consumidor, segurança de eventos e demais legislações pertinentes.

h) Não poderão participar empresas que se enquadrem em hipóteses de impedimento ou vedação para contratar com a Administração Pública, devendo ser comprovada a inexistência de sanções impeditivas.

i) O aporte dos recursos deverá ocorrer conforme cronograma a ser definido no instrumento convocatório, podendo ser exigido pagamento antecipado, total ou parcial, como condição para a formalização ou execução do patrocínio.

j) Por fim, os patrocinadores deverão comprometer-se a respeitar os princípios da Administração Pública, especialmente quanto à moralidade, publicidade e interesse público, bem como não associar suas marcas a conteúdos ou práticas que contrariem a legislação ou os valores institucionais do Município

k) **Vedações e Obrigações Adicionais:** Fica expressamente vedada a subcontratação do objeto do patrocínio. Os patrocinadores deverão aderir integralmente às condições do edital, incluindo as normas sobre o uso de suas marcas, que deverão ter caráter estritamente institucional e informativo, sendo proibida qualquer forma de promoção pessoal de agentes públicos. Toda e qualquer ação publicitária decorrente do patrocínio deverá preservar o interesse público e a finalidade cultural do evento.

5. DO MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

A execução do contrato de patrocínio será estruturada em fases sequenciais, projetadas para garantir que os resultados pretendidos, como a viabilização financeira do evento e a correta entrega das contrapartidas, sejam alcançados de forma transparente e eficaz.

Este modelo assegura o alinhamento entre as obrigações do Município e do patrocinador, desde a formalização da parceria até seu completo encerramento.





- **Fase 1 – Preparatória de Mobilização (Pré-Evento):**
 - o **Início:** Imediatamente após a assinatura do contrato.
 - o **Ações:** O patrocinador deverá realizar o aporte financeiro até 15 de junho, e disponibilizar o material da publicidade de responsabilidade do patrocinador, conforme o cronograma descrito no item 1 deste TR e fornecer ao Município todos os materiais de sua marca (logotipos em alta resolução, manual de identidade visual, etc.) necessários para a produção das peças publicitárias de responsabilidade do município.
 - o O Município, por meio do gestor do contrato e da ASCOM, validará os materiais e iniciará a confecção das peças e a programação das inserções de mídia.
 - o **Justificativa:** Esta fase é crucial para garantir que os recursos estejam disponíveis para o planejamento do evento e que todas as contrapartidas visuais e de mídia estejam prontas para serem implementadas no início das festividades, assegurando a efetividade da exposição da marca desde o primeiro dia.
- **Fase 2 – Execução e Monitoramento (Durante o Evento):**
 - o **Início:** Com o início oficial do "São João de Senhor do Bonfim – 2026/2027".
 - o **Ações:** O Município deverá entregar todas as contrapartidas de publicidade e visibilidade conforme a cota adquirida, o que inclui a exposição da marca em palcos, portais, mídias digitais, menções institucionais, entre outras.
 - o A equipe de fiscalização do contrato monitorará continuamente a correta veiculação e exposição da marca, registrando a execução por meio de fotos e vídeos. O patrocinador, por sua vez, poderá executar suas ações de ativação de marca, se aplicável, nas áreas e condições previamente acordadas indicado
 - o É de inteira responsabilidade do patrocinador a fixação de material, conforme cota adquirida, conforme indicado no item 1 e pelo fiscal do contrato.
 - o **Justificativa:** Esta é a fase central da parceria, na qual o objetivo principal é materializado. A entrega efetiva das contrapartidas pelo Município justifica o investimento do patrocinador, enquanto o monitoramento contínuo oferece segurança jurídica e garante o cumprimento das obrigações, fortalecendo a credibilidade do evento.



- **Fase 3 – Encerramento e Relatório de Resultados (Pós-Evento):**

- o Início: Após o término do evento.

