ANEXO I DO EDITAL

TERMO DE REFERÊNCIA

CHAMAMENTO PÚBLICO PARA SELEÇÃO DE PATROCINADORES RÉVEILLON DE CAMBURI 2027 E ARENA DE VERÃO 2027

1. OBJETO

O presente Termo de Referência tem por objeto a seleção de pessoas jurídicas interessadas em patrocinar os eventos **Réveillon de Camburi 2027**, a ser realizado em 31 de dezembro de 2026, e **Arena de Verão 2027**, a ser realizada de 02 a 24 de janeiro de 2027, ambos na Praia de Camburi, em Vitória/ES, mediante aquisição de cotas de patrocínio e de ofertas avulsas, com contrapartidas publicitárias consistentes na aplicação de marca em painéis de LED, estruturas e peças de comunicação, menções e vinhetas, direitos de nomeação de espaços esportivos, estandes, cenários e ações promocionais, nos termos do item 4.

As cotas estão organizadas em duas frentes, conforme programações, a saber: (i) **programação cultural e Réveillon** e (ii) **programação esportiva da Arena**.

As referidas programações apresentarão as seguintes cotas:

1.1. PROGRAMAÇÃO CULTURAL E RÉVEILLON

a) Apresenta (Master);
b) Patrocínio;
c) Apoio.

1.2. PROGRAMAÇÃO ESPORTIVA DA ARENA

A cota “Apresenta (Master)”, citada na categoria programação cultural e reveillon, acima, também estará inserida na Programação Esportiva da Arena.

A presente categoria também terá as seguintes modalidades:

a) Ouro;
b) Prata;
c) Bronze.

Em ambas as programações, as cotas compreendem níveis diferenciados de visibilidade e contrapartidas, proporcionais à cota adquirida, sendo obrigatória a inserção conjunta da marca oficial da **Prefeitura Municipal de Vitória/CDTIV**, conforme as diretrizes deste Termo de Referência.

2. FUNDAMENTO LEGAL

O presente Chamamento Público observará a Lei Federal nº 13.303/2016 (Lei das Estatais); o Regulamento de Patrocínios da CDTIV; o Regulamento Interno de Licitações e Contratos da

CDTIV (RILC), no que couber; a Lei Federal nº 12.846/2013, regulamentada pelo Decreto Municipal nº 16.522/2015; a Lei Orgânica do Município de Vitória; a Constituição Federal e demais normas aplicáveis.

Oportunamente, destaca-se que as contrapartidas aqui estabelecidas são, essencialmente publicitárias, sem vincular os recursos captados a despesas específicas dos eventos, razão pela qual a operação se enquadra na modalidade de patrocínio não vinculado, prevista no art. 1º, § 2º, do Regulamento Interno.

3. JUSTIFICATIVA

A Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória – CDTIV, em conjunto com as demais secretarias municipais, vem consolidando um calendário estruturado de grandes eventos com expressivo impacto econômico, turístico, social, esportivo e cultural.

Entre eles, destacam-se o Réveillon de Vitória e a Arena de Verão Vitória que, na edição de 2025, de acordo com levantamentos feitos pela Prefeitura Municipal de Vitória (Anexo I), sugerem atração de cerca de 500 mil pessoas e movimentaram mais de R$ 7,5 milhões na economia local, reforçando o protagonismo de Vitória como destino turístico e, ainda, importam em aquecimento da economia local, seja pelos efeitos diretos, como também indiretos.

Diante da relevância desses eventos, é necessário adotar instrumentos que aprimorem sua sustentabilidade financeira e reduzam a dependência exclusiva de recursos públicos.

Assim, o modelo estruturado de cotas permite captar recursos privados de forma transparente e padronizada, com contrapartidas proporcionais e alinhadas às normas institucionais de identidade visual, fortalecendo a gestão dos eventos e a geração de receitas acessórias.

A medida é aderente às competências previstas no Estatuto Social da CDTIV, especialmente as relacionadas à promoção do desenvolvimento econômico, ao fomento ao turismo, à captação de investimentos e ao patrocínio de iniciativas que fortaleçam a imagem e a atratividade do Município.

A divisão das cotas em duas categorias, Programação Cultural e Réveillon e a Programação Esportiva permite atender a marcas com perfis e orçamentos distintos, ampliando o universo de potenciais patrocinadores sem sobreposição de contrapartidas, tampouco importando em impedimento de acesso por eventuais interessados, na medida em que apresenta possibilidades que se enquadram a diferentes realidades financeiras dos interessados.

4. ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO

As especificações a seguir definem as cotas, os parâmetros de visibilidade, os formatos de aplicação de marca, as áreas de exposição e as responsabilidades das patrocinadoras, e orientam a padronização da comunicação visual e sua integração às estruturas e programações oficiais dos eventos.

4.1. Categorias de Cotas

As cotas disponíveis são as seguintes, sendo que as cotas Apresenta (Master) e Ouro permitem a ativação de uma única marca.

Cota	Programação	Qtd.	Valor mínimo (por cota)	Chancela
Apresenta (Master)	Cultural, Réveillon e esportiva	1	R$ 500.000,00	“Apresenta”
Patrocínio	Cultural e Réveillon	4	R$ 300.000,00	“Patrocínio”
Apoio	Cultural e Réveillon	4	R$ 150.000,00	“Apoio”
Ouro	Esportiva	1	R$ 200.000,00	“Ouro”
Prata	Esportiva	4	R$ 100.000,00	“Prata”
Bronze	Esportiva	2	R$ 50.000,00	“Bronze”

As cotas observam a seguinte caracterização:

a) Apresenta (Master): categoria de maior exposição, única que abrange as programações cultural, Réveillon e esportiva. A detentora poderá utilizar a expressão **“Apresentado por [MARCA]”** e terá as exclusividades indicadas no item 4.2.3, como a assinatura do palco, a moldura da câmera do público e a vinheta de oferecimento com áudio;

b) Patrocínio: alta visibilidade na programação cultural e no Réveillon, em posição subsequente à cota Apresenta;

c) Apoio: visibilidade institucional na programação cultural e no Réveillon, em posição subsequente à cota Patrocínio;

d) Ouro: maior visibilidade na programação esportiva depois da cota Apresenta, com direito de nomeação da quadra principal e exclusividade nas camisas dos times de futebol de areia;

e) Prata: visibilidade na programação esportiva, com direito de nomeação de um espaço esportivo por cota. A escolha do espaço observará a ordem de classificação das propostas Prata (maior valor ofertado);

f) Bronze: visibilidade na programação esportiva, em posição subsequente à cota Prata.

A ordem de citação e o peso relativo das marcas nas peças compartilhadas seguem o item 4.2.1, alínea “b”.

4.2. Itens de Aplicação de Marca e Contrapartidas Publicitárias

As medidas eventualmente apresentadas neste tópico são aproximadas, apenas para fins de fixação dos parâmetros e admitem variação, decorrente de ajustes técnicos, preservada a proporção de exposição entre as cotas.

No que tange a aferição do cumprimento, importante ressaltar que as frequências e quantidades previstas para menções, exibições, vinhetas, distribuições e demais entregas recorrentes serão aferidas pelo total do período de cada evento, não por noite, hora ou ação isoladamente, podendo sofrer ajustes técnicos, conforme disposto no item 4.2.13.

