ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)[1]

Processo Administrativo: 26/2301-0000888-3

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

A promoção turística dos destinos gaúchos configura-se como uma medida estratégica e urgente, alinhada ao interesse público e voltada à recuperação econômica e social do setor no Rio Grande do Sul (RS), sobretudo após as catástrofes climáticas de 2024. A necessidade dessa ação decorre do entendimento de que a falta de uma presença institucional forte em feiras e eventos estratégicos pode comprometer ainda mais a competitividade turística do estado, exigindo medidas imediatas para seu reposicionamento no mercado.

A fundamentação para o investimento assenta-se em três pilares essenciais: (i) obrigação legal e institucional da **Secretaria de Turismo (SETUR)** de fomentar o turismo como um vetor desenvolvimento socioeconômico; (ii) alinhamento estratégico com a política estadual de turismo; e (iii) a urgência das ações, diante da necessidade de mitigar os impactos das tragédias climáticas, que comprometeram significativamente a economia regional, os índices de empregabilidade e a imagem do RS como destino turístico competitivo. Essas dimensões são detalhadas adiante, com foco para o município de Porto Alegre como área prioritária de investimentos.

1.1. DA PROMOÇÃO DO TURISMO COMO ATRIBUIÇÃO LEGAL DA SETUR

A promoção turística é uma atribuição essencial da SETUR, conforme disposto no arcabouço normativo que define suas competências. A **Constituição Estadual**[2] (art. 240), por exemplo, estabelece o turismo como vetor estratégico para o desenvolvimento econômico regional, conferindo à secretaria a competência para implementar políticas integradas de fomento. Esse marco constitucional é detalhado pela **Lei Complementar n.º 15.595/2021**[3], que confere à secretaria

[1] O presente documento se encontra elaborado conforme a Instrução Normativa CELIC/SPGG n.º 001/2023 (RIO GRANDE DO SUL. Subsecretaria da Administração Central de Licitações. **Instrução Normativa CELIC/SPGG n.º 001/2023, de 04 de janeiro de 2023**. Dispõe sobre a elaboração do Estudo Técnico Preliminar (ETP), para a aquisição de bens e a contratação de serviços e obras, no âmbito da Administração Pública estadual direta, autárquica e fundacional. Diário Oficial do Rio Grande do Sul, 4 jan. 2023, p. 13).

[2] RIO GRANDE DO SUL. **Constituição do Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, 2023.

[3] RIO GRANDE DO SUL. **Lei n.º 15.595**, de 19 de janeiro de 2021. Altera a Lei n.º 14.733, de 15 de setembro de 2015, dispõe sobre a estrutura administrativa e diretrizes do Poder Executivo do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências [...]. Diário Oficial do Rio Grande do Sul, 19 de janeiro de 2021.

Documento PROA Assinado

atribuições específicas para: (i) fortalecer o posicionamento do estado como destino turístico (alínea "b"); (ii) promover comercialmente os produtos turísticos (alíneas "d" e "e"); e (iii) desenvolver ações de marketing em parceria com o *trade* (alíneas "h", "i" e "j"). Esse arcabouço legal consolida-se com a **Política Estadual de Turismo** (Lei n.º 14.371/2013)[4], que no artigo 2º estabelece como competência nuclear da SETUR a promoção ativa dos atrativos turísticos em âmbito regional, nacional e internacional, sempre em articulação com os entes municipais.

No plano federal, a **Lei Geral do Turismo** (Lei n.º 11.771/2008, com alterações)[5] oferece diretrizes convergentes aos praticados no RS, uma vez que, em seu artigo 5º, enfatiza a necessidade de ampliação dos fluxos turísticos (inciso III) e incentiva a promoção do desenvolvimento turístico regionalizado (inciso VI). Essa legislação consolida a promoção turística como estratégia fundamental e dever institucional, garantindo o cumprimento de diretrizes legais essenciais para a efetivação das políticas públicas do setor.