- o Ações: O Município, por meio do gestor do contrato, elaborará e entregará ao patrocinador um relatório final de execução. Este documento consolidará as evidências da entrega das contrapartidas, como um "clipping" de mídia, fotografias da exposição da marca nos espaços do evento, métricas de alcance das mídias digitais, etc. Após a aprovação do relatório pelo patrocinador e o cumprimento de todas as obrigações residuais, a parceria será formalmente encerrada.

- o O patrocinador deverá recolher o material de publicidade de sua responsabilidade no prazo de **setenta e duas horas** após a finalização dos festejos, em 24 de junho de 2026.

- o **Justificativa:** Esta fase de prestação de contas é fundamental para consolidar a transparência da parceria e demonstrar o retorno sobre o investimento (ROI) para o patrocinador. Um encerramento bem-sucedido e documentado fortalece o relacionamento com a iniciativa privada, contribuindo para a sustentabilidade do modelo de patrocínio em edições futuras, um dos objetivos estratégicos da contratação.

6. DO MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

A gestão e fiscalização dos contratos de patrocínio serão realizadas por servidores formalmente designados pela Administração, nos termos da legislação vigente, com a finalidade de assegurar o fiel cumprimento das obrigações contratuais, a adequada execução do objeto e a observância do interesse público.

A gestão e a fiscalização do contrato de patrocínio ficarão a cargo da **Secretaria Municipal de Administração**, que designará formalmente um servidor para atuar como **gestor do contrato** e uma equipe de fiscais. Ao gestor caberá a coordenação e o comando do processo, enquanto aos **fiscais** competirá o acompanhamento técnico e administrativo da execução. Suas atribuições incluirão a verificação do recebimento dos aportes financeiros, o monitoramento da correta e integral entrega das contrapartidas de publicidade pelo Município, a indicação dos locais para instalação do material de publicidade, conforme cotas adquiridas pelos patrocinadores (descritas no item 1), a



elaboração de relatórios de acompanhamento e a comunicação formal entre as partes para solucionar eventuais ocorrências.

A gestão contratual caberá ao gestor do contrato, responsável pelo acompanhamento geral da execução, pela coordenação das atividades relacionadas ao ajuste e pela interlocução institucional com os patrocinadores. Compete ao gestor planejar, coordenar e supervisionar a execução contratual, garantir a compatibilidade entre o objeto contratado e sua execução, bem como adotar as providências necessárias à regularidade do contrato, inclusive quanto à formalização de eventuais alterações, prorrogações ou rescisões.

A fiscalização contratual será exercida por fiscal designado, a quem compete o acompanhamento direto da execução do objeto, com atuação preventiva e corretiva. O fiscal deverá verificar o cumprimento das obrigações assumidas pelos patrocinadores, especialmente quanto ao aporte dos recursos financeiros e/ou fornecimento de bens e serviços, conforme cronograma estabelecido, bem como acompanhar a execução das contrapartidas por parte do Município, notadamente no que se refere à exposição de marcas, veiculação de publicidade e disponibilização de espaços promocionais.

Compete ainda ao fiscal atestar o recebimento dos aportes realizados, certificar a conformidade dos bens e serviços eventualmente fornecidos, controlar prazos, registrar ocorrências relevantes, notificar as partes em caso de irregularidades e comunicar ao gestor do contrato e à autoridade competente quaisquer descumprimentos contratuais, sugerindo a adoção de medidas corretivas ou aplicação de penalidades, quando cabível.

Durante a realização do evento, o fiscal deverá acompanhar in loco a execução das obrigações, garantindo que as contrapartidas pactuadas sejam efetivamente cumpridas e que não haja uso indevido de espaços ou marcas, resguardando o interesse público e a imagem institucional do Município.

Ao final da execução contratual, caberá ao fiscal e ao gestor proceder à verificação do cumprimento integral das obrigações, apoiar a análise da prestação de contas, quando aplicável, e emitir relatório conclusivo acerca da execução do contrato.

A atuação do gestor e do fiscal deverá observar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, assegurando transparência e controle na execução dos contratos de patrocínio.







