COMISSÃO DE AVALIAÇÃO E SELEÇÃO

EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 02/2026

OBJETO	**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 - VITÓRIA/ES.**
PROCESSO Nº	**9732200/2026**
PRAZO DE PUBLICIDADE DO EDITAL.	**15 (quinze) DIAS ÚTEIS**
DATA DE INICIO PARA O ENVIO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS E DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO.	**Dia 27/11/2026**
DATA FINAL PARA O ENVIO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS E DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO.	**Até as 18:00hs do dia 17/12/2026**
DATA DA SESSÃO PÚBLICA DE ANÁLISE E SELEÇÃO.	**As 14:00hs do dia 18/12/2026**
EMAIL PARA ENVIO DA DOCUMENTAÇÃO.	**patrocinio@cdtiv.com.br**
LEGISLAÇÃO APLICÁVEL A MODALIDADE DE CONTRATAÇÃO.	**LEI Nº 13.303/2016, REGULAMENTO DE PATROCINIO E RILC DA CDTIV.**
SETOR REQUISITANTE.	**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS**
SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÕES	**patrocinio@cdtiv.com.br ou (27) 99837-8232**

EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 02/2026

A COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA (CDTIV), empresa pública municipal com sede nesta cidade de Vitória/ES, por meio da **Comissão de Avaliação e Seleção, designada pela Portaria 048/2026,** torna público e faz saber que se acha aberto o **EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO** em epígrafe, conforme consta no **processo administrativo nº 9732200/2026**, para a "Comercialização de Cotas de Patrocínio", conforme condições e especificações fixadas neste Edital e em seus anexos, que dele passam a fazer parte integrante para todos os efeitos, independente de transcrição**.**

01 – DO OBJETO - DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL – DAS COTAS DE PATROCÍNIO:

1.1 – DO OBJETO

Este edital 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.

1.1.1 - As cotas estão organizadas em duas frentes, conforme programações, a saber:

I) programação cultural e Réveillon;
II) programação esportiva da Arena;

1.1.2 - As referidas programações apresentarão as seguintes cotas:

I) Programação Cultural e Réveillon

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

II) Programação Esportiva da Arena

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

A presente categoria também terá as seguintes modalidades:

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

1.1.3 - 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 edital e no Termo de Referência (Anexo I).

1.2 - DA FUNDAMENTAÇÃO 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.

1.3 - DAS COTAS DE PATROCINIO:

1.3.1 – 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”

1.3.2 - 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 1.3.3.4.2, 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.

1.3.2.1 - A ordem de citação e o peso relativo das marcas nas peças compartilhadas seguem o item 1.3.3.3, alínea “b”.

1.3.3 - ITENS DE APLICAÇÃO DE MARCA E CONTRAPARTIDAS PUBLICITÁRIAS

1.3.3.1 - 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.

1.3.3.2 - 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 1.3.3.4.12.

1.3.3.3 - 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.

1.3.3.4 - PAINÉIS DE LED - REGRAS DE VEICULAÇÃO – CONTRAPARTIDAS – DOS VALORES DAS COTAS E DO PAGAMENTO

1.3.3.4.1 - 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.

1.3.3.4.2 - 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 1.3.3.4.1.

- **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 1.3.3.4.1.

- **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.

1.3.3.4.3 - 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 1.3.3.4.1.

- **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 1.3.3.4.1.

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.

1.3.3.4.4 - 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 1.3.3.4.1.

- **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 1.3.3.4.1.

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.

1.3.3.4.5 - 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 f6.2.1ixadas 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.

1.3.3.4.6 - 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.

1.3.3.4.7 - 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.

1.3.3.4.8 - 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 1.6; 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.

1.3.3.4.9 - 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.

1.3.3.4.10 - 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 1.3.3.4.8, “a”;

c) A CDTIV poderá vetar ou suspender ações que interfiram na operação do evento, na segurança do público ou que contrariem a legislação.

1.3.3.4.11 - 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.

1.3.3.4.12 - 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.

1.4 - 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.

1.5 - CONTRAPARTIDAS

As contrapartidas são as descritas no item 1.3.3, 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 1.3.3 restringe-se ao campo de marca da peça, ao cenário ou à ação, nos termos do item 1.3.3.3, 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.

1.6 - VALORES DAS COTAS E DAS OFERTAS AVULSAS

1.6.1 - 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;

e) Prata – 4 cotas: R$ 100.000,00cada;

f) Bronze – 2 cotas: R$ 50.000,00 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.

1.7 - CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

a) O pagamento será efetuado mediante depósito ou transferência para a conta indicada pela CDTIV, 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 Contrato de Patrocínio, e as demais, a cada 30 (trinta) dias do vencimento da anterior.

b) 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 Contrato de Patrocínio.

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

d) 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 8.

e) 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 8, não cabendo, nesse caso, abatimento ou restituição pelas contrapartidas não entregues durante a suspensão.

1.8 - REQUISITOS OBRIGATÓRIOS DE APLICAÇÃO DE MARCA

a) 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 1.3.3.

b) 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 1.3.3.3.

c) 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 Contrato de Patrocínio. As vinhetas e os arquivos de áudio observarão os formatos e o prazo previstos no item 1.3.3.4.1, alínea “b”.

d) 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.

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

f) Os produtos, brindes e materiais próprios das ativações serão fornecidos pela patrocinadora e submetidos à aprovação prévia da organização, nos termos do item 1.3.3.4.10.

