CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 015/2026

EDITAL DE ATRAÇÃO E POSICIONAMENTO INTERNACIONAL DE BELO HORIZONTE – TE ENCONTRO EM BH

Processo Administrativo nº 31.00863834/2026-75 - 67201/GEFOIT-BL/2026

OBJETO: Seleção pública de show único, turnê ou festival de música, de realização presencial na cidade de Belo Horizonte, que conte com artista ou atração estrangeira de projeção internacional, para fins de concessão de patrocínio, visando contribuir para o posicionamento de Belo Horizonte como destino turístico internacional e para a atração de fluxos turísticos.

TIPO: Seleção Pública Simplificada

JANELA DE INSCRIÇÃO: As inscrições podem ser realizadas a partir da data de publicação deste edital até o preenchimento das 5 (cinco) vagas disponíveis. Se as vagas não forem preenchidas, o período se estende até 30 de outubro de 2027. Vale o que ocorrer primeiro.

FORMA DE INSCRIÇÃO: por meio do Portal de Serviços da Prefeitura de Belo Horizonte conforme disposições deste edital e seus anexos.

O Edital e seus anexos estão disponíveis nesta publicação e no endereço: https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur

INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS: exclusivamente por meio do endereço eletrônico cadastroedital@pbh.gov.br

É MUITO IMPORTANTE A LEITURA PRÉVIA DO EDITAL E SEUS ANEXOS, ASSIM COMO O TOTAL CONHECIMENTO DAS REGRAS EDITALÍCIAS E OPERACIONAIS.

1.1. DO PREÂMBULO

1.2. A Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A - BELOTUR, no uso de suas competências legais, torna público ***Edital de Atração e Posicionamento Internacional de Belo Horizonte – Te Encontro em BH*** tem por objetivo a seleção pública de **show único, turnê ou festival de música**, de realização presencial na cidade de Belo Horizonte, que conte com **artista ou atração estrangeira de projeção internacional**, para fins de concessão de patrocínio, visando contribuir para o posicionamento de Belo Horizonte como destino turístico internacional e para a atração de fluxos turísticos, em conformidade com seu Regulamento Interno de Licitações e Contratos – RILC, Decreto Municipal nº 18.362/2023, Lei Federal nº 13.303/16, normas deste instrumento e demais normas legais atinentes à espécie.

2. DO OBJETO

2.1. O ***Edital de Atração e Posicionamento Internacional de Belo Horizonte – Te Encontro em BH*** tem por objeto a seleção pública de **show único, turnê ou festival de música**, de realização presencial na cidade de Belo Horizonte, que conte com **artista ou atração estrangeira de projeção internacional**, para fins de concessão de patrocínio, visando contribuir para o posicionamento de Belo Horizonte como destino turístico internacional e para a atração de fluxos turísticos.

2.2. O Edital está de acordo com o disposto no **Decreto Municipal Nº 18.362 de 30 de junho de 2023**, e posteriores alterações, bem como as políticas públicas e diretrizes da Prefeitura de Belo Horizonte e demais normas aplicáveis em vigor.

2.3. A seleção dar-se-á por chamamento público, conforme cronograma pré-estabelecido, e será realizada por comissão de avaliadores selecionados para este fim. Poderá, ainda, contar com a participação de especialistas de mercado e de técnicos de órgãos da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte.

3. DOS FUNDAMENTOS

3.1. Justificativa da Necessidade

3.1.1. Do posicionamento internacional de Belo Horizonte e da competitividade na atração de grandes eventos

O **Edital de Atração e Posicionamento Internacional de Belo Horizonte – Te Encontro em BH** tem por objetivo atrair e realizar eventos musicais internacionais em Belo Horizonte, com três finalidades principais. A primeira é fortalecer o posicionamento da capital mineira como destino

turístico. A segunda é ampliar sua presença nos circuitos nacionais e internacionais de entretenimento e de turismo de eventos. A terceira é utilizar grandes atrações como instrumento de promoção do destino, de dinamização econômica e de geração de fluxos turísticos.

A atração de grandes eventos musicais internacionais ocorre em ambiente de concorrência entre destinos, que disputam a inclusão em turnês, calendários e circuitos de atrações de elevada projeção. As turnês internacionais têm número limitado de datas e de praças. Por isso, diferentes cidades, inclusive outras capitais brasileiras, concorrem pela mesma atração e pela oportunidade de integrar determinado roteiro.

A escolha das cidades para realização de grandes shows únicos, turnês e festivais de música, considera diversos fatores, entre eles:

I. o potencial de público e de receita;

II. os custos de operação e de produção;

III. a disponibilidade e a adequação de equipamentos e de infraestrutura;

IV. as condições logísticas;

V. a conectividade;

VI. a capacidade de comunicação e de promoção do destino; e

VII. as condições comerciais oferecidas aos produtores e aos detentores dos direitos de realização do evento.

Belo Horizonte tem condições relevantes para essa disputa. A cidade dispõe de equipamentos aptos a eventos de grande porte, de infraestrutura turística e de serviços, de capacidade de mobilização de público, de posição geográfica estratégica e de ampla oferta cultural, gastronômica e de entretenimento. Soma-se a isso a conectividade aérea, que liga a capital mineira a diferentes regiões do país e favorece o deslocamento de públicos de outros Estados. Essa conectividade é fator de competitividade para eventos desse porte cuja demanda ultrapassa o mercado local.

Apesar dessa capacidade já demonstrada, Belo Horizonte não integra de forma recorrente os roteiros de determinados grandes shows, festivais e turnês internacionais. Isso mostra que há concorrência entre destinos por essas agendas. Ter infraestrutura e demanda potencial não garante, por si só, a escolha da cidade.

Ainda, a dinâmica competitiva entre destinos tende a sofrer alterações estruturais nos próximos anos em razão da Reforma Tributária. O novo modelo substitui gradualmente o ICMS e o ISS pelo Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), com redução progressiva das alíquotas dos tributos atuais entre 2029 e 2032 e extinção do ICMS e do ISS em 2033.

Essa mudança tende a reduzir, no médio e longo prazo, a possibilidade de utilização da diferenciação tributária como instrumento isolado de competição entre municípios e Estados pela atração de grandes eventos. Isso não elimina a concorrência entre destinos; ao contrário, desloca parte relevante dessa disputa para outros atributos, como infraestrutura, conectividade, capacidade de público, qualidade dos serviços, experiência do visitante, promoção do destino, segurança, sustentabilidade, ambiente de negócios e capacidade de articulação do poder público.

Nesse cenário, a existência de uma política pública específica de atração de eventos ganha relevância como instrumento não tributário de competitividade, capaz de atuar diretamente sobre fatores que influenciam a decisão dos produtores e detentores de direitos de realização.

3.1.1.1. Da atração de grandes eventos e turistas

Belo Horizonte tem reconhecida capacidade de realizar eventos de grande porte. A cidade reúne atributos relevantes para atrair turistas, como infraestrutura hoteleira, equipamentos culturais, gastronomia, diversidade de experiências turísticas e um calendário de eventos com ampla capacidade de mobilização.

A cidade já demonstrou, na prática, capacidade de sediar atrações musicais internacionais de primeira linha. O Mineirão recebeu 30 atrações internacionais desde 2013, com nomes como Metallica e Beyoncé. Somente a partir de 2023, o calendário da capital incluiu:

I. Backstreet Boys, que reuniu cerca de 25 mil pessoas na Esplanada do Mineirão;

II. Maroon 5, que marcou a inauguração da Arena MRV;

III. Evanescence, que se apresentou pela primeira vez na cidade em quase 30 anos de carreira e fez de Belo Horizonte a única cidade da turnê brasileira a receber uma data extra;

IV. Roger Waters, para um público de mais de 60 mil pessoas;

V. Paul McCartney, em dois shows na Arena MRV, com cerca de 42 mil pessoas na primeira noite;

VI. Andrea Bocelli, para cerca de 25 mil pessoas; e

VII. Bruno Mars, para cerca de 60 mil pessoas.

A experiência acumulada pela cidade mostra também que eventos de grande alcance podem ir além da dimensão cultural e ser instrumentos concretos de dinamização econômica e turística. O Carnaval de Belo Horizonte é evidência dessa capacidade. Em 2025, foram registrados aproximadamente 6,05 milhões de foliões e uma movimentação econômica estimada em R$1,2 bilhão, além da geração de mais de 20 mil empregos diretos e indiretos. Em 2026, o evento alcançou aproximadamente 6,6 milhões de foliões, recebeu cerca de 349 mil turistas e movimentou R$1,4 bilhão.

Esse cenário demonstra que Belo Horizonte consegue transformar grandes eventos em vetores de circulação de pessoas e de movimentação econômica. Nos eventos musicais internacionais, porém, há uma característica adicional: é preciso disputar previamente a inclusão da cidade nos circuitos e calendários das grandes turnês. Isso reforça a importância de um instrumento específico de atração.

Por mobilizarem públicos de diferentes cidades e países, os eventos musicais internacionais podem ampliar a demanda turística em períodos determinados, inserir novos fluxos no mercado local e fortalecer a presença de Belo Horizonte nos circuitos nacionais e internacionais de entretenimento e de turismo de eventos.

O contexto de 2027 amplia essa oportunidade. Belo Horizonte será uma das oito cidades-sede da Copa do Mundo Feminina da FIFA 2027, que será realizada de 24 de junho a 25 de julho de 2027, com oito partidas previstas para o Mineirão. A realização do torneio deverá ampliar a exposição internacional da cidade e mobilizar ações de promoção turística, acolhimento, experiências e ativação do destino.

Esse movimento se conecta à estratégia nacional de promoção turística internacional defendida pela EMBRATUR, sendo que, para Belo Horizonte, o desafio é converter essa maior exposição e conectividade em fluxo turístico efetivamente capturado pela cidade, utilizando o Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, em Confins, como importante porta de entrada e os serviços de informação e atendimento turístico como instrumentos de acolhimento, orientação e estímulo à permanência e circulação dos turistas pelo destino.

Esse cenário converge com as diretrizes do Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023–2027, que reconhece os eventos como segmento turístico consolidado e estabelece linhas de

atuação relacionadas a experiências turísticas, sustentabilidade, inovação e tecnologia e estratégias de mercado.

A atração de grandes eventos musicais internacionais pode, portanto, atuar de forma complementar a essas diretrizes, utilizando a capacidade de mobilização de público dos eventos para promover Belo Horizonte, estimular o consumo de experiências turísticas e ampliar sua inserção em mercados nacionais e internacionais de interesse estratégico.

3.1.1.2. Da geração de impacto econômico e empregos

Grandes eventos produzem efeitos econômicos que vão além da atividade diretamente ligada ao espetáculo. Alcançam uma cadeia diversificada de fornecedores, trabalhadores e prestadores de serviços. Os impactos podem atingir, entre outros, hotelaria, alimentação, transporte, comércio, serviços, segurança, produção cultural, tecnologia, comunicação, publicidade, entretenimento e economia criativa. Com isso, contribuem para a geração de trabalho e renda e para a circulação de recursos na economia local.

A contratação de fornecedores e profissionais locais, sempre que compatível com a natureza e a escala do evento, fortalece a cadeia produtiva do turismo e da economia criativa da cidade. Também qualifica os serviços prestados por esses agentes, que passam a operar segundo padrões praticados em produções de escala internacional.

A atração de eventos internacionais também pode gerar receitas tributárias e dinamizar a atividade econômica. O aumento de receitas decorre do consumo direto associado ao evento e da movimentação de toda a cadeia de bens e serviços mobilizada por ele. Há reflexos sobre tributos como o ISS e o ICMS, que incidem sobre hospedagem, alimentação, transporte e demais serviços prestados no período do evento.

Assim, a política busca não apenas a realização do evento, mas a conversão do fluxo associado à atração em consumo turístico. Busca estimular a permanência dos visitantes, a circulação pelo território e o contato com os demais atributos da cidade.

A atração de eventos internacionais é, nesse sentido, oportunidade para capturar esses efeitos econômicos, ao ampliar a permanência média dos visitantes e a ocupação hoteleira. Isso é especialmente verdadeiro quando o evento se associa a estratégias de promoção turística, a programação complementar e à divulgação da oferta cultural, gastronômica, de lazer e de entretenimento de Belo Horizonte.

3.1.1.3. Da promoção da cidade e de seus atributos turísticos

A atração de eventos musicais internacionais pode ser um instrumento estratégico de marketing de destino. Ela permite associar Belo Horizonte a experiências, atributos e valores capazes de ampliar sua visibilidade e influenciar a percepção de potenciais turistas.

Na perspectiva contemporânea do marketing turístico, a imagem do destino não é formada apenas pela comunicação institucional. Ela resulta da interação entre informações, experiências, percepções e conteúdos produzidos e compartilhados pelos próprios visitantes. Por isso, um evento de grande alcance pode funcionar ao mesmo tempo como experiência turística, plataforma de comunicação e ponto de contato entre o público e o destino.

Para que esse potencial se converta em promoção turística, a atração internacional não deve ser tratada como elemento separado da cidade. É necessário haver congruência entre a imagem do evento e os atributos que se pretende projetar de Belo Horizonte. Para isso, a realização do espetáculo deve ser integrada à comunicação dos espaços, da gastronomia, da cultura, do entretenimento, da hospitalidade e da vocação criativa da cidade. Esses atributos devem ser valorizados como diferenciais de identidade do destino diante de outras capitais que também disputam grandes eventos internacionais.

A dimensão promocional também cresce pela capacidade atual dos turistas de produzir e divulgar seus próprios conteúdos. Registros audiovisuais, publicações em redes sociais, avaliações e recomendações participam da formação da imagem percebida do destino e podem alcançar públicos que não estiveram no evento. Assim, o patrocínio cumpre a função de expor a marca institucional e também a de criar oportunidades concretas para que Belo Horizonte esteja presente na experiência e na narrativa produzida em torno do evento.

Nesse sentido, o evento internacional deve ser concebido como plataforma de ativação do destino, e não apenas como espetáculo patrocinado. O interesse público está na capacidade de conectar a atração, o visitante e a cidade. A visibilidade, a experiência e os conteúdos decorrentes do evento devem ser usados para fortalecer o posicionamento de Belo Horizonte, estimular novos fluxos turísticos e ampliar o conhecimento sobre seus atributos.

3.1.1.4. Do legado

A atração de eventos musicais internacionais deve ser entendida não só pelos efeitos imediatos da sua realização, mas também pela capacidade de gerar legado que permaneça depois do evento. Esse legado se manifesta, essencialmente, na geração de negócios para o setor de eventos e

turismo; e na transferência de conhecimento e na qualificação de produtores, fornecedores e profissionais locais, que passam a incorporar padrões operacionais e de gestão praticados em produções de escala internacional.

A realização recorrente de eventos dessa natureza favorece ainda a criação de conexões duradouras entre agentes locais e internacionais do setor. Isso amplia as possibilidades de intercâmbio, cooperação e novos negócios, além da atração específica que originou o patrocínio. Esse processo contribui para consolidar Belo Horizonte não apenas como palco eventual de grandes espetáculos, mas como praça relevante e recorrente no mercado de entretenimento e de turismo de eventos.

O legado buscado pelo Edital inclui, ainda, o aprimoramento da capacidade técnica e institucional do Município na gestão de grandes eventos. Cada atração recebida contribui para consolidar protocolos de segurança, mobilidade, licenciamento e articulação entre os órgãos públicos envolvidos. Isso qualifica a estrutura municipal para futuras edições e para outros eventos de grande porte.

Além disso, a política de patrocínio pretende associar a atração de eventos internacionais a compromissos de sustentabilidade ambiental, responsabilidade social, acessibilidade e diversidade. Assim, o legado da política não se limitará aos efeitos econômicos e turísticos, mas também resultará em experiências mais inclusivas e responsáveis para a cidade e para os públicos que dela participam.

3.1.1.5. Do instrumento público para aumento da competitividade de Belo Horizonte

A necessidade de um mecanismo específico decorre das características econômicas e operacionais dos eventos musicais internacionais e da concorrência entre destinos pela atração dessas agendas. O aporte de R$1.000.000,00 (um milhão de reais) por evento é compatível com a escala e as características econômicas desse segmento. O patrocínio não representa financiamento integral da realização do evento nem substitui a responsabilidade financeira do produtor.

O valor foi dimensionado a partir da ordem de grandeza dos custos usualmente envolvidos na contratação de atrações musicais de projeção internacional: cachê, produção, logística, infraestrutura, segurança, tecnologia e comunicação. O dimensionamento considerou também as faixas de investimento praticadas no atual modelo de patrocínio de eventos do Município, significativamente inferiores às exigidas por atrações dessa envergadura. Assim, o valor proposto é

um acréscimo suficiente para influenciar a decisão do produtor, sem substituir o investimento privado necessário à viabilização do evento.

