



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

1 - Descrição da necessidade

Criada pela Lei Complementar nº 15.595, de 19 de janeiro de 2021, a Secretaria de Turismo (SETUR) é a organização gestora do destino turístico do Rio Grande do Sul, sendo responsável pela coordenação e execução da política estadual do turismo, visando o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda. Também é responsável pela execução orçamentária e financeira das ações do Fundo de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul – FUNDETUR -, destinado ao estímulo e financiamento de projetos na área do turismo, e aqueles voltados ao desenvolvimento do setor turístico do Rio Grande do Sul.

Neste contexto, a atuação da SETUR assume diversos matizes, abarcando, inclusive, a realização de ação de comunicação voltada à promoção do turismo no estado do Rio Grande do Sul (Parecer nº 20.783/2024/PGE). Essa abordagem é motivada por objetivos mercadológicos, de modo que a comunicação pública possa gerar impacto econômico e de geração de empregos decorrentes da promoção do destino turístico.

Este vetor de desenvolvimento por meio de novos vetores econômicos é preconizado pelo Mapa Estratégico do Governo, que tem como um de seus quatro eixos norteadores o Desenvolvimento Econômico Inovador. Nesse sentido, conforme Plano Plurianual 2024-2027 (PPA), o programa Desenvolvimento Produtivo e Inovador busca a modernização e diversificação da matriz produtiva do Estado mediante o incentivo a atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação, o fomento a um ambiente de negócios que aproxime os setores empresarial, acadêmico e governamental e a promoção do turismo e da economia criativa.

Ainda no âmbito do PPA 2024-2027, destaca-se que a iniciativa de Fomento e financiamento do setor de turismo, da ação programática Turismo destino RS, tem como objetivo, dentre outros, a “atração e realização de eventos internacionais e nacionais objetivando criar meios para que o Estado ganhe agilidade nas discussões acerca de possíveis ações de apoio ou patrocínio conjunto visando à captação/realização de eventos considerados estratégicos para o Estado”, com vistas a “aumentar o fluxo de renda e o ticket médio dos visitantes para o Estado. Os eventos [...] serão fundamentais para movimentar

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

toda a cadeia turística do Estado, por meio de ampliação da capacidade da rede hoteleira e de aumento de consumo em restaurantes, comércio, serviços, transportes, e na indústria, por consequência. Serão também uma oportunidade para cidadãos de todo o Brasil e do mundo conhecerem melhor o destino turístico do Rio Grande do Sul, permitindo, também, à sociedade gaúcha, um fecundo intercâmbio de experiências e conhecimentos a partir de possíveis legados por eles deixados.”

As ações turísticas se alinham com os objetivos de desenvolvimento econômico ao promoverem o desenvolvimento sustentável, a geração de oportunidades e a qualidade de vida. O turismo é uma ferramenta importante para fomentar a economia, estimulando o setor de serviços, gerando empregos e fortalecendo as vocações regionais. Além disso, essas ações contribuem para a atração de investimentos e o fortalecimento da articulação com os municípios e o setor privado, elementos centrais para impulsionar o crescimento e a produtividade econômica do estado.

Ainda no âmbito do PPA 2024-2027, destaca-se que a iniciativa de Fomento e financiamento do setor de turismo, da ação programática Turismo destino RS, tem como objetivo, dentre outros, a realização de “ações de promoção em território nacional e internacional, pelos mais diversos meios, físicos ou digitais, com a finalidade de manter e/ou atrair turistas e visitantes e estimular a venda por agentes e operadoras, ampliando os fluxos turísticos e a permanência de visitantes no território”. Contempla ainda “ações de desenvolvimento do turismo como vetor para o crescimento econômico regional, fomentando a preservação ambiental, a responsabilidade social e o fortalecimento da identidade e dos valores culturais.”

Ademais, no contexto da estratégia definida no Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável elaborado em resposta à catástrofe climática de maio de 2024, o turismo emerge como um dos 12 grupos de produtos e serviços com potencial relevante para alavancar a economia do estado do Rio Grande do Sul até 2040, com potencial de contribuição adicional ao PIB real do estado em até R\$ 7 bilhões, e gerando até 46 mil empregos adicionais no estado em relação a 2023. Para tanto, além da alavancagem da economia do turismo por meio de ações focalizadas nos serviços

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

tradicionais e na inovação turística, configura-se também como aposta na alavancagem do setor a curto, médio e longo prazo o fomento de segmentos estratégicos do turismo gaúcho, como o turismo de eventos, de negócios, de aventura e natureza e de gastronomia, entre outros.