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

02 – DAS INSCRIÇÕES NO CHAMAMENTO PÚBLICO E DAS ETAPAS:

2.1 – **As inscrições serão realizadas no período de 27/11 a 17/12/2026**, e as empresas interessadas deverão enviar, dentro do prazo estabelecido, os documentos: **PROPOSTA COMERCIAL** e a **DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO** para o endereço eletrônico: patrocinio@cdtiv.com.br ou pelo Sistema de Informações de Processos Administrativos– SIPAD, utilizado pela CDTIV;

2.1.2 - **O tamanho de cada arquivo não deverá ultrapassar 05 MB.**

2.2 - Após apresentação de toda documentação exigida não serão aceitas alegações de desconhecimento ou discordância deste Edital e de seus anexos.

2.3 - Encerrado o prazo previsto no item 2.1, não serão admitidas novas inscrições.

2.4 - Local da retirada do Edital e anexos:

2.4.1 - O Edital completo e seus anexos poderão ser baixados pelo sitio eletrônico da **CDTIV**, acessando o link: https://www.cdtiv.com.br/pregoes-e-licitacoes/ ou solicitado pelo e-mail patrocinio@cdtiv.com.br

2.5 - DAS ETAPAS DO CHAMAMENTO PÚBLICO:

1ª Etapa: Recebimento das Propostas Comerciais e Documentos de Habilitação;
2ª Etapa: Análise e Seleção;
3ª Etapa: Divulgação das empresas classificadas/selecionadas;
4ª Etapa: Celebração do Contrato de Patrocinio;

03 - DAS CONDIÇÕES E RESTRIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

3.1 - Poderão participar do presente Chamamento Público de seleção pessoas jurídicas de direito público ou privado, com ou sem fins lucrativos, que manifestem interesse em adquirir cotas de patrocínio para os eventos "**Réveillon de Camburi 2027" e "Arena de Verão 2027"**, desde que atendam integralmente às condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

3.2 - São impedimentos à participação:

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.

3.3 - A participação implica aceitação integral e irretratável das normas deste edital de chamamento e de seus anexos, sendo vedada qualquer alegação posterior de desconhecimento.

04 - DA IMPUGNAÇÃO E DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS DO ATO CONVOCATÓRIO:

4.1 – Qualquer pessoa poderá impugnar os termos do presente Edital em até 05 (cinco) dias úteis anteriores à data do término das inscrições.

4.1.1 - A impugnação poderá ser encaminhada pelo e-mail patrocinio@cdtiv.com.br , devendo ser informado, no campo "assunto", o número do chamamento **(Chamamento Público nº 02/2026)**, bem como do telefone e e-mail de contato.

4.1.2 – Qualquer pessoa poderá interpor impugnação, o impugnante deverá juntar, ao menos, cópia do contrato social da empresa e/ou procuração para legitimar os poderes para agir em nome da mesma.

4.1.3 - Caberá a Comissão de Avaliação e Seleção julgar a impugnação no prazo de até 3 (três) dias úteis anteriores à data prevista para o encerramento das inscrições.

4.2 - A ata de julgamento de impugnação será divulgada no site https://www.cdtiv.com.br/pregoes-e-licitacoes/ bem como enviada ao e-mail do impugnante.

4.3 - As impugnações não possuem efeito suspensivo, contudo, pode a Comissão de Avaliação e Seleção atribuir-lhes tal efeito, em caráter excepcional, mediante justificativa nos autos.

4.4 - Acolhida a impugnação contra o instrumento convocatório será definida e publicada nova data para a realização do chamamento público.

4.5 - Os pedidos de esclarecimentos referentes ao chamamento deverão ser enviados em até 05 (cinco) dias úteis anteriores a data fixada para o término das inscrições, exclusivamente por meio eletrônico, através do e-mail patrocinio@cdtiv.com.br , devendo ser informado no campo "assunto" o número do chamamento (**Chamamento Público nº 02/2026**).

4.5.1 - Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão de Avaliação e Seleção em até 3 (três) dias úteis anteriores à data prevista para o encerramento das inscrições.

4.5.2 - As respostas às consultas formuladas e quaisquer informações que a Comissão de Avaliação e Seleção julgar importante, bem como as decisões referentes a este processo de chamamento público, serão disponibilizadas no endereço eletrônico https://www.cdtiv.com.br/pregoes-e-licitacoes/

05 - DA DOCUMENTAÇÃO A SER APRESENTADA:

5.1.1 - As empresas interessadas em participar do presente chamamento deverão apresentar os documentos para sua habilitação especificados a seguir, com validade vigente à data de sua apresentação, à exceção daqueles que por sua natureza não contenham validade, não sendo aceitos em substituição "protocolos de entrega ou solicitação de documento".

5.1.2 - A declaração falsa relativa ao cumprimento dos requisitos de habilitação, sujeitará a empresa a sanções previstas no Edital e na legislação pertinente;

5.1.3 - Documentos não solicitados e que forem anexados à proposta serão desconsiderados e não serão juntados ao processo administrativo;

5.1.4 - Os interessados arcarão com todos os custos decorrentes da elaboração e apresentação de sua documentação;

5.1.5 - Poderá ser realizada diligência destinada a esclarecer informações, corrigir impropriedades na proposta, na documentação de habilitação ou complementar a instrução do processo, em privilégio aos princípios da eficiência, da proposta mais vantajosa, do formalismo moderado e da razoabilidade;

5.2 - DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO JURÍDICA:

5.2.1 - Deverão ser apresentados os seguintes documentos aptos a comprovar a possibilidade de aquisição de direitos e da contratação de obrigações:

a) Registro Comercial, no caso de empresa individual;

b) Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social ou sua Consolidação e alterações em vigor, no caso de sociedade empresarial, acompanhado do documento de eleição de seus atuais administradores, em se tratando de sociedades por ações.