7. OBRIGAÇÕES DAS PARTES

7.1. Obrigações do Município Contratante


- Realizar o procedimento de chamamento público com ampla divulgação e observância aos princípios da legalidade, isonomia e transparência.
- Organizar e promover o evento “São João de Senhor do Bonfim – 2026/2027”, garantindo sua realização nas datas previstas.
- Cumprir rigorosamente todas as contrapartidas de exposição de marca e publicidade institucional previstas na cota de patrocínio adquirida pelo contratado.
- Designar um gestor e fiscais para o contrato, que serão responsáveis por acompanhar a execução das obrigações de ambas as partes.
- Prestar todas as informações e esclarecimentos solicitados pelo patrocinador, necessários à boa execução da parceria.
- Utilizar os recursos captados exclusivamente para o custeio de despesas relacionadas à realização do evento.

7.2. Obrigações da Contratada (Patrocinador)

- 
- Efetuar o aporte financeiro e material de publicidade, nas formas e prazos estabelecidos no edital e no contrato de patrocínio.
 - Apresentar toda a documentação de habilitação exigida e mantê-la regular durante a vigência da parceria.
 - Observar todas as diretrizes de aplicação de sua marca e de realização de ações promocionais, respeitando os padrões de comunicação institucional do Município e o caráter cultural do evento.
 - Abster-se de associar a parceria a qualquer forma de promoção pessoal de agentes públicos ou de atividades político-partidárias.
 - Responsabilizar-se por todos os custos e licenças relacionados às suas próprias ações de ativação de marca, quando houver.

- 
- Não subcontratar, ceder ou transferir a terceiros, total ou parcialmente, o objeto do contrato de patrocínio.
 - Adotar práticas ambientalmente responsáveis em suas ações promocionais, em conformidade com as diretrizes estabelecidas pela organização do evento.
 - Atender a designação do fiscal do contrato para instalação do material de publicidade, conforme discriminado no item 1 deste TR.

8. DOS CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO



A sistemática de "medição e pagamento" neste procedimento é distinta das contratações tradicionais. A medição corresponderá à verificação do cumprimento da obrigação do patrocinador, ou seja, a efetivação do aporte financeiro nos termos e prazos estabelecidos no contrato de patrocínio. O aporte financeiro deverá ser realizado por meio de depósito em conta bancária específica do Município, qual seja:


MUNICÍPIO DE SENHOR DO BONFIM/BA – CNPJ: 13.988.308/0001-39
BANCO: BANCO DO BRASIL
AGÊNCIA: 0228-3
CONTA CORRENTE: 57.833-9

O "pagamento", por sua vez, representa a obrigação do Município em entregar as contrapartidas institucionais e de publicidade prometidas ao patrocinador. A fiscalização do contrato será responsável por assegurar que todas as formas de exposição de marca, menções, inserções e demais benefícios previstos na cota adquirida sejam rigorosamente cumpridos pela organização do evento, durante todo o período das festividades. O cumprimento integral dessas contrapartidas pelo Município é a condição para a plena exigibilidade da obrigação do patrocinador.

Como a parceria não é onerosa para o Município (não há pagamento de dinheiro para o patrocinador), a "medição" foca em verificar se as obrigações foram cumpridas.

Medição das contrapartidas da Prefeitura (exposição de marca):

- Será verificada por meio de registros fotográficos, audiovisuais e relatórios da ASCOM/fiscalização, que atestarão se a marca foi exposta conforme a cota contratada.

- 
- Emitir-se-á um atestado de execução após conferir o cumprimento dos benefícios entregues.

Medição do apoio do patrocinador:

- O aporte financeiro deverá ser demonstrado através de comprovante de depósito/transferência bancária na conta indicada pela Prefeitura, através do e-mail: admbonfim2021@gmail.com
- O material de publicidade de responsabilidade do patrocinador deverá ser instalado, nos locais delimitados pela Administração Municipal, em 12 de junho de 2026.
- Caso o patrocinador não entregue os materiais de publicidade correspondentes às cotas adquiridas, nos prazos estabelecidos no cronograma definido pela Administração, ficará caracterizada a impossibilidade de execução das contrapartidas por fato a ele imputável, não cabendo ao Município qualquer responsabilidade pela não veiculação das ações publicitárias. Nessas hipóteses, **não haverá restituição dos valores aportados**, permanecendo o Município desobrigado de cumprir as contrapartidas prejudicadas, sem prejuízo da adoção de outras medidas previstas no contrato, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021.