Além do turismo, o Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável ainda enfoca importantes setores que se caracterizam como produção associada ao turismo, definidos como produtos regionais de nicho, dentre os quais se incluem vinhos, espumantes e azeites. Estes itens, como produção associada, conformam segmentos essenciais para a promoção turística do Rio Grande do Sul, como o enoturismo e o oliveturismo. Mais amplamente, se relacionam ainda com o turismo gastronômico, o principal segmento contemplado pela oferta turística do Rio Grande do Sul, conforme dados do Mapa de Comportamento do Turista (SEBRAE e SETUR).

Pelos motivos expostos, é fundamental a estruturação e a realização de ações e participação nos eventos realizados no Rio Grande do Sul, que alinhadas às competências distintivas da Secretaria de Turismo, fomentem e estimulem a circulação de turistas pelo Rio Grande do Sul; retenham e ampliem o tempo de permanência de turistas regionais, nacionais e internacionais e promovam os destinos turísticos gaúchos.

2 - Área requisitante

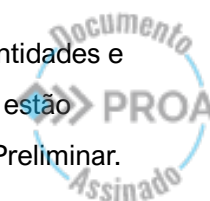
Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, Departamento de Planejamento e Competitividade.

3 - Descrição dos requisitos da contratação

3.1 Os requisitos da presente contratação compreendem, dentre outros:

3.1.1 Quantidades e unidades de medida: as quantidades e unidades de medida para a prestação dos serviços estão detalhadamente descritas no item 5 desde Estudo Preliminar.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

3.1.2 Execução dos serviços: a execução dos serviços deverá ser realizada conforme as especificações detalhadas no Termo de Referência.

3.1.3 Vigência do contrato: o contrato terá vigência definida em Termo de Referência.

3.2 Até o encerramento do contrato, as seguintes obrigações devem ser cumpridas:

3.2.1 Emissão de relatórios: a contratada deverá emitir relatório conclusivo dos serviços executados;

3.2.2 Nota fiscal: deverá ser emitida a nota fiscal correspondente aos serviços prestados;

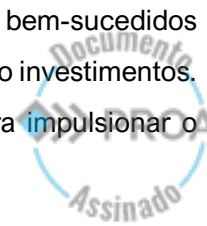
3.2.3 Condições de pagamento: pagamento será por empenho e ocorrerá em até 30 (trinta) dias após o recebimento de todos os documentos

3.2.4 Disposições gerais: As obrigações da contratada e do contratante estarão estipuladas em instrumento contratual;

4 - Levantamento de mercado

Fomentar eventos e projetos geradores de fluxo é essencial para o fortalecimento econômico e social de uma comunidade. Os eventos e projetos estratégicos, podem variar de festivais culturais, feiras multisetoriais, eventos esportivos, conferências empresariais, material promocional, visando a atração de visitantes e, conseqüentemente, aquecem o comércio local, promovem a interação entre pessoas de diferentes origens e fortalecem a identidade cultural da região. Além disso, eles criam oportunidades de networking e aprendizado, incentivando a troca de conhecimentos. A longo prazo, ações bem-sucedidas aumentam a visibilidade das localidades, potencializando o turismo e atraindo investimentos. Portanto, investir em ações estratégicas, é uma estratégia inteligente para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a coesão social.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





25230100011218



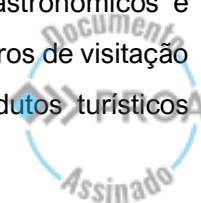
Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Eles promovem o deslocamento de turistas compostas por aqueles provenientes de outros estados e países ou aquela parcela significativa de gaúchos que se deslocam internamente, ou ainda o viajante de perfil excursionista, isto é, aquele que não faz uso de hospedagem no destino, todos estes tipos de turistas contribuem para alavancar a economia do turismo nas regiões que os recebem. Uma ação turística assertiva produz efeitos econômicos quando é identificado e comercializado enquanto produto turístico, e essa operação produz efeitos de maturação da oferta turística de um determinado território.