4.2.1. CONDIÇÕES DE APLICAÇÃO DAS MARCAS

a) As contrapartidas serão entregues conforme a cota adquirida e os itens expressamente descritos para ela. Quando a peça ou a estrutura for compartilhada, os quantitativos indicam o total de peças ou estruturas em que a marca será aplicada. Nas entregas individuais, o quantitativo indicado corresponde a cada cota adquirida.
b) Nas peças e cartelas compartilhadas, a área relativa por marca observará os seguintes pesos Apresenta 4, Patrocínio 2 e Apoio 1, na **Programação Cultural e no Réveillon**; e Apresenta 4, Ouro 3, Prata 2 e Bronze 1 na **Programação Esportiva**. Os pesos serão ajustados proporcionalmente entre as marcas das cotas contempladas em cada item. Nos suportes comuns às duas programações, cada marca ocupará campo conforme a hierarquia de sua cota e o leiaute aprovado.
c) A identidade visual do evento e as marcas institucionais terão campo próprio. A exclusividade indicada para um retorno se aplica ao campo de marca da peça, ao cenário ou à ação indicada, conforme o caso, preservadas as aplicações institucionais. Os campos de cotas vagas permanecem destinados à identidade do evento.
d) Para os fins deste item, a expressão “organização” designa a CDTIV e os órgãos e empresas por ela indicados para a produção e a operação dos eventos, inclusive a Subsecretaria de Comunicação, no que se refere à coordenação das artes.

4.2.2. PAINÉIS DE LED E REGRAS DE VEICULAÇÃO

Os painéis serão identificados pelos códigos abaixo. As dimensões estão indicadas em largura × altura, por painel, ou por face no caso do cubo. Painéis compartilhados entre cultura e esporte integram uma única estrutura física e são utilizados conforme a programação.

Código	Evento e local	Qtd.	Dimensões
L01	Arena: testeira da arquibancada voltada para a praia	1	30 × 2 m
L02	Arena: lateral da tenda gastronômica	1	48 × 2 m
L03	Arena: telões internos da tenda gastronômica	2	4 × 3 m por painel
L04	Arena: telões laterais do palco	2	3 × 2 m por painel
L05	Arena: telão central interno ao palco	1	4 × 3 m
L06	Arena: tenda com direito de nomeação esportivo	1	4 × 3 m
L07	Arena: cubo na entrada da tenda gastronômica	1	4 faces de 2 × 2 m cada
L08	Réveillon: LED principal do palco	1	16 × 10 m
L09	Réveillon: telões laterais do palco	2	3 × 2 m por painel

a) **Grade publicitária.** A frequência prevista nas contrapartidas de LED será aferida por 60 minutos acumulados de grade publicitária disponível. O cálculo considera o tempo de grade reservado às marcas, sem sobreposição a shows, placares ou informações operacionais.
b) **Envio de arquivos.** A patrocinadora deverá entregar os arquivos com cinco dias de antecedência do respectivo evento. Logomarcas em SVG, PDF vetorial ou PNG com

transparência. Vinhetas em MP4/H.264, a 30 quadros por segundo, com proporção e resolução compatíveis com o mapa de pixels do painel.

c) **Mapa de pixels.** A operação de LED disponibilizará o mapa de pixels após a definição dos módulos. A equipe responsável pela operação adaptará cartelas e vinhetas aos formatos dos painéis, preservando as proporções das marcas.

d) **Operação dos painéis.** Os painéis L01 e L02 operam durante o funcionamento da Arena, nos turnos da manhã e da noite. Os painéis L04 e L05 operam nas noites de shows, às sextas-feiras, sábados e domingos, com público estimado de até 30 mil pessoas por noite. Os painéis L08 e L09 operam na noite de 31 de dezembro de 2026, com público estimado de até 150 mil pessoas. Os períodos de operação de L03, L06 e L07 serão informados pela organização.

4.2.3. COTA APRESENTA (MASTER)

Disponibilidade: 1 cota.

a) PALCO E PROGRAMAÇÃO

- **Assinatura do palco.** Aplicação exclusiva da marca patrocinadora na testeira frontal do palco da Arena, em campo de 3 m × 1 m, integrado à identidade do evento e às marcas institucionais. Exposição durante todo o período de funcionamento da Arena.
- **Menções pelo apresentador dos shows.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos por noite de shows da Arena: abertura, intervalo principal e encerramento. Será utilizada a chancela “Apresenta”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.
- **Distribuição de brindes pelo apresentador dos shows.** Participação em uma ação de distribuição de brindes por noite de shows, conduzida pelo apresentador, com cinco brindes por patrocinadora participante e observância da hierarquia das cotas. A patrocinadora fornecerá os brindes e os entregará à produção até duas horas antes da abertura.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação cultural.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, antes dos shows e nos intervalos, conforme o item 4.2.2.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação cultural.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, conforme o item 4.2.2.
- **Câmera do público nos telões.** Aplicação exclusiva da marca patrocinadora na moldura gráfica da câmera do público, nos dois telões laterais do palco (L04), em três entradas de 30 segundos por noite de shows, em momentos definidos com a direção de palco. A moldura ocupará até 10% da altura da imagem.
- **Vinheta de oferecimento com áudio na abertura.** Exibição exclusiva de uma vinheta de oferecimento de até 30 segundos, com áudio, na abertura de cada noite de shows. Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, inclusive nos painéis da tenda gastronômica, com áudio nos sistemas disponíveis.

b) RÉVEILLON

- **Inserções de marca nos LEDs do Réveillon.** Exibição da marca em cartela coletiva de

Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação antes dos shows e nos intervalos do Réveillon de Camburi, no painel principal do palco e nos dois telões laterais (L08 e L09).

- **Painéis nos gradis de acesso às passarelas.** Aplicação da marca em 40 banners compartilhados de 2 m × 1 m, um por gradil de acesso às passarelas do Réveillon, com dez banners por passarela. Exposição durante a operação do Réveillon, em campo de destaque.
- **Menções pelo apresentador do Réveillon.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos do Réveillon de Camburi: abertura, antes da contagem regressiva e encerramento. Será utilizada a chancela “Apresenta”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.
- **Pórticos das passarelas do Réveillon.** Aplicação da marca nas quatro testeiras compartilhadas de 4 m × 0,5 m instaladas nos pórticos das passarelas do Réveillon. A marca figurará em campo de destaque, com proporção relativa de 4:2 por marca entre Apresenta e Patrocínio.

c) ESPORTE E LAZER

- **Vinhetas no som dos esportes.** Veiculação de vinheta de áudio de 15 segundos da patrocinadora no sistema de som dos esportes, duas vezes por hora de programação esportiva, nos intervalos das atividades, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Arquivo WAV, 48 kHz, a ser entregue à organização com cinco dias de antecedência.
- **Menções pelo apresentador dos esportes.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador dos esportes duas vezes por hora de programação esportiva, na abertura das atividades e nos intervalos, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Será utilizado texto aprovado pela organização, sem interrupção das disputas.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação esportiva.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Ouro, Prata e Bronze, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 que estiverem em operação esportiva, na grade publicitária dos intervalos.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação esportiva.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 em operação esportiva, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze.
- **Placas de delimitação das quadras.** Aplicação da marca em 6 placas impressas de 2 m × 0,7 m por cota, com uma marca patrocinadora por placa. As placas serão fixadas na delimitação das quadras, com a face impressa voltada ao público.
- **Windbanners nos espaços esportivos.** Aplicação da marca em 4 windbanners por cota, com área impressa de 0,8 m × 2,4 m por unidade. As peças serão distribuídas nos acessos e nas laterais dos espaços esportivos.
- **Pódio de entrega de medalhas.** Aplicação da marca em um painel de fundo de 4 m × 2,5 m e uma faixa frontal de 3 m × 0,6 m no pódio de premiações, junto à quadra principal. Exposição nas cerimônias e nos registros fotográficos, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata.

d) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m

× 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.