É importante frisar que este Edital não se limita a apoiar apresentações musicais. É um instrumento de política pública voltado à atração e à realização de eventos musicais internacionais. Utiliza o entretenimento como vetor de turismo, desenvolvimento econômico, promoção territorial, internacionalização, geração de negócios e fortalecimento da cadeia turística e criativa.

A necessidade do Edital está, portanto, na oportunidade de usar estrategicamente a capacidade instalada e os atributos já existentes em Belo Horizonte, associados a um instrumento público de indução econômica. O objetivo é ampliar as condições de disputa da cidade pela atração de grandes eventos internacionais, potencializar os fluxos turísticos e os efeitos econômicos desses eventos e fortalecer, de forma planejada e mensurável, o posicionamento de Belo Horizonte no mercado nacional e internacional de eventos.

3.1.1.6. Da Política Municipal de Turismo

A política pública proposta evidencia alinhamento com as competências institucionais da BELOTUR. O art. 3º do Estatuto Social atribui à BELOTUR, entre outras competências, a promoção de Belo Horizonte nos mercados turísticos nacionais e internacionais, o apoio à realização de eventos capazes de gerar fluxos turísticos e o desenvolvimento de ações voltadas ao fortalecimento da atividade turística municipal. Essas atribuições encontram correspondência direta na proposta do Edital de utilizar eventos musicais internacionais como instrumentos de promoção e posicionamento de Belo Horizonte no cenário turístico internacional.

Os objetivos específicos do Edital, relacionados à atração de visitantes, ao estímulo à permanência e ao consumo na cidade, à promoção do destino e ao fortalecimento da cadeia produtiva do turismo, traduzem essas competências estatutárias em resultados pretendidos para a política pública municipal. A realização dos eventos, nessa perspectiva, não constitui um fim em si mesma, mas um meio para ampliar a visibilidade turística de Belo Horizonte, favorecer a circulação de visitantes e estimular a demanda por serviços como hospedagem, alimentação, transporte e outras atividades vinculadas à experiência turística.

Essa correspondência também se manifesta na previsão de resultados e indicadores de acompanhamento, que permitem relacionar a execução dos projetos aos efeitos turísticos pretendidos, incluindo informações sobre a origem dos visitantes, a promoção de Belo Horizonte e a movimentação da cadeia produtiva. A coleta e a sistematização desses dados são compatíveis

com a competência estatutária da BELOTUR de produzir informações destinadas ao planejamento e ao desenvolvimento da atividade turística.

Dessa forma, o enquadramento da iniciativa como instrumento de execução da Política Municipal de Turismo encontra fundamento na convergência entre as atribuições previstas no Estatuto Social da BELOTUR e os objetivos específicos estabelecidos no Edital. Para que essa correspondência se concretize, contudo, a seleção dos projetos, as contrapartidas pactuadas e os mecanismos de monitoramento e prestação de contas devem permanecer vinculados aos resultados turísticos pretendidos, de modo a demonstrar que os recursos públicos são empregados em ações de promoção do destino, atração de visitantes e fortalecimento do turismo em Belo Horizonte

3.2. Diretrizes Gerais

Constituem diretrizes gerais deste Edital:

3.2.1. Promover Belo Horizonte como destino turístico para eventos musicais internacionais.

3.2.2. Ampliar a competitividade e a visibilidade de Belo Horizonte nos mercados nacional e internacional.

3.2.3. Atrair visitantes e estimular sua permanência e consumo turístico na cidade.

3.2.4. Fortalecer a integração dos eventos à cadeia produtiva do turismo e à economia local.

3.2.5. Fortalecer as marcas institucionais de Belo Horizonte e sua associação à cultura, à música e ao turismo.

3.2.6. Estimular a adoção de práticas de sustentabilidade, responsabilidade social, acessibilidade e governança (ESG).

3.3. Diretrizes Específicas

3.3.1. Priorizar projetos que demonstrem capacidade de atrair visitantes de outras localidades e de integrar o evento à experiência turística de Belo Horizonte.

3.3.2. Estimular projetos que apresentem estratégias para ampliar a permanência dos visitantes na cidade e favorecer a ocupação da rede hoteleira e a utilização de serviços turísticos.

3.3.3. Estimular a integração dos eventos com a cadeia produtiva local.

3.3.4. Priorizar projetos que contribuam para o posicionamento de Belo Horizonte como destino apto à realização de eventos de alcance internacional.

3.3.5. Estimular estratégias de promoção e comunicação capazes de ampliar a visibilidade de Belo Horizonte perante mercados estratégicos.

3.3.6. Fomentar a adoção de práticas de sustentabilidade ambiental, social e governança na realização dos eventos.

3.3.7. Estimular a geração de legado para o Município, especialmente por meio do aprimoramento da capacidade institucional relacionada à gestão de grandes eventos.

3.4. ESG nos eventos

Para assegurar a conformidade com as diretrizes de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental, os eventos deverão observar as disposições deste instrumento e as diretrizes da ABNT NBR ISO 20121, que estabelece requisitos para sistemas de gestão sustentável de eventos.

No âmbito ambiental, deverão ser priorizados o uso eficiente de água e energia, a redução da geração de resíduos e sua reutilização, reciclagem e logística reversa, a utilização de materiais e produtos de menor impacto ambiental, a redução e compensação de emissões de gases de efeito estufa, a preservação da biodiversidade e o controle de impactos relacionados à poluição sonora, do ar, da água e do solo.

Na dimensão social, deverão ser observados os direitos trabalhistas a diversidade, a acessibilidade e a inclusão, com especial atenção às pessoas com deficiência e a grupos vulnerabilizados, bem como medidas de prevenção à discriminação e ao assédio, proteção à saúde e segurança do público, trabalhadores e fornecedores, valorização da cultura e do patrimônio local e a redução do desperdício de alimentos.

No âmbito da governança e do desenvolvimento econômico, deverão ser adotadas práticas de transparência, ética e gestão de riscos, critérios socioambientais para a contratação de fornecedores e terceiros, priorização de fornecedores e profissionais locais, estímulo à inovação e à geração de impactos socioeconômicos positivos, bem como mecanismos de monitoramento e melhoria contínua.

A adoção e a comprovação das medidas de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental serão consideradas na avaliação dos projetos, nos termos dos critérios estabelecidos neste instrumento.

3.5. Resultados Esperados

Com a realização do Edital, espera-se:

I. ampliar a capacidade de Belo Horizonte de integrar roteiros e circuitos nacionais e internacionais de eventos musicais de grande porte;

II. atrair visitantes provenientes de outras cidades, estados e países, ampliando os fluxos turísticos associados à realização dos eventos;

III. estimular o deslocamento turístico motivado pelos eventos e ampliar a permanência dos visitantes na cidade, contribuindo para a ocupação da rede hoteleira;

IV. contribuir para a dinamização econômica da cadeia produtiva do turismo, da economia criativa e dos setores de comércio e serviços relacionados à realização dos eventos;

V. fortalecer o posicionamento de Belo Horizonte como destino turístico associado à realização de eventos musicais internacionais e à oferta de experiências culturais, gastronômicas e de entretenimento;

VI. ampliar a visibilidade e a exposição de Belo Horizonte em meios de comunicação, redes sociais e plataformas digitais, especialmente perante públicos e mercados estratégicos;

VII. promover a integração dos eventos com atrativos, equipamentos, experiências e serviços turísticos da cidade, favorecendo a conversão do público do evento em visitantes e consumidores da oferta turística local;

VIII. estimular a articulação e a geração de negócios entre produtores de eventos, fornecedores, profissionais e demais agentes da cadeia produtiva do turismo e da economia criativa de Belo Horizonte;

IX. contribuir para a diversificação e a qualificação da oferta turística da cidade, por meio da realização de eventos capazes de ampliar as experiências associadas ao destino;

X. estimular a adoção de práticas de sustentabilidade ambiental, acessibilidade, inclusão, responsabilidade social e governança na realização dos eventos;

XI. contribuir para a geração de legado para o Município, mediante a qualificação de fornecedores e profissionais locais, a transferência de conhecimento e o aprimoramento da capacidade institucional de gestão de grandes eventos;

XII. gerar informações, indicadores e dados sobre público, origem dos visitantes, permanência, ocupação hoteleira, movimentação econômica, alcance promocional e demais resultados dos eventos, de modo a subsidiar o planejamento, o monitoramento e a inteligência turística da BELOTUR;

XIII. produzir retorno turístico, econômico, promocional e institucional compatível com o investimento público realizado, observadas as contrapartidas e os resultados previstos para cada projeto.

4. DOS CONCEITOS E DEFINIÇÕES DO EDITAL

Para os fins deste Edital, considera-se:

Evento Musical Internacional: acontecimento previamente planejado, organizado e coordenado, com identidade própria, início, meio e fim, público-alvo definido e programação estruturada, realizado presencial e integralmente em Belo Horizonte, tendo a música como elemento central de sua programação e contando com, no mínimo, 1 (uma) atração musical internacional confirmada, com capacidade de produzir impactos econômicos, sociais, culturais e turísticos.

Atração Musical Internacional: artista, grupo, banda, conjunto, DJ ou outro agente artístico-musical *estrangeiro* cuja atuação profissional esteja estabelecida fora do Brasil e cuja participação no evento esteja formalmente confirmada.

Impacto Turístico: capacidade do evento de contribuir para a atração de visitantes de outras cidades, estados e países, geração de deslocamentos, movimentação da cadeia produtiva do turismo, promoção do destino e fortalecimento da oferta turística de Belo Horizonte.

Impacto Econômico: capacidade do evento de gerar efeitos econômicos na cidade, incluindo geração de trabalho e renda, movimentação da cadeia de fornecedores e prestadores de serviços, incremento de receitas tributárias municipais e dinamização dos setores de hotelaria, alimentação, transporte, comércio e economia criativa.

Mercado Estratégico: localidade, estado, região ou país identificado como estratégico para a atração de turistas ao evento e para a promoção turística de Belo Horizonte.

Programação: conjunto de atividades, atrações e ações que compõem o evento, não configurando, isoladamente, evento autônomo.

Projeto: conjunto de informações, ações, metas, estratégias, programação, plano de comunicação e resultados apresentados pelo proponente.

Contrapartida: Obrigação assumida pelo proponente perante a BELOTUR em decorrência do patrocínio, cujo conteúdo e extensão devem ser proporcionais ao valor patrocinado. As contrapartidas são formalizadas no Termo de Contrapartidas e no contrato.

Resultado turístico: efeito ou resultado decorrente da realização do evento que possa ser relacionado à atração de turistas, promoção do destino, movimentação da cadeia turística ou geração de informações relevantes para a política pública de turismo.

5. DAS FASES DO PROCESSO

a) Período de Inscrição: o período estabelecido para o recebimento dos projetos pelo sistema.

b) Análise e Avaliação: verificação do cumprimento das condições de participação e avaliação técnica e qualitativa do(s) projeto(s) conforme critérios estabelecidos.

c) Homologação e Resultado: trâmites finais para concluir a seleção, com a comunicação aos proponentes, via sistema e Diário Oficial do Município - DOM, do parecer final da BELOTUR - Diretoria Executiva e Presidência.

A publicação do Resultado Final no DOM e/ou no Portal da PBH dá início à pactuação de contrapartidas para os projetos selecionados.

d) Pactuação de Contrapartidas: etapa em que a BELOTUR, pelo sistema, convocará o proponente para apresentar o Termo de Contrapartidas com as contrapartidas obrigatórias e aquelas aptas à pactuação, as formas de comprovação e os decotes percentuais que serão aplicados em caso de descumprimento, cabendo ao proponente manifestar sua concordância como condição para a formalização do instrumento de patrocínio.

e) Formalização do Contrato: procedimentos necessários para que o Proponente contemplado com o patrocínio formalize o contrato junto à BELOTUR.

f) Período de Execução dos Eventos: período destinado à realização dos eventos.

g) Prestação de Contas: comprovação, pelo proponente, da correta aplicação dos recursos recebidos e da execução do projeto e das contrapartidas obrigatórios e pactuadas.

6. DO CRONOGRAMA

Período de Inscrição: da data de publicação até o preenchimento das 5 (cinco) vagas disponíveis. Se as vagas não forem preenchidas, o período se estende até 30 de outubro de 2027. Vale o que ocorrer primeiro.

Análise e avaliação, julgamento dos recursos, homologação do resultado, pactuação das contrapartidas e formalização do contrato: em até 30 dias contados do primeiro dia útil seguinte à data de submissão do projeto. O prazo poderá ser prorrogado, a critério da administração, quando a complexidade da análise ou o volume de projetos submetidos assim exigir.

Período de Execução do evento: 05/01/2027 até 31/12/2027

7. DO VALOR DE REFERÊNCIA

7.1. O Valor de referência destinado ao objeto deste edital é de R$5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

7.2. Caso sejam disponibilizados aportes de novos recursos orçamentários e financeiros, supervenientes a este instrumento, o valor de referência poderá ser ampliado.

8. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

8.1. As despesas decorrentes da concessão de auxílio financeiro correrão por conta da seguinte dotação orçamentária: 2805.1100.23.695.086.2.629.0004.339039.22.1.500.000 reduzido 28050022.

9. DA IMPUGNAÇÃO E DOS ESCLARECIMENTOS

9.1. Qualquer pessoa poderá pedir esclarecimentos e/ou impugnar o Edital no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data de sua publicação.

9.2. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser solicitados exclusivamente por e-mail, formalizados e enviados para o endereço eletrônico cadastroedital@pbh.gov.br.

9.3. A impugnação deverá, obrigatoriamente, ser formalizada por escrito, devidamente fundamentada e instruída com indícios de provas, assinadas e entregues/ enviadas para o endereço sede da BELOTUR (Rua Espírito Santo, nº 527, Centro - CEP 30120-060 - Belo Horizonte/MG).

9.4. Perde o direito de pedir esclarecimentos e de impugnar este Edital a pessoa que não o fizer dentro do prazo estabelecido. Isso não afasta o exercício da autotutela pela BELOTUR.

10. DAS VAGAS E DOS VALORES DE PATROCÍNIO

10.1. O Edital adotará modalidade única de patrocínio, destinada exclusivamente ao apoio à realização de eventos musicais internacionais, na modalidade presencial.

I. Patrocínio de R$1.000.000,00 (um milhão de reais) por evento: serão apoiados até cinco eventos, observado o limite orçamentário estabelecido no edital e a disponibilidade de recursos.

11. DO PATROCÍNIO

11.1. Os valores globais destinados ao edital serão distribuídos na forma de patrocínio.

11.2. O período destinado para execução dos eventos patrocinados será de **05/01/2027 à 31/12/2027.**

11.3. Cada Proponente poderá ser contemplado com o máximo de 2 (dois) patrocínios por Edital.

11.4. É desejável que o proponente capte recursos com outros patrocinadores, observado o cumprimento das obrigações previstas neste Edital, inclusive das contrapartidas pactuadas entre o Proponente e a BELOTUR.

12. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

12.1. Admissibilidade

12.1.1. Poderá participar da presente seleção pessoa jurídica, nacional devidamente representada no país, que comprove experiência na produção, organização ou realização de eventos musicais de grande porte, mediante a comprovação de, no mínimo, 1 (um) evento com público superior a 30.000 (trinta mil) pessoas, realizado nos últimos 10 (dez) anos, contados da data de publicação deste Edital. Essa pessoa jurídica é denominada "Proponente".

12.1.2. O Proponente deverá comprovar, no ato da inscrição, mediante a apresentação documento que assegure a viabilidade técnica e comercial da apresentação em Belo Horizonte dentro do Período de Execução dos Eventos, podendo ser:

I - a existência de relação pré-contratual, carta de anuência, termo de exclusividade ou reserva de data firmada com o artista, banda ou respectiva agência de representação (*booking agency*); II – a divulgação pública da realização do evento e da respectiva atração musical internacional, inclusive por meio de coletiva de imprensa, anúncio oficial ou outro meio de comunicação equivalente; ou III – a contratação, reserva ou locação do espaço destinado à realização do evento com data e nome da atração, mediante declaração ou instrumento contratual emitido pelo respectivo responsável.

12.2. São Pré-Requisitos de Admissibilidade, cumulativamente:

12.2.1. Tratar-se de artista, banda ou atração estrangeira de reconhecida projeção internacional, comprovada objetivamente por, ao menos, dois dos seguintes critérios:

I. ter recebido, nos últimos 5 (cinco) anos, prêmio internacional de relevância comprovada (Grammy Award, Billboard Music Award, Brit Award, MTV Video Music Award ou equivalente), ou certificação de disco de platina múltipla/diamante por organismo reconhecido (RIAA, IFPI ou equivalente nacional);

II. ter realizado, nos últimos 10 (dez) anos, shows, turnê internacional com apresentações em estádios ou arenas de capacidade igual ou superior a 30.000 (trinta mil) lugares em, no mínimo, 1 (um) país fora do seu país de origem; ou

III. Comprovar, por documentação oficial, que o artista possui alcance digital compatível com a realização de show internacional de grande porte, mediante registro de no mínimo 15.000.000 (quinze milhões) de seguidores, downloads ou ouvintes, somados em uma ou mais plataformas oficiais de streaming de música, tais como Spotify, Deezer, YouTube Music, entre outras.