Importante recordar que em **Porto Alegre**, anteriormente foram realizadas ações estratégicas pela Secretaria de Turismo, dentre as quais podem ser destacadas as atividades de qualificação da infraestrutura turística por meio do **Avançar no Turismo**, o mapeamento da demanda da região com utilização do Mapa de Comportamento do Turista do RS e diversas ações promocionais junto com o destino em nível regional, nacional e internacional, desta forma, demonstra a viabilidade de se aumentar a competitividade de **Porto Alegre e fortalecimento da Capital como Destino de Eventos**, por meio do fomento à estruturação de produtos turísticos e evento estratégicos para a consolidação do mesmo em relação aos demais destinos turísticos gaúchos e brasileiros. O projeto **SEMPRE CIDADE BAIXA**, desenvolvido pela Associação dos Comerciantes da Cidade Baixa (ACCB). A iniciativa busca fortalecer a retomada do fluxo turístico, impulsionar o desenvolvimento socioeconômico e apoiar a recuperação da região afetada pelas enchentes de 2024, que provocaram perdas significativas em empreendimentos de gastronomia, cultura e lazer em Porto Alegre.

O território é estratégico para o turismo urbano, cultural e gastronômico, representando a identidade criativa e boêmia da capital gaúcha. Após os danos ocasionados pelas enchentes, tornou-se urgente reposicionar esses bairros como polos de atração de visitantes, preservando sua relevância histórica e estimulando a circulação de turistas. O projeto contempla ações estruturadas como a realização de festivais gastronômicos e culturais, a produção e distribuição de guias turísticos, a elaboração de roteiros de visita e a consolidação da Rota Clássicos POA, iniciativas que integram produtos turísticos permanentes ao calendário da cidade.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





25230100011218



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

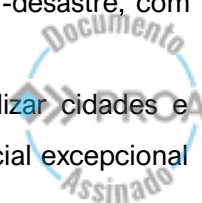
O projeto contempla a **realização do Festival Gastronômico e Cultural da Cidade Baixa e Centro Histórico**, iniciativa que reunirá bares, restaurantes, artistas, moradores e visitantes em uma programação plural, acessível e conectada à economia criativa. A primeira edição terá como tema central as **Carnes e Azeites de Oliva do Rio Grande do Sul**, valorizando produtos emblemáticos da gastronomia e da agricultura gaúcha. O festival contará com apresentações de receitas, degustações e atividades culturais, reforçando a identidade e a hospitalidade local. Além disso, estão previstas ações estratégicas de divulgação junto à imprensa e a influenciadores digitais, que garantirão ampla presença do evento nas mídias sociais e meios de comunicação, fortalecendo a imagem de Porto Alegre como cidade criativa, vibrante e acolhedora.

O patrocínio da SETUR/RS apresenta objetivos claros: estimular o fluxo turístico em Porto Alegre, reforçar a imagem do Rio Grande do Sul como destino autêntico e criativo, apoiar a recuperação econômica da região após a catástrofe climática, ampliar a permanência dos turistas na capital e consolidar o Estado como referência nacional em turismo urbano e cultural. Entre os impactos esperados, destacam-se o incremento no faturamento de bares, restaurantes e equipamentos culturais, a geração de empregos e renda, o fortalecimento da cadeia produtiva criativa e o aumento do tempo médio de permanência dos visitantes. Além disso, o projeto promove benefícios sociais e culturais, resgatando a autoestima da comunidade, preservando a memória local e criando experiências autênticas que consolidam a hospitalidade porto-alegrense.

A estimativa de público ultrapassa 20 mil visitantes nas duas edições dos festivais, envolvendo diretamente mais de 40 empreendimentos gastronômicos e culturais e alcançando mais de 200 mil impactos digitais, o que garante ampla visibilidade ao Estado e fortalece a imagem de Porto Alegre como cidade criativa e vibrante. Assim, o investimento da SETUR/RS vai além do patrocínio pontual: trata-se de uma ação estratégica de fomento ao turismo e de fortalecimento das políticas públicas de recuperação pós-desastre, com resultados de curto, médio e longo prazo.

O turismo é meio de transformação econômica, capaz de revitalizar cidades e fortalecer identidades. A Cidade Baixa, em Porto Alegre, possui um potencial excepcional

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

para se tornar um polo turístico de referência, capaz de gerar emprego, renda e dinamizar a economia local. Em maio de 2024, a região foi duramente atingida pela enchente histórica, submergindo ruas centrais e impactando moradores, comerciantes e a vida urbana. Esse episódio, apesar dos desafios, evidencia a necessidade de ações estratégicas que combinem recuperação urbana e promoção turística, transformando a adversidade em oportunidade de renovação.