- **Totens de atendimento "Posso Ajudar".** Aplicação exclusiva da marca em dez totens portáteis da equipe de atendimento, com placa circular de 0,5 m de diâmetro e campo de marca de 0,3 m × 0,12 m. A expressão "Posso Ajudar" permanecerá em destaque. Utilização durante o atendimento ao público.
- **Camisas da equipe "Posso Ajudar" no atendimento noturno.** Aplicação da marca em 40 camisas da equipe noturna "Posso Ajudar", destinadas a 20 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, com Apresenta em destaque. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.
- **Camisas da equipe "Posso Ajudar" no atendimento diurno.** Aplicação da marca em 30 camisas da equipe diurna "Posso Ajudar", destinadas a 15 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.
- **Camisas da equipe de bastidores dos shows.** Aplicação da marca em 60 camisas da equipe de bastidores dos shows, destinadas a 30 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, com Apresenta em destaque. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.

e) EXPERIÊNCIAS NA ARENA

- **Ambientação do acesso aos camarins.** Aplicação da marca em quatro painéis cenográficos compartilhados de 2 m × 1,5 m no corredor de acesso aos camarins e em uma testeira de 3 m × 0,5 m na entrada. Exposição durante a programação de shows, em campo de destaque.
- **Cenário para fotografias no acesso aos camarins.** Aplicação exclusiva da marca em um cenário para fotografias de 3 m × 2,5 m no acesso aos camarins. O campo de marca de 1 m × 0,5 m será integrado à cenografia. O cenário ficará disponível durante a operação dos camarins.
- **Ativação e distribuição de produtos.** Realização de ações promocionais e distribuição de produtos com até três equipes de quatro promotores, por até dez horas diárias. A ação será identificada exclusivamente com a respectiva marca. Materiais e equipes serão de responsabilidade da patrocinadora. A execução ocorrerá em áreas autorizadas, mediante aprovação prévia do projeto, dos locais e dos horários pela organização.
- **Cenários para fotografias.** Aplicação exclusiva da marca em um cenário para fotografias por patrocinadora, com estrutura de 3 m × 2,5 m e campo de marca de 1 m × 0,5 m. Instalação no calçadão ou nos acessos da Arena, em posição definida pela organização conforme a hierarquia das cotas e os fluxos de público.
- **Testeira da tenda gastronômica.** Aplicação da marca em uma testeira de lona de 30 m × 5 m na fachada principal da tenda gastronômica, integrada à identidade do evento, na hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio. A arte será coordenada pela Subcom, e a confecção e a instalação serão providenciadas pela organização.
- **Distribuição de copos com a marca.** Aplicação da marca no verso de copos reutilizáveis de 400 mL, em campo de 6 cm × 6 cm, com temática da cidade na frente. Distribuição de 5.000 copos por ação, em três shows, totalizando 15.000 copos. As datas serão

distribuídas pela organização ao longo da programação, sem sobreposição de marcas no mesmo copo.

f) EXPOSIÇÃO NO ENTORNO

- **Bancos e pontos de descanso.** Aplicação exclusiva da marca em duas ilhas de descanso por cota, com 3 m × 3 m e dois bancos de 2 m por ilha. Em cada ilha, a marca será aplicada em uma testeira de 3 m × 0,4 m e nas duas faces frontais dos bancos, de 2 m × 0,3 m cada. Instalação no calçadão ou nas áreas de circulação da Arena.
- **Faixa da arquibancada voltada ao calçadão.** Aplicação da marca em uma lona compartilhada de 30 m × 2 m na face da arquibancada voltada ao calçadão. Exposição ao público que circula pela orla, conforme a hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio e o leiaute da peça.
- **Pórticos na avenida.** Aplicação da marca em duas testeiras de 26 m × 2 m, uma em cada pórtico da avenida nos acessos ao trecho da Arena, em campo de destaque. Exposição durante a Arena, conforme implantação e dimensionamento das estruturas no projeto técnico e organização do trânsito.
- **Galhardetes nos postes.** Aplicação da marca em 20 galhardetes de 0,6 m × 1,8 m por cota, com uma marca patrocinadora por peça. As peças serão distribuídas alternadamente nos postes do entorno, ao longo dos percursos de chegada.
- **Totens de ponto de encontro e mobilidade.** Aplicação da marca em seis totens compartilhados de 0,8 m × 2 m: dois nos acessos, dois junto à tenda gastronômica e dois próximos aos espaços esportivos. Campo de patrocinadores de 0,8 m × 0,4 m na base, com Apresenta em destaque. Os totens indicarão pontos de encontro, orientação de circulação e informações de mobilidade.
- **Estações de hidratação.** Aplicação da marca em três estações de hidratação, dentre as cinco previstas junto ao acesso principal, à gastronomia e aos espaços esportivos. Cada estação contará com dois pontos de abastecimento de água potável.
- **Testeiras das barracas de alimentação dos ambulantes.** Aplicação da marca em oito testeiras reservadas à cota Apresenta (Master), dentre as 20 peças previstas para as barracas de alimentação dos ambulantes. Cada testeira medirá 3 m × 0,5 m e exibirá uma única marca patrocinadora, além da identidade visual do evento e das marcas institucionais.
- **Painéis em gradis.** Aplicação da marca em 16 painéis de lona de 2 m × 1 m por cota, com uma marca patrocinadora por painel. Instalação nos gradis dos acessos e percursos de circulação do entorno, com exposição durante a Arena.

4.2.4. COTA PATROCÍNIO

Disponibilidade: 4 cotas.

a) PALCO E PROGRAMAÇÃO

- **Menções pelo apresentador dos shows.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos por noite de shows da Arena: abertura, intervalo principal e encerramento. Será utilizada a chancela “Patrocínio”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.
- **Distribuição de brindes pelo apresentador dos shows.** Participação em uma ação de distribuição de brindes por noite de shows, conduzida pelo apresentador, com cinco brindes por patrocinadora participante e observância da hierarquia das cotas. A

patrocinadora fornecerá os brindes e os entregará à produção até duas horas antes da abertura.

- **Inserções de marca nos LEDs da programação cultural.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, antes dos shows e nos intervalos, conforme o item 4.2.2.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação cultural.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, conforme o item 4.2.2.

b) RÉVEILLON

- **Inserções de marca nos LEDs do Réveillon.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação antes dos shows e nos intervalos do Réveillon de Camburi, no painel principal do palco e nos dois telões laterais (L08 e L09).
- **Painéis nos gradis de acesso às passarelas.** Aplicação da marca em 40 banners compartilhados de 2 m × 1 m, um por gradil de acesso às passarelas do Réveillon, com dez banners por passarela. Exposição durante a operação do Réveillon, no bloco secundário de Patrocínio.
- **Menções pelo apresentador do Réveillon.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos do Réveillon de Camburi: abertura, antes da contagem regressiva e encerramento. Será utilizada a chancela “Patrocínio”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.
- **Pórticos das passarelas do Réveillon.** Aplicação da marca nas quatro testeiras compartilhadas de 4 m × 0,5 m instaladas nos pórticos das passarelas do Réveillon. A marca figurará em campo secundário, com proporção relativa de 4:2 por marca entre Apresenta e Patrocínio.

c) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m × 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.
- **Camisas da equipe “Posso Ajudar” no atendimento noturno.** Aplicação da marca em 40 camisas da equipe noturna “Posso Ajudar”, destinadas a 20 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, com a marca no bloco secundário de Patrocínio. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.
- **Camisas da equipe de bastidores dos shows.** Aplicação da marca em 60 camisas da equipe de bastidores dos shows, destinadas a 30 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, com a marca no bloco secundário de Patrocínio. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.