12.2.2. Configurar evento presencial, com público, realizado integralmente dentro dos limites territoriais de Belo Horizonte. Deve ocorrer em espaço de grande porte tecnicamente compatível com estádio, arena, esplanada ou equivalente;

12.2.3. Tratar-se de evento gratuito ou pago, com comercialização de ingressos ao público em geral**.**

12.2.3.1. Quando o evento for pago, os ingressos deverão ser comercializados exclusivamente por meio de sistema oficial de bilheteria digital ou eletrônica, dotado de mecanismos de rastreabilidade e geração de relatórios que permitam verificar, no mínimo, a quantidade de ingressos disponibilizados, comercializados, cancelados, bem como, observada a legislação aplicável à proteção de dados pessoais, informações agregadas sobre a origem geográfica do público.

12.2.4. Estar integralmente compreendido no Período de Execução dos Eventos;

12.2.5. Não ter o mesmo artista, banda ou turnê se apresentado, comercialmente, em Belo Horizonte nos 12 (doze) meses anteriores à data de inscrição, para preservar o ineditismo e a capacidade de atração turística do Evento;

12.2.6. Apresentar **Estudo de Impacto Econômico e Turístico do Evento**, contendo, no mínimo, estimativas fundamentadas de: público do evento; bilheteria, quando houver cobrança de

ingressos, incluindo faixa de preço; geração de ISS e outros tributos municipais, quando aplicável; geração de empregos e postos de trabalho diretos e indiretos; contratação e movimentação de fornecedores, prestadores de serviços e demais integrantes da cadeia produtiva do evento; impacto na cadeia produtiva do turismo, incluindo ocupação hoteleira, e demais indicadores de retorno econômico e turístico;

12.2.6.1. O proponente deverá informar a fonte dos dados, período de referência, metodologia de cálculo e premissas utilizadas para a elaboração das estimativas.

12.2.7. Apresentar os documentos técnicos e obrigatórios exigidos no **subitem DA DOCUMENTAÇÃO** deste documento.

12.3. Vedações

12.3.1. Não poderão participar do processo seletivo, ou terão seus projetos sumariamente desclassificados:

12.3.1.1. Projetos cuja atração internacional indicada pelo Proponente não se enquadre no conceito de artista, banda, show, turnê ou referido nos Pré-Requisitos de Admissibilidade;

12.3.1.2. Eventos, fechados, corporativos, por convite ou não abertos à compra de ingressos pelo público em geral;

12.3.1.3. É vedado fragmentar o espetáculo ou o contrato de apresentação em mais de um projeto, ainda que sob denominações distintas.

12.3.1.4. É vedada a inscrição do mesmo show, turnê ou atração musical em datas distintas, quando não previstas e integrantes de uma mesma proposta, ou não compreendidas no período de execução dos eventos.

12.3.1.5. É vedada a inscrição do mesmo projeto em mais de uma seleção promovida pela BELOTUR, assim entendido aquele que apresente identidade ou semelhança substancial de objeto, finalidade ou conteúdo. Em caso de inscrição simultânea, será considerada somente a primeira submissão;

12.3.1.6. Em caso de mais de uma inscrição do mesmo proponente para o mesmo evento, será considerada apenas a primeira submissão.

12.3.1.7. Projetos que prevejam a participação remota ou virtual da atração musical internacional estrangeira, inclusive por transmissão ao vivo ou qualquer outro meio que não envolva sua apresentação presencial em Belo Horizonte;

12.3.1.8. Projetos de cunho político-partidário-eleitoral, ou cujos recursos captados a título de patrocínio se destinem, direta ou indiretamente, a financiamento de campanhas, comícios ou atividades vinculadas a partidos, candidatos ou coligações;

12.3.1.9. Pessoas jurídicas que estejam em mora, inadimplentes ou irregulares perante a BELOTUR, inclusive quanto à prestação de contas de patrocínios anteriores;

12.3.1.10. Pessoas Jurídicas que estejam em mora, inadimplentes com qualquer órgão da Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, inclusive no que diz respeito à omissão ou atraso no dever de prestar contas;

12.3.1.11. Pessoa física;

12.3.1.12. Pessoas jurídicas cujo(s) sócio(s), preposto(s) ou representante(s) tenham rompido vínculo com a BELOTUR há menos de 6 (seis) meses;

12.3.1.13. Pessoas jurídicas que estejam em situação de litigância contra a BELOTUR;

12.3.1.14. Vereadores, servidores e empregados públicos municipais ocupantes de cargo em comissão ou função de confiança, bem como cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade até o 3º grau de servidores da BELOTUR e dos membros da Comissão de Avaliação;

12.4. O não cumprimento das Condições de Participação resulta na desclassificação técnica do projeto. Fica resguardado o direito de recurso previsto no item **DOS RECURSOS**.

13. DAS INSCRIÇÕES

13.1. As inscrições são gratuitas e implicam ciência completa e aceitação tácita das normas e condições estabelecidas neste Edital, seus anexos e nas demais normas legais pertinentes. O Proponente não poderá alegar desconhecimento delas.

13.2 As inscrições poderão ser realizadas através do Portal de Serviços da Prefeitura de Belo Horizonte conforme link: https://servicos.pbh.gov.br/servicos+edital-de-atracao-e-posicionamento-internacional-de-belo-horizonte-te-encontro-em-bh+6ae34ac0e5a1ee4337af3b8c

13.2. As inscrições serão recebidas em fluxo contínuo, a partir da data de publicação do Edital até 30/10/2027, ou até o preenchimento das 5 (cinco) vagas disponíveis, ou, ainda, até o exaurimento da dotação orçamentária, o que ocorrer primeiro.

13.2.1. O Evento poderá compreender mais de uma data de realização ou apresentação, desde que todas estejam previstas no mesmo projeto, componham uma única proposta e estejam compreendidas no período de execução.

13.2.2. A previsão de múltiplas datas não dará direito a novo patrocínio ou a mais de uma vaga, permanecendo limitado a R$1.000.000,00 (um milhão de reais) o valor do patrocínio por projeto contemplado, independentemente do número de datas ou apresentações que integrem o Evento.

13.3. Para ser admitido, o projeto deverá ser inscrito **com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias corridos**, contados em relação à data prevista para a realização do show. **As inscrições realizadas em prazo inferior a este não serão admitidas.**

13.3.1. Quando o projeto abranger mais de uma data de apresentação, o prazo mínimo de antecedência previsto no **subitem** acima será contado em relação à primeira data prevista para a realização do Evento.

13.3.2. O prazo de antecedência previsto no **subitem 13.3** será contado entre a data de inscrição do projeto no sistema oficial indicado neste Edital e a data de realização do show constante do projeto apresentado.

13.4. As inscrições devem ser protocoladas exclusivamente no Portal de Serviços da Prefeitura, por upload da documentação prevista no item **DA DOCUMENTAÇÃO**, o que gera protocolo de recebimento.

13.5. Os projetos regularmente protocolados serão analisados na ordem cronológica de recebimento.

13.6. Na hipótese de haver mais de um projeto apto à ocupação de uma mesma vaga remanescente, será considerado, para fins de definição do projeto a ser enquadrado, o critério de maior pontuação técnica, observada a ordem decrescente de pontuação.

13.7. O projeto regularmente inscrito neste Edital que for desclassificado não poderá ser reapresentado durante a vigência do Edital, ainda que com alteração de escopo.

13.8. Não serão aceitos como forma de inscrição envelopes/documentos entregues presencialmente, via postal, e-mail, ou outras formas diferentes da estabelecida no subitem 13.4.

13.9. Ao submeter o projeto técnico, via sistema, o proponente receberá protocolo no e-mail utilizado para inscrever o projeto. Esse e-mail é, necessariamente, àquele vinculado à plataforma do Governo Federal (GOV.BR). Esse é o único e-mail que receberá notificações.

13.10. O recebimento do protocolo não caracteriza deferimento da inscrição ou análise do conteúdo dos documentos enviados, mas, tão somente, o recebimento destes.

13.11. A BELOTUR não se responsabiliza por inscrições não concluídas por falhas tecnológicas, como problemas em servidores, na transmissão de dados, na linha telefônica, em provedores de acesso ou lentidão causada por excesso de acessos simultâneos. Por isso, conclua sua inscrição com antecedência, para evitar eventuais dificuldades técnicas.

13.12. Por se tratar de Edital com recebimento de propostas em fluxo contínuo, recomenda-se que o Proponente não aguarde a proximidade do prazo mínimo de antecedência previsto no subitem 13.3 para realizar sua inscrição, de modo a evitar eventuais dificuldades técnicas e assegurar o cumprimento do prazo exigido.

13.13. Todas as comunicações relativas ao processo, até a divulgação do resultado, serão realizadas exclusivamente por meio do sistema.

13.14. É de exclusiva responsabilidade do proponente acompanhar as comunicações, convocações, notificações e demais informações relativas ao presente Edital, disponibilizadas nos canais oficiais: o Diário Oficial do Município (DOM) e o Portal de Serviços da PBH (sistema).

13.15. O eventual envio de mensagens para o e-mail informado no ato da inscrição tem caráter meramente auxiliar, não substituindo, nem se equiparando, aos canais oficiais mencionados no subitem anterior, não sendo cabível qualquer alegação de descumprimento de prazo ou desconhecimento de ato administrativo em razão do não recebimento da mensagem, inclusive quando decorrente de direcionamento automático para caixa de spam ou lixo eletrônico.

13.15.1. A BELOTUR não se responsabilizará por falhas, atecnias, indisponibilidades, bloqueios, filtros, erros de encaminhamento ou quaisquer outras intercorrências relacionadas ao serviço de e-mail que impeçam ou prejudiquem o recebimento das mensagens pelo Proponente.

13.16. Cada proponente poderá executar, no máximo, 02 (dois) projetos distintos por Edital.

13.16.1. Entende-se como projetos distintos aqueles que possuem objetivos, ações, escopos e metas diferentes entre si.

13.16.2. Cada projeto deve ser inscrito separadamente, gerando dois protocolos de inscrição diferentes.

13.16.3. Caso o proponente inscreva mais de dois projetos, apenas os dois primeiros projetos protocolados serão considerados e, caso inscreva dois projetos idênticos/semelhantes, apenas o primeiro projeto protocolado será considerado.

13.16.4. Caso seja identificado que dois proponentes diferentes inscreveram o mesmo projeto, apenas o primeiro projeto protocolado será considerado.

14. DA DOCUMENTAÇÃO

14.1. O Proponente deverá apresentar, obrigatoriamente, os seguintes documentos:

14.1.1. Anexo Projeto – Shows Internacionais, com todos os campos preenchidos e assinatura digital (GOV.BR ou ICP-Brasil) do representante legal;

14.1.1.1. A assinatura digital somente será aceita aquela do tipo avançada (GOV.BR) ou as validadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP Brasil).

14.1.2. Documento hábil que comprove, alternativamente:

I - a existência de relação pré-contratual, carta de anuência, termo de exclusividade ou reserva de data firmada com o artista, banda ou respectiva agência de representação (*booking agency*);

II – a divulgação pública da realização do evento e da respectiva atração musical internacional, inclusive por meio de coletiva de imprensa, anúncio oficial ou outro meio de comunicação equivalente; ou

III – a contratação, reserva ou locação do espaço destinado à realização do evento com data e nome da atração, mediante declaração ou instrumento contratual emitido pelo respectivo responsável.

14.1.3. Documentação comprobatória da relevância internacional do artista, nos termos dos Pré-Requisitos de Admissibilidade - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO;

14.1.4. Cópia do Ato Constitutivo da Pessoa Jurídica consolidado ou com as respectivas alterações e **Cópia da Ata de Eleição do(s) atual(is) representante(s) da Pessoa Jurídica**, se for o caso, devidamente registrada em cartório, inclusive procuração, agrupados em arquivo único PDF;

14.1.5. Estudo de Impacto Econômico e Turístico do Evento, contendo, no mínimo, estimativas fundamentadas de: público do evento; bilheteria, quando houver cobrança de ingressos, incluindo faixa de preço; geração de ISS e outros tributos municipais, quando aplicável; geração de empregos e postos de trabalho diretos e indiretos; contratação e movimentação de fornecedores, prestadores de serviços e demais integrantes da cadeia produtiva do evento; impacto na cadeia produtiva do turismo, incluindo ocupação hoteleira, e demais indicadores de retorno econômico e turístico;

14.1.5.1. O proponente deverá informar a fonte dos dados, período de referência, metodologia de cálculo e premissas utilizadas para a elaboração das estimativas.

14.1.6. Anexo Declaração Obrigatória, com todos os campos preenchidos e constando assinatura digital do(a) representante legal do(a) proponente, com poderes ou por procuração com poderes especiais, na forma prevista no ato constitutivo;

14.1.7. Book de captação, com apresentação visual do projeto, benefícios de exposição de marca e demais informações pertinentes à negociação de contrapartidas.

14.2. A falta de qualquer documento obrigatório, ou sua apresentação em formato incompatível, ilegível ou incompleto, bem como a ausência de assinatura digital, resulta na desclassificação técnica do projeto. O Proponente poderá, uma única vez, sanar irregularidade formal ou erro material, no prazo de 2(dois) dias úteis, mediante diligência da BELOTUR.

15. DA AVALIAÇÃO TÉCNICA

15.1. Os projetos habilitados serão avaliados por Comissão de Avaliação designada, observados os seguintes critérios e pontuação máxima de 60 (sessenta) pontos:

CRITÉRIO	O QUE SE PRETENDE AVALIAR	PONTOS
Potencial e Relevância Turística	A capacidade do projeto de posicionar Belo Horizonte como destino turístico, considerando a projeção internacional da atração, seu potencial de gerar demanda para a realização do evento na cidade, a capacidade de atrair e deslocar público de outras localidades e a estratégia de promoção do destino.	25
Impacto Econômico Estimado (bilheteria, ISS, ocupação hoteleira)	A capacidade do projeto de produzir efeitos econômicos em Belo Horizonte, considerando os impactos diretos e indiretos decorrentes da realização do evento.	10
Plano de Comunicação e Visibilidade Institucional	A capacidade do projeto de assegurar a divulgação qualificada do evento e ampliar a visibilidade institucional de Belo Horizonte, considerando a abrangência, a segmentação e a adequação das estratégias e dos canais de comunicação, bem como o potencial de alcance e disseminação dos conteúdos associados ao destino.	15
Práticas ESG (e acessibilidade)	A adoção de medidas de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental compatíveis com as características do evento, considerando a promoção da acessibilidade e da inclusão, a prevenção e mitigação de impactos ambientais e sociais e a	10

15.2. Os projetos serão classificados individualmente.

15.3. A análise deverá considerar a adequação, a qualidade e a contribuição dos elementos apresentados, assegurando transparência e isonomia na aplicação da metodologia especialmente quanto a:

I - consistência das informações: confiabilidade e suficiência dos dados, documentos e demais elementos apresentados pelo proponente;

II - pertinência das estratégias: adequação das ações propostas às características do evento e aos objetivos do critério avaliado;

III - coerência da proposta: alinhamento entre os objetivos, as estratégias e as ações previstas;

IV - viabilidade de execução: compatibilidade das medidas propostas com as condições e os meios necessários à sua implementação;

V - contribuição para os resultados pretendidos: potencial do projeto para alcançar os objetivos do chamamento e gerar os resultados esperados na dimensão avaliada; e

VI - fundamentação da pontuação: vinculação da nota às evidências apresentadas e aos descritores e parâmetros de aferição estabelecidos para cada dimensão, com justificativa técnica que explicite os elementos determinantes da avaliação.

15.4. Caso necessário, para o preenchimento da última vaga, os projetos serão classificados em ordem decrescente de pontuação.

15.5. Em caso de empate, terá prioridade o projeto com maior nota, sequencialmente, em Potencial e Relevância Turística, Plano de Comunicação e Visibilidade Institucional, Práticas ESG e Impacto Econômico Estimado.

15.6. Persistindo o empate, prevalecerá o protocolo mais antigo.

15.7. A Diretoria Executiva e a Presidência, se discordarem do parecer técnico, deverão fundamentar a discordância com base nos mesmos critérios estabelecidos neste instrumento.

15.8. Nota de corte: fica estabelecida a nota mínima de 48 pontos, de um total de 60, como requisito para o projeto ser considerado apto à classificação. Os projetos com pontuação inferior à nota de corte serão considerados não classificados.

15.9. Os projetos que atingirem a nota de corte serão classificados em ordem decrescente de pontuação, para fins de enquadramento nas vagas.