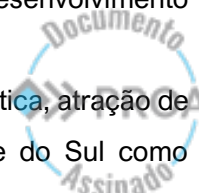
Casos de sucesso em outras cidades brasileiras mostram que o turismo pode ser um verdadeiro agente de mudança. Santa Teresa, no Rio de Janeiro, revitalizou-se por meio de arte, cultura e gastronomia, atraindo visitantes e impulsionando a economia local. A Vila Madalena, em São Paulo, tornou-se referência em criatividade urbana e vida noturna, fortalecendo o comércio e gerando emprego. Esses exemplos provam que, quando bem planejado, o turismo transforma bairros, reforça a identidade local e promove inclusão social.

Porto Alegre tem todos os elementos para seguir esse caminho. A Cidade Baixa pode se tornar um centro urbano vibrante, integrando cultura, gastronomia, lazer e inovação. Investir no turismo local é investir em infraestrutura, na recuperação econômica, na valorização do patrimônio histórico e na melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. É transformar Porto Alegre em uma cidade resiliente, conectada com sua história, aberta a novos visitantes e capaz de consolidar-se como referência nacional em turismo urbano e cultural. Com planejamento estratégico e políticas públicas consistentes, o turismo na Cidade Baixa não será apenas uma atividade econômica: será um instrumento de transformação permanente e duradoura.

Conclui-se que o apoio da SETUR/RS ao projeto **SEMPRE CIDADE BAIXA** configura um investimento de alto impacto, capaz de dinamizar a economia criativa, ampliar a promoção turística do Rio Grande do Sul em âmbito nacional e gerar legados permanentes para a capital. Trata-se de medida essencial para reposicionar o Estado como destino competitivo, inovador e resiliente, alinhado às melhores práticas de desenvolvimento turístico sustentável.

Apoiar **SEMPRE CIDADE BAIXA** significa investir em promoção turística, atração de visitantes e fortalecimento da imagem de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul como

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

destinos de referência no turismo de eventos e experiências, justificando plenamente o patrocínio da SETUR/RS.

5 - Descrição da solução como um todo

A solução consiste na contratação da **COTA DE PATROCÍNIO** no **SEMPRE CIDADE BAIXA** com execução nos meses de outubro e novembro em Porto Alegre/RS.

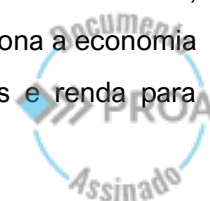
Considerando a natureza do evento, bem como as razões supracitadas que motivam eventual contratação relativa à participação da SETUR no evento, considera-se adequada a participação pela aderência do projeto do evento aos critérios elencados pelo art. 9º do Decreto Estadual nº 54.870, de 13 de novembro de 2019:

Na seleção interna dos patrocínios, o órgão ou a entidade patrocinadora deve priorizar projetos que:

- I – promovam o Estado do Rio Grande do Sul no Brasil e no Exterior, com vistas à captação de recursos financeiros e investimentos;
- II – difundam a cultura do povo gaúcho e o patrimônio histórico-cultural local;
- III - incentivem o desenvolvimento regional sustentável e a geração de emprego e renda para a comunidade local;
- IV – favoreçam a acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência física, sensorial ou cognitiva, de forma segura e autônoma, aos espaços onde se realizam eventos ou aos produtos oriundos dos patrocínios realizados; e
- V – conscientizem os cidadãos sobre seus direitos, sobre a importância do regime democrático e sobre a defesa do meio ambiente ecologicamente equilibrado. **(grifo nosso)**

O projeto **SEMPRE CIDADE BAIXA** representa uma oportunidade estratégica para a SETUR/RS fortalecer o turismo urbano e cultural em Porto Alegre, especialmente em regiões impactadas pelas enchentes de 2024. Ao investir na ação, o Estado promove seus destinos nacional e internacionalmente. A iniciativa valoriza a cultura gaúcha e o patrimônio histórico da Cidade Baixa e do Centro Histórico, com festivais gastronômicos e culturais, roteiros turísticos e a Rota Clássicos POA. Paralelamente, o projeto impulsiona a economia local, fomenta o desenvolvimento regional sustentável e gera empregos e renda para comerciantes, artistas e prestadores de serviços.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

A programação do festival é inclusiva e acessível, garantindo participação segura e autônoma de idosos e pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência. O patrocínio da SETUR/RS não é apenas um investimento em um evento, mas uma ação estratégica de fomento econômico, cultural e social, capaz de gerar legados permanentes, consolidar Porto Alegre como referência em turismo urbano e cultural e posicionar o Rio Grande do Sul como destino inovador, resiliente e competitivo no cenário nacional e internacional.