d) **EXPERIÊNCIAS NA ARENA**

- **Ambientação do acesso aos camarins.** Aplicação da marca em quatro painéis cenográficos compartilhados de 2 m × 1,5 m no corredor de acesso aos camarins e em uma testeira de 3 m × 0,5 m na entrada. Exposição durante a programação de shows, no bloco secundário de Patrocínio.
- **Ativação e distribuição de produtos.** Realização de ações promocionais e distribuição de produtos com uma equipe de até quatro promotores por patrocinadora, por até quatro horas diárias. A ação será identificada exclusivamente com a respectiva marca. Materiais e equipes serão de responsabilidade da patrocinadora. A execução ocorrerá em áreas autorizadas, mediante aprovação prévia do projeto, dos locais e dos horários pela organização.
- **Cenários para fotografias.** Aplicação exclusiva da marca em um cenário para fotografias por patrocinadora, com estrutura de 3 m × 2,5 m e campo de marca de 1 m × 0,5 m. Instalação no calçadão ou nos acessos da Arena, em posição definida pela organização conforme a hierarquia das cotas e os fluxos de público.
- **Testeira da tenda gastronômica.** Aplicação da marca em uma testeira de lona de 30 m × 5 m na fachada principal da tenda gastronômica, integrada à identidade do evento, na hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio. A arte será coordenada pela Subcom, e a confecção e a instalação serão providenciadas pela organização.
- **Distribuição de copos com a marca.** Aplicação da marca no verso de copos reutilizáveis de 400 mL, em campo de 6 cm × 6 cm, com temática da cidade na frente. Distribuição de 5.000 copos por ação, em dois shows por patrocinadora, totalizando 10.000 copos por cota. As datas serão distribuídas pela organização ao longo da programação, sem sobreposição de marcas no mesmo copo.

e) **EXPOSIÇÃO NO ENTORNO**

- **Bancos e pontos de descanso.** Aplicação exclusiva da marca em uma ilha de descanso por cota, com 3 m × 3 m e dois bancos de 2 m por ilha. Em cada ilha, a marca será aplicada em uma testeira de 3 m × 0,4 m e nas duas faces frontais dos bancos, de 2 m × 0,3 m cada. Instalação no calçadão ou nas áreas de circulação da Arena.
- **Faixa da arquibancada voltada ao calçadão.** Aplicação da marca em uma lona compartilhada de 30 m × 2 m na face da arquibancada voltada ao calçadão. Exposição ao público que circula pela orla, conforme a hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio e o leiaute da peça.
- **Pórticos na avenida.** Aplicação da marca em duas testeiras de 26 m × 2 m, uma em cada pórtico da avenida nos acessos ao trecho da Arena, no bloco secundário de Patrocínio. Exposição durante a Arena, conforme implantação e dimensionamento das estruturas no projeto técnico e organização do trânsito.
- **Galhardetes nos postes.** Aplicação da marca em 8 galhardetes de 0,6 m × 1,8 m por cota, com uma marca patrocinadora por peça. As peças serão distribuídas alternadamente nos postes do entorno, ao longo dos percursos de chegada.
- **Totens de ponto de encontro e mobilidade.** Aplicação da marca em seis totens compartilhados de 0,8 m × 2 m: dois nos acessos, dois junto à tenda gastronômica e dois próximos aos espaços esportivos. Campo de patrocinadores de 0,8 m × 0,4 m na base, com a marca no bloco secundário de Patrocínio. Os totens indicarão pontos de encontro, orientação de circulação e informações de mobilidade.

- **Testeiras das barracas de alimentação dos ambulantes.** Aplicação da marca em três testeiras reservadas a cada cota Patrocínio, dentre as 20 peças previstas para as barracas de alimentação dos ambulantes. Cada testeira medirá 3 m × 0,5 m e exibirá uma única marca patrocinadora, além da identidade visual do evento e das marcas institucionais.
- **Painéis em gradis.** Aplicação da marca em 6 painéis de lona de 2 m × 1 m por cota, com uma marca patrocinadora por painel. Instalação nos gradis dos acessos e percursos de circulação do entorno, com exposição durante a Arena.

4.2.5. COTA APOIO

Disponibilidade: 4 cotas.

a) PALCO E PROGRAMAÇÃO

- **Menções pelo apresentador dos shows.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos por noite de shows da Arena: abertura, intervalo principal e encerramento. Será utilizada a chancela “Apoio”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.
- **Distribuição de brindes pelo apresentador dos shows.** Participação em uma ação de distribuição de brindes por noite de shows, conduzida pelo apresentador, com cinco brindes por patrocinadora participante e observância da hierarquia das cotas. A patrocinadora fornecerá os brindes e os entregará à produção até duas horas antes da abertura.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação cultural.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, antes dos shows e nos intervalos, conforme o item 4.2.2.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação cultural.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L05 e L07, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, conforme o item 4.2.2.

b) REVEILLON

- **Inserções de marca nos LEDs do Réveillon.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Patrocínio e Apoio, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação antes dos shows e nos intervalos do Réveillon de Camburi, no painel principal do palco e nos dois telões laterais (L08 e L09).
- **Menções pelo apresentador do Réveillon.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador em três momentos do Réveillon de Camburi: abertura, antes da contagem regressiva e encerramento. Será utilizada a chancela “Apoio”, na ordem Apresenta, Patrocínio e Apoio, com texto aprovado pela organização.

c) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m × 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.

d) EXPERIÊNCIAS NA ARENA

- **Testeira da tenda gastronômica.** Aplicação da marca em uma testeira de lona de 30 m × 5 m na fachada principal da tenda gastronômica, integrada à identidade do evento, na hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio. A arte será coordenada pela Subcom, e a confecção e a instalação serão providenciadas pela organização.

e) EXPOSIÇÃO NO ENTORNO

- **Faixa da arquibancada voltada ao calçadão.** Aplicação da marca em uma lona compartilhada de 30 m × 2 m na face da arquibancada voltada ao calçadão. Exposição ao público que circula pela orla, conforme a hierarquia Apresenta, Patrocínio e Apoio e o leiaute da peça.

4.2.6. COTA OURO

Disponibilidade: 1 cota.

a) ESPORTE E LAZER

- **Direito de nomear espaços esportivos (naming rights).** Direito de associar o nome da patrocinadora à quadra principal da Arena. A denominação será aplicada na sinalização do espaço, na programação oficial e nas menções do respectivo apresentador durante a Arena.
- **Vinhetas no som dos esportes.** Veiculação de vinheta de áudio de 15 segundos da patrocinadora no sistema de som dos esportes, duas vezes por hora de programação esportiva, nos intervalos das atividades, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Arquivo WAV, 48 kHz, a ser entregue à organização com cinco dias de antecedência.
- **Menções pelo apresentador dos esportes.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador dos esportes duas vezes por hora de programação esportiva, na abertura das atividades e nos intervalos, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Será utilizado texto aprovado pela organização, sem interrupção das disputas.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação esportiva.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Ouro, Prata e Bronze, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 que estiverem em operação esportiva, na grade publicitária dos intervalos.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação esportiva.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 em operação esportiva, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze.
- **Placas de delimitação das quadras.** Aplicação da marca em 6 placas impressas de 2 m × 0,7 m por cota, com uma marca patrocinadora por placa. As placas serão fixadas na delimitação das quadras, com a face impressa voltada ao público.
- **Sinalização dos espaços esportivos nos dias de esporte.** Aplicação da denominação da patrocinadora em uma placa de identificação em lona impressa de 2 m × 1 m, instalada na entrada da quadra principal. Exposição nos dias da programação esportiva, conforme o direito de nomeação do espaço.
- **Windbanners nos espaços esportivos.** Aplicação da marca em 4 windbanners por cota, com área impressa de 0,8 m × 2,4 m por unidade. As peças serão distribuídas nos

acessos e nas laterais dos espaços esportivos.