c) Decreto de Autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) Inscrição do Ato Constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de documento de eleição da diretoria em exercício;

e) Cópia do RG e CPF do representante legal da empresa patrocinadora;

5.3 - DA HABILITAÇÃO FISCAL:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

b) Prova de Regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

c) Prova de regularidade com a Seguridade Social (CND do INSS), através de certidão conjunta expedida pela Receita Federal para os Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, em cumprimento ao art. 195, parágrafo 3º da Constituição Federal;

d) Prova de regularidade com a Fazenda Pública do Município de Vitória, com validade no período da contratação, conforme dispõe a Lei Orgânica Municipal;

e) Poderão ser apresentadas para fazer prova da regularidade: Certidões Negativas ou as Certidões Positivas com Efeito de Negativa", obtidas via "INTERNET", cabendo a quem receber o(s) referido(s) documento(s), confirmar o seu teor na própria rede de comunicação internet ou no órgão emitente.

5.4 - DA PROPOSTA COMERCIAL (PATROCINIO):

5.4.1 – A proposta deverá ser apresentada em papel timbrado da empresa patrocinadora, assinada e indicando a cota pretendida (Apresenta Master; Patrocinio; Apoio; Ouro; Prata e Bronze) e ainda, a possibilidade de COMERCIALIZAÇÕES AVULSAS, conforme exposto no item 1.3.3.4.8 do edital. O valor ofertado não poderá ser inferior ao mínimo estabelecido no item 1.6 do edital – **modelo de proposta no Anexo II.**

5.4.2 – A proposta comercial deve ser enviada em formato PDF protegida por senha definida pela proponente. A senha deverá ser enviada à Comissão de Avaliação e Seleção somente no dia 18/12/2026 até as 10:00hs, para o e-mail patrocinio@cdtiv.com.br.

5.4.2.1 – O acesso a proposta comercial das proponentes somente ocorrerá após a abertura da sessão pública de análise e seleção que ocorrerá no dia 18/12/2026 a partir das 14:00hs.

5.5 - OUTROS DOCUMENTOS:

a) Declaração de que não possui em seus quadros funcionais menor de dezoito anos desempenhando trabalho noturno, perigoso ou insalubre, ou qualquer trabalho por menor de dezesseis anos, na forma do art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal – **Modelo Anexo IV;**

b) Declaração de inexistência de impedimentos para licitar ou contratar com a Administração Pública - **modelo**

do Anexo V;

06 – DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO E SELEÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL DE PATROCINIO – DA ANÁLISE DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E DOS RECURSOS:

6.1 – Do Critério de Julgamento:

6.1.1 – O critério de julgamento se dará através da Proposta Comercial (patrocínio) que apresentar a **MAIOR OFERTA DE PREÇO** para cada cota, desde que observado os valores mínimos constantes no item 1.6 do edital;

6.1.2 - 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;

6.1.3 - Em caso de empate, será realizado sorteio.

6.1.4 - 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 1.3.3.4.8 do edital. Para fins de preferência, a patrocinadora detentora de mais de uma cota será considerada pela cota de maior valor.

6.2 - DA ANÁLISE DA PROPOSTA DE PATROCINIO E DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – DOS RECURSOS:

6.2.1 - A análise e julgamento da Proposta de Patrocinio será realizada exclusivamente pela **COMISSÃO DE AVALIAÇÃO E SELEÇÃO**, a ser designada pela CDTIV.

6.2.2 - A sessão pública de análise e seleção será realizada no dia **18 de dezembro de 2026, a partir das 14h, na sede da CDTIV**, localizada na Rua Armando Moreira de Oliveira – 230 – Goiabeiras – Vitória/ES, telefone: (27) 998378232.

6.2.3 – Finalizada a etapa de análise e seleção das propostas de patrocínio e da documentação de habilitação, será providenciada a publicação do resultado final das empresas classificadas/desclassificadas no site https://www.cdtiv.com.br/pregoes-e-licitacoes/ e no diário oficial do município de Vitória https://diariooficial.vitoria.es.gov.br/.

6.3 – Contra a decisão de DESCLASSIFICAÇÃO/INABILITAÇÃO, caberá a apresentação, por e-mail (patrocinio@cdtiv.com.br), da intenção da interposição de recurso no prazo máximo de até 01 (um) dia útil, a contar da publicação do resultado final no site da CDTIV e no Diário Oficial do Município de Vitória.

6.3.1- Manifestada a intenção de interpor recurso, o recorrente terá o prazo máximo de até 05 (cinco) dias úteis, a contar do término do prazo previsto no item 6.3, para apresentação das razões de seu recurso, EXCLUSIVAMENTE por e-mail, acompanhada de documentos que comprovem a habilitação do subscritor para agir em nome da recorrente.

6.3.2 - Ficando os demais participantes do chamamento, desde logo, intimados para apresentar contrarrazões em igual número de dias e na mesma forma, cujo prazo correrá a partir do término do prazo do recorrente previsto no item 6.3.1, sendo-lhes assegurada, em qualquer caso, vistas imediatas dos autos.

6.3.3 - O recurso, bem como as contrarrazões, serão analisados e julgados pela Autoridade Competente da CDTIV no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, após findado os prazos previstos no item 6.3.1 e 6.3.2, podendo esse prazo ser prorrogado, motivadamente, mediante justificativa juntada aos autos.

6.3.4 - Não serão conhecidos os recursos apresentados fora do prazo legal, subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pelo recorrente, e/ou não motivadas.

6.4 - Não será concedido prazo para recursos sobre assuntos meramente protelatórios.