6 - Estimativa das quantidades a serem contratadas

Contratação de **01 COTA DE PATROCÍNIO** no **SEMPRE CIDADE BAIXA** com execução entre os dias 14 e 26 de outubro de 2025 em Porto Alegre/RS.

7 - Estimativa do valor da contratação

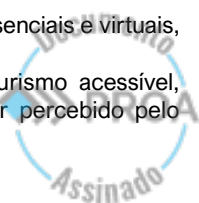
O valor a ser estimado para a participação da SETUR/RS no **SEMPRE CIDADE BAIXA**, verificando-se o porte, amplitude, impacto econômico, visibilidade e fluxo turístico, sugere-se a **COTA DE PATROCÍNIO APRESENTA** no valor de **R\$ 145.000,00**, conforme proposta apresentada a SETUR/RS.

Baseando a estimativa apresentada a seguir, por meio de valores inseridos em outros eventos e ações geradoras de fluxo, no qual houve aportes financeiros pela Secretaria de Turismo ou nas plataformas de transparência.

Acerca da precificação, destaca-se, inicialmente, que a precificação de cotas de patrocínios ou outras formas de participação em eventos e ações depende de vários fatores peculiares, estratégicos, mercadológicos e operacionais, os quais podem ser resumidos da seguinte forma:

1. Público-Alvo e Alcance do Evento
 - a. Perfil do público: Idade, renda, interesses, hábitos de consumo e influência de compra.
 - b. Tamanho da audiência: Número de participantes presenciais e virtuais, se houver transmissão online.
 - c. Segmentação do público: Nicho específico (ex.: turismo acessível, tecnologia, esportes radicais) pode influenciar o valor percebido pelo

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

patrocinador.

2. Visibilidade e Retorno de Marca

a. Mídias e canais de divulgação: Cobertura na imprensa, redes sociais, TV, rádio, e-mail marketing.

b. Tempo de exposição da marca: Em banners, materiais promocionais, telões, brindes, site oficial, entre outros.

c. Oportunidade de ativação da marca: Possibilidade de ações interativas, estandes, palestras patrocinadas ou experiências exclusivas.

3. Formatos e Tipos de Cotas

a. Diferenciais de cotas, conforme escalonamento de benefícios.

b. Patrocínio exclusivo: Quando apenas uma marca domina determinada categoria no evento.

c. Naming Rights: Direito de nomear o evento ou uma área específica, aumentando

a exposição da marca.

d. Apoio institucional ou técnico: Empresas que oferecem serviços ou produtos em troca de visibilidade.

4. Impacto e Relevância do Evento

a. Histórico e credibilidade: Eventos consolidados podem cobrar mais caro.

b. Relevância no setor: Eventos especializados ou referência no mercado agregam mais valor ao patrocínio.

c. Possíveis premiações e reconhecimento: Caso o evento tenha premiações ou alcance internacional.

5. Retorno Sobre Investimento (ROI) Esperado pelo Patrocinador

a. Leads gerados e conversão esperada: Quantidade de contatos qualificados que podem virar clientes.

b. Possibilidade de vendas diretas: Em feiras e eventos de mercado, por exemplo.

c. Aumento da reputação da marca: Para marcas que querem reforçar seu posicionamento social ou sustentável.

6. Infraestrutura e Custos do Evento

a. Custo operacional: Logística, aluguel do espaço, segurança, equipe e estrutura técnica.

b. Patrocínio como necessidade financeira: Quanto maior a dependência do patrocínio para viabilizar o evento, maior a flexibilidade na negociação.

7. Exclusividade e Diferenciação do Patrocínio

a. Acesso VIP para convidados da marca patrocinadora.

b. Oportunidade de fala no evento (painéis, palestras, workshops)

c. Uso do mailing do evento para campanhas futuras

8. Benchmarking e Concorrência

a. Valores praticados em eventos similares no mercado e na região.

b. Presença de concorrentes: Se há empresas do mesmo setor interessadas em patrocinar, isso pode elevar os valores.