- **Pódio de entrega de medalhas.** Aplicação da marca em um painel de fundo de 4 m × 2,5 m e uma faixa frontal de 3 m × 0,6 m no pódio de premiações, junto à quadra principal. Exposição nas cerimônias e nos registros fotográficos, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata.
- **Camisas dos times de futebol de areia.** Aplicação exclusiva da marca Ouro nas costas de 300 camisas dos times de futebol de areia, em campo de 25 cm × 10 cm abaixo da numeração. A grade de tamanhos será coletada junto às equipes inscritas antes da confecção. As peças serão utilizadas pelos atletas durante a programação, preservadas as identificações esportivas e os uniformes institucionais.

b) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m × 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.
- **Camisas da equipe "Posso Ajudar" no atendimento diurno.** Aplicação da marca em 30 camisas da equipe diurna "Posso Ajudar", destinadas a 15 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.

c) EXPERIÊNCIAS NA ARENA

- **Ativação e distribuição de produtos.** Realização de ações promocionais e distribuição de produtos com uma equipe de até quatro promotores por patrocinadora, por até quatro horas diárias. A ação será identificada exclusivamente com a respectiva marca. Materiais e equipes serão de responsabilidade da patrocinadora. A execução ocorrerá em áreas autorizadas, mediante aprovação prévia do projeto, dos locais e dos horários pela organização.
- **Cenários para fotografias.** Aplicação exclusiva da marca em um cenário para fotografias por patrocinadora, com estrutura de 3 m × 2,5 m e campo de marca de 1 m × 0,5 m. Instalação no calçadão ou nos acessos da Arena, em posição definida pela organização conforme a hierarquia das cotas e os fluxos de público.

d) EXPOSIÇÃO NO ENTORNO

- **Bancos e pontos de descanso.** Aplicação exclusiva da marca em uma ilha de descanso por cota, com 3 m × 3 m e dois bancos de 2 m por ilha. Em cada ilha, a marca será aplicada em uma testeira de 3 m × 0,4 m e nas duas faces frontais dos bancos, de 2 m × 0,3 m cada. Instalação no calçadão ou nas áreas de circulação da Arena.
- **Galhardetes nos postes.** Aplicação da marca em 8 galhardetes de 0,6 m × 1,8 m por cota, com uma marca patrocinadora por peça. As peças serão distribuídas alternadamente nos postes do entorno, ao longo dos percursos de chegada.
- **Estações de hidratação.** Aplicação da marca em duas estações de hidratação, dentre as cinco previstas junto ao acesso principal, à gastronomia e aos espaços esportivos. Cada estação contará com dois pontos de abastecimento de água potável.

4.2.7. COTA PRATA

Disponibilidade: 4 cotas.

a) ESPORTE E LAZER

- **Direito de nomear espaços esportivos (naming rights).** Direito de associar o nome da patrocinadora a um espaço esportivo por cota, dentre a quadra complementar 1, a quadra complementar 2, a tenda de atividades e a área de modalidades no mar. A denominação será aplicada na sinalização do espaço, na programação oficial e nas menções do respectivo apresentador durante a Arena.
- **Vinhetas no som dos esportes.** Veiculação de vinheta de áudio de 15 segundos da patrocinadora no sistema de som dos esportes, duas vezes por hora de programação esportiva, nos intervalos das atividades, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Arquivo WAV, 48 kHz, a ser entregue à organização com cinco dias de antecedência.
- **Menções pelo apresentador dos esportes.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador dos esportes duas vezes por hora de programação esportiva, na abertura das atividades e nos intervalos, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Será utilizado texto aprovado pela organização, sem interrupção das disputas.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação esportiva.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Ouro, Prata e Bronze, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 que estiverem em operação esportiva, na grade publicitária dos intervalos.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação esportiva.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 em operação esportiva, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze.
- **Placas de delimitação das quadras.** Aplicação da marca em 4 placas impressas de 2 m × 0,7 m por cota, com uma marca patrocinadora por placa. As placas serão fixadas na delimitação das quadras, com a face impressa voltada ao público.
- **Sinalização dos espaços esportivos nos dias de esporte.** Aplicação da denominação da patrocinadora em uma placa de identificação em lona impressa de 2 m × 1 m, instalada na entrada do espaço esportivo vinculado à respectiva cota Prata. Exposição nos dias da programação esportiva, conforme o direito de nomeação do espaço.
- **Windbanners nos espaços esportivos.** Aplicação da marca em 2 windbanners por cota, com área impressa de 0,8 m × 2,4 m por unidade. As peças serão distribuídas nos acessos e nas laterais dos espaços esportivos.
- **Pódio de entrega de medalhas.** Aplicação da marca em um painel de fundo de 4 m × 2,5 m e uma faixa frontal de 3 m × 0,6 m no pódio de premiações, junto à quadra principal. Exposição nas cerimônias e nos registros fotográficos, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata.

b) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m × 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.
- **Camisas da equipe “Posso Ajudar” no atendimento diurno.** Aplicação da marca em

30 camisas da equipe diurna “Posso Ajudar”, destinadas a 15 profissionais, com duas peças por pessoa. O campo compartilhado de patrocinadores medirá 28 cm × 12 cm nas costas, conforme a hierarquia Apresenta, Ouro e Prata. A grade será coletada junto à equipe antes da confecção.

c) EXPERIÊNCIAS NA ARENA

- **Ativação e distribuição de produtos.** Realização de ações promocionais e distribuição de produtos com uma equipe de até quatro promotores por patrocinadora, por até quatro horas diárias. A ação será identificada exclusivamente com a respectiva marca. Materiais e equipes serão de responsabilidade da patrocinadora. A execução ocorrerá em áreas autorizadas, mediante aprovação prévia do projeto, dos locais e dos horários pela organização.

4.2.8. COTA BRONZE

Disponibilidade: 2 cotas.

a) ESPORTE E LAZER

- **Vinhetas no som dos esportes.** Veiculação de vinheta de áudio de 15 segundos da patrocinadora no sistema de som dos esportes, duas vezes por hora de programação esportiva, nos intervalos das atividades, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Arquivo WAV, 48 kHz, a ser entregue à organização com cinco dias de antecedência.
- **Menções pelo apresentador dos esportes.** Menção verbal à patrocinadora pelo apresentador dos esportes duas vezes por hora de programação esportiva, na abertura das atividades e nos intervalos, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze. Será utilizado texto aprovado pela organização, sem interrupção das disputas.
- **Inserções de marca nos LEDs da programação esportiva.** Exibição da marca em cartela coletiva de Apresenta, Ouro, Prata e Bronze, com duração de 15 segundos, a cada três minutos de grade publicitária (20 exibições por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 que estiverem em operação esportiva, na grade publicitária dos intervalos.
- **Vinhetas sem áudio nos LEDs da programação esportiva.** Exibição de uma vinheta da patrocinadora, de 15 segundos e sem áudio, a cada ciclo de 15 minutos de grade publicitária (quatro exibições por marca por hora de grade). Veiculação nos painéis L01 a L07 em operação esportiva, na ordem Apresenta, Ouro, Prata e Bronze.
- **Placas de delimitação das quadras.** Aplicação da marca em 2 placas impressas de 2 m × 0,7 m por cota, com uma marca patrocinadora por placa. As placas serão fixadas na delimitação das quadras, com a face impressa voltada ao público.
- **Windbanners nos espaços esportivos.** Aplicação da marca em 2 windbanners por cota, com área impressa de 0,8 m × 2,4 m por unidade. As peças serão distribuídas nos acessos e nas laterais dos espaços esportivos.

b) CONFORTO E ATENDIMENTO

- **Lixeiras e coleta seletiva.** Aplicação da marca em 40 adesivos compartilhados de 0,4 m × 0,5 m, um por lixeira ou recipiente de coleta seletiva, distribuídos nos acessos e nas áreas de gastronomia e de esportes. O leiaute observará a hierarquia das cotas contempladas e preservará a identificação dos resíduos.

4.2.9. COMERCIALIZAÇÕES AVULSAS

Cada oferta avulsa tem valor fixo de R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), adicional ao valor da cota.

a) ATIVAÇÃO EM ESTANDE CENOGRÁFICO

A CDTIV disponibilizará à patrocinadora um estande cenográfico montado na Arena de Verão. O projeto será alinhado entre a CDTIV e a patrocinadora após a formalização da contratação, observadas as características do espaço e a operação do evento.