6.5 - Para interposição de recurso, a recorrente deverá juntar, ao menos, cópia do contrato social da empresa e procuração (esta última para o caso de o representante não possuir poderes para agir em nome da empresa no contrato social).

6.6 - O acolhimento do Recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

6.7 - O recurso interposto contra decisão da Comissão de Avaliação e Seleção possuirá efeito suspensivo restrito às cotas especificamente questionadas, não afetando o andamento das demais.

6.8 - O resultado do julgamento do recurso será publicado no site da CDTIV e enviado ao e-mail da recorrente.

6.9 - A comissão de AVALIAÇÃO E SELEÇÃO deverá emitir ATA constando todas as informações da sessão pública;

7 - DA HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO E DA ASSINATURA DO CONTRATO:

7.1 - Depois de atendidas todas as condicionantes do edital e superada a fase recursal, o resultado final será homologado pela autoridade competente e publicado no site da CDTIV.

7.2 - Homologado o chamamento público pela autoridade competente, os patrocinadores selecionados serão convocados para assinar o termo contratual em até 05 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da convocação;

7.2.1 – A autoridade competente poderá homologar as cotas que não estão sendo objeto de questionamentos (em recurso);

7.3 - Decorrido o prazo para a retirada/aceite/assinatura do contrato e não tendo a empresa comparecido a convocação, perderá o direito à contratação e estará sujeita às penalidades previstas no item 8 deste edital.

7.4 - Na hipótese de recusa da empresa em assinar o contrato no prazo estipulado, bem como em caso de perda dos requisitos de habilitação, será convocado a empresa que tenha apresentado a segunda melhor oferta classificada, e assim sucessivamente até a efetiva celebração do contrato, obedecidos aos procedimentos estabelecidos no edital, sem prejuízo da aplicação das penalidades dispostas neste edital.

8 - DAS SANÇÕES:

8.1 - No caso de atos lesivos à Administração Pública, observar-se-ão os termos da Lei n. 12.846/2013.

8.2 - No caso de desistência da proposta, após ser declarado vencedor, sem motivo justo e decorrente de fato superveniente não aceito pela CDTIV, será aplicada multa de **10% (dez por cento)** sobre o valor global da proposta;

8.3 - A recusa injustificada da empresa em assinar o contrato, dentro do prazo fixado, ensejará a aplicação da penalidade de multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor global da proposta, podendo ainda ser aplicada a pena de suspensão temporária de participação em chamamentos públicos e impedimento de contratar com a CDTIV pelo prazo de até 2 (dois) anos.

8.4 - Em decorrência da interposição de recurso meramente procrastinatórios, poderá ser aplicada multa no percentual de até 5% do valor da proposta comercial, conforme dispõe o inciso I, do art. 334 do Regulamento Interno de Licitações e Contratos da CDTIV;

9 - DA PROTEÇÃO DOS DADOS:

9.1 - A PATROCINADORA deverá atender a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, nos termos seguintes:

9.1.1 - Na execução do objeto, devem ser observados os ditames da Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) – LGPD, notadamente os relativos às medidas de segurança e controle para proteção dos dados pessoais a que tiver acesso mercê da relação jurídica estabelecida, mediante adoção de boas práticas e de mecanismos eficazes que evitem acessos não autorizados, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito de dados.

9.1.2 - A PATROCINADORA obriga-se a dar conhecimento formal a seus prepostos, empregados ou colaboradores das disposições relacionadas à proteção de dados e a informações sigilosas, na forma da Lei 13.709/2018 (LGPD) e da Lei 12.527/2011 (LAI).

9.1.2.1 - Obriga-se também a comunicar à CDTIV, em até 48 (quarenta e oito) horas, contadas do instante do conhecimento, a ocorrência de acessos não autorizados a dados pessoais, de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou de qualquer outra forma de tratamento inadequado, suspeito ou ilícito, sem prejuízo das medidas previstas no art. 48 da Lei 13.709/2018 (LGPD)

9.1.3 - É vedado, na execução do ajuste, revelar, copiar, transmitir, reproduzir, transportar ou utilizar dados pessoais ou informações sigilosas a que tiver acesso prepostos, empregados ou colaboradores direta ou indiretamente envolvidos na realização de serviços, produção ou fornecimento de bens. Para tanto, devem ser observados as medidas e os procedimentos de segurança das informações resultantes da aplicação da Lei 13.709/2018 (LGPD) e do parágrafo único do art. 26 da Lei 12.527/2011.

9.1.4 - Em razão do vínculo mantido, na hipótese de dano patrimonial, moral, individual ou coletivo decorrente de violação à legislação de proteção de dados pessoais ou de indevido acesso a informações sigilosas ou transmissão destas por qualquer meio, a responsabilização dar-se-á na forma da Lei 13.709/2018 (LGPD) e da Lei 12.527/2011.

9.1.5 - Extinto o ajuste ou alcançado o objeto que encerre tratamento de dados, estes serão eliminados, inclusive toda e qualquer cópia deles porventura existente, seja em formato físico ou digital, autorizada a conservação conforme as hipóteses previstas no art. 16 da Lei 13.709/2018 (LGPD).

10 – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

10.1 – As empresas participantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação de quem o tiver apresentado, ou, caso tenha sido o vencedor, na rescisão do contrato ou instrumento equivalente, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

10.2 - As decisões referentes a este chamamento público poderão ser comunicadas aos participantes por qualquer meio de comunicação, inclusive eletrônico.

10.3 - Os casos não previstos neste edital serão decididos pela Comissão de Avaliação e Seleção, com base na legislação em vigor.

10.4 - A participação dos interessados neste chamamento público implica aceitação de todos os termos do presente edital.