No que tange ao aspecto orçamentário-financeiro das ações de promoção turística, a SETUR tem como principal instrumento o **Fundo de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul (FUNDETUR)**[6], criado com a finalidade expressa de fomentar e financiar projetos do setor, incluindo, como prioridade, a promoção dos destinos gaúchos (art. 4º da lei instituidora). A legalidade da aplicação desses recursos em iniciativas promocionais foi explicitamente reconhecida pelo **Parecer n.º 20.783/2024/PGE**[7], que valida juridicamente as ações da Secretaria na construção da imagem do Estado como destino turístico de excelência e também estabelece uma distinção conceitual entre promoção turística estratégica (de caráter econômico e setorial) e publicidade governamental (de natureza institucional).

O referido parecer assume relevância prática no cotidiano administrativo da secretaria, particularmente no que concerne à regularidade jurídica das ações de promoção turística, uma vez que a rotina institucional envolve diversas ações relativas ao tema. Ao estabelecer a distinção conceitual entre 'promoção turística' e 'publicidade institucional', o documento fornece parâmetros seguros para os procedimentos diários da pasta e consolida a legalidade da aplicação de recursos do FUNDETUR em iniciativas voltadas ao fomento do turismo gaúcho. Essa orientação jurídica

[4] RIO GRANDE DO SUL. **Lei n.º 14.371/2013**, de 27 de novembro de 2013. Dispõe sobre a Política Estadual de Turismo, cria o Sistema Estadual de Turismo e o Plano Diretor de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. Diário Oficial do Rio Grande do Sul, n.º 230, , de 28 de novembro de 2013.
[5] BRASIL. **Lei n.º 11.771**, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo e define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico [...]. Diário Oficial da União, Brasília, 17 de setembro de 2008.
[6] RIO GRANDE DO SUL. **Lei n.º 12.959**, de 8 de maio de 2008. Institui o Fundo de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, e dá outras providências. Diário Oficial do Rio Grande do Sul, n.º 088, de 9 de maio de 2008.
[7] RIO GRANDE DO SUL. Procuradoria-Geral de Estado. **Parecer n.º 20.783/2024** (PROA 24/0811-0000878-7).

Documento PROA Assinado

qualificada serve assim como lastro tanto para a regularidade dos atos administrativos quanto para a correta alocação de verbas em conformidade com a finalidade específica do fundo.

1.2. DA PROMOÇÃO DO TURISMO COMO DIRETRIZ POLÍTICA

A promoção turística dos destinos gaúchos está alinhada às diretrizes das políticas estaduais do setor, configurando-se como estratégia fundamental para o desenvolvimento regional. O **Mapa do Comportamento do Turista no Rio Grande do Sul**[8], elaborado pela SETUR em parceria com o SEBRAE, oferece bases empíricas robustas para justificar os investimentos em promoção turística. O estudo demonstra que o turismo de eventos possui capacidade para dinamizar cadeias produtivas associadas, ampliando os impactos positivos na economia local. A pesquisa ainda evidencia sinergias estratégicas entre o turismo de eventos e produtos regionais de nicho, particularmente vinhos, espumantes e azeites. Essa articulação reforça a identidade turística diferenciada do estado e atrai novos visitantes e consumidores para esses produtos típicos.

Diante deste contexto, o **Plano de Promoção Turística do Rio Grande do Sul 2023–2025 (PPT/RS)**[9], evidencia a importância de ações promocionais que alcancem tanto públicos locais quanto regionais. De acordo com o diagnóstico do plano, antes das enchentes de 2024, os produtos turísticos do RS seguiam as tendências de recuperação pós-pandemia, acompanhando os índices do mercado nacional. No RS, destacavam-se o consumo associado ao turismo de natureza, cultura e gastronomia.