A montagem da estrutura cenográfica é de responsabilidade da CDTIV. A criação e a execução da ação dentro do estande, a equipe de atendimento e o fornecimento de produtos, materiais, insumos e equipamentos específicos da marca são de responsabilidade da patrocinadora, incluindo, por exemplo, chopeiras quando a ação envolver serviço de chope.
A comercialização de produtos nos estandes, inclusive de bebidas alcoólicas, será admitida exclusivamente quanto aos produtos da própria marca patrocinadora, como parte do projeto de ativação aprovado pela CDTIV, restrita ao estande e ao período da ativação. A comercialização não confere exclusividade de venda no evento nem implica participação da CDTIV na receita, cabendo à patrocinadora a obtenção das licenças exigíveis, a emissão dos documentos fiscais e o cumprimento da legislação sanitária e de defesa do consumidor. A venda ou o fornecimento de bebida alcoólica observará a vedação a menores de 18 (dezoito) anos (arts. 81, II, e 243 da Lei nº 8.069/1990), cabendo à patrocinadora o controle de idade.

A oferta é exclusiva das seguintes cotas, com os limites por cota adquirida: até 3 ativações para Apresenta (Master), 2 para Patrocínio, 1 para Apoio e 2 para Ouro. O valor de R$ 50.000,00 é devido por ativação contratada.

b) JOGO DAS ESTRELAS

Patrocínio específico do Jogo das Estrelas, previsto para 7 de janeiro de 2027, com direito de associar a marca à denominação oficial da partida (naming rights), na programação do evento e nas menções do apresentador referentes ao jogo.

A contrapartida inclui aplicação da marca nos uniformes utilizados pelos atletas e na rede da partida, conforme leiaute aprovado pela organização, preservadas a visibilidade e a funcionalidade do equipamento.

c) OCTÓGONO

Patrocínio específico da programação de lutas do Octógono, em 14 de janeiro de 2027, com aplicação da marca nas faixas horizontais superiores que contornam o Octógono e nos revestimentos verticais de proteção dos postes. A marca ficará exposta durante a programação de lutas, conforme leiaute aprovado pela organização, preservadas as identificações institucionais e as condições de segurança da estrutura.

O Jogo das Estrelas e o Octógono serão comercializados separadamente, para uma marca patrocinadora por ação, sem consumir os limites de ativação em estande cenográfico.

Havendo mais de uma patrocinadora interessada na mesma oferta avulsa do Jogo das Estrelas ou do Octógono, terá preferência aquela que tiver adquirido a cota de maior valor mínimo, conforme a ordem do item 11; sendo as interessadas da mesma categoria, terá preferência a que tiver ofertado o maior valor pela cota; persistindo o empate, a seleção será realizada por sorteio.

4.2.10. DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

As marcas das patrocinadoras serão aplicadas, conforme a hierarquia das cotas, em backdrops de imprensa e fotos oficiais, peças gráficas de divulgação, site oficial e redes sociais dos eventos e materiais audiovisuais institucionais, quando produzidos pela organização. Nas peças

comuns às duas programações, a ordem será Apresenta, seguida das cotas da programação a que a peça

se refere.

4.2.11. DISPOSIÇÕES COMUNS ÀS ATIVAÇÕES

a) Estandes, cenários e ativações dependem de aprovação prévia do projeto técnico e criativo pela CDTIV, com entrega do material completo até 5 (cinco) dias antes do início do respectivo evento.
b) A produção, montagem, desmontagem, equipes, produtos e brindes das ativações são de responsabilidade da patrocinadora, ressalvada a estrutura do estande cenográfico prevista no item 4.2.9, “a”;
c) A CDTIV poderá vetar ou suspender ações que interfiram na operação do evento, na segurança do público ou que contrariem a legislação.

4.2.12. COTAS NÃO COMERCIALIZADAS

Os espaços, campos e tempos de veiculação de cotas não comercializadas serão destinados à identidade visual do evento ou à comunicação institucional da CDTIV/Prefeitura de Vitória, sem redistribuição às demais patrocinadoras.

4.2.13. AJUSTES TÉCNICOS

Ajustes de leiaute, dimensão, localização, frequência, **datas, horários e atrações** poderão ser realizados pela organização, por motivos técnicos, operacionais, **climáticos**, de segurança, **de alteração da programação** ou de força maior. Serão preservados a proporção de exposição entre as cotas e o volume total de entregas, mediante redistribuição nas demais datas. A patrocinadora será comunicada com antecedência mínima de 5 (cinco) dias, salvo situação emergencial.

locais contemplados

a) Praia de Camburi – área do Réveillon, incluindo palco, passarelas, pórticos e gradis de acesso;
b) Praia de Camburi – área da Arena de Verão (entre os quiosques 04 e 05): palco, arquibancada, tenda gastronômica, acesso aos camarins, espaços esportivos (quadra principal, quadras complementares 1 e 2, tenda de atividades e área de modalidades no mar) e áreas de convivência;
c) Entorno da Arena: calçadão, pórticos da avenida, postes, gradis, acessos e percursos de circulação do público;
d) Painéis de LED, sistemas de som e suportes audiovisuais dos eventos.

5. REQUISITOS PARA PARTICIPAÇÃO

Poderão participar pessoas jurídicas de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, que atendam às condições deste Termo de Referência.

Não poderão participar:

a) empresas ou entidades declaradas inidôneas ou suspensas de contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os efeitos da sanção;
b) empresas em falência, dissolução ou liquidação;
c) empresas com débitos inadimplidos perante a Fazenda Federal, o Município de Vitória ou a CDTIV;
d) empresas cuja atividade principal seja a fabricação, a importação ou a comercialização de produtos fumígenos, inclusive dispositivos eletrônicos para fumar, cujo patrocínio de atividade cultural ou esportiva é vedado pelo art. 3º-A, V, da Lei nº 9.294/1996, de

conteúdo adulto ou de armas e munições;

e) partidos políticos, candidatos, organizações religiosas e entidades a eles vinculadas, em observância aos arts. 19, I, e 37, caput, da Constituição Federal;

f) proponentes enquadradas nas vedações do art. 38 da Lei nº 13.303/2016, inclusive as relativas a administradores e empregados da CDTIV e seus parentes, ou em situação de conflito de interesses;

g) pessoas jurídicas condenadas, por decisão transitada em julgado, por ato de improbidade administrativa ou por crime contra a Administração Pública;

h) pessoas jurídicas que tenham tido prestação de contas reprovada perante órgão ou entidade da Administração Pública Municipal.

A participação implica aceitação integral das normas deste Termo de Referência, do edital de chamamento e de seus anexos.

6. DOCUMENTOS EXIGIDOS

As propostas serão enviadas exclusivamente em formato digital, pelo Sistema de Informações de Processos Administrativos – SIPAD ou pelo e-mail **patrocinio@cdtiv.com.br**, com os seguintes documentos:

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, com eventuais alterações;

b) comprovante de inscrição no CNPJ;

c) certidão de regularidade relativa a tributos federais e à Dívida Ativa da União;

d) certidão de regularidade relativa a tributos municipais;

e) certidão de regularidade perante o FGTS;

f) declaração de que não emprega menor, nos termos do art. 7º, XXXIII, da Constituição Federal;

g) declaração de inexistência dos impedimentos previstos no item 5;

h) proposta de patrocínio, indicando a(s) cota(s) pretendida(s), o valor ofertado para cada uma, não inferior ao mínimo do item 11, as ofertas avulsas de interesse e a concordância com as contrapartidas.

Os documentos poderão ser apresentados em cópia digital legível. A autenticidade das certidões será verificada nos sítios dos órgãos emissores, podendo a CDTIV solicitar originais em diligência.

A ausência ou irregularidade de documento implicará a inabilitação da proponente, admitido o saneamento de falhas formais em diligência, a critério da Comissão de Avaliação.

7. AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DAS PROPOSTAS

A Comissão de Avaliação e Seleção, designada por Portaria da CDTIV, analisará as propostas quanto ao valor ofertado e à adequação às cotas.

7.1. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO:

a) maior valor ofertado por cota, respeitados os valores mínimos do item 11;

b) nas categorias com mais de uma cota, as propostas serão classificadas em ordem decrescente de valor, e as cotas serão atribuídas até o limite disponível, pagando cada patrocinadora o valor que ofertou;

c) em caso de empate, será realizado sorteio, nos termos do art. 55, IV, da Lei nº 13.303/2016.