Crítérios de pagamento:

- A Prefeitura **não** realiza pagamentos aos patrocinadores. A "contrapartida" é o espaço de visibilidade.
- Os patrocinadores devem realizar seus aportes conforme os prazos estipulados no edital/contrato. O não cumprimento pode acarretar suspensão ou cancelamento das contrapartidas de visibilidade e aplicação de sanções.


9. DA FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

A seleção dos patrocinadores será realizada por meio de **Chamamento Público**, instrumento que assegura transparência, isonomia e ampla participação de interessados, em conformidade com os princípios da Administração Pública e com as disposições da **Lei nº 14.133/2021**.

O Chamamento Público terá por objetivo a captação de recursos financeiros e/ou apoio por meio de bens e serviços, mediante a disponibilização de cotas de patrocínio



previamente definidas pela Administração, contendo valores mínimos e respectivas contrapartidas institucionais e publicitárias.



Poderão participar pessoas jurídicas legalmente constituídas, que atendam às exigências de habilitação previstas no instrumento convocatório, especialmente quanto à regularidade jurídica, fiscal e trabalhista, bem como à capacidade de aporte dos recursos correspondentes.

A seleção dos patrocinadores observará, como critério principal, **a ordem cronológica de inscrição dos interessados**, considerando a data e o horário do protocolo da proposta válida, desde que atendidos todos os requisitos de habilitação e as condições estabelecidas no edital.

Na hipótese de ocorrência de empate entre propostas, caracterizado pela apresentação simultânea ou equivalente em termos de registro, será adotado como **critério de desempate o maior valor ofertado** para a cota pretendida, respeitado o valor mínimo previamente definido pela Administração.

Os interessados deverão apresentar proposta formal, indicando a cota pretendida e o valor a ser aportado, bem como declarar o compromisso de cumprimento integral das condições previstas no Chamamento Público.

A análise das propostas será realizada de forma objetiva, considerando o atendimento às exigências do edital, a ordem de inscrição e, quando aplicável, o valor ofertado como critério de desempate, visando à transparência e à eficiência do procedimento.

A homologação do resultado do Chamamento Público será formalizada pela autoridade competente, seguida da celebração dos instrumentos contratuais com os patrocinadores selecionados.

10. DAS ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

A "contratação" em questão, por sua natureza de captação de receita, não envolve desembolso por parte do Município, mas sim uma meta de arrecadação baseada no potencial de mercado do evento. Dada a ausência de um histórico consolidado de captação de patrocínios em edições anteriores, a estimativa de valor foi elaborada por meio de uma **metodologia técnico-comparativa**, fundamentada em parâmetros de mercado e na



análise de eventos juninos de porte semelhante em outros municípios da Bahia, como Cruz das Almas, Amargosa e Santo Antônio de Jesus. Essa abordagem confere racionalidade econômica e segurança jurídica ao planejamento, em alinhamento com as boas práticas exigidas pelos órgãos de controle.

A análise de mercado indicou que, em eventos de grande tradição e público, a participação de patrocinadores privados costuma representar entre 15% e 40% do custo total da festa. O São João de Senhor do Bonfim, com sua relevância cultural, fluxo de turistas e ampla repercussão, possui um elevado potencial de atratividade para marcas dos setores de bebidas, alimentos, telecomunicações, varejo e serviços financeiros.