10.5 - A CDTIV poderá revogar o chamamento por razões de interesse da CDTIV decorrentes de fato superveniente que constitua óbice manifesto e incontornável. Poderá anular por motivo de ilegalidade, que não gerará obrigação de indenizar.

10.6 - Os valores recebidos a título de patrocínio integram as receitas operacionais da CDTIV, nos termos da Lei 6.404/76, Lei 13.303/2016 e do art. 1º, §2º do Regulamento Interno da Política de Patrocinio e Apoio Institucional, não constituindo repasse com finalidade específica, cabendo à Companhia a sua aplicação dentro de suas atividades finalísticas.

10.7 - É competente o foro de uma das Varas da Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde de Vitória/ES, para a solução de eventuais litígios decorrentes deste chamamento, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

10.8 – Integram o presente edital, além de todas as instruções nele contido, os seguintes documentos em anexo:

- **a) ANEXO I** – Termo de Referência;
- **b) ANEXO II** – Modelo Proposta Comercial;
- **c) ANEXO III** – Minuta do Contrato de Patrocinio;
- **d) ANEXO IV** – Declaração de que atende ao Art. 7º, inciso XXXIII, da CF;
- **e) ANEXO V** – Declaração de Não Impedimento;

Vitória, 25 de novembro de 2026

PABLO TRABACH DA SILVA:05511637718

Assinado de forma digital por PABLO TRABACH DA SILVA:05511637718
Dados: 2026.11.25 19:08:36 -03'00'

Pablo Trabach da Silva
Presidente da Comissão de Avaliação e Seleção

ANEXO I DO EDITAL

TERMO DE REFERÊNCIA

OBS: O ARQUIVO SERÁ DISPONIBILIZADO NO SITE DA CDTIV COMO ANEXO I DO EDITAL.

ANEXO II DO EDITAL

MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL (PATROCINIO)

EMPRESA: ----------CNPJ: ---------- _____ ENDEREÇO: _____TELEFONE: (___) _____ E-MAIL: _____

REPRESENTANTE LEGAL: _____
NACIONALIDADE:_____ ESTADO CIVIL: _____ PROFISSÃO: ___FUNÇÃO NA SOCIEDADE: _____ RG: _____ CPF: _____

DESCRIÇÃO DO OBJETO OFERTADO: COMERCIALIZAÇÃO DE COTAS DE PATROCÍNIO, mediante disponibilização de espaços para aplicação das marcas das empresas patrocinadoras dos 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.

COTAS DE PATROCINIO	PROGRAMAÇÃO	QUANTIDADE DE COTAS A SER ADQUIRIDA	VALOR TOTAL DA PROPOSTA
( ) **Apresenta "Master" 1 cota disponível**, com valor mínimo de R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).	Cultural, Réveillon e Esportiva		R$ 0,00
( ) **"Patrocinio" 4 cotas disponíveis**, com valor mínimo de R$ 300.000,00 (trezentos mil reais) cada.	Cultural e Réveillon		R$ 0,00
( ) **"Apoio" 4 cotas disponíveis,** com valor mínimo de R$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) cada.	Cultural e Réveillon		R$ 0,00
( ) **"Ouro" 1 cota disponível,** com valor mínimo de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).	Esportiva		R$ 0,00
( ) **"Prata" 4 cotas disponíveis**, com valor mínimo de R$ 100.000,00 (cem mil reais) cada.	Esportiva		R$ 0,00
( ) **"Bronze" 2 cotas disponíveis**, com valor mínimo de R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) cada.	Esportiva		R$ 0,00
( ) **"Comercialização Avulsa** com valor fixo de R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) cada.	----------		R$ 0,00

( ) **Declaro que o pagamento da Cota de Patrocinio será efetuado em parcela única, a contar da assinatura do Contrato de Patrocinio, no prazo de ( ) 10 dias – ( ) 40 dias – ( ) 60 dias, conforme dispõe o item 1.7, letra "a" do edital.**

( ) **Declaro interesse no parcelamento do pagamento da Cota de Patrocinio, sendo que o pagamento da primeira parcela ocorrerá em ( ) 10 dias – ( ) 40 dias – ( ) 60 dias), conforme dispõe o item 1.7, letra "a" do edital.**

Declaramos ter ciência e aceitar todas as exigências do Edital do Chamamento Público em referência.

Declara, outrossim, que o valor proposto inclui todas as despesas e custos, diretos e indiretos, necessários ao cumprimento integral do objeto.

Por fim, informamos que a validade da presente proposta é de ___ (___) dias

Vitória, ___ de _____ de 2026

_____

(Representante Legal da empresa)

Obs. Deverá ser observado que o prazo mínimo de validade da proposta é de 60 (sessenta) dias.

ANEXO III DO EDITAL

MINUTA DO CONTRATO DE PATROCÍNIO Nº 00/2026, QUE ENTRE SI CELEBRAM A **COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA – CDTIV** E A EMPRESA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**.**

Contrato originário do processo administrativo SIPAD nº 9732200/2026, celebrado com fundamento na Lei Federal nº 13.303/2016 e do Regulamento Interno da Política de Patrocinio e Apoio Institucional, para **COMERCIALIZAÇÃO DE COTAS DE PATROCÍNIO**, mediante disponibilização de espaços para aplicação das marcas das empresas patrocinadoras dos 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.