As ofertas avulsas têm valor fixo e somente poderão ser adquiridas por patrocinadoras selecionadas para ao menos uma cota, observados os limites e os critérios de preferência e de sorteio previstos no item 4.2.9. Para fins de preferência, a patrocinadora detentora de mais de uma cota será considerada pela cota de maior valor.

8. OBRIGAÇÕES DAS PATROCINADORAS

As patrocinadoras obrigam-se a:

a) efetuar o pagamento da cota e das ofertas avulsas nas condições dispostas neste Termo de Referência, na seguinte conta corrente:
TITULAR: Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória
BANCO: BANESTES
AGÊNCIA: 0236
CONTA CORRENTE: 40.698.664

b) entregar logomarcas, vinhetas e arquivos de áudio nos formatos e prazos dos itens 4.2.2 e 16, bem como dos itens de contrapartida correspondentes;

c) fornecer os brindes das ações conduzidas pelos apresentadores até duas horas antes da abertura de cada noite de shows;

d) responsabilizar-se pelas equipes, materiais, produtos e insumos de suas ativações, inclusive as do estande cenográfico;

e) respeitar as diretrizes de identidade visual da Prefeitura Municipal de Vitória/CDTIV;

f) obter prévia autorização da CDTIV para qualquer ação promocional nos eventos;

g) observar a legislação publicitária, sanitária, de defesa do consumidor e de segurança aplicável às suas ações;

h) assumir os encargos fiscais, trabalhistas e previdenciários decorrentes de suas ativações;

i) indenizar a CDTIV e o Município por danos causados por suas ações ou omissões.

É vedada cessão ou transferência do Termo de Patrocínio sem prévia anuência da CDTIV.

9. OBRIGAÇÕES DA CDTIV

A CDTIV obriga-se a:

a) entregar, por si ou empresas contratadas, as contrapartidas, conforme a cota adquirida;

b) fiscalizar a execução das contrapartidas;

c) encaminhar à patrocinadora, após os eventos, relatório de comprovação das contrapartidas, com registros fotográficos e as estimativas de público disponíveis;

integrar as marcas patrocinadoras de forma harmônica com a identidade oficial dos eventos;

d) comunicar alterações na programação ou nas estruturas com antecedência mínima de 5 (cinco) dias, salvo situação emergencial;

e) emissão da nota fiscal correspondente a cada pagamento efetuado pela Patrocinadora.

10. CONTRAPARTIDAS

As contrapartidas são as descritas no item 4.2, proporcionais à cota adquirida.

A CDTIV poderá ajustar as contrapartidas em caso de alteração da cenografia ou da programação, mantida a proporcionalidade entre as cotas e comunicadas previamente as patrocinadoras.

Não serão devidas contrapartidas além das previstas, bem como é de se esclarecer que o patrocínio não confere exclusividade setorial; a exclusividade indicada em itens do 4.2 restringe-se ao campo de marca da peça, ao cenário ou à ação, nos termos do item 4.2.1, alínea “c”.

Na impossibilidade de entrega de contrapartida específica por motivo técnico, climático ou de segurança, a CDTIV oferecerá contrapartida equivalente, ajustada com a patrocinadora.

Caso o Termo de Patrocínio seja assinado em data que inviabilize a entrega das contrapartidas

do Réveillon de Camburi 2027, estas serão substituídas por contrapartidas equivalentes na Arena de Verão 2027, ajustadas por escrito com a patrocinadora, ou, não sendo possível ou aceita a substituição, abatidas proporcionalmente do valor da cota.

Haverá abatimento proporcional do valor devido pela patrocinadora, ou restituição do valor correspondente, quando:

a) não for possível oferecer a contrapartida equivalente ou a patrocinadora recusar, justificadamente, a contrapartida oferecida;
b) a contrapartida deixar de ser entregue, no todo ou em parte, por fato imputável à CDTIV ou aos órgãos e empresas por ela indicados para a execução dos eventos;
c) os eventos forem cancelados, no todo ou em parte, por caso fortuito ou força maior.

O valor a abater ou restituir será apurado da seguinte forma:

a) para as ofertas avulsas, corresponderá ao valor integral de cada ativação ou ação não realizada;
b) para as contrapartidas da cota, o valor da cota será dividido igualmente entre os itens de contrapartida previstos para ela no item 4.2, aplicando-se, sobre a parcela de cada item não entregue ou entregue a menor, o percentual de inexecução;
c) nas entregas recorrentes (menções, exibições, vinhetas e distribuições), o percentual de inexecução será a relação entre a quantidade não entregue e a quantidade total prevista para o período do evento.

As ocorrências serão registradas pelo fiscal e consolidadas no relatório de comprovação das contrapartidas previsto no item 9. A patrocinadora poderá manifestar-se no prazo de 5 (cinco) dias úteis do recebimento do relatório, e o gestor decidirá de forma motivada.

O abatimento será feito nas parcelas vincendas. Se o valor já tiver sido pago, a restituição ocorrerá em até 30 (trinta) dias da decisão, com correção monetária pelo IPCA desde a data do pagamento.

Não haverá abatimento nem restituição quando a falha decorrer de fato imputável à patrocinadora, inclusive o atraso ou a inadequação na entrega de logomarcas, vinhetas, arquivos, brindes ou materiais de ativação, nem nos ajustes técnicos que preservem o volume total de entregas, nos termos do item 4.2.13.

O abatimento ou a restituição previstos neste item constituem a compensação integral pela contrapartida não entregue e limitam-se ao valor da cota e das ofertas avulsas contratadas.

11. VALORES DAS COTAS E DAS OFERTAS AVULSAS

11.1. VALORES MÍNIMOS DAS COTAS:

a) Apresenta (Master) – 1 cota: R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais);
b) Patrocínio – 4 cotas: R$ 300.000,00 (trezentos mil reais) cada;
c) Apoio – 4 cotas: R$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) cada;
d) Ouro – 1 cota: R$ 200.000,00 (duzentos mil reais);
e) Prata – 4 cotas: R$ 100.000,00 (cem mil reais) cada;
f) Bronze – 2 cotas: R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) cada.

Cada oferta avulsa tem valor fixo de R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), adicional ao valor da cota. No estande cenográfico, o valor é devido por ativação contratada.

As propostas deverão ofertar valores iguais ou superiores aos mínimos, sendo o julgamento baseado no maior valor ofertado.

A proponente poderá apresentar proposta para mais de uma cota, inclusive de programações

distintas.

Não haverá devolução dos valores pagos, exceto em caso de cancelamento dos eventos por caso fortuito ou força maior, hipótese em que será reembolsado o valor proporcional às contrapartidas não entregues, nos termos do item 10.

12. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado mediante depósito ou transferência para a conta indicada no item 8, em parcela única ou em até 8 (oito) parcelas mensais, iguais e sucessivas, conforme opção da patrocinadora manifestada na proposta. A parcela única ou a primeira parcela (entrada) vencerá, também à escolha da patrocinadora, em 10 (dez), 40 (quarenta) ou 60 (sessenta) dias da assinatura do Termo de Patrocínio, e as demais, a cada 30 (trinta) dias do vencimento da anterior.

A forma de pagamento e o vencimento da entrada deverão ser indicados na proposta; na ausência de indicação, o pagamento será exigível em parcela única, com vencimento em 10 (dez) dias da assinatura do Termo de Patrocínio.

Os valores das ofertas avulsas seguem as mesmas condições de pagamento da cota.

O atraso sujeitará a patrocinadora a multa moratória de 2% (dois por cento) sobre a parcela em atraso, juros de mora de 1% (um por cento) ao mês e correção monetária pelo IPCA, sem prejuízo das sanções do item 14.