Ainda nesse contexto de recuperação pós-pandemia, o diagnóstico do PPT/RS identificou que os principais mercados emissores internacionais eram provenientes da Argentina e do Uruguai, enquanto o turismo interno se destacava, com 72,5% dos visitantes vindos de cidades a até 500 km e 12,9% de localidades entre 501 e 1.000 km. No que se refere aos eventos turísticos, 60,7% ocorriam em âmbito local ou microrregional, e 42,9% atraiam até 5.000 participantes. Nesse contexto, as Atividades Características do Turismo (ACT) respondiam por cerca de 97 mil empregos, equivalendo a 3,4% dos postos de trabalho produzidos no estado.

Os dados levantados pelo PPT/RS evidenciam a importância de uma estratégia promocional descentralizada, que valorize a diversidade das regiões turísticas, fortaleça a imagem do RS como destino e amplifique o fluxo de visitantes, impulsionando a geração de empregos e a dinamização

[8] RIO GRANDE DO SUL; SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mapa de comportamento turista do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Secretaria de Turismo/SEBRAE, 2023.
[9] PRISMA; SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Plano de Promoção Turística Rio Grande do Sul 2023-2025**. Porto Alegre: PRISMA/SEBRAE, 2023.

Documento PROA Assinado

econômica em diversas escalas. Esse reconhecimento de importância da promoção turística dos destinos foi validado também por outras diretrizes política-estratégicas.

No âmbito do **Plano Plurianual (PPA) 2024–2027**[10], a ação programática **Turismo Destino RS** reforça o turismo como um motor de desenvolvimento econômico, priorizando a atração e realização de eventos de relevância nacional e internacional. Essa estratégia busca ampliar o fluxo de visitantes, estimular o consumo e fortalecer cadeias produtivas, como hospedagem, gastronomia, transporte e cultura. Da mesma forma, o **Mapa Estratégico do Governo do Rio Grande do Sul**[11] posiciona o **Desenvolvimento Econômico Inovador** como um eixo central, com o turismo desempenhando um papel estratégico ao diversificar a matriz produtiva e impulsionar outros setores.

Nesse contexto, a promoção turística, em suas diversas formas, como participação institucional em feiras e eventos, desenvolvimento de atrativos, capacitação de profissionais e articulação setorial, constitui uma iniciativa estratégica para o alcance desses objetivos. Essas ações permitem ao RS apresentar sua oferta turística de forma organizada e profissional, estabelecendo contato direto com operadoras de turismo, agências de viagens e público-alvo, além de viabilizar a comercialização de roteiros e a formação de parcerias estratégicas com o *trade* turístico.

1.3. DA URGÊNCIA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA PÓS-CATÁSTROFES CLIMÁTICAS

Apesar dos resultados positivos alcançados no contexto de recuperação pós-pandemia, as enchentes ocorridas no RS causaram devastação e impactaram severamente o setor turístico gaúcho, acentuando os desafios remanescentes e impondo a urgência de ações institucionais para superar os novos obstáculos. Trata-se, portanto, de um quadro complexo que vai além da perda de competitividade turística do destino gaúcho e requer ações direcionadas tanto à recuperação econômica quanto à reconstrução da imagem de destino seguro para viagens.

Conforme dados da **Pesquisa Mensal de Serviços (PMS)**[12], as enchentes provocaram a paralisação de 82% das empresas do setor turístico, gerando perdas diárias de cerca de R$ 49,2 milhões e prejuízos mensais estimados em R$ 1,33 bilhão. Os resultados deste estudo sugerem ainda que o RS passou a apresentar um desempenho negativo em comparação ao mercado turístico nacional, que já registra índices positivos 4,7% acima dos níveis pré-pandemia.

As enchentes de 2024 produziram impactos que se estenderam para além das fronteiras gaúchas, com repercussões significativas no mercado de trabalho regional. Os dados revelam a perda

[10] RIO GRANDE DO SUL. **Plano Plurianual (PPA) 2024-2027**. Porto Alegre: Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão, 2023. p. 19.
[11] Ibidem, p. 233.
[12] CNC. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Com desaceleração de preços, serviços avançam 0,5% em abril. **Pesquisa Mensal de Serviços (PMS)**, ed. jun., 2024.