Este contrato será regido pelo Regulamento Interno da Política de Patrocínio e Apoio Institucional da CDTIV, arts. 34 a 38, pelos Regulamentos Internos da CDTIV, bem como pelas demais legislações pertinentes, mediante as cláusulas e condições previstas neste instrumento.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DAS PARTES:

1.1 CONTRATANTE: COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO, TURISMO E INOVAÇÃO DE VITÓRIA - CDTIV, empresa pública municipal, com personalidade jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o número 31.842.631/0001-18, com sede à rua Armando Moreira de Oliveira, nº 230, bairro Goiabeiras, Vitória, ES – e-mail: gabinete@cdtiv.com.br CEP 29.075.075, neste ato representada na forma do seu Estatuto Social **pelo Diretor Presidente Srº. Jairo Fernandes Siqueira,** brasileiro, advogado, inscrito no CPF/MF sob o nº 135.112.927-94, portador da Carteira de Identidade n.º 3072397-SSP/ES **e pela Diretora Administrativo-Financeira Sra. Donatila Lima Nava Martins**, brasileira, economista, inscrita no CPF/MF sob nº 017.297.627-86, portadora da Carteira de Identidade nº 1.021.544/SSP-ES.

1.2 PATROCINADOR: XXXXXXXXXXXXXXXX - CNPJ/MF nº XXXXXXXXXXXX, com endereço XXXXXXXXXXXX – nº XX – XXXXXXX/XX, e-mail xxxxxxxxxxxxx, neste ato **representada pelo Sr. (a) xxxxxxxxxxxxxx, xxxxxxxxxxxxx**, xxxxxxxxxx, inscrito no CPF/MF sob o nº xxxxxxxxxxx e, portador da RG nº xxxxxxxxxxxxx.

2. CLÁUSULA SEGUNDA- DO OBJETO:

2.1 Este contrato tem por objeto a **COMERCIALIZAÇÃO DE COTAS DE PATROCÍNIO**, mediante aporte financeiro, com as contrapartidas e ofertas avulsas constantes no Anexo I, para aplicação das marcas das empresas patrocinadoras dos 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, conforme a cota aquirida listada abaixo:

(Informar posteriormente quantas e quais as cotas foram adquiridas)

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR DA COTA OU COMERCIALIZAÇÃO AVULSA DE PATROCINIO E DA FORMA DE PAGAMENTO:

3.1 – No quadro abaixo consta a cota escolhida, programação, quantidade e valor.

Descrição da Cota	Programação	Quantidade	Valor
xxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxx	R$ 0,00

3.2 - O PAGAMENTO EM ESPÉCIE DA(S) COTA(S) adquirida(s) e informada no item 3.1 acima, deverá ser efetuado pela empresa selecionada da forma a seguir:

(aguardar definição se haverá solicitação de parcelamento pela patrocinadora, conforme dispõe o item 1.7 do edital).

3.3 - O pagamento deverá ser efetuado por meio de transferência bancária, emitida por processamento eletrônico, a crédito da CDTIV, através da conta especifica:

Banco Banestes - Ag: 0236 - conta corrente nº 40.698.664

3.4 - O atraso no pagamento sujeitará a patrocinadora à aplicação de multa moratória de 2% (dois por cento) sobre o valor da parcela em atraso, acrescida de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês e correção monetária pelo IPCA, sem prejuízo das demais sanções previstas neste contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA - DAS CONTRAPARTIDAS:

4.1 - As marcas serão aplicadas proporcionalmente à cota adquirida, considerando os materiais, estruturas e dispositivos de comunicação utilizados nos eventos "**Réveillon de Camburi 2027" e "Arena de Verão 2027"**, conforme consta no **ANEXO I DESTE INSTRUMENTO**.

4.2 - Na impossibilidade de entrega de contrapartida específica por motivo técnico, climático ou de segurança, a CDTIV oferecerá contrapartida equivalente, de igual natureza ou de exposição compatível, ajustada por escrito com a PATROCINADORA, preservada a proporcionalidade entre as cotas.

4.3 - Haverá abatimento proporcional do valor devido pela PATROCINADORA, ou restituição do valor correspondente, quando:

a) não for possível oferecer a contrapartida equivalente prevista no item 4.2, 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, nos termos do item 1.6 do edital.

4.4 - 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 Anexo I, 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, conforme o item 1.1.1 do Anexo I.

4.5 - As ocorrências serão registradas pelo fiscal do contrato e consolidadas no relatório de comprovação das contrapartidas previsto no item 6.1, "c". A PATROCINADORA poderá manifestar-se no prazo de 5 (cinco) dias úteis do recebimento do relatório, e o gestor do contrato decidirá de forma motivada.

4.6 - 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.

4.7 - 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 1.3.12 do Anexo I.

4.8 - O abatimento ou a restituição prevista nesta cláusula constituem a compensação integral pela contrapartida não entregue e limitam-se ao valor da cota e das ofertas avulsas contratadas.

5. CLÁUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO:

5.1 - A Gestão e a fiscalização da contratação serão exercidas pelos empregados públicos da CDTIV, sendo o gestor o Sr. PAULO FERNANDO BIASATTI ALVARENGA e fiscal o Sr. VICTOR BAIÃO TAVARES, designados especificamente para este fim, responsáveis pelo acompanhamento, fiscalização, registro e validação do material de divulgação da marca e o regular pagamento das cotas de patrocínio, nos termos do Regulamento Interno de Patrocínio, com poderes para atestar o fiel cumprimento das obrigações e fazer advertências quando da ocorrência de eventuais faltas de responsabilidade por parte da Patrocinadora;

5.2 - O gestor e fiscal do contrato registrarão no processo administrativo pertinente todas as ocorrências relacionadas com a execução do contrato, determinando o que for necessário à regularização de pendências, procedendo a juntada de documentos relevantes;

5.3 - O gestor e fiscal do contrato deverão prestar as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela Patrocinadora;

5.4 - A fiscalização realizada pela CONTRATANTE não será motivo para exclusão ou redução da responsabilidade da Patrocinadora;

5.5 – 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**.**

6. CLÁUSULA SEXTA- DAS OBRIGAÇÕES:

6.1 - 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;
d) integrar as marcas patrocinadoras de forma harmônica com a identidade oficial dos eventos;
e) comunicar alterações na programação ou nas estruturas com antecedência mínima de 5 (cinco) dias, salvo situação emergencial;
f) emissão da nota fiscal correspondente a cada pagamento efetuado pela Patrocinadora.