15.10. A classificação do projeto no processo seletivo gera mera expectativa de patrocínio, não conferindo ao proponente direito adquirido à contratação. A concessão do patrocínio está condicionada à disponibilidade orçamentária e financeira, ao atendimento dos requisitos previstos neste instrumento e ao limite máximo de 5 (cinco) projetos patrocinados. A classificação, por si só, não obriga a BELOTUR a celebrar o contrato de patrocínio.

16. DOS RECURSOS

16.1. Os projetos desclassificados em razão do não atendimento às condições de participação poderão apresentar recurso, no prazo de 2 (dois) dias úteis contados da comunicação pela BELOTUR via sistema, mediante formulário próprio, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

16.2. É obrigatória a utilização do ANEXO - Formulário de Recurso.

16.3. Em caso de projeto desclassificado o proponente deverá, recorrer da desclassificação em formulário próprio, sob pena de não recebimento do recurso.

16.4. Caso mais de um fundamento tenha ensejado a desclassificação, o proponente deverá recorrer, de modo específico, das razões de desclassificação.

16.5. Somente o responsável legal tem legitimidade para interposição do recurso, comprovado o interesse recursal, competindo-lhe o direito de recorrer apenas do que foi objeto de controvérsia.

16.6. Em sede de recurso, é vedado juntar fatos novos ou documentos cuja apresentação era obrigatória na inscrição.

16.7. A decisão da BELOTUR em sede de recurso é definitiva.

17. DA DESCLASSIFICAÇÃO

17.1. Serão desclassificados os projetos que não atenderem às Condições de Participação.

17.2. Serão desclassificados os projetos que não apresentarem a documentação técnica exigida, ou que a apresentem em formato incompatível, ilegível ou com campos obrigatórios não preenchidos.

17.3. Serão desclassificados os projetos em que se constate simulação, fraude documental ou declaração falsa quanto à relevância internacional do artista ou do impacto econômico do evento.

17.4. Serão desclassificados os projetos que promovam fragmentação artificial de um evento em mais de um projeto inscrito.

18. DAS DILIGÊNCIAS

18.1. A BELOTUR poderá, em qualquer fase do processo, requerer diligência para esclarecer ou complementar a instrução.

18.2. O Proponente terá 2(dois) dias úteis para responder, em razão da complexidade da documentação envolvida. Se não responder no prazo, a análise prosseguirá apenas com as informações da inscrição original.

19. DO RESULTADO FINAL

19.1. Após homologação, o resultado de cada projeto será individualizado como:

I. **Desclassificado:** não cumpriu condição de participação ou não atingiu a pontuação mínima.

II. **Classificado:** obteve pontuação técnica, mas aguarda vaga remanescente em razão do limite de 5 (cinco) Eventos e/ou da disponibilidade orçamentária;

III. **Contemplado:** foi classificado dentro do número de vagas.

19.2. O resultado será publicado no Diário Oficial do Município – DOM e no Portal da BELOTUR, juntamente com a convocação para a Pactuação de Contrapartidas.

19.3. Da convocação dos projetos contemplados

19.3.1. Os proponentes contemplados serão convocados pela BELOTUR, por meio do sistema, para iniciar a pactuação das contrapartidas e os procedimentos necessários à formalização do Contrato de Patrocínio.

19.3.2. A convocação observará a ordem de classificação dos projetos aptos, o limite máximo de 5 (cinco) Eventos patrocinados e a disponibilidade orçamentária e financeira.

19.3.3. O proponente convocado deverá atender às solicitações e cumprir os prazos estabelecidos pela BELOTUR para a pactuação das contrapartidas e a formalização contratual, sob pena de perda da oportunidade de contratação.

19.4. Da convocação dos classificados remanescentes

19.4.1. Os projetos classificados que não forem contemplados em razão do limite de vagas ou da disponibilidade orçamentária e financeira permanecerão na condição de remanescentes, observada a ordem decrescente de pontuação.

19.4.2. Surgindo vaga, a BELOTUR poderá convocar o próximo projeto classificado remanescente, respeitada a ordem de classificação

20. DAS CONTRAPARTIDAS

20.1. Contrapartidas Obrigatórias

20.1.1. A contrapartida obrigatória para os Proponentes contemplados consiste, independentemente da negociação de itens adicionais na Pactuação de Contrapartidas, em:

20.1.1.1. Inserção das marcas institucionais em peças de divulgação do evento (exemplos: mobiliário urbano, banners, LED, redes sociais oficiais do Evento e demais mídias pagas ou não pagas contratadas pelo Proponente), sob a chancela "Patrocínio", conforme Manual de Marcas, em quantidade, local e forma a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

20.1.1.2. Inserção das marcas institucionais em peças de divulgação em mercados estratégicos identificados pela Belotur, em quantidade e forma a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

20.1.1.3. Inserção das marcas institucionais em toda cenografia do evento;

20.1.1.4. Exibição de vídeos institucionais e inserção de marcas estáticas em todos os telões utilizados durante o Evento;

20.1.1.5. Ativação de marca durante o Evento, em espaço, a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

20.1.1.6. Post oficial exclusivo com conteúdo direcionado pela Belotur, incluindo menção destacada, em *collab* com o perfil oficial da Belotur;

20.1.1.7. Citação da Belotur em todos os press release para assessoria de imprensa;

20.1.1.8. Entrega de fotografias e vídeo oficial do Evento, incluindo montagem e dia do show, com inserção das marcas institucionais;

20.1.1.9. Doação de, no mínimo, 2.000 kg (duas toneladas) de alimentos não perecíveis, destinados ao Banco de Alimentos da cidade, mediante comprovação da aquisição, do peso total e da efetiva entrega dos alimentos, na forma estabelecida no Termo de Contrapartidas e no Manual de Prestação de Contas;

20.1.1.10. Elaboração de relatório de comunicação, com valoração de mídia, abrangendo todas as divulgações relacionadas ao Evento, bem como àquelas pertinentes a sua associação a Belo Horizonte.

20.1.1.11. Disponibilização à BELOTUR, após a realização do Evento, os dados estatísticos e relatórios extraídos do sistema de bilheteria, em formato estruturado e passível de processamento, contendo, os dados sobre a quantidade de ingressos disponibilizados, comercializados, cancelados, bem como informações agregadas sobre a origem geográfica do público.

20.1.1.12. Disponibilização à BELOTUR, após a realização do Evento, pesquisa com o público do evento, contendo seu perfil demográfico e econômico, entre outros dados pactuados;

20.1.2. As contrapartidas obrigatórias estabelecidas pela BELOTUR são de cumprimento integral obrigatório pelo patrocinado, constituindo condição vinculada à concessão do patrocínio.

20.1.3. O cumprimento das contrapartidas obrigatórias não exonera o Proponente de executar integralmente, àquelas negociadas durante a Pactuação de Contrapartidas.

20.2. Pactuação de Contrapartidas

20.2.1. A BELOTUR convocará o Proponente contemplado para a Pactuação de Contrapartidas.

20.2.2. A convocação se dará por meio do Sistema, e comunicará ao proponente a data, horário e o link da reunião virtual para Pactuação De Contrapartidas.

20.2.3. A reunião acontecerá em momento único, nos termos da convocação.

20.2.4. É obrigatória a participação do responsável legal do proponente, ou procurador formalmente constituído, com poderes especiais para assinatura do Termo de Contrapartidas.

20.2.5. Durante a reunião o proponente tomará conhecimento do Termo de Contrapartidas, elaborado com base nas características e especificidades do projeto apresentado, e no interesse institucional e turístico da BELOTUR.

20.2.6. O Termo de Contrapartidas estipula as contrapartidas obrigatórias e aquelas aptas à pactuação, bem como as formas de comprovação das contrapartidas e os decotes percentuais que serão aplicados em caso de descumprimento da contrapartida.

20.2.7. As contrapartidas poderão contemplar, além das mínimas previstas no subitem **Contrapartidas Obrigatórias**, outras que tenham sido propostas pelo proponente no anexo projeto e consideradas pertinentes pela BELOTUR, desde que guardem relação com o objeto do patrocínio e sejam compatíveis com a natureza e a dimensão do Evento.

20.2.8. As contrapartidas apresentadas pelo proponente, tanto no anexo projeto quanto durante a reunião, se for o caso, deverão ser objetivas, mensuráveis e verificáveis. Devem também indicar quantitativos, formatos, dimensões, períodos, locais, meios de divulgação ou outros parâmetros necessários à comprovação posterior.

20.2.9. Durante a reunião o proponente poderá:

20.2.9.1. aceitar integralmente a proposta. Nesse caso, serão consideradas pactuadas as contrapartidas apresentadas pela BELOTUR, e se prosseguirá à assinatura do Termo de Contrapartidas e, na sequência, aos procedimentos para a formalização do instrumento de patrocínio;

20.2.9.2. apresentar contraproposta. As alterações propostas devem ser justificadas e permanecer compatíveis com as contrapartidas mínimas estabelecidas no subitem **Contrapartidas Obrigatórias**, com o objeto do patrocínio e com as características do Evento.

20.2.9.3. recusar a proposta. Nesse caso, sua participação no processo de patrocínio será encerrada, sem direito à retenção da vaga e sem direito a indenização ou compensação. Será convocado o próximo projeto classificado, observada a ordem de classificação e as demais condições estabelecidas neste Edital.

20.2.10. A contraproposta apresentada durante a reunião não garante ao Proponente o direito à sua aceitação. A BELOTUR a analisará e, conforme o interesse institucional, o interesse turístico e a conveniência administrativa, poderá aceitá-la, recusá-la ou apresentar ajustes finais para pactuação.

20.2.11. Se a BELOTUR recusar a contraproposta e o Proponente não concordar com as condições originalmente propostas nem com os ajustes apresentados, sua participação no processo de patrocínio será encerrada. A vaga será liberada para convocação do próximo projeto classificado, observada a ordem de classificação.

20.2.12. O valor do patrocínio não será negociado. Permanece fixo e inalterado em relação ao valor estabelecido para o respectivo projeto.

20.2.13. A aceitação expressa do Termo de Contrapartidas não dispensa a formalização das respectivas obrigações no instrumento de patrocínio.

20.2.14. O Termo de Contrapartidas deverá ser assinado durante a reunião.

20.2.15. A assinatura deverá ser digital, do tipo avançada (GOV.BR) ou validada pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP Brasil).

20.2.16. As contrapartidas pactuadas integrarão o instrumento de patrocínio. Serão consideradas para fins de acompanhamento da execução, comprovação das entregas, prestação de contas e eventual aplicação de decote no valor do patrocínio, condicionada ao cumprimento das obrigações. Isso não prejudica as demais medidas administrativas e contratuais cabíveis em caso de descumprimento.

20.2.17. Depois de pactuadas e formalizadas, as contrapartidas são obrigações do Proponente.

20.2.18. O descumprimento das contrapartidas obrigatórias ou daquelas pactuadas sujeita o Proponente aos decotes percentuais incidentes no valor de patrocínio, sem prejuízo da sanção prevista no item 28.4

21. DAS SUBSTITUIÇÕES

21.1. As Contrapartidas não podem ser reduzidas, substituídas, suprimidas ou alteradas **unilateralmente.**

21.2. Entende-se por SUBSTITUIÇÃO o pedido de alteração de uma ou mais contrapartidas originalmente pactuadas por outra(s) de natureza, finalidade e relevância compatíveis com a(s) contrapartida(s) substituída(s), mantida a proporcionalidade entre a contrapartida substitutiva e o valor do patrocínio, de modo a contribuir para a adequada execução do evento e para a manutenção das condições e características do projeto que fundamentaram sua contemplação.

21.3. Entende-se por **SUBSTITUIÇÃO** o pedido de alteração de uma ou mais contrapartidas originalmente pactuadas, por outra(s) de natureza, finalidade e relevância compatíveis com a(s) contrapartida(s) substituída(s), que contribua(m) para a adequada execução do evento e para a manutenção das condições e características do projeto que fundamentaram sua contemplação.

21.4. O Proponente deverá solicitar previamente a autorização da BELOTUR, mediante requerimento formal e devidamente justificado, apresentado com **antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis** da data prevista para a realização ou entrega da respectiva contrapartida.

21.5. Os pedidos de substituição deverão ser formalizados por meio de ofício, encaminhado ao endereço eletrônico **apoio.belotur@pbh.gov.br**, contendo a justificativa da alteração, a descrição da contrapartida originalmente prevista e a proposta de substituição, com as informações necessárias à sua análise.

21.6. Os pedidos deverão ser assinados eletronicamente pelo responsável ou representante legal do Proponente, por meio da plataforma GOV.BR ou mediante certificado digital emitido no âmbito da ICP-Brasil.

21.7. A alteração somente poderá ser implementada mediante anuência expressa da BELOTUR e desde que a substituição ou modificação preserve, no mínimo, a finalidade institucional, promocional e turística da contrapartida originalmente pactuada, sem implicar aumento do valor do patrocínio.

21.8. As contrapartidas obrigatórias não poderão ser alteradas.

21.9. Não é permitido pleitear a substituição da atração internacional estrangeira.

21.10. A alteração do local de realização do Evento ficará condicionada: (i) à comunicação prévia à BELOTUR, no prazo de 10 dias úteis da data prevista para a realização do evento, e (ii) à indicação de novo espaço com capacidade compatível com o porte do público previsto no projeto contemplado.

22. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO DE PATROCÍNIO

22.1. A formalização do contrato ocorrerá após a definição das Contrapartidas e assinatura do Termo de Contrapartidas, conforme descrita no item 20 – DAS CONTRASPARTIDAS, e acontecerá da seguinte forma:

22.1.1. <u>Da solicitação da documentos de regularidade jurídica, fiscal e trabalhista</u>

22.1.1.1. A Belotur enviará, via sistema, solicitação para envio da documentação obrigatória, necessária para formalização do contrato – documentos comprobatórios de regularidade jurídica, fiscal e trabalhista e informará também o prazo conforme relacionado abaixo:

22.1.1.1.1. Prova de inscrição e da Situação Cadastral no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda – CNPJ (cópia do CNPJ) - emitido no prazo de até 90 dias, preferencialmente;

22.1.1.1.2. Cópia do Documento Oficial de Identidade* e do CPF do(a) representante legal;

I.Serão aceitos como Documento Oficial de Identidade: Carteira de Identidade – RG; Carteira expedida por Órgão ou Conselho de Classe – OAB, CREA, CRA, etc; Carteira de Trabalho e Previdência Social; Carteira Nacional de Habilitação; Passaporte válido. Caso o documento não possua o nº do CPF ou da Identidade, deve ser apresentado outro documento que complemente o dado faltante.)

22.1.1.1.3. Certificado de Regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviços - FGTS (Emitido pela Caixa Econômica Federal);

22.1.1.1.4. Prova de regularidade relativa a Débitos Trabalhistas (CNDT) - Emitida pelo Tribunal Superior do Trabalho (TST), nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452/1943.

22.1.1.1.5. Prova de regularidade para com a Fazenda Federal – Certidão de quitação plena emitida pela Receita Federal do Brasil;

22.1.1.1.6. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual – Certidão de quitação plena emitida pela Secretaria de Estado da Fazenda de Minas Gerais;

22.1.1.1.7. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou sede do participante – Certidão de quitação plena emitida pela Secretaria de Fazenda Municipal;

22.1.1.2. A comprovação da regularidade fiscal e trabalhista deverá ser efetuada mediante a apresentação das certidões negativas de débitos ou positivas com efeitos de negativa.

22.1.1.3. Estes documentos podem ser obtidos virtualmente, pelo site dos órgãos competentes e/ou presencialmente, no endereço dos respectivos órgãos.

22.1.1.4. Não serão aceitos protocolos de pedidos de certidões assim como guias de pagamento ou outros documentos que visem substituir as respectivas certidões.

22.1.1.5. Caso o proponente entregue quaisquer documentos fora do prazo de validade (vencido) ou com quaisquer vícios que venha a inabilitá-lo, será concedido um novo prazo para o saneamento das pendencias.

22.1.1.6. Prorrogado o prazo e não havendo entrega de novo documento saneador, ou ocorrendo a entrega e persistindo a situação irregular, o proponente não poderá assinar o contrato.

22.1.1.7. A apresentação dos documentos referentes à comprovação de regularidade fiscal e trabalhista poderá ser substituída pela apresentação do documento de Situação Cadastral junto ao SUCAF - Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município de Belo Horizonte - emitido pelo Portal da PBH, pelo link http://sucaf.pbh.gov.br/sifor.php.

22.1.1.8. Em caso de apresentação do documento do SUCAF, este deverá estar com todos os documentos dentro da data de validade. Poderá ainda apresentar o SUCAF acompanhado do(s) documento(s) regularizador(es), para o caso de o mesmo constar documentação vencida.

22.1.1.9. A emissão dos documentos é de exclusiva responsabilidade do proponente. A BELOTUR não dispõe de pressupostos para sanar quaisquer questões técnicas, operacionais e administrativas, referentes à emissão dos mesmos. Para tanto, o proponente deverá entrar em contato diretamente com o órgão/instituição responsável pela emissão de cada documento exigido, se for o caso.