Documento Assinado PROA

de aproximadamente 305 mil empregos diretos e indiretos em toda a área afetada, sendo que somente no RS o número de postos de trabalho eliminados representou 7,19% do total de vagas formais existentes[13]. Esses cortes atingiram trabalhadores de múltiplos setores, com efeitos particularmente severos no segmento turístico, onde profissionais da hospedagem, gastronomia, transporte e serviços de cultura e lazer foram diretamente impactados. Essa ruptura nas cadeias produtivas comprometeu atividades econômicas essenciais e intensificou a vulnerabilidade socioeconômica de comunidades já fragilizadas pelos danos decorrentes do desastre. A contração do mercado formal de trabalho agravou a renda familiar e constituiu um obstáculo adicional ao processo de recuperação econômica, exigindo estratégias urgentes para reativação do emprego e para a reconstrução do setor do turismo gaúcho como um todo.

Outro impacto significativo foi na reputação do RS como destino turístico. A imagem de um destino é um ativo intangível essencial para sua recuperação em crises. Neste sentido, as enchentes de 2024 geraram danos prolongados à percepção do estado, que, apesar de sua sólida reputação no Brasil, passou a ser frequentemente associado a inundações em buscas *online*[14]. Sem estratégias eficazes de reposicionamento e promoção, essa associação pode consolidar uma percepção de vulnerabilidade, comprometendo a competitividade do destino no médio e longo prazos.

Em resposta a este quadro de crise foi apresentado o **Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável**[15], que posiciona o turismo como um dos 12 grupos estratégicos para a resiliência do estado. O plano projeta uma contribuição adicional de até R$ 7 bilhões ao PIB estadual e a geração de 46 mil empregos diretos até 2040. O documento reconhece o turismo como ferramenta de recuperação econômica e social, capaz de mitigar os impactos das perdas causadas pelas enchentes, que comprometeram 73,1% dos atrativos turísticos privados e 53% dos públicos, além de paralisar ou reduzir as atividades de 82% das empresas do setor.

A recuperação do turismo no RS é um processo complexo e gradual, marcado por desafios estruturais e socioeconômicos. Além da reconstrução física e econômica, o impacto psicológico nas comunidades é significativo, com relatos de ansiedade associada a condições climáticas adversas e temor de novos eventos extremos, conforme estudos sobre resiliência pós-desastres[16]. A percepção

[13] CNC. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo; DEIN. Divisão de Economia e Inovação. **Análise dos impactos econômicos da catástrofe no Rio Grande do Sul (RS) e do Plano de Reconstrução**. Porto Alegre: CNC/DEIN, 2024.
[14] Conforme dados do *Google Trends*.
[15] RIO GRANDE DO SUL. **Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável**. Porto Alegre: Secretaria da Reconstrução Gaúcha, 2024.
[16] BOFF, T. 9 em cada 10 atingidos pelas enchentes do RS relatam ansiedade, indica pesquisa. **G1 − Rio Grande do Sul**, 11 jun. 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/06/11/ansiedade-depressao-burnout-e-estresse-atingidos-por-enchentes-no-rs-apresentam-sintomas-de-transtornos-diz-pesquisa.ghtml.

Documento PROA Assinado

de risco entre visitantes também aumentou, amplificada pela cobertura midiática recorrente sobre alertas climáticos, o que prejudica a competitividade do estado como destino turístico.

Para enfrentar esses desafios, estratégias de recuperação da imagem turística estão sendo implementadas, incluindo campanhas de marketing que destacam áreas preservadas ou recuperadas, roteiros que valorizam recursos naturais e culturais intactos e incentivos econômicos para atrair visitantes. Contudo, reconstruir a confiança do público exige ações consistentes e de longo prazo para contrabalançar narrativas negativas e reposicionar o RS como um destino seguro e atrativo.