6.2 - Constituem obrigações da PATROCINADORA:

a) Efetuar o pagamento da cota e ofertas avulsas de patrocínio nas condições prevista na CLAUSULA TERCEIRA;

b) Entregar logomarcas, vinhetas e arquivos de áudio nos formatos e prazos constantes no anexo I deste contrato, bem como dos itens de contrapartida correspondentes, que também constam no citado anexo;

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.

6.3 - Vedada a subcontratação, cessão ou transferência do presente contrato de patrocínio sem prévia anuência da CDTIV.

6.4 – Manter as condições da habilitação exigidas no edital durante todo o prazo de vigência contratual;

7. CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA:

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

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

8. CLÁUSULA OITAVA - DAS ALTERAÇÕES:

8.1 - Desde que não altere a natureza do objeto contratado, o presente contrato poderá ser alterado, por acordo entre as partes, para melhor adaptar suas previsões ao interesse da CDTIV nos termos e limites da Lei 13.303/2016.

8.2 - As alterações contratuais serão formalizadas através de Termo Aditivo.

8.3 - As alterações concernentes às hipóteses elencadas no art. 81, §7º da Lei 13.303/2016 serão efetuadas mediante apostilamento, sendo dispensada a emissão de aditivo contratual.

9. CLÁUSULA NONA - DAS SANÇÕES:

9.1 - 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 Contrato de Patrocínio sem anuência ou por conduta que cause danos à imagem institucional da CDTIV ou do Município de Vitória;

9.2 - 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 danos grave à imagem institucional da CDTIV ou do Município de Vitória, cumulável com a rescisão do Contrato de Patrocínio.

9.3 - A multa independe dos encargos moratórios na cláusula terceira, 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.

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

9.5 - 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.

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

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

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DA EXTINÇÃO DO CONTRATO:

10.1 - Este contrato poderá ser extinto:

10.1.1 - Pela completa execução do seu objeto ou pelo advento de termo ou condição nele prevista;

10.1.2 - Pelo término do seu prazo de vigência;

10.1.3 - Por acordo entre as partes, desde que a medida não acarrete prejuízos para a CDTIV.

10.1.4 - Por ato unilateral da parte interessada, mediante comunicação escrita e fundamentada a ser enviada a outra parte, com antecedência de no mínimo, 05 (cinco) dias, desde que a medida não acarrete prejuízos para a CDTIV.

10.1.5 - Pela via judicial;

10.1.6 - Em razão de rescisão contratual pela ocorrência de qualquer dos motivos abaixo elencados:

a) Descumprimento ou o cumprimento irregular ou incompleto de cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

b) Atraso injustificado na execução das obrigações assumidas;

c) Desatendimento das determinações regulares do gestor e/ou do fiscal do contrato para acompanhar e fiscalizar a sua execução;

d) Cometimento reiterado de faltas na execução do contrato;

e) Decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;

f) Dissolução da sociedade;

g) Razões de interesse da CDTIV, de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e exaradas no processo interno;

h) Ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

10.2 – Em caso de rescisão por culpa da patrocinadora, não haverá reembolso dos valores pagos;

11 – CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA PROTEÇÃO DOS DADOS:

11.1 - A PATROCINADORA deverá atender a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD, nos termos seguintes:

11.1.1 - Na execução do objeto, devem ser observados os ditames da Lei 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados) – LGPD, notadamente os relativos às medidas de segurança e controle para proteção dos dados pessoais a que tiver acesso mercê da relação jurídica estabelecida, mediante adoção de boas práticas e de mecanismos eficazes que evitem acessos não autorizados, situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito de dados.

11.1.2 - A PATROCINADORA obriga-se a dar conhecimento formal a seus prepostos, empregados ou colaboradores das disposições relacionadas à proteção de dados e a informações sigilosas, na forma da Lei 13.709/2018 (LGPD) e da Lei 12.527/2011 (LAI).

11.1.2.1 - Obriga-se também a comunicar à CDTIV, em até 48 (quarenta e oito) horas, contadas do instante do conhecimento, a ocorrência de acessos não autorizados a dados pessoais, de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou de qualquer outra forma de tratamento inadequado, suspeito ou ilícito, sem prejuízo das medidas previstas no art. 48 da Lei 13.709/2018 (LGPD)

11.1.3 - É vedado, na execução do ajuste, revelar, copiar, transmitir, reproduzir, transportar ou utilizar dados pessoais ou informações sigilosas a que tiver acesso prepostos, empregados ou colaboradores direta ou indiretamente envolvidos na realização de serviços, produção ou fornecimento de bens. Para tanto, devem ser observados as medidas e os procedimentos de segurança das informações resultantes da aplicação da Lei 13.709/2018 (LGPD) e do parágrafo único do art. 26 da Lei 12.527/2011.

11.1.4 - Em razão do vínculo mantido, na hipótese de dano patrimonial, moral, individual ou coletivo decorrente de violação à legislação de proteção de dados pessoais ou de indevido acesso a informações sigilosas ou transmissão destas por qualquer meio, a responsabilização dar-se-á na forma da Lei 13.709/2018 (LGPD) e da Lei 12.527/2011.