22.1.2. **<u>Da regularidade junto à Controladoria Geral do Município</u>**

22.1.2.1. Após a publicação do resultado final, a BELOTUR oficializará a Controladoria Geral do Município (CTGM), a fim de obter a Certidão Negativa de Pendência junto ao município de Belo Horizonte, bem como junto à base de informações da BELOTUR.

22.1.2.2. Em caso de "Certidão Positiva", ou ainda verificada quaisquer pendências junto a BELOTUR, o Proponente não poderá celebrar contrato com a BELOTUR.

22.1.3. **<u>Da convocação para assinatura de contrato:</u>**

22.1.3.1. Após a verificação e análise dos documentos de regularidade fiscal e trabalhista, assim como a situação do proponente junto à CTGM, caso estejam todos de acordo com as exigências deste edital, o Proponente será então convocado para assinatura do contrato

22.1.3.2. A convocação será enviada pela Gerência de Licitações e Contratos da BELOTUR, via sistema. O proponente receberá uma notificação da convocação através do e-mail utilizado para a submissão do projeto.

22.1.3.3. Juntamente à convocação será enviado o contrato para assinatura eletrônica do representante legal do proponente.

22.1.3.4. A partir da data de envio da convocação o Proponente terá o prazo de 03 (três) dias úteis devolver, via sistema. o contrato assinado, sob pena de ser considerado desistente

22.1.3.5. O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado mediante solicitação formal e justificada, a ser enviada para o e-mail contratos.belotur@pbh.gov.br, durante o prazo normal da convocação, e ficando a cargo da BELOTUR a análise e decisão acerca do pedido.

22.1.3.6. Junto ao contrato, o representante deverá entregar ainda o Formulário de Dados Bancários devidamente preenchido com os dados da Pessoa Jurídica contemplada, para repasse do patrocínio concedido, sendo de sua responsabilidade as informações ali disponibilizadas, seguindo as disposições do item - Do Repasse Financeiro, deste edital.

22.1.3.7. Caso haja desistência ou o não atendimento para a assinatura de contrato no prazo estabelecido, o projeto decairá do direito ao patrocínio.

22.1.3.8. Os Contratos firmados com os proponentes contemplados nesta seleção terão a vigência de 12 (doze) meses a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado na forma da lei.

22.1.3.9. Os documentos comprobatórios de regularidade fiscal e trabalhista apresentados devem estar válidos e vigentes no momento da assinatura do contrato. A manutenção da regularidade será verificada e registrada no processo para efetiva formalização do contrato.

23. DA DESISTÊNCIA DO PATROCÍNIO

23.1. Se o Proponente contemplado desistir ou não puder realizar o projeto, o valor de patrocínio concedido poderá ser remanejado para outros projetos ou para outros Editais de Patrocínio abertos pela BELOTUR.

23.2. A desistência deverá ser justificada e formalizada por escrito, com assinatura digital do Proponente, transmitida por meio digital e submetida à análise da BELOTUR, que avaliará as razões apresentadas, o estágio de execução do projeto e possíveis prejuízos ao interesse público

23.3. Havendo concordância entre as partes quanto ao encerramento antecipado do contrato, será formalizado o distrato. O distrato não exime o beneficiário de responder pelos eventuais prejuízos decorrentes de sua conduta.

24. DO REPASSE FINANCEIRO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

24.1. O valor do patrocínio é fixo, no montante de R$1.000.000,00 (um milhão de reais) por Evento contemplado, limitado a 5 (cinco) Eventos, totalizando o valor de referência deste Edital, no total de R$5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

24.2. O repasse financeiro será realizado em parcela única, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, contado da conclusão da análise e aprovação da prestação de contas do projeto.

24.3. O repasse dos valores referentes ao patrocínio estará condicionado à apresentação da respectiva Nota Fiscal de Serviços, observadas as exigências fiscais pertinentes.

24.4. Para receber, o Proponente precisa estar em dia com a União, Estado e Município na data de liberação do crédito.

24.5. O pagamento ocorrerá diretamente na conta corrente indicada pelo proponente contemplado - EMPRESA/CNPJ, sendo vedado o depósito em contas de titularidade de terceiros.

24.6. As informações bancárias devem ser entregues quando da assinatura do Contrato de Patrocínio, por meio do anexo – Formulário de Dados Bancários. Os dados fornecidos são de responsabilidade exclusiva do proponente.

24.7. Em caso de divergências, a BELOTUR suspenderá o pagamento até que seja feita a regularização, não sendo aplicado mais o prazo previsto no subitem 24.2. deste edital.

24.8. O valor concedido de patrocínio constitui ganho eventual oferecido publicamente e, nessa condição, não caracteriza receitas integrantes das denominadas contribuições sociais que compõem o orçamento de seguridade social.

25. DA CONFIDENCIALIDADE E DO TRATAMENTO DE INFORMAÇÕES RESTRITAS

25.1. Para os fins deste Edital, poderão receber tratamento reservado, dentro dos limites e das hipóteses da legislação aplicável, as informações, documentos, dados e materiais apresentados pelo Proponente no procedimento que, por sua natureza, possam comprometer:

I – as negociações em curso e condições negociais;

II – as estratégias comerciais;

III – as informações sobre artistas, representantes, agentes, produtores, fornecedores ou parceiros;

IV – os valores e condições comerciais ainda não divulgados;

V – as datas ou programações ainda não anunciadas;

25.2. O tratamento reservado só se aplica às informações cuja natureza e conteúdo permitam juridicamente a restrição de acesso. O caráter confidencial não decorre exclusivamente de declaração unilateral do Proponente.

25.3. Sempre que possível, o proponente deverá identificar expressamente no Anexo Projeto, no momento da inscrição, as informações que considere confidenciais ou de acesso restrito. Deverá indicar, quando cabível, a justificativa e o fundamento legal da restrição. A falta de identificação não impede que a BELOTUR avalie, de ofício, se há hipótese legal de restrição de acesso.

25.4. A identificação de determinada informação como confidencial pelo proponente não implica o reconhecimento automático de seu caráter sigiloso pela BELOTUR, que avaliará a possibilidade de restrição de acesso à luz da legislação aplicável, da natureza da informação, da finalidade de seu tratamento e das competências institucionais da Empresa.

25.5. As informações apresentadas pelo proponente poderão ser utilizadas pela BELOTUR, na extensão necessária ao exercício de suas competências, para fins de análise, instrução e processamento do projeto, avaliação técnica, negociação e formalização das contrapartidas, celebração e execução do instrumento de patrocínio, fiscalização, monitoramento, prestação de contas, auditoria, controle, aprimoramento da política pública e demais atividades relacionadas ao objeto deste Edital.

25.6. A BELOTUR poderá compartilhar as informações recebidas, observados os limites legais aplicáveis, com seus agentes públicos, unidades administrativas, órgãos e entidades de controle,

assessorias, pareceristas, autoridades competentes e demais terceiros legitimamente envolvidos na análise, instrução, formalização, execução, fiscalização, monitoramento ou prestação de contas do projeto.

25.7. A obrigação de tratamento reservado prevista neste item não impede a divulgação ou o fornecimento de informações quando exigidos pela legislação, inclusive pela Lei Federal nº 12.527/2011 – Lei de Acesso à Informação, pela Lei Federal nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, por determinação do Poder Judiciário, do Ministério Público, dos Tribunais de Contas, da Controladoria-Geral ou de outros órgãos ou autoridades competentes, ou para o exercício regular das competências de fiscalização, controle, auditoria e prestação de contas da Administração Pública.

25.8. A classificação de determinada informação como confidencial ou de acesso restrito não poderá ser utilizada para impedir o cumprimento dos deveres legais de transparência, publicidade, prestação de contas, fiscalização e controle da Administração Pública, nem para restringir o acesso a informações que, por determinação legal, sejam de natureza pública.

25.9. A BELOTUR adotará, no tratamento das informações que efetivamente estejam sujeitas a restrição de acesso, às medidas administrativas e técnicas compatíveis com sua natureza e com a legislação aplicável, pelo período em que subsistir o fundamento jurídico que justifique a restrição.

25.10. O disposto no subitem acima não implica garantia de sigilo absoluto sobre as informações apresentadas pelo proponente, nem impede sua utilização ou divulgação nas hipóteses legalmente autorizadas ou exigidas. A BELOTUR continua sujeita aos deveres de transparência, publicidade, controle e prestação de contas próprias da Administração Pública.

25.11. O tratamento de dados pessoais eventualmente apresentados no âmbito deste Edital observará a legislação aplicável, especialmente a Lei Federal nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, considerando a finalidade pública e o interesse público que fundamentam a atuação da BELOTUR.

26. DAS OBRIGAÇÕES DO PROPONENTE E DA BELOTUR

26.1. Obrigações do Proponente

26.1.1. Destinar o valor do patrocínio exclusivamente à execução do evento e ao cumprimento das contrapartidas institucionais obrigatórias e àquelas pactuadas;

26.1.2. Executar o Evento no local, na data e nas condições aprovadas, comunicando a tempo à BELOTUR qualquer risco de cancelamento, adiamento ou alteração relevante;

26.1.3. Quando o evento for pago, comercializar os ingressos exclusivamente por sistema oficial de bilheteria rastreável, nos termos do subitem 12.2.3.1 e enviar à BELOTUR, na prestação de contas, o relatório respectivo;

26.1.4. Providenciar, por conta própria e exclusiva, todas as autorizações necessárias junto aos órgãos e entidades públicas competentes (uso do solo, segurança, mobilidade, ambiental, sonora, Corpo de Bombeiros, entre outras) para realizar o Evento;

26.1.5. Utilizar recursos próprios ou de outros patrocinadores para o cumprimento integral do objeto do Contrato de Patrocínio, arcando com toda e qualquer despesa que exceda o valor do patrocínio municipal;

26.1.6. Responsabilizar-se, integral e exclusivamente, pelos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários e cíveis decorrentes da produção do evento, isentando o Município e a BELOTUR de qualquer obrigação nesse sentido;

26.1.7. Manter contato constante com a BELOTUR durante as fases de pré-execução e execução do projeto para comunicar possíveis ocorrências significativas para o projeto;

26.1.8. Participar de toda e qualquer reunião de alinhamento e prestar esclarecimentos em todas as convocações feitas pela BELOTUR;

26.1.9. Apresentar à Belotur as cortesias cedidas, na quantidade e forma designada no Termo de Contrapartidas, **em até 20 (vinte) dias úteis antes do início do evento**, inclusive quando há previsão de etapas e/ou mais de um show.

26.1.10. Cumprir todos os princípios éticos e de conduta profissional da BELOTUR.

26.1.11. Não utilizar, em qualquer das atividades desenvolvidas pelo Proponente, trabalho infantil nem trabalho forçado ou análogo à condição de escravo.

26.1.12. Conhecer e cumprir as normas previstas na Lei nº 12.846/2013, de 01 de agosto de 2013, “Lei Anticorrupção”, abstendo-se de cometer os atos tendentes a lesar a Administração Pública e denunciando a prática de irregularidades de que tiver conhecimento, por meio dos canais de denúncia disponíveis pela patrocinadora;

26.1.13. Franquear à BELOTUR e aos órgãos de controle livre acesso ao Evento e à documentação relacionada, a qualquer tempo, para fins de fiscalização;

26.1.14. Cumprir os princípios éticos e de conduta previstos na Lei Federal nº 12.846/2013, abstendo-se de atos lesivos à Administração Pública;

26.1.15. Apresentar a prestação de contas, nos termos do item 27.4.

26.1.16. O proponente é responsável civil, penal e administrativamente, pelos danos porventura causados a terceiros ou à própria BELOTUR, em virtude de dolo ou culpa de seus representantes, preposto ou empregados, na execução direta ou indireta do projeto.

26.2. Obrigações da BELOTUR

26.2.1. Repassar o valor de patrocínio nos termos e prazos do item 24.2;

26.2.2. Avaliar a prestação de contas, nos termos do item **DA PRESTAÇÃO DE CONTAS**, e adotar as providências administrativas cabíveis em caso de inadimplemento.

26.2.3. Tomar as providências administrativas cabíveis, no caso de o proponente não cumprir as exigências previstas no contrato firmado entre as partes.

27. DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

27.1. O Proponente deverá prestar contas da execução do projeto e das contrapartidas obrigatórias e pactuadas, mediante apresentação da Prestação de Contas.

27.2. A prestação de contas tem natureza técnica e qualitativa. Não se confunde com prestação de contas financeiras nem com a comprovação da totalidade das despesas feitas pelo Proponente na execução do Evento. Isso não afasta a obrigação de apresentar os documentos e informações necessários para comprovar a execução do objeto e das contrapartidas.

27.3. O Proponente deverá apresentar a prestação de contas exclusivamente pelo sistema, observando os procedimentos e demais orientações estabelecidas no Manual de Prestação de Contas da BELOTUR, que integra este instrumento para todos os fins.

27.4. A prestação de contas deverá ser apresentada no prazo de até **60 (sessenta) dias corridos**, contado da conclusão da realização do evento.

27.5. A realização do Evento é considerada concluída na data da última apresentação ou etapa que integre o projeto patrocinado.

27.6. A BELOTUR comunicará ao Proponente, pelo sistema, a abertura do prazo para apresentar a prestação de contas. Isso não afasta a responsabilidade do Proponente de cumprir o prazo estabelecido neste Edital.

27.7. A apresentação da prestação de contas fora do prazo sujeita o Proponente às consequências previstas neste Edital e no Manual de Prestação de Contas.

27.8. O Relatório de Prestação de Contas deverá demonstrar, **no mínimo:**

I – a efetiva execução do projeto, isto é, a realização do evento musical com apresentação da atração internacional prevista;

II – o cumprimento das contrapartidas obrigatórias previstas neste Edital;

III – o cumprimento das contrapartidas adicionais pactuadas e eventuais alterações previamente autorizadas pela BELOTUR;

IV – registros fotográficos, audiovisuais, materiais de divulgação, peças de comunicação, clipping e demais elementos comprobatórios da execução do projeto e das contrapartidas; e,

V – demais informações e documentos expressamente previstos no Manual de Prestação de Contas ou solicitados pela BELOTUR para esclarecimento ou comprovação da execução do objeto e das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

27.9. A comprovação das contrapartidas deverá permitir a identificação objetiva da entrega realizada, de sua quantidade, formato, período e demais características estabelecidas no respectivo instrumento de patrocínio.

27.10. Os registros fotográficos e audiovisuais utilizados para comprovação deverão observar os requisitos técnicos estabelecidos no Manual de Prestação de Contas, inclusive quanto à qualidade, identificação do contexto, enquadramento e legenda descritiva.

27.11. Quando a comprovação depender de conteúdo disponibilizado em meio digital, deverão ser observados os requisitos relativos à apresentação de arquivos, URLs e demais formas de comprovação estabelecidos no Manual de Prestação de Contas.

27.12. A BELOTUR fará a análise técnica da prestação de contas, verificando a efetiva realização do Evento, e o cumprimento das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

27.13. A análise da prestação de contas observará os critérios, procedimentos, parâmetros de comprovação e metodologia estabelecidos no Manual de Prestação de Contas.

27.14. A BELOTUR poderá solicitar esclarecimentos, documentos ou informações complementares sempre que os elementos apresentados forem insuficientes para comprovar a execução do objeto ou das contrapartidas.

27.15. O Proponente deverá atender às solicitações de correção, esclarecimento ou complementação **no prazo de até 10 (dez) dias úteis**, contado da respectiva notificação.

27.16. A apresentação de documentos ou informações complementares não implica, por si só, aprovação da prestação de contas, que dependerá da análise final pela BELOTUR.

27.17. A análise da prestação de contas poderá resultar em:

I – aprovação, quando comprovada a execução do projeto e o cumprimento das obrigações e contrapartidas pactuadas;

II – aprovação parcial, quando constatado cumprimento parcial das contrapartidas obrigatórias e pactuadas, hipótese em que poderá ser aplicado decote proporcional sobre o valor do patrocínio, conforme os critérios objetivos estabelecidos no Manual de Prestação de Contas e no instrumento de patrocínio, contrato; ou

III – reprovação, quando constatada inexecução total ou substancial do objeto, ausência de comprovação suficiente da realização do Evento ou descumprimento que, pela sua natureza ou extensão, inviabilize a aprovação da prestação de contas, sem prejuízo das demais consequências previstas neste Edital e na legislação aplicável.

27.18. Eventual decote será apurado individualmente para cada ponto de entrega das contrapartidas obrigatórias e pactuadas. Recairá exclusivamente sobre os itens cuja comprovação não tenha sido constatada, observada a correspondência entre a obrigação prevista, a entrega efetivamente realizada, os critérios e percentuais estabelecidos no instrumento de patrocínio.