Diante deste cenário que exige ações urgentes, o investimento na promoção dos destinos gaúchos configura-se como uma medida estratégica para o rápido reposicionamento do estado no mercado turístico, com capacidade para restaurar a confiança de visitantes e investidores. A efetivação desses investimentos tem papel fundamental na reconstrução da imagem turística, na atração de fluxos de visitantes e na aceleração da retomada econômica, contribuindo diretamente para a revitalização das cadeias produtivas locais e para a geração de emprego e renda em todo o território gaúcho.

Os investimentos em promoção turística consolidam-se, portanto, como prioridade estratégica incontornável. A reconstrução da confiança no destino demanda campanhas segmentadas para públicos-alvo específicos, estratégias eficazes de reposicionamento de mercado e parcerias sólidas para restabelecer a competitividade turística da região. Nesse contexto, mostra-se imperativa a articulação de políticas públicas que garantam não apenas o financiamento para a recuperação da infraestrutura danificada, mas também mecanismos eficientes para atrair investimentos capazes de reaquecer a demanda turística. Cabe ressaltar que eventuais atrasos na implementação dessas medidas poderiam comprometer décadas de conquistas no desenvolvimento turístico regional, o que reforça a necessidade premente de ações integradas e imediatas para fortalecer a resiliência do setor face a futuros desafios.

2. ÁREA REQUISITANTE

Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul (SETUR/RS); Departamento de Planejamento e Competitividade (DPC/SETUR/RS).

3. PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Justifica-se a ausência de previsão formal no **Plano de Contratações Anual (PCA)** em razão da natureza dinâmica e não programável das ações promocionais requeridas. No entanto, destaca-se que as contratações decorrentes deste ETP serão definidas conforme avaliação, priorização e registro

Documento PROA Assinado

realizados pelo **Conselho Estadual de Turismo (CONETUR)** e **Grupo Gestor do FUNDETUR**, assegurando alinhamento estratégico com as políticas setoriais e alocação eficiente de recursos.

4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

a) Os requisitos de eventual contratação compreendem, dentre outros:
   i. **Quantidades e unidades de medida:** as quantidades e unidades de medida para a prestação dos serviços estão detalhadamente descritas no respectivo processo administrativo.
   ii. **Execução dos serviços:** a execução dos serviços deverá ser realizada conforme as especificações detalhadas no Termo de Referência.
   iii. **Vigência do contrato:** o contrato terá vigência definida em Termo de Referência.

b) Até o encerramento do contrato, as seguintes obrigações devem ser cumpridas:
   i. **Emissão de relatórios**: a contratada deverá emitir relatório conclusivo dos serviços executados;
   ii. **Nota fiscal**: deverá ser emitida a nota fiscal correspondente aos serviços prestados;

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

d) Disposições gerais
   i. As obrigações da Contratada e do Contratante estarão estipuladas em instrumento contratual.

5. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

O presente ETP é direcionado a atender a contratação de **UMA COTA DE PATROCÍNIO (Cota Apoio)** do evento **Oktoberfest Porto Alegre**, a ocorrer no dia **10 de outubro de 2026**, no município de Porto Alegre, RS.

6. LEVANTAMENTO DE MERCADO

O levantamento de mercado evidencia que o setor de eventos constitui importante vetor de dinamização econômica, geração de fluxo, promoção turística e ativação de diferentes cadeias produtivas, especialmente quando associado a eventos culturais e gastronômicos de grande capacidade de mobilização de público. No Brasil, o III Dimensionamento do Setor de Eventos, elaborado pela ABEOC Brasil, Sebrae e Observatório da Indústria/SENAI, estima que o segmento

Documento PROA Assinado

tenha movimentado aproximadamente R$ 813,5 bilhões em 2024, demonstrando a dimensão econômica da atividade e sua capacidade de produzir efeitos que ultrapassam a realização do evento propriamente dito.