9. Personalização e Flexibilidade nas Negociações

a. Possibilidade de patrocínio parcial: Algumas empresas preferem patrocinar áreas específicas.

b. Customização de cotas: Algumas marcas podem querer contrapartidas específicas para fechar o acordo.





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Em face de múltiplos fatores que influenciam na precificação de cotas de patrocínio, o valor pode ser cotejado considerando eventos similares, conforme art. 23, §1º, II da Lei Federal 14.133/2021:

Art. 23. O valor previamente estimado da contratação deverá ser compatível com os valores praticados pelo mercado, considerados os preços constantes de bancos de dados públicos e as quantidades a serem contratadas, observadas a potencial economia de escala e as peculiaridades do local de execução do objeto.

§ 1º No processo licitatório para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, conforme regulamento, o valor estimado será definido com base no melhor preço aferido por meio da utilização dos seguintes parâmetros [...]

II – contratações similares feitas pela Administração Pública, em execução ou concluídas no período de 1 (um) ano anterior à data da pesquisa de preços, inclusive mediante sistema de registro de preços, observado o índice de atualização de preços correspondente;

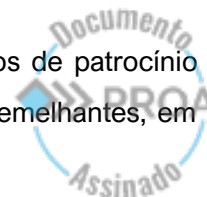
Assim sendo, consideremos:

1. Patrocínios concedidos pela Administração Pública no período de 12 meses anteriores ao levantamento a eventos de porte, público e objetivos semelhantes;
2. Patrocínios concedidos pela Administração Pública no período de 12 meses anteriores ao levantamento a eventos cujas contrapartidas são semelhantes às aquelas desejadas para o caso em comento, em linha com o item 5 deste Estudo Técnico Preliminar.

No primeiro caso, em pesquisa pública realizada no **LicitaCon RS**, não se localizou processos semelhantes de patrocínio. Além do **LicitaCon RS**, foi realizada pesquisa no **Portal Nacional de Contratações Públicas**, no qual buscou-se evento identitários e similares, sendo localizados os contratos de patrocínio, tendo como exemplo o **Id contratação PNCP: [08783132000149-1-000020/2026](#)** da SECRETARIA DO TURISMO DO ESTADO DO PIAUÍ com a empresa L C A DE OLIVEIRA, através de patrocínio no valor de R\$ R\$ 200.000,00 para a realização do projeto PIAUÍ: SERTÃO RIO MAR PRAIA SERRA CACHOEIRA.

Dando continuidade ao estudo, passamos para análise de contratos de patrocínio celebrados anteriormente pela SETUR, que contemplem contrapartidas semelhantes, em

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

especial as contrapartidas com ênfase em eventos turísticos esportivos, no qual é perceptível o crescimento destas ações e participação da SETUR/RS.

Baseando-se na cota apresentada, atendendo as necessidades de visibilidade e promoção turística e dentro das possibilidades de patrocínio de fomento, após avaliação técnica, conclui-se que a **COTA APRESENTA**, irá atender as expectativas, necessidades e demandas por parte da SETUR/RS, alinhados nas diretrizes apresentadas anteriormente e com excelente posicionamento e visibilidade dentro do evento, conforme proposta em anexo.

Sendo assim, passamos para análise de contratos de patrocínio celebrados pela SETUR anteriormente, que contemplem contrapartidas semelhantes. Tendo como referências para o aporte no **SEMPRE CIDADE BAIXA** diversas ações, como exemplo CAMPING ACESSÍVEL (PROA 25/2301-0000205-7) em Três Coroas no valor de R\$ 130.000,00. Também tivemos a INAUGURAÇÃO DO COMPLEXO DO CRISTO PROTETOR em Encantado (PROA 25/2301-0000286-3) no valor de R\$ 170.000,00, a participação no Congresso Brasileiro de Turismo Rural + CBTR (PROA 25/2301-0000416-5) em Porto Alegre no valor de R\$ 200.000,00, outro evento foi o Festa Nacional do Churrasco em Lagoa Vermelha (PROA 24/2301-0000981-1), sendo repassado R\$ 220.000,00, outra ação relevante foi o CONNECTION EXPERIENCE (PROA 25/2301-0000529-3) em Gramado no valor de R\$ 350.000,00. Outra ativação foi a CARAVANA O SUL TE ESPERA NAS QUATRO ESTAÇÕES (PROA 24/2301-0001062-3) realizado no Litoral Norte no valor de R\$ 396.000,00 e por fim O SUL TE ESPERA (PROA 25/2301-0000970-1) no valor de R\$ 500.000,00.