O inadimplemento de qualquer parcela autoriza a CDTIV a suspender a entrega das contrapartidas até a regularização do pagamento, sem prejuízo dos encargos moratórios e das sanções previstas no item 14, não cabendo, nesse caso, abatimento ou restituição pelas contrapartidas não entregues durante a suspensão.

13. VIGÊNCIA

O Termo de Patrocínio vigorará da assinatura até 30 de outubro de 2027, abrangendo preparação, execução, pagamento e relatório pós-eventos.

A vigência poderá ser prorrogada por termo aditivo em caso de adiamento dos eventos, mantidas as demais condições.

14. PENALIDADES

Pela inexecução total ou parcial das obrigações, a patrocinadora ficará sujeita, garantidos o contraditório e a ampla defesa, às seguintes sanções, nos termos do art. 83 da Lei nº 13.303/2016 e do RILC:

- **a)** advertência, pelo atraso na entrega de logomarcas, vinhetas ou arquivos de áudio que não comprometa a veiculação das contrapartidas, ou pela inobservância das diretrizes de identidade visual sanada após notificação;
- **b)** multa, calculada sobre o valor global da cota adquirida, de: (i) 2% (dois por cento), pela reincidência em conduta punida com advertência ou pela realização de ação promocional sem prévia autorização da CDTIV; (ii) 5% (cinco por cento), pelo descumprimento da legislação sanitária, de defesa do consumidor ou de segurança nas ativações, ou pelo atraso na entrega de materiais que impeça a veiculação de contrapartida; (iii) 10% (dez por cento), pelo inadimplemento de parcela por mais de 30 (trinta) dias, pela cessão do

Termo de Patrocínio sem anuência ou por conduta que cause dano à imagem institucional da CDTIV ou do Município de Vitória;

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CDTIV, por até 2 (dois) anos, pelo inadimplemento por mais de 60 (sessenta) dias, pela apresentação de documento ou declaração falsa ou por conduta que cause dano grave à imagem institucional da CDTIV ou do Município de Vitória, cumulável com a rescisão do Termo de Patrocínio.

A multa independe dos encargos moratórios do item 12, e seu somatório não excederá 20% (vinte por cento) do valor global da cota. As sanções de advertência e de suspensão poderão ser aplicadas juntamente com a de multa.

Na dosimetria, serão considerados a natureza e a gravidade da infração, os prejuízos causados, a reincidência e as circunstâncias atenuantes ou agravantes.

A aplicação de sanção será precedida de notificação para defesa prévia, no prazo de 10 (dez) dias úteis (art. 83, § 2º, da Lei nº 13.303/2016). Da decisão caberá recurso à autoridade máxima da CDTIV, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, conforme o RILC.

A multa será paga em até 10 (dez) dias úteis da notificação da decisão definitiva e, não sendo paga, será cobrada judicialmente.

Na rescisão por culpa da patrocinadora, não haverá reembolso dos valores pagos.

15. FISCALIZAÇÃO

A CDTIV designará empregado(a) responsável pelo acompanhamento e pela fiscalização do Termo de Patrocínio, nos termos do Regulamento de Patrocínios, cabendo-lhe acompanhar a entrega das contrapartidas, validar leiautes, ativações e instalações, registrar não conformidades, emitir notificações, acompanhar os pagamentos e comunicar irregularidades à autoridade competente.

I. **GESTOR**: PAULO FERNANDO BIASATTI ALVARENGA, Gerente de Negócios, responsável pela coordenação, acompanhamento e gestão geral das obrigações pactuadas, bem como pelo relacionamento institucional com as empresas patrocinadoras;

II. **FISCAL**: VICTOR BAIÃO TAVARES, Gerente de Turismo, responsável pela fiscalização do cumprimento das obrigações assumidas pelas partes, pelo acompanhamento, registro e validação dos materiais de divulgação das marcas patrocinadoras, bem como pela verificação das contrapartidas publicitárias e demais entregas previstas neste Termo de Referência.

Compete aos responsáveis, no âmbito de suas atribuições, observar o disposto no Regulamento Interno de Patrocínio da CDTIV, mantendo os registros necessários ao acompanhamento e à comprovação da execução das obrigações pactuadas.

Caberá ao fiscal:

a) acompanhar a execução das contrapartidas;
b) validar layouts, ativações e instalações;
c) registrar não conformidades;
d) emitir notificações quando necessário;
e) assegurar aderência às condições pactuadas;
f) comunicar a autoridade competente em caso de irregularidades.

16. REQUISITOS OBRIGATÓRIOS DE APLICAÇÃO DE MARCA

A marca da patrocinadora será exibida em conjunto com as marcas institucionais da Prefeitura Municipal de Vitória e da CDTIV, conforme as contrapartidas do item 4.2.

A criação e a produção das peças oficiais de comunicação visual caberão à Subsecretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Vitória. A confecção, a instalação e a veiculação caberão à organização, observados a ordem, o posicionamento e a proporção previstos no item 4.2.1.

A patrocinadora encaminhará à CDTIV os arquivos de sua marca, em formato adequado à reprodução, acompanhados do manual de identidade visual, quando houver, até o primeiro dia útil seguinte à assinatura do Termo de Patrocínio. As vinhetas e os arquivos de áudio observarão os formatos e o prazo previstos no item 4.2.2, alínea “b”.

A CDTIV encaminhará as peças à patrocinadora para conferência da aplicação de sua marca. A patrocinadora poderá indicar, por escrito, os ajustes necessários no prazo de até 2 (dois) dias úteis do recebimento. A conferência limita-se à correta reprodução da marca da patrocinadora e não alcança a composição geral da peça. Encerrado o prazo sem manifestação, a peça considera-se aprovada, e a CDTIV poderá prosseguir com a produção, a instalação ou a veiculação.

As vinhetas serão produzidas pela patrocinadora e veiculadas pela CDTIV após aprovação pela organização, que poderá solicitar adequações técnicas ou de conteúdo.

Os produtos, brindes e materiais próprios das ativações serão fornecidos pela patrocinadora e submetidos à aprovação prévia da organização, nos termos do item 4.2.11.

Não será permitida alteração, modificação ou sobreposição das marcas ou da comunicação visual oficial dos eventos.

17. PRAZO DE PUBLICIDADE DO EDITAL

Com fundamento no art. 38, §§ 2º e 4º, do Regulamento Interno da Política de Patrocínio e Apoio Institucional, o edital permanecerá disponível pelo prazo mínimo de 15 (quinze) dias úteis, contados de sua divulgação até a data designada para a apresentação das propostas. A área técnica demandante certifica que o prazo é compatível com o porte e a complexidade do objeto, permite tempo razoável para a elaboração das propostas e não restringe a competitividade, uma vez que: (i) as cotas, as contrapartidas e os valores mínimos são integralmente pré-definidos neste Termo de Referência, cabendo à proponente apenas indicar a cota pretendida e o valor ofertado; (ii) o julgamento se dá pelo maior valor ofertado, sem apresentação de proposta técnica; (iii) a habilitação restringe-se a documentos societários e certidões de emissão imediata; e (iv) os eventos possuem data fixa, de modo que prazo superior inviabilizaria a entrega das contrapartidas.

18. DISPOSIÇÕES GERAIS

A CDTIV poderá alterar o edital ou este Termo de Referência, com publicação prévia e reabertura de prazos, se necessário.

Os casos omissos relativos ao certame serão resolvidos pela Comissão de Avaliação e Seleção, e os relativos à execução, pela Diretoria, nos termos do art. 45 do Regulamento Interno da Política de Patrocínio e Apoio Institucional.

As patrocinadoras autorizam o uso de sua imagem e marca para divulgação dos eventos, sem ônus adicional.

Integra este Termo de Referência, como Anexo I, o levantamento da Prefeitura Municipal de Vitória sobre público e impacto econômico da edição de 2025 dos eventos, mencionado no item 3.

ESTE TERMO DE REFERÊNCIA É A MESMA VERSÃO QUE CONSTA NOS AUTOS DO PROCESSO.