A importância econômica dos eventos decorre justamente de sua capacidade de articular diferentes segmentos. O gasto realizado pelo participante não se restringe ao consumo dentro do espaço do evento, alcançando restaurantes, bares, hotéis, meios de transporte, comércio, serviços, produção cultural, fornecedores, profissionais autônomos e demais atividades relacionadas à economia local. Dessa forma, eventos geradores de fluxo funcionam como mecanismos de ativação temporária da demanda e podem contribuir para ampliar o consumo turístico, a ocupação dos equipamentos e a circulação de recursos no território.

Essa dinâmica possui especial relevância para o Rio Grande do Sul. Dados do Departamento de Economia e Estatística do Governo do Estado apontam que o Valor Adicionado das atividades turísticas alcançou R$16,6 bilhões em 2023, representando 2,9% do Valor Adicionado total do Estado e 4,5% do setor de serviços. Do total, aproximadamente R$9 bilhões foram provenientes das atividades de alojamento e alimentação, correspondendo a 54,5% do Valor Adicionado turístico estadual, enquanto o transporte de passageiros respondeu por R$1,6 bilhão e o comércio varejista relacionado às atividades turísticas por R$405 milhões.

Nesse cenário, Porto Alegre apresenta posição estratégica. Em 2023, a capital concentrou R$3,77 bilhões de Valor Adicionado das atividades turísticas, equivalente a 22,7% de todo o Valor Adicionado turístico do Rio Grande do Sul, constituindo-se no principal município do Estado nesse indicador. A concentração de atividades econômicas e de serviços turísticos na capital, associada à sua infraestrutura urbana, rede hoteleira, conectividade e capacidade de receber grandes volumes de visitantes, faz de Porto Alegre um importante ponto de entrada e distribuição de fluxos turísticos para o Estado.

É nesse contexto que se insere a Oktoberfest Porto Alegre 2026. Conforme o projeto apresentado, a primeira edição oficial do evento ocorreu em 2025 e registrou público superior a 25 mil pessoas em um único dia. Para 2026, a organização projeta público superior a 50 mil pessoas em um dia.

O evento apresenta, portanto, características que extrapolam a realização de uma festividade de caráter exclusivamente local. O projeto identifica diferentes perfis de público, incluindo moradores, famílias, casais, grupos de amigos e visitantes provenientes de fora de Porto Alegre, além de prever expressamente o incentivo à participação de pessoas provenientes do interior do Estado. Essa característica é particularmente relevante para a política estadual de turismo, pois cria uma

Documento PROA Assinado

oportunidade de utilização de um evento realizado na capital como instrumento de aproximação entre o público e os demais destinos e produtos turísticos do Rio Grande do Sul.

A dimensão econômica desse tipo de evento pode ser observada em experiências já consolidadas no próprio Estado. A 40ª Oktoberfest de Santa Cruz do Sul, realizada em 2025, registrou aproximadamente 420 mil visitantes considerando a circulação no parque e na cidade e apresentou movimentação econômica estimada em R$60 milhões. A edição comercializou aproximadamente 204 mil litros de chope, 201.189 itens de alimentação e 70,1 mil litros de bebidas não alcoólicas, além de estimar a geração de aproximadamente 5 mil empregos diretos e indiretos. A Feira da Agricultura Familiar, integrada à programação, registrou R$841.818,00 em vendas, evidenciando a capacidade do evento de conectar o fluxo turístico a atividades produtivas locais.

Outro parâmetro relevante é a Oktoberfest de Igrejinha. Em 2024, sua 35ª edição recebeu 223.370 pessoas em todas as atividades, sendo 179.066 visitantes no parque durante os dois finais de semana. Foram consumidos 235.777 litros de chope, 68.979 litros de água e refrigerantes e 164.046 unidades de alimentos. A realização mobilizou mais de 3 mil voluntários, demonstrando a capacidade do evento de envolver diretamente a comunidade e diversos segmentos econômicos e sociais do território.