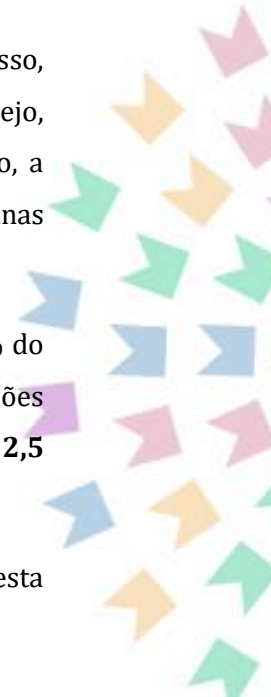
Considerando um custo global estimado para o evento de 2026 e de 2027 entre R\$ 7.000.000,00 e R\$ 10.000.000,00, cada um e, aplicando um percentual conservador de participação da iniciativa privada (entre 20% e 30%), a meta de captação de patrocínios foi estabelecida em uma faixa de **R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) a R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)** por cada ano. Os valores mínimos para cada cota de patrocínio serão definidos no item 1 deste TR e servirão como critério de aceitabilidade das propostas, tendo por base esta estimativa global e a valoração das contrapartidas oferecidas.

As estimativas de valores para o patrocínio são referenciais. Elas balizam o planejamento e a estruturação das cotas, refletindo o potencial do evento.

O Município realizará o São João em diversos locais (Praça Nova do Congresso, Forró na Feira, etc.), criando um ambiente atrativo para setores como bebidas, varejo, telecomunicações e serviços financeiros. Como não há histórico municipal específico, a estimativa técnica baseou-se em práticas de mercado e benchmarking com cidades baianas semelhantes (como Cruz das Almas, Amargosa, Santo Antônio de Jesus, Jequié e Irecê).

Considerando que a captação privada costuma representar entre 20% e 30% do custo total de eventos desse porte, e estimando o custo total do evento entre R\$ 7 milhões e R\$ 10 milhões, a meta de captação estimada situa-se entre **R\$ 1,5 milhão e R\$ 2,5 milhões**.


Todos os dados, memórias de cálculo e pesquisas de mercado que suportam esta estimativa constam no ANEXO I, garantindo a transparência necessária.





11. DA ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Esta captação de patrocínio não gera despesa pública. Não haverá transferência de recursos da Prefeitura para o patrocinador. Trata-se de uma parceria para viabilizar um evento de interesse público. Portanto, não é exigida dotação orçamentária específica para pagamentos, pois não há desembolso direto.



O Plano de Contratação Anual (PCA) está em elaboração e a falta de regulamentação específica não impede o chamamento, uma vez que a parceria é uma fonte de recursos, não um gasto. Caso o Município necessite de serviços complementares (marketing, montagem, etc.), estes seguirão processos próprios com previsão orçamentária, embora a estrutura atual da ASCOM e contratos de publicidade vigentes (nº 1125/2021) possam suprir essas demandas.

A adequação orçamentária desta iniciativa reflete-se na economia de recursos do Tesouro Municipal, permitindo maior investimento em áreas prioritárias.

Senhor do Bonfim, Bahia, 04 de maio de 2026.



ANEXO I

PESQUISA DE MERCADO E MEMÓRIA DE CÁLCULO

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.

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.

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-sorte-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.

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.

Convergência com orientações de órgãos de controle

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

Tribunais de Contas, ao analisarem procedimentos administrativos relacionados à gestão de eventos e parcerias com a iniciativa privada, costumam exigir que as decisões administrativas estejam devidamente motivadas e acompanhadas de estudos preliminares que demonstrem 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 e a viabilidade da modelagem adotada pela Administração Pública.

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.

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.

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.

Entre os principais exemplos analisados destacam-se:

- Cruz das Almas

- Amargosa
- Santo Antônio de Jesus
- Jequié
- Irecê

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

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

<file:///C:/Users/marai/OneDrive/Documentos/SANTANA%20ADV/PMSB%20NOVO/PM SB/LICITA%C3%87%C3%95ES/S%C3%83O%20JO%C3%83O/2026/edital%20AMARGO SA%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>

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.

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.



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 |

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

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.

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.

Senhor do Bonfim, 04 de maio de 2026.

Mirla Talyne Soares de Oliveira Brito

Gerente de espaço e Patrimônio Cultural

Matrícula 7125