Também seguem anexado ao processo, comprovação de patrocínio, validando a existência e comercialização:

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE – R\$ 145.000,00



Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Corroborando com o que foi exposto até o momento, temos a aprovação anexa do Conselho de Turismo Estadual por meio da Ata, validando o aporte financeiro, através do FUNDETUR, por tanto, estamos alicerçados pela deliberação dos membros, validando o aporte financeiro e importância do evento para o fomento e desenvolvimento turístico do Rio Grande do Sul via patrocínio de fomento. A partir da conservação dos aspectos analisados o **SEMPRE CIDADE BAIXA**, este que tem previsão de ser marcado por ser um grande gerador de fluxo turístico, ampla repercussão na mídia nacional e internacional, ações promovendo o destino nas redes sociais e ativação em diversos pontos e momentos do evento, entendemos que possui um viés para fomentar, produzindo efeitos positivos para a promoção e posicionamento do turismo gaúcho.

Após analisar todo processo do **SEMPRE CIDADE BAIXA**, verificando o impacto positivo para o turismo gaúcho, fortalecimentos do turismo de eventos em **Porto Alegre**, visibilidade positiva para o Rio Grande do Sul e detectar que os valores propostos são vantajosos e justos, demonstrando que o investimento por parte do governo, quando analisado frente aos benefícios econômicos e promocionais, mostra-se vantajoso e estratégico. Conclui-se que apoiar o **SEMPRE CIDADE BAIXA**, não apenas contribui para o desenvolvimento do turismo, mas também para o crescimento e reconhecimento do estado no cenário global, sendo fundamental a participação da SETUR neste evento SINGULAR no calendário de eventos do Rio Grande do Sul.

8 - Justificativa para o parcelamento ou não da solução

O parcelamento da solução revela-se inviável, uma vez que a proponente é a promotora exclusiva do **SEMPRE CIDADE BAIXA**.

9 - Contratações correlatas e/ou interdependentes

Não se aplica.

10 - Benefícios a serem alcançados com a contratação

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Os ganhos diretos e indiretos esperados são apresentados a seguir. Destaca-se a efetividade, o desenvolvimento regional sustentável, e os aspectos de eficácia, eficiência e melhor aproveitamento dos recursos empregados:

1. Ganhos Diretos:

- 1.1.1. Incremento no faturamento de bares, restaurantes e empreendimentos culturais.
- 1.1.2. Geração imediata de empregos temporários (eventos, serviços de apoio, produção cultural).
- 1.1.3. Aumento da permanência média dos turistas em Porto Alegre.
- 1.1.4. Maior consumo em hospedagem, transporte, alimentação e lazer.
- 1.1.5. Ampliação da visibilidade da gastronomia gaúcha (ex.: carnes e azeites de oliva).

2. Ganhos Indiretos:

- 1.2.1. Fortalecimento da cadeia produtiva criativa e cultural.
- 1.2.2. Consolidação da imagem de Porto Alegre como cidade criativa e vibrante.
- 1.2.3. Resgate da autoestima comunitária e valorização da memória local.
- 1.2.4. Estímulo à recuperação econômica pós-enchente.
- 1.2.5. Atração de novos investimentos em turismo, cultura e lazer.
- 1.2.6. Inclusão da região em roteiros turísticos permanentes (Rota Clássicos POA).
- 1.2.7. Difusão nacional da identidade cultural e boêmia da capital gaúcha.
- 1.2.8. Criação de um legado de médio e longo prazo para políticas públicas de turismo.

Esses ganhos reforçam os impactos positivos para o estado e região, promovendo tanto o turismo sazonal quanto o crescimento econômico e cultural sustentável do estado.

11 - Declaração de viabilidade

A área finalística da SETUR considera viável a possibilidade contratação.

12 - Responsáveis

Os fiscais do contrato serão designados em Portaria específica.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





25230100011218



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Rodrigo José dos Santos
Mat. 4251687
Diretor Adjunto de Planejamento e Competitividade
Secretaria de Turismo



Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



25230100011218

Nome do documento: ETP SEMPRE CIDADE BAIXA.pdf

Documento assinado por

Órgão/Grupo/Matrícula

Data

Rodrigo José dos Santos

SETUR / DPC / 4251687

01/10/2025 10:02:52