A comparação com esses eventos consolidados permite identificar o potencial da Oktoberfest Porto Alegre. Aplicando-se apenas como referência o indicador observado na Oktoberfest de Santa Cruz do Sul em 2025, de aproximadamente R$60 milhões de movimentação econômica para 420 mil visitantes, chega-se a um valor aproximado de R$142,86 de movimentação econômica por visitante. Caso esse indicador fosse utilizado exclusivamente como parâmetro comparativo, um evento com 50 mil participantes corresponderia a uma ordem de grandeza de aproximadamente R$7,14 milhões de movimentação econômica.

A relevância da Oktoberfest Porto Alegre também está relacionada à possibilidade de ativação do comércio e dos serviços existentes no Centro Histórico. O projeto prevê gastronomia típica associada ao comércio local, feira de cervejas artesanais, feira de produtos artesanais, atividades germânicas, jogos tradicionais, desfile temático e mais de 12 horas de shows gratuitos. A estrutura projetada possui capacidade para aproximadamente 50 mil pessoas circulantes e contempla palco, gastronomia, feira de cervejas artesanais, feira de produtos artesanais e área de atividades, ampliando os pontos de contato entre o público e os estabelecimentos econômicos existentes na região.

É justamente nessa característica que se identifica a principal necessidade a ser enfrentada pela participação da Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul. O problema não

Documento PROA Assinado

consiste simplesmente na ausência de um evento capaz de atrair público, uma vez que a própria Oktoberfest Porto Alegre já demonstra capacidade de mobilização e projeta crescimento expressivo para 2026. A questão que se apresenta à política pública de turismo é como transformar o fluxo de pessoas concentrado em um evento realizado na capital em oportunidade efetiva de promoção do turismo do Rio Grande do Sul, ampliando a circulação econômica, a divulgação dos destinos estaduais e o consumo de produtos e serviços turísticos para além do espaço e da duração da festividade.

Outro elemento relevante é a capacidade do evento de envolver diretamente o comércio do Centro de Porto Alegre. O projeto comercial apresenta como contrapartida a possibilidade de ativação envolvendo todo o comércio do Centro de Porto Alegre, além de espaços para ativações, realização de pesquisa do evento, presença em comunicação visual, divulgação em redes sociais e assinatura em vídeo oficial pós-evento. Essa previsão é particularmente importante para o interesse público, pois permite que a participação esteja associada à ampliação do impacto econômico territorial, evitando que os benefícios do fluxo permaneçam restritos à estrutura específica do evento.

Nesse contexto, a Oktoberfest Porto Alegre apresenta uma oportunidade de mercado compatível com as estratégias de promoção e desenvolvimento do turismo estadual, especialmente em razão da projeção de alcançar 50 mil participantes em um dia, da capacidade de mobilização de públicos provenientes da Região Metropolitana e do interior do Estado, da integração com o comércio do Centro Histórico, da presença de gastronomia, cervejarias, produtos artesanais e manifestações culturais e do alcance de comunicação apresentado pelo projeto.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução proposta consiste na contratação de uma **Cota de Patrocínio (Plano Apoio)** para o **Oktoberfest Porto Alegre**, a ser realizada em 10 de outubro de 2026, em Porto Alegre, RS. O evento, segmentado em Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos, integra a região turística oficial Delta do Jacuí. A cota inclui:

- Assinatura nos posts em redes - @quartopoa @poacentro - como apoio
- 1 post proprietário da marca em rede @poacentro
- Marca em comunicação visual nas ruas do evento e palco - como apoio
- Espaço disponibilizado para a ativação no evento - 10m²
- Ativação de marca no evento
- Pesquisa do evento

Documento PROA Assinado

- Ativação de envolvimento de todo o comércio do centro de Porto Alegre

Considerando que a execução do objeto ocorrerá em período eleitoral, todas as ações de divulgação, comunicação e ativação de marca previstas nas contrapartidas, incluindo postagens em redes sociais e ativações no evento, deverão observar integralmente a legislação eleitoral vigente e as orientações dos órgãos competentes. Fica vedada a utilização de marcas, símbolos, slogans, imagens, nomes ou quaisquer elementos que caracterizem promoção pessoal de agente público, identificação ou promoção de governo, gestão administrativa ou candidatura.