27.19. A metodologia de apuração do decote, os critérios de mensuração das entregas serão estabelecidos no Manual de Prestação de Contas e ANEXO CONTRAPARTIDAS FORMA DE

COMPROVAÇÃO, de forma a assegurar objetividade, previsibilidade e uniformidade na análise dos projetos.

27.20. O decote previsto neste item possui natureza de ajuste do valor do patrocínio condicionado à comprovação das entregas e não afasta, quando cabíveis, à aplicação das sanções administrativas decorrentes de infração contratual.

27.21. O valor de patrocínio será liberado após a análise da prestação de contas, observados os critérios estabelecidos neste Edital, no Contrato de Patrocínio e no Manual de Prestação de Contas.

27.22. A liberação do valor do patrocínio fica condicionada à comprovação da efetiva execução do objeto patrocinado e do cumprimento das contrapartidas obrigatórias e pactuadas, nos termos deste Edital, do Contrato de Patrocínio e do Manual de Prestação de Contas. O repasse possui natureza de fomento à execução de política pública de turismo, voltada à promoção de Belo Horizonte como destino turístico, não constituindo pagamento ou remuneração pela contratação direta da apresentação artística.

27.23. Se a prestação de contas for aprovada integralmente, será liberado o valor integral do patrocínio concedido.

27.24. Se a aprovação for parcial, será liberado o valor do patrocínio concedido após a aplicação do eventual decote correspondente às obrigações ou contrapartidas cuja execução não tenha sido comprovada.

27.25. Se a prestação de contas for reprovada, o pagamento do valor de patrocínio poderá ser suprimido integralmente, sem prejuízo da aplicação das sanções administrativas cabíveis, conforme a natureza e a extensão do descumprimento.

27.26. A falta de prestação de contas, a apresentação em desacordo com as exigências deste Edital e do Manual de Prestação de Contas, ou a falta de regularização das pendências apontadas pela BELOTUR poderá acarretar o não repasse do valor de patrocínio, sem prejuízo das sanções previstas neste Edital.

27.27. O Proponente deverá manter, **pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos**, contado do encerramento do Contrato de Patrocínio, os documentos, registros, arquivos, materiais e demais elementos relacionados à realização do Evento e à execução das contrapartidas, mantendo-os disponíveis para consulta, fiscalização e auditoria pela BELOTUR e pelos órgãos de controle competentes.

27.28. A BELOTUR poderá, a qualquer tempo, durante o período previsto no item anterior, solicitar informações, documentos ou esclarecimentos sobre a execução do projeto e das contrapartidas. O Proponente deverá disponibilizá-los no prazo estabelecido na solicitação.

27.29. A aprovação da prestação de contas não exime o Proponente da responsabilidade civil, administrativa ou penal decorrente de informações falsas, documentos inidôneos, omissões relevantes ou irregularidades posteriormente identificadas, observado o prazo de guarda documental e as disposições legais aplicáveis.

27.30. A prestação de contas será considerada regular somente após manifestação conclusiva da BELOTUR, nos termos deste Edital e do Manual de Prestação de Contas.

27.31. A apresentação e a análise da prestação de contas não impedem nem substituem o acompanhamento da execução do Evento e das contrapartidas pela BELOTUR. Esse acompanhamento poderá ocorrer durante ou depois da execução, inclusive por verificação presencial, solicitação de informações, documentos e registros, ou por outros meios previstos no Edital, no Contrato de Patrocínio e no Manual de Prestação de Contas.

28. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1. A aplicação de sanções administrativas previstas neste instrumento observará o devido processo administrativo, assegurados ao proponente o contraditório e a ampla defesa, mediante prévia notificação e oportunidade de apresentação de manifestação.

28.2. A qualquer momento, a BELOTUR poderá acionar o proponente, para esclarecimentos, caso identifique falhas graves na execução do projeto, assim como no cumprimento das contrapartidas obrigatórias ou pactuadas, podendo resultar na suspensão ou rescisão imediata do Contrato de Patrocínio, considerado o fato concreto.

28.3. O proponente que apresentar a Prestação de Contas fora do prazo regular de **60 (sessenta) dias corridos** incorrerá em irregularidade técnica, será notificado e estará sujeito ao decote de 1% (um) por cento do valor de patrocínio, sem prejuízo de eventual decote adicional apurado em razão do resultado da análise da prestação de contas.

28.3.1. Em caso de não apresentação da prestação de contas no prazo supramencionado o proponente será notificado da abertura do prazo de 30 (trinta) dias corridos para sanar a irregularidade.

28.4. O proponente que não entregar a prestação de contas será notificado e estará sujeito ao não repasse do valor de patrocínio, sem prejuízo das medidas administrativas e judiciais cabíveis.

28.5. O descumprimento, total ou parcial, das contrapartidas obrigatórias caracteriza inadimplemento das obrigações assumidas pelo PATROCINADO, sujeitando-o às sanções previstas no Manual de Prestação neste instrumento e às demais medidas cabíveis.

28.6. Sem prejuízo do disposto no Manual de Prestação de Contas, o proponente cujo projeto for contemplado estará sujeito às penalidades previstas no art. 117 do Regulamento Interno de Licitações e Contratos da BELOTUR, em virtude da inexecução total do projeto, inexecução e execução parcial das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

28.7. O envolvimento do Evento Patrocinado em circunstância que possa impactar negativamente a imagem ou a reputação da BELOTUR poderá ensejar o decote de 10% (dez por cento) do valor do patrocínio, sem prejuízo de eventual glosa adicional, apurada exclusivamente no âmbito da análise da prestação de contas, em razão do descumprimento ou da execução irregular das obrigações pactuadas.

29. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

29.1. Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A - BELOTUR

Gestor: Guilherme Elias Lourenço
Matrícula: 080032
Fiscal do Contrato: Raquel Oliveira
Matrícula: 000899-3

29.2. Observados os critérios de oportunidade e conveniência, a BELOTUR poderá, desde a assinatura do contrato, realizar a qualquer tempo atos de fiscalização técnica do projeto.

29.3. A BELOTUR poderá designar um fiscal exclusivo para o evento, que terá acesso irrestrito a todas as áreas do evento com o objetivo de avaliar todo o conceito, a aplicação de marcas, as ações propostas e as entregas apresentadas.

30. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1. Os eventos presenciais em logradouros públicos e ou praças, ou que demandem alguma intervenção de fechamentos em função de público, precisam de autorização prévia dos órgãos competentes da administração municipal e ter estabelecido a capacidade de carga/público sobre a atuação em determinada área/layout.

30.2. É vedada a utilização de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos e/ou representantes do executivo ou legislativo, nas esferas federal, estadual e municipal.

30.3. O proponente deverá manter atualizados seus dados cadastrais e do evento proposto enquanto estiver participando do processo seletivo.

30.4. Os casos omissos serão resolvidos pelo Presidente da BELOTUR.

30.5. Integram o Edital os seguintes Anexos:

ANEXO I - Critérios de Avaliação Técnica

ANEXO II - Contrapartidas e Formas de Comprovação

ANEXO III - Declaração Obrigatória

ANEXO IV - Formulário de Recurso

ANEXO V - Formulário Projeto

ANEXO VI - Minuta de Contrato

ANEXO VII - Dados Bancários

Belo Horizonte, 10 de novembro de 2026

Guilherme Elias Lourenço

Diretor de Políticas de Turismo e Inovação

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S.A. – BELOTUR

ANEXO CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO TÉCNICA

CHAMAMENTO PÚBLICO 015/2026

➔ Serão atribuídos 60 (sessenta) pontos para a avaliação destes critérios.

➔ A Comissão Técnica de Avaliação levará em consideração os seguintes fatores em sua análise:

- A base de fatos declarados e **evidências comprovadas**, entende-se por evidências comprovadas tudo aquilo que o projeto consegue demonstrar por meio documental;
- A aplicação consistente dos critérios previamente definidos;
- A avaliação dos projetos de diferentes perspectivas;

➔ **Observações:**

- O preenchimento ou descrição das ações em cada seção do anexo projeto não garantem ao proponente nota total nos quesitos.
- O julgamento dos quesitos será realizado com base no mérito das ações, detalhamentos e comprovações constantes na proposta inscrita.

1 - Potencial e Relevância Turística			
Dimensão	O que deve ser avaliado	Parâmetros de aferição	Pontuação
a. Projeção internacional da atração e a proposta para Belo Horizonte	A capacidade de atração e as características específicas do evento geraram demanda para sua realização em Belo Horizonte.	Reconhecimento e projeção internacional demonstrados por evidências, considerando o seguinte: realização de turnês e shows em diferentes países; alcance de público; desempenho em plataformas e meios de comunicação; premiações, certificações ou outros indicadores objetivos de reconhecimento internacional; participação em eventos de alcance e transmissão internacional; participação da atração em iniciativas sociais, filantrópicas; protagonismo feminino; histórico recente da atração na América do Sul; ineditismo; exclusividade; intervalo desde a última apresentação no país;	11
b. Capacidade de atração e deslocamento de público externo	A capacidade demonstrada de atrair visitantes de outras cidades, estados e países. A diversidade e alcance territorial dos públicos que a atração ou o evento consegue mobilizar.	Avaliar o histórico de deslocamento de público para eventos da atração e os dados de origem geográfica de públicos de eventos anteriores da atração; considerando: relatórios de público, pesquisas de procedência, dados de bilheteria, relatórios de edições anteriores, dados de venda de ingressos por localidade, pesquisas de público e informações documentadas sobre a procedência dos espectadores.	4
c. Estratégia de promoção do destino	A capacidade do projeto de promover o destino Belo Horizonte.	Efetiva associação internacional do evento à marca e à imagem de Belo Horizonte; a capacidade do projeto de incorporar ao evento a promoção da cultura, da gastronomia, dos atrativos; e a utilização do evento para apresentar Belo Horizonte não apenas como local de realização do evento, mas como destino a ser visitado.	10
		TOTAL	**25**

2 - Impacto econômico estimado			
Dimensão	O que deve ser avaliado	Parâmetros de aferição	Pontuação
a. Consistência do modelo econômico do projeto	Avalia a capacidade do projeto de produzir efeitos econômicos em Belo Horizonte, considerando os impactos diretos e indiretos decorrentes da realização do evento.	O Impacto da atração contratada; o público projetado; o preço dos ingressos; as fontes de financiamento, inclusive, outros patrocínios e demais recursos; a executabilidade; a fonte de dados e a metodologia do estudo de impacto econômico, a contratação de fornecedores locais e a geração de empregabilidade:	10
		TOTAL	**10**

3 - Plano de Comunicação e Visibilidade Institucional			
Dimensão	O que deve ser avaliado	Parâmetros de aferição	Pontuação
a. Abrangência e qualificação do plano de comunicação	Avalia a diversidade, alcance, segmentação e adequação dos canais e estratégias de comunicação antes, durante e após o evento	A diversidade de canais; o alcance potencial; os mercados geográficos abrangidos; a utilização de redes sociais e mídia digital; a utilização de mídia tradicional; a utilização de influenciadores e formadores de opinião, quando pertinentes; a mídia especializada; e a utilização de mídias externas; espaços, equipamentos e mobiliário urbano.	9
b. Alcance e amplificação da comunicação do destino	Avalia a capacidade de ampliar a exposição de Belo Horizonte por meio da atração, seus canais, parceiros, imprensa, mídia espontânea e conteúdos	A Relevância dos perfis de divulgação: da atração, artista, produtor e parceiros para promoção da cidade; a utilização de mídia espontânea, paga e relacionamento com imprensa; o potencial de geração de ativos de comunicação e conteúdo sobre Belo Horizonte;	6

	associados ao evento.		
		TOTAL	**15**

3 - Práticas ESG e Acessibilidade*			
Dimensão	O que deve ser avaliado	Parâmetros de aferição	Pontuação
a. Acessibilidade	Avalia as medidas de acessibilidade física e comunicacional, tecnologia assistiva, atendimento às pessoas com deficiência, capacitação das equipes e inclusão dos diferentes públicos.	A indicação de existência de Rotas acessíveis; espaços com acessibilidade; acessibilidade comunicacional; atendimento in loco; e sinalização, entre outros	2,5
b. Eixo Ambiental	Avalia medidas destinadas à redução dos impactos ambientais, incluindo gestão de resíduos, eficiência energética e hídrica, redução de emissões e uso de materiais de menor impacto.	A demonstração da adoção, pelo projeto, de medidas de sustentabilidade ambiental que possam ser objetivamente mensuradas.	2,5
c. Eixo Social	Avalia medidas de prevenção ao assédio e à discriminação, condições adequadas de trabalho, proteção e segurança dos públicos e ações de impacto social.	A demonstração da adoção, pelo projeto, de medidas de sustentabilidade social que possam ser objetivamente mensuradas.	2,5
d. Eixo Governança	Avalia mecanismos de transparência, gestão de riscos, critérios socioambientais na contratação, monitoramento de resultados e adoção de processos de melhoria contínua.	A demonstração da adoção, pelo projeto, de medidas de governança que possam ser objetivamente mensuradas.	2,5

	TOTAL	**10**

*Os temas indicados constituem **referências** para orientar a identificação e a adoção de práticas de sustentabilidade, considerando as características e os impactos de cada projeto.

Não se trata, portanto, de rol taxativo, podendo o projeto propor outras medidas pertinentes às suas especificidades e ao seu contexto.

As práticas selecionadas deverão ser apresentadas de forma objetiva, proporcional e compatível com a dimensão, natureza e capacidade de execução do evento.

a. Ambiental

- Uso eficiente de água;
- Uso eficiente de energia;
- Redução da geração de resíduos;
- Reutilização de resíduos;
- Reciclagem;
- Logística reversa;
- Utilização de materiais e produtos de menor impacto ambiental;
- Redução de emissões de gases de efeito estufa;
- Compensação de emissões de gases de efeito estufa;
- Preservação da biodiversidade;
- Controle da poluição sonora;
- Controle da poluição do ar;
- Controle da poluição da água;
- Controle da poluição do solo.

b. Social

- Direitos trabalhistas;
- Diversidade;
- Acessibilidade;
- Inclusão;
- Inclusão de pessoas com deficiência;
- Inclusão de grupos vulnerabilizados;
- Prevenção à discriminação;

- Prevenção ao assédio;
- Saúde e segurança do público;
- Saúde e segurança dos trabalhadores;
- Saúde e segurança dos fornecedores;
- Valorização da cultura local;
- Valorização do patrimônio local;
- Redução do desperdício de alimentos.

c. Governança e desenvolvimento econômico

- Transparência;
- Ética;
- Gestão de riscos;
- Critérios socioambientais para contratação de fornecedores e terceiros;
- Priorização de fornecedores locais;
- Priorização de profissionais locais;
- Estímulo à inovação;
- Geração de impactos socioeconômicos positivos;
- Monitoramento;
- Melhoria contínua.