11.1.5 - Extinto o ajuste ou alcançado o objeto que encerre tratamento de dados, estes serão eliminados, inclusive toda e qualquer cópia deles porventura existente, seja em formato físico ou digital, autorizada a conservação conforme as hipóteses previstas no art. 16 da Lei 13.709/2018 (LGPD).

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS CASOS OMISSOS:

12.1 - Os casos omissos serão decididos serão resolvidos pela CDTIV, observadas as normas aplicáveis.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E DA PRESTAÇÃO DE CONTAS DA APLICAÇÃO DOS RECURSOS DE PATROCINIO PELA CDTIV:

13.1 – Considerando o objeto do presente instrumento contratual, não será necessário informar a dotação orçamentária e fonte de recursos.

13.2 - Os valores recebidos a título de patrocínio integram as receitas operacionais da CDTIV, nos termos do arts. 1º, §2º, e 29 do Regulamento Interno da Política de Patrocinio e Apoio Institucional da CDTIV, não constituindo repasse com finalidade específica, cabendo à Companhia a sua aplicação dentro de suas atividades finalísticas.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

14.1 - Integra o presente instrumento, o **Edital de Chamamento Público nº 02/2026**, **o Termo de Referência, a Proposta Comercial e demais anexos**, como se nele estivessem transcritos, estando os mesmos vinculados.

14.2 - A CDTIV poderá alterar o edital, com publicação prévia e reabertura de prazos, se necessário.

14.3 - Os casos omissos relativos ao chamamento 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.

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

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO FORO:

15.1 - É competente o foro de uma das Varas da Fazenda Pública Estadual, Municipal, Registros Públicos, Meio Ambiente e Saúde de Vitória/ES, para a solução de eventuais litígios decorrentes deste contrato, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

15.2 - E assim, por estarem justos e acordados, Contratante e Patrocinadora, assinam o presente instrumento com a utilização de assinatura digital certificada qualificada, e para que surta um só efeito, a data inicial da vigência do contrato deverá ser considerada a contar da data da última assinatura.

JAIRO FERNANDES SIQUEIRA
DIRETOR-PRESIDENTE
CONTRATANTE

DONATILA LIMA NAVA MARTINS
DIRETORA ADMINISTRATIVO-FINANCEIRA
CONTRATANTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
REPRESENTANTE LEGAL
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
PATROCINADORA

ANEXO I DO CONTRATO

1 - ITENS DE APLICAÇÃO DE MARCA E CONTRAPARTIDAS PUBLICITÁRIAS

1.1 - 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.

1.1.1 - 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 1.3.12.

1.2 - 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.

1.3 - PAINÉIS DE LED - REGRAS DE VEICULAÇÃO – CONTRAPARTIDAS

1.3.1 - 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

Código	Evento e local	Qtd.	Dimensões
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.

1.3.2 - 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 1.3.1.

- **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 1.3.1.

- **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.

1.3.3 - 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 1.3.1.

- **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 1.3.1.

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.

1.3.4 - 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 1.3.1.

- **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 1.3.1.

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.

1.3.5 - 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.

1.3.6 - 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.

1.3.7 - 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.

1.3.8 - 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.

1.3.9 - 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.

1.3.10 - 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 1.3.8 “a”;

c) A CDTIV poderá vetar ou suspender ações que interfiram na operação do evento, na segurança do público ou que contrariem a legislação.

1.3.11 - 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.

1.3.12 - 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.

1.4 - 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.

1.5 - CONTRAPARTIDAS

As contrapartidas são as descritas no item 1.3, 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 1.3 restringe-se ao campo de marca da peça, ao cenário ou à ação, nos termos do item 1.2, 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 1.3, 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 6.1 do contrato. 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 1.3.12.

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

1.6 - REQUISITOS OBRIGATÓRIOS DE APLICAÇÃO DE MARCA

a) 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 1.3.

b) 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 1.2.

c) 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 Contrato de Patrocínio. As vinhetas e os arquivos de áudio observarão os formatos e o prazo previstos no item 1.3.1, alínea “b”.

d) 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.

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

f) Os produtos, brindes e materiais próprios das ativações serão fornecidos pela patrocinadora e submetidos à aprovação prévia da organização, nos termos do item 1.3.10.

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

ANEXO IV DO EDITAL

DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO À NORMA DO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7° DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA.

NOME DA EMPRESA:
CNPJ:
NOME DO DECLARANTE:
CARGO/FUNÇÃO:
CPF:

Declaramos para os devidos fins, junto a essa Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória - CDTIV, de que está empresa, para fins do inciso XXXIII do artigo 7° da Constituição da República, com redação dada pela Emenda Constitucional nº20/98, que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de que qualquer trabalho a menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz.

Vitória – ES, 00 de xxxxxx de 2026

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

ANEXO V DO EDITAL

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE E DE ANUÊNCIA

_____, CNPJ nº _____, sediada em _____, **DECLARA**, sob as penas da Lei, por intermédio de seu Representante Legal, o(a) Sr(a). _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº ___ e do CPF nº ___, que não se enquadra em qualquer das situações previstas no artigo 38 da Lei nº 13.303/2016 e no artigo 12 do Regulamento Interno da Política de Patrocinio e Apoio Institucional da Companhia de Desenvolvimento, Turismo e Inovação de Vitória, a inexistência de fato superveniente impeditivo nesta data e que concorda com todas as condições do edital e seus anexos.

Local e data

_____

Identificação e assinatura do Representante Legal