Essa participação se alinha aos critérios do art. 9º do **Decreto Estadual nº 54.870**, de 13 de novembro de 2019, o qual orienta que na seleção interna de patrocínios por órgãos ou entidades públicas, deve-se 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).

A Oktoberfest, justifica-se, portanto:

a) Gerar fluxo turístico para Porto Alegre;
b) Movimentar a economia local;
c) Estimular o comércio e os serviços;
d) Valorizar a cultura germânica;
e) Promover a gastronomia e a produção cervejeira;
f) Divulgar o Rio Grande do Sul como destino turístico;
g) Estimular a circulação de visitantes entre a Capital e o interior;
h) Ampliar a visibilidade turística de Porto Alegre;
i) Gerar oportunidades de negócios para empreendedores locais;
j) Fortalecer a cadeia produtiva do turismo;
k) Ampliar a mídia e a promoção do destino.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Documento PROA Assinado

A estimativa do valor encontra-se na proposta do projeto comercial, contendo a comercialização das cotas de patrocínio apresentadas pelo proponente, contemplando diferentes modalidades de apoio. A cota estimada para participação da SETUR/RS corresponde ao valor de **R$ 120.000,00** (cento e vinte mil reais), considerado compatível com o porte do evento, as contrapartidas oferecidas e os preços praticados em eventos regionais de características semelhantes, observando os critérios estabelecidos no art. 23 da Lei Federal nº 14.133/2021.

9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

O parcelamento da solução revela-se, a princípio, inviável, uma vez que eventos dessa natureza são em geral realizados por realizadores únicos, detentores dos direitos de comercialização.

Ressalta-se que eventual contratação por inexigibilidade ocorrerá somente nos casos de inviabilidade de licitação, conforme art. 74 da **Lei Federal n.º 14.133/2021**, e que documentação específica deverá demonstrar a inviabilidade de competição, comprovando que o objeto pretendido é fornecido ou prestado por produtor, empresa ou representante comercial exclusivos, vedada a preferência por marca específica.

10. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

Os processos de contratação seguirão análise e aprovação caso a caso pelos colegiados competentes (**CONETUR** e **Grupo Gestor do FUNDETUR**). Após a validação de cada proposta, a SETUR designará fiscais específicos por meio de portaria, cabendo a esses agentes a verificação da conformidade do investimento com o objeto aprovado, a análise de documentação comprobatória e a correta aplicação dos recursos públicos, garantindo transparência e aderência às diretrizes técnicas estabelecidas.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Não se aplica.

12. BENEFÍCIOS A SEREM ALCANÇADOS COM A CONTRATAÇÃO

Os ganhos diretos e indiretos esperados são apresentados a seguir. Estes se encontram baseados nos seguintes aspectos: (i) efetividade na execução; (ii) desenvolvimento regional sustentável; (iii) eficácia nos resultados; (iv) eficiência operacional; e (v) otimização de recursos.

12.1. GANHOS DIRETOS

Documento PROA Assinado

- Divulgação dos destinos
- Fomento regional
- Promoção regional
- Atração de turistas

12.2. GANHOS INDIRETOS

- Fortalecimento da imagem do estado enquanto destino seguro
- Geração de fluxo turístico
- Crescimento econômico
- Atração de investimentos
- Aumento da competitividade regional

Acredita-se que 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.

14. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

A área finalística da SETUR considera viável a possibilidade de contratação.

15. RESPONSÁVEIS

Os fiscais do contrato serão designados em Portaria específica.

Documento PROA Assinado

Nome do documento: ETP Oktoberfest POA retificado.pdf

Documento assinado por	Órgão/Grupo/Matrícula	Data
Henrique Rodrigues De Araujo	SETUR / DPC / 5079950	18/09/2026 14:59:50