ANEXO CONTRAPARTIDAS E FORMAS DE COMPROVAÇÃO

CHAMAMENTO PÚBLICO 015/2026

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
ESG	**Coleta seletiva de lixo**	Realização de ações de coleta seletiva de lixo.	1 - Envio de fotografias/vídeos, com legenda, que comprovam a instalação de lixeiras de coleta seletiva no local do evento, e 2 - declaração da entidade/instituição que recebeu o material e que deu a destinação correta ao material recebido.
ESG	**Compensação da emissão de carbono do projeto**	Realização de ações de compensação da emissão de carbono do projeto.	1- Declaração da entidade responsável sobre as práticas adotadas na realização do evento para compensação de emissão de carbono contendo o cálculo da compensação.
ESG	**Doação de banners (ou outros materiais utilizados) para entidades que trabalham com reaproveitamento**	Realização de ações de doação de banners (ou outros materiais utilizados) para entidades que trabalham com reaproveitamento.	1 - Declaração da entidade/instituição que recebeu os materiais (banners, papéis, lonas, etc.) para reutilização ou descarte correto.
ESG	**Uso de material ambientalmente responsável no projeto**	Utilização de materiais reutilizáveis, reciclados, recicláveis ou de menor impacto ambiental na montagem e operação do evento, incluindo cenografia, estruturas, sinalização, comunicação visual, mobiliário, credenciais e demais elementos	1 - Fotografias, com legenda, do material reciclado produzido e 2 -Notas fiscais, faturas, recibos ou declaração que atestem a quantidade produzida, contendo valores e mencionando o projeto.
ESG	**Desconto Promocional**	Desconto promocional individual no valor do ingresso, bilhete e/ou produto para ações de engajamento da BELOTUR.	1 - Apresentação da peça ou material que divulga o desconto, com identificação do evento e do benefício; 2 - Relatório do sistema de vendas ou plataforma de ingressos contendo o valor integral, o valor descontado, a quantidade de beneficiários e o período de

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação

Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
		Deve ser informado o valor do desconto individual, em reais (R$), em relação ao valor do ingresso, bilhete e/ou produto e a quantidade de pessoas que se beneficiarão desse desconto.	aplicação; 3 - Relatório final consolidando os descontos concedidos.
ESG	**Cessão de Ingressos para ação social**	Realização de ações de cessão de ingressos para grupos.	1 - Apresentação de relação dos ingressos cedidos, com quantidade, identificação do grupo/instituição beneficiária e data da cessão, acompanhada de comprovante de entrega; 2 - Disponibilização dos ingressos com confirmação de recebimento pela instituição cessionária, mencionando o projeto e atestando a quantidade de ingressos recebidos.
ESG	**Arrecadação/ Doação**	Realização de ações de arrecadação de alimentos, roupas, livros e outros itens Inclui meia-social na compra de ingressos	1 - Apresentação de relatório da arrecadação contendo o tipo e a quantidade de itens arrecadados; registros fotográficos, com legenda, ou de video da ação; comprovantes de aquisição, quando houver; 2 - Declaração/recibo da entidade que recebeu os itens, com menção ao projeto, contendo a quantidade e descrição do material recebido, além da data da entrega;
ESG	**Preços Populares**	Incidência de percentual com entrada gratuita ou ingressos a preços populares (quando o projeto/atividade não for de caráter gratuito)	1 - Relatório da plataforma de ingressos ou sistema de bilheteria contendo a quantidade de ingressos disponibilizados e comercializados como populares; 2 - Peças de divulgação que comprovem a oferta.
ESG	**Mão de Obra**	Contratação de mão de obra de pessoas com deficiência efetivamente ligadas ao projeto	1 - Apresentação de contrato, nota fiscal, recibo ou documento equivalente que identifique a pessoa contratada e a função exercida; 2 - Declaração do proponente sobre a efetiva atuação no projeto; 3 - Quando aplicável, documento que comprove a condição de pessoa com deficiência, observado o tratamento adequado de dados pessoais.
ESG	**Acessibilidade**	Utilização de recursos de acessibilidade: tradução em Libras, legenda para surdos, audiodescrição e/ou mapas e objetos táteis.	1 - Apresentação de fotografias. com legenda, e/ou vídeos dos recursos de acessibilidade utilizados; 2 - Declaração ou relatório da empresa/profissional responsável, quando aplicável;

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			3 - Informação sobre período, local e atividade em que o recurso foi disponibilizado.
ESG	**Doação de Bilheteira**	Realização de ações de doação de valores da bilheteria para entidades filantrópicas	1 - Apresentação do comprovante da transferência ou pagamento à entidade filantrópica; 2 - Documento/recibo da entidade beneficiária identificando o valor recebido e a data; 3 - Relatório da bilheteria que permita relacionar o valor doado à receita de ingressos do evento.
Imagem	**Aplicativo**	Url do aplicativo e número de downloads	1 - Envio de página impressa das peças (print screen) de forma que apareça o aplicativo ou a URL da página no print, e o número de downloads do aplicativo, se for o caso.
Imagem	**Backdrop**	Quantidade de backdrops instalados. (Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto)	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto; 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos de peças que deixem claro que são peças distintas, a comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças: notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, que contenham valores totais, menção ao evento e tendo como contratante o proponente do evento. Em caso de reaproveitamento nas etapas seguintes, deverão ser apresentadas as fotografias das peças, com legenda contendo data e o evento. A reutilização deve atentar para o bom estado do material. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, enviar termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando nome, data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Banner, Wind Banner, Bandeira**	Quantidade de banners, wind banner, bandeiras instalados. (Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto)	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
			a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Em caso de reaproveitamento nas etapas seguintes, deverão ser apresentadas fotografias das peças, com legenda contendo a data e o evento. A reutilização deverá observar o bom estado de conservação do material. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Blimps**	Quantidade de Blimps instalados. (Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto)	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Em caso de reaproveitamento nas etapas seguintes, deverão ser apresentadas fotografias das peças, com legenda contendo a data e o evento. A reutilização deverá observar o bom estado de conservação do material. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Bonés**	Quantidade de bonés produzidos	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e sua distribuição no local do evento/projeto; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação

Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Camisas**	Quantidade de camisas produzidas	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e sua distribuição no local do evento/projeto; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Materiais Promocionais**	Quantidade de materiais promocionais produzidos	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador; e, 2 - Fotos da ação de distribuição no local do evento/projeto; e, 3 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Crachás/Credenciais**	Quantidade de crachás/credenciais produzidos	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e sua distribuição no local do evento/projeto; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Displays eletrônicos**	Quantidade de displays eletrônicos instalados	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e sua disposição no local do evento/projeto; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento
Imagem	**E-mail marketing**	Quantidade de e-mail marketing produzidos	1 - Print do e-mail com menção ao patrocínio e inserção da marca e relatório emitido pelo sistema contendo o quantitativo de destinatários.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
Imagem	**Faixas**	Quantidade de faixas instaladas. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Fundo de palco**	Quantidade de fundos de palco instalados. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Gravação de vídeo/conteúdo do proponente para para uso da BELOTUR**	Quantidade de gravações de vídeos para redes sociais citando nossas marcas (para uso da Belotur) produzidos	Envio do material com conteúdo relacionado ao projeto para a BELOTUR com menção ao patrocínio e/ou inserção da marca do patrocinador e formalização através de mensagem com envio dos vídeos/link para a BELOTUR.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
Imagem	**Ingressos**	Quantidade de ingressos produzidos em cada etapa do projeto	1 - Envio de fotografias das peças ou print da tela em caso de ingressos virtuais, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento. 3 - No caso de ingressos virtuais, o relatório emitido pela plataforma de ingressos virtuais, que ateste a quantidade veiculada, com do patrocínio no ticket do evento e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Newsletter Virtual**	Quantidade de newsletter virtuais produzidas	1 - Envio do arquivo produzido com menção ao patrocínio e/ou inserção da marca, print do local onde a newsletter está disponibilizada para acesso, aparecendo a URL; 2 - Apresentação de relatório de envio emitido pelo sistema contendo o quantitativo de destinatários.
Imagem	**Panfleto/Flyer**	Quantidade de panfletos/flyers produzidos	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e sua distribuição; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Pórtico**	Quantidade de pórticos instalados. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
Imagem	**Press kit**	Quantidade de press kits produzidos (informar os itens que compõem o kit)	1 - Envio de fotografias dos kits, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador nos kits; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Releases enviados à imprensa**	Quantidade de releases enviados à imprensa produzidos	1 - Envio do release com menção ao patrocínio e/ou inserção da marca; 2 - Relatório de envio do sistema/email contendo o quantitativo de destinatários, data, hora e print do meio eletrônico.
Imagem	**Colab de comunicação**	Participação de representante de representante institucional da Patrocinadora no anúncio oficial do evento, em ação conjunta de comunicação com o proponente e/ou demais parceiros envolvidos na divulgação.	1 - Registro fotográfico e/ou audiovisual da participação do representante no anúncio oficial; 2 - Registro da divulgação do conteúdo nos canais de comunicação utilizados para o anúncio, quando houver.
Imagem	**Sacolas/bolsas**	Quantidade de sacolas/bolsas produzidas	Envio de fotografias das peças, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e notas fiscais, faturas ou recibos que atestem a quantidade produzida, que contenham valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Imagem	**Saia de palco/Mesa/Lateral de palco**	Quantidade de saia de palco/mesa/lateral de palco instaladas. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria,

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
			deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Site do proponente/projeto**	Quantidade de sites do proponente/projeto utilizados	1 - Envio do print screen de forma que se possa verificar a marca do patrocinador e a URL da página e Relatório emitido pelo site comprovando o quantitativo de acessos.
Imagem	**Telão**	Quantidade de telões instalados	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Imagem	**Testeira de Palco**	Quantidade de testeiras de palco instaladas. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda,nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação

Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			produzidos.
Imagem	**Totens**	Quantidade de totens instalados. Considerar o reaproveitamento para todas as etapas do projeto	1 - Fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e a instalação no local do evento/projeto. 2 - Até 3 peças: fotografias e/ou vídeos das peças que deixem claro que são peças distintas. A comprovação fiscal será dispensada. 3 - A partir de 4 peças notas fiscais, faturas, recibos ou declarações que atestem a quantidade produzida, contenham os valores totais, façam menção ao projeto e tenham como contratante o proponente do evento. Caso a contrapartida tenha sido produzida por terceiros como forma de parceria, deverá ser apresentado termo de acordo (contrato ou declaração) assinado, informando o nome do parceiro, a data do evento e a quantidade de itens produzidos.
Mídia	**Anúncio de televisão (VT) Abrangência Internacional**	Quantidade de veiculações de anúncios de televisão (VT) abrangência Internacional	1- Envio de arquivo eletrônico com o conteúdo da peça (VT); 2- Relatório de inserção do veículo de comunicação, informando o período de veiculação, quantidade e tempo da peça, bem como o texto veiculado; 3 -Notas fiscais, faturas ou recibos, emitidos pelos respectivos veículos, que comprovem a quantidade de veiculações e o período em que foram veiculados. Tais documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Anúncio de televisão (VT) Abrangência Nacional**	Quantidade de veiculações de anúncios de televisão (VT) abrangência nacional	1- Envio de arquivo eletrônico com o conteúdo da peça (VT); 2- Relatório de inserção do veículo de comunicação, informando o período de veiculação, quantidade e tempo da peça, bem como o texto veiculado; 3 - Notas fiscais, faturas ou recibos, emitidos pelos respectivos veículos, que comprovem a quantidade de veiculações e o período em que foram veiculados. Tais documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
Mídia	**Anúncio de televisão (VT) Abrangência Regional**	Quantidade de veiculações de anúncios de televisão (VT) abrangência regional	1- Envio de arquivo eletrônico com o conteúdo da peça (VT); 2- Relatório de inserção do veículo de comunicação, informando o período de veiculação, quantidade e tempo da peça, bem como o texto veiculado; 3 - Notas fiscais, faturas ou recibos, emitidos pelos respectivos veículos, que comprovem a quantidade de veiculações e o período em que foram veiculados. Tais documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Anúncios de mídia impressa**	Quantidade de veiculações de anúncios de mídia impressa	1 - Envio de fotografias das páginas dos anúncios nas quais seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador, nome do veículo e a data da edição; 2 - notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem a quantidade de veiculações, contendo valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Anúncios em mídia indoor, tais como: circuito de TV, displays em ambientes fechados (shoppings, elevadores, metrô, ônibus e etc), videowall, etc.**	Quantidade de dias com veiculações de anúncios em canais próprios e circuitos fechados de televisão	1- Envio de arquivo eletrônico com o conteúdo da peça (VT, spot, banner eletrônico, banner em mídia impressa, etc), e fotografia ou vídeo da exibição; 2- Relatório de inserção do veículo de comunicação bem como o texto veiculado; 3 - Notas fiscais, faturas ou recibos, emitidos pelos respectivos veículos, que comprovem a quantidade de veiculações e o período em que foram veiculados. Tais documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento, se for o caso.
Mídia	**Anúncios em sites**	Quantidade de sites com anúncios veiculados	1- Envio de página impressa das peças (print screen) de forma que apareça a URL da página no print e que seja possível verificar a aplicação das marcas do patrocinador e 2- Notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem o período de veiculação e a quantidade de impressões contratadas.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			Os documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Busdoor**	Quantidade de dias com veiculações de anúncios em busdoor	1- Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar a aplicação da marca do patrocinador; 2- Fotografias amplas dos ônibus nas quais seja possível verificar que estão em utilização/circulação; 3- Relatório de inserção e notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem a quantidade de veiculações, contendo valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Capa de redes sociais**	Quantidade de capas de redes sociais produzidas	1 - Envio de relatório emitido pela própria rede social, ou empresa especializada em análise de mídias digitais, que contenha print screen das telas que comprovem as inserções das logomarcas institucionais, de forma que apareça a URL da página no print ou da rede social em caso de print do aplicativo; e indicação do tempo de permanência da capa.
Mídia	**Mobiliário urbano**	Quantidade de mobiliários urbanos com veiculações de anúncios	1 - Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar localização das peças e a inserção das marcas do patrocinador; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem o tempo de veiculação, quantidade de instalações, listagem com o local do mobiliário em que houve a veiculação, além de conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Outdoor**	Quantidade de outdoors com veiculações de anúncios	1- Registro fotográfico da peça instalada, com legenda, permitindo identificar: a inserção da marca do patrocinador o local onde a peça foi instalada; 2 - Notas fiscais, faturas ou recibos, que comprovem: o período ou tempo de veiculação; a quantidade de peças ou instalações realizadas; os locais de instalação, quando aplicável; os valores unitários e o valor total; a identificação do evento patrocinado tendo o proponente como contratante.
Mídia	**Painéis de LED**	Quantidade de painéis de LED com	1- Envio de fotografia dos painéis já instalados e que seja possível verificar o

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
		veiculações de anúncios	local da instalação da peça, com legenda informando o endereço e visualização da peça com a inserção da marca do patrocinador e/ou 2- Notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem o tempo de veiculação, quantidade de instalações, listagem com os locais dos outdoors em que houve a veiculação, além de conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Painel luminoso**	Quantidade de painéis luminosos com veiculações de anúncios	1- Envio de fotografia, com legenda, do painel luminoso já instalado e que seja possível verificar o local da instalação da peça com a citação do local e visualização da peça com a inserção da marca do patrocinador e/ou 2- Notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem o tempo de veiculação, quantidade de instalações, listagem com os locais dos painéis luminosos em que houve veiculação, além de conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Publicações em redes sociais**	Quantidade de postagens em redes sociais	Envio de relatório de engajamento emitido pela própria rede social, ou empresa especializada em análise de mídias digitais, que contenha print screen das telas que comprovem as inserções das logomarcas Belotur e PBH, de forma que apareça a URL da página no print ou da rede social em caso de print do aplicativo.
Mídia	**Spots de rádio**	Quantidade de veiculações de anúncios de spot de rádio	1 - Envio de arquivo eletrônico com o conteúdo da peça (spot), acompanhado de relatório do veículo de comunicação, informando o período de veiculação, quantidade e tempo da peça, bem como o texto veiculado; 2 - notas fiscais, faturas ou recibos, emitidos pelos respectivos veículos, que comprovem a quantidade de veiculações e o período em que foram veiculados. Tais documentos devem conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Transmissão ao vivo**	Quantidade de transmissões ao vivo	Envio de relatório de engajamento, emitido pela própria transmissora ou

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			empresa especializada em análise de mídias digitais, contemplando data, hora e duração, que contenha print screen das telas que comprovem as inserções das logomarcas Belotur, de forma que apareça a URL da página no print ou da rede social em caso de print do aplicativo.
Mídia	**Videowall**	Quantidade de Videowall instalados	1- Envio de fotografias das peças, com legenda, nas quais seja possível verificar localização das peças e a inserção das marcas do patrocinador e 2- Notas fiscais, faturas ou recibos que comprovem o tempo de veiculação e a quantidade de instalações, além de conter valores unitários e totais, menção ao evento patrocinado e tendo como contratante o proponente do evento.
Mídia	**Locução**	Citação da marca do patrocinador pelo locutor do evento; Menção na abertura, durante e no final do evento	1 - Apresentação de gravação audiovisual que permita identificar a locução e a menção à marca na abertura, durante e no encerramento do evento, com identificação da data e do evento; quando aplicável, roteiro ou mapa de locuções utilizado.
Mídia	**Reprodução de Vídeo**	Veiculação do vídeo institucional do patrocinador no perfil/site oficial do evento, ou durante o evento. Veiculação do vídeo institucional do patrocinador nos telões de LED do palco do evento;	1 - Apresentação do arquivo do vídeo institucional veiculado; 2 - Registro audiovisual, com legenda, da exibição no perfil/site oficial do evento e/ou nos telões do evento, permitindo identificar a marca e o contexto da veiculação; quando digital, informar a URL e o período de disponibilização.
Mídia	**Impulsionamentos**	Quantidade de postagens produzidas e impulsionados nas redes sociais	1 - Apresentação dos posts impulsionados e dos respectivos links/prints, com identificação da marca e do evento; 2 - Relatório da plataforma de mídia social ou da ferramenta de anúncios contendo período da campanha, quantidade de postagens impulsionadas, alcance/impressões e demais métricas disponíveis.
Mídia	**Anúncio Pago**	Anúncio pago (banner) no site do evento ou de terceiros com as logos do patrocinador	1 - Apresentação do arquivo ou print do anúncio pago, com identificação da página/URL, período de veiculação e aplicação das marcas; 2 - Relatório do site, plataforma ou veículo contendo as impressões/acessos ou

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
			período de veiculação; 3 - Nota fiscal, fatura ou recibo, quando houver contratação de mídia.
Negocial	**Cessão de convites/inscrições**	Deve ser informado a quantidade de convites/inscrições cedidos (não válido para eventos gratuitos), com indicação de valor unitário.	1 -Comprovação de cessão de convites/inscrições para a Belotur, seja por meio físico ou eletrônico, em conjunto à comprovação de encaminhamento à Belotur da disponibilização de convites/inscrições.
Negocial	**Cessão de direitos de imagem para a Belotur**	Quantidade de cessões de direitos de imagem de atletas para a Belotur (não é referente à quantidade de atletas). Deve ser avaliada a cessão individual ou em grupo de acordo com cada projeto e a relevância do atleta/personalidade.	1 - Apresentação da comprovação de recebimento pela Belotur da cessão de direitos com a lista de pessoas cuja imagem foi cedida à Belotur.
Negocial	**Cessão de fotos, vídeos e músicas para divulgação do projeto**	Quantidade de sessões de fotos, vídeos e músicas para divulgação do projeto (não se refere à quantidade de fotos, vídeos ou músicas e sim a quantidade de bancos de imagem disponibilizados). Deve ser avaliada a cessão para o projeto como um todo ou relacionada a eventos específicos no caso de projetos de longa duração.	1 - Confirmação de recebimento pela Belotur do envio dos bancos de imagens disponibilizadas.
Negocial	**Concessão de entrevistas exclusivas para a Belotur**	Quantidade de entrevistas exclusivas para a Belotur que serão concedidas	1 - Envio de arquivo eletrônico contendo registro da gravação/print/audiovisual da entrevista com identificação da pessoa entrevistada e confirmação de recebimento pela Belotur.
Negocial	**Entrevista com representante da Belotur nos veículos do evento (site/redes**	Quantidade de entrevistas com representantes da Belotur nos veículos do evento (site/redes sociais/publicações)	1 - Envio de arquivo eletrônico audiovisual e/ou link da entrevista indicando o representante da Belotur e a menção à Belotur, de forma que seja identificada a rede social ou a URL da página no print.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
	sociais/publicações)		
Negocial	**Espaço exclusivo para Belotur**	Disponibilização de espaço exclusivo para indicados da Belotur	1 - Apresentação de registros fotográficos, com legenda, e/ou audiovisuais do espaço disponibilizado para a Belotur durante o evento nas quais seja possível identificar a aplicação da marca do patrocinador e Confirmação por email de que o espaço foi disponibilizado pela contratada, informando a capacidade do espaço.
Negocial	**Ações de relacionamento**	Quantidade de ações direcionada a públicos estratégicos, convidados, parceiros, imprensa, trade turístico, patrocinadores ou outras partes interessadas indicadas pela Belotur	1 - Apresentação de registros fotográficos, com legenda, e/ou audiovisuais da ação, com descrição das atividades, local, data, duração e público participante.
Negocial	**Pré-Evento**	01 (uma) ou mais ações durante o pré-evento: coletiva de imprensa; lançamento; coquetel, programações pré evento etc. Todas as atividades deverão ser previamente aprovadas pela Belotur. Todas as despesas ficam à cargo do evento.	1 - Apresentação de registros fotográficos, com legenda, e/ou audiovisuais de cada ação, com descrição da atividade, data, local e público participante; peças e materiais utilizados; 2 - Comprovação da aprovação prévia pela BELOTUR; 3 - Comprovantes de contratação/despesa, quando aplicável.
Negocial	**Naming rights**	Contrapartida de associação da marca Belo Horizonte Surpreendente para apresentar o evento, permitindo um alcance e uma audiência mais ampla com a exposição de marca da cidade. Todas as atividades deverão ser previamente aprovadas pela Belotur. Todas as despesas ficam à cargo do	1 - Apresentação das peças oficiais de divulgação que demonstrem a associação da marca 'Belo Horizonte Surpreendente' à apresentação do evento; 2 - Registros fotográficos e/ou audiovisuais das aplicações; links/prints das publicações digitais; 3 - Comprovação da aprovação prévia pela BELOTUR.

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	**Contrapartida**	**Métrica**	**Comprovação**
		evento.	
Negocial	**Divulgação do Destino**	Divulgação do destino Belo Horizonte, seus espaços, pontos turísticos, produtos e experiências da cidade. A promoção dos atrativos turísticos pode combinar as ferramentas de marketing tradicional (mídia impressa, folheteria, banners etc.) com as de marketing digital (link patrocinado, e-mail marketing, mídias sociais, entre outras). Ações que promovam vivências exclusivas e memoráveis do Destino. Storytelling - A arte de contar histórias envolventes que causam conexão entre Destino e público	1 - Apresentação das peças e materiais utilizados na divulgação do destino; 2 - Registros fotográficos e/ou audiovisuais das ações; links/prints das divulgações digitais, com URL e data; relatório de alcance/engajamento e descrição dos espaços, pontos turísticos, produtos, experiências ou vivências do destino efetivamente divulgados.
Obrigatórias	**Inserção das marcas institucionais em peças de mobiliário urbano, banners, LED, redes sociais oficiais do Evento e demais mídias pagas ou não pagas contratadas pelo Proponente, sob a chancela "Patrocínio".**	Quantidade, local e forma de inserção das marcas, conforme Pactuação das Contrapartidas.	1- Apresentação das peças finais e registros fotográficos e/ou audiovisuais das inserções, permitindo identificar a marca, o evento, o local e o contexto da divulgação; 2- Para mídias digitais, apresentar prints com URL/perfil e data ou relatório da plataforma; 3 - Para mídia contratada, apresentar relatório do veículo e documento fiscal/contratual quando aplicável.
Obrigatórias	**Inserção das marcas institucionais em peças de divulgação em mercados estratégicos identificados pela Belotur**	Quantidade, mercados, peças, período e forma de inserção, conforme Pactuação das Contrapartidas.	1 - Apresentação das peças finais, fotografias e/ou registros das veiculações, com identificação do mercado/local e período; 2 - Para mídia digital, prints com URL/perfil e data ou relatório da plataforma; para mídia contratada, relatório do veículo e documento fiscal/contratual quando aplicável.
Obrigatórias	**Inserção das marcas**	Quantidade e pontos de aplicação das	1 - Apresentação de fotografias amplas e detalhadas da cenografia instalada,

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
	institucionais em toda cenografia do evento	marcas na cenografia.	com legenda, permitindo visualizar a marca em seu contexto no evento, acompanhadas de legenda com data, local e identificação do evento; quando houver produção contratada, apresentar nota fiscal, fatura, recibo ou documento equivalente.
Obrigatórias	**Exibição de vídeos institucionais e inserção de marcas estáticas em todos os telões utilizados durante o Evento**	Quantidade de telões e quantidade de exibições/veiculação dos vídeos e marcas.	1 - Apresentação dos arquivos dos vídeos e artes estáticas; 2 - Registros audiovisuais, com legenda, que comprovem a exibição em cada telão, permitindo identificar o evento e o local; apresentar, quando disponível, relatório técnico da operação ou mapa de telões com os pontos de exibição.
Obrigatórias	**Ativação de marca durante o Evento**	Quantidade, local, duração e formato da ativação, conforme Pactuação das Contrapartidas.	1 - Apresentação de fotografias, com legenda, e/ou vídeos da ativação, com descrição da ação, data, local, duração e público participante, acompanhada de comprovação da execução e, quando aplicável, documento de contratação ou relatório da equipe responsável.
Obrigatórias	**Post oficial exclusivo com conteúdo direcionado pela Belotur, incluindo menção destacada, em collab com o perfil oficial da Belotur**	Quantidade de posts exclusivos e publicação em formato collab com o perfil oficial da Belotur.	1 - Apresentação de print integral do post, com legenda, identificando o perfil, conteúdo, data e formato collab, além do link/URL da publicação; 2 - apresentar relatório de alcance e engajamento emitido pela plataforma.
Obrigatórias	**Citação da Belotur em todos os press release para assessoria de imprensa**	Quantidade de press releases relacionados ao Evento que contenham a citação da Belotur.	1 - Apresentação de cópia/arquivo de cada press release com a citação da Belotur; Relatório de distribuição ou envio contendo destinatários, data e hora.
Obrigatórias	**Entrega de fotografias e vídeo oficial do Evento, incluindo montagem e dia do show, com inserção das marcas institucionais**	Quantidade e especificação dos arquivos entregues, abrangendo montagem e dia do show.	1 - Entrega dos arquivos fotográficos e audiovisuais à BELOTUR, por meio definido na Pactuação, acompanhada de relação dos arquivos e confirmação de recebimento pela BELOTUR. Os registros devem permitir identificar o evento e conter as marcas institucionais conforme pactuado.
Obrigatórias	**Doação de, no mínimo, 2.000 kg (duas toneladas)**	Mínimo de 2.000 kg de alimentos não perecíveis efetivamente adquiridos e	1 - Apresentação das notas fiscais/comprovantes de aquisição dos alimentos; 2 - Registros fotográficos, com legendas, ou de vídeo da entrega;

ANEXO II - Tabela de Contrapartidas e Formas de Comprovação			
Tipo	Contrapartida	Métrica	Comprovação
	de alimentos não perecíveis ao Banco de Alimentos da cidade	entregues.	3 - Documento emitido pelo Banco de Alimentos que confirme o recebimento e o peso total entregue.
Obrigatórias	**Elaboração de relatório de comunicação, com valoração de mídia, abrangendo todas as divulgações relacionadas ao Evento e à associação a Belo Horizonte**	Relatório consolidado de comunicação e valoração de mídia abrangendo as divulgações pactuadas.	1 - Apresentação de relatório contendo, no mínimo, veículo/canal, peça ou ação, período, quantidade de inserções, alcance/audiência ou impressões, valor de mídia/valoração adotada, links ou registros das divulgações e comprovações correspondentes.
Obrigatórias	**Disponibilização à BELOTUR dos dados estatísticos e relatórios extraídos do sistema de bilheteria, em formato estruturado e passível de processamento**	Relatórios contendo ingressos disponibilizados, comercializados, cancelados e informações agregadas sobre a origem geográfica do público.	1 - Entrega dos arquivos exportados do sistema de bilheteria em formato estruturado e passível de processamento, acompanhados de relatório explicativo sobre os campos/dados. Os dados deverão ser apresentados de forma agregada quando envolverem informações pessoais.
Obrigatórias	**Disponibilização à BELOTUR de pesquisa com o público do evento**	Pesquisa realizada e relatório contendo perfil demográfico e econômico e demais dados pactuados.	1 - Apresentação do relatório consolidado da pesquisa, metodologia/resumo da amostra, período e local de aplicação, questionário utilizado e resultados agregados, preservando dados pessoais.

As contrapartidas poderão contemplar, além das mínimas previstas no subitem **Contrapartidas Obrigatórias**, outras contrapartidas propostas pelo proponente e consideradas pertinentes pela BELOTUR, desde que guardem relação com o objeto do patrocínio e sejam compatíveis com a natureza e a dimensão do Evento

ANEXO DECLARAÇÃO OBRIGATÓRIA

CHAMAMENTO PÚBLICO 015/2026

À EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A – BELOTUR

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	
EDITAL	*Edital nº 015/2026*
NOME DO PROJETO/EVENTO:	*(O nome do evento deve ser o mesmo inscrito no Projeto)*
DATA / PERÍODO DO EVENTO:	
PROPONENTE (Pessoa Jurídica):	
CNPJ:	
RESPONSÁVEL LEGAL DA EMPRESA PROPONENTE:	
TELEFONE(S):	
E-MAIL(S):	

<Nome completo do representante, sem abreviações>, <nacionalidade>, <estado civil>, <profissão>, portador da CI _____, inscrito no CPF sob o nº _____, como representante legal da empresa _____ inscrita no CNPJ sob o nº _____, sediada no endereço _____, no Município de _____ doravante denominada proponente, declara sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código penal Brasileiro:

a) que o proponente, representante legal de _____, qualquer pessoa do quadro societário da empresa (CNPJ), ou preposto, não é servidor ou empregado público municipal, ocupante de cargo em comissão ou função de confiança; não é pessoa ligada a qualquer um deles por matrimônio ou parentesco, afim ou consanguíneo, até o 2º grau, ou por adoção vinculados ou mantidos pelo Município de Belo Horizonte; não é cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, consanguínea ou por afinidade, até o terceiro grau de servidores da BELOTUR e dos membros das comissões previstas no edital; não terminou seu prazo de gestão ou rompeu seu vínculo com a BELOTUR há menos de 6 (seis) meses; e não exerce cargo eletivo de vereador.

b) que o Projeto apresentado para participar do CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 015/2026 – Edital de Atração e Posicionamento de Belo Horizonte - Te Encontro em BH, foi elaborado de maneira independente pelo

proponente, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato do CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 015/2026, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que o evento, se pago, comercializará os ingressos exclusivamente por meio de sistema oficial de bilheteria digital ou eletrônica, dotado de mecanismos de rastreabilidade e geração de relatórios;

d) que após a realização do evento, disponibilizará à BELOTUR, pesquisa com o público do evento, contendo seu perfil demográfico e econômico, entre outros dados pactuados

e) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Belo Horizonte, _____de _____ de 2026.

_____

Assinatura Digital do Proponente/Representante Legal

*Somente será aceita assinatura digital do tipo avançada (GOV.BR) ou às validadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP Brasil).

** Não serão aceitos documentos com assinatura à caneta digitalizados.

ANEXO FORMULÁRIO RECURSO

CHAMAMENTO PÚBLICO 015/2026

À EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO DE BELO HORIZONTE S/A – BELOTUR

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	
EDITAL	*Edital nº 015/2026*
NOME DO PROJETO/EVENTO:	*(O nome do evento deve ser o mesmo inscrito no Projeto)*
DATA / PERÍODO DO EVENTO:	
PROPONENTE (Pessoa Jurídica):	
CNPJ:	
RESPONSÁVEL LEGAL DA EMPRESA PROPONENTE:	
TELEFONE(S):	
E-MAIL(S):	

RECURSO CONTRA DECISÃO PROFERIDA NA FASE DE ANÁLISE E AVALIAÇÃO DO EDITAL DE ATRAÇÃO E POSICIONAMENTO INTERNACIONAL DE BELO HORIZONTE – TE ENCONTRO EM BH.<Nome completo do representante, sem abreviações>, <nacionalidade>, <estado civil>, <profissão>, portador da CI <_____>, inscrito no CPF sob o nº <_____>, como representante legal da empresa <_____> inscrita no CNPJ sob o nº <_____>, sediada no endereço <_____>, no Município de <_____>, UF <_____>, doravante denominada proponente, apresento recurso perante à <Comissão Técnica de Avaliação (CTA) > contra decisão por ela proferida.

Motivo(s):

Desclassificação Técnica (assinalar um ou mais)

- não cumprimento de um ou mais Pré-requisito(s) de Admissibilidade ( )
- não observância de uma ou mais hipótese(s) de Vedação ( )

A - Transcrição do(s) motivo(s), conforme Decisão da Comissão, acompanhada dos argumentos recursais.

Aqui o Proponente deverá transcrever, enumerando, cada motivo indicado na Decisão da Comissão que ensejou a Desclassificação Técnica do projeto. Após, deverá apresentar o(s) argumento(s) hábil(éis) para impugnar/contestar cada motivo.

Belo Horizonte, _____ de _____ de 202X.

_____

Assinatura Digital do Proponente/Representante Legal

* Somente será aceita assinatura digital do tipo avançada (GOV.BR) ou aquela validada pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil).

** Não serão aceitos documentos com assinatura à caneta digitalizados.

ANEXO PROJETO

CHAMAMENTO PÚBLICO 015/2026

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	
NOME DO PROJETO/EVENTO:	*(O nome do evento deve ser o mesmo inscrito na declaração obrigatória e não pode ser alterado)*
DATA / PERÍODO DO EVENTO:	
PROPONENTE (Pessoa Jurídica):	
CNPJ:	
RESPONSÁVEL LEGAL DA PROPONENTE:	
TELEFONE(S):	
E-MAIL(S):	

➔ **ORIENTAÇÕES DO PREENCHIMENTO**

- Em cada tópico segue orientações sobre como preencher a proposta.
- **Apague as orientações e/ou exemplos em cada seção antes de preencher os campos do Anexo Projeto;**
- **Respeite o limite de linhas;**
- Utilize as tabelas para preenchimento nos campos tabelados.

1. OBJETO DO EVENTO

Descreva, em até 4 linhas, o que será realizado. Informe o tipo de evento e sua finalidade principal. Não inclua histórico nem justificativa.
1_____ 2_____ 3_____ 4_____

2. DATA, LOCAL E PÚBLICO ESTIMADO

Data(s):	
Local:	
Público estimado (por dia):	

3. ATRAÇÃO INTERNACIONAL

Ano em que a atração internacional estrangeira realizou a última turnê mundial (mais de dois	

continentes) Cite os países que ela passou:	
Público médio dos shows do artista (últimos 5 shows):	
Número efetivo de seguidores nas plataformas de streaming (indique as plataformas):	
Prêmios internacionais nos últimos 5 anos (Grammy Award, Billboard Music Award, Brit Award, MTV Video Music Award ou equivalente):	
A atração já participou de eventos de transmissão e alcance global como atração integrante da programação, abertura ou encerramento: (Copa do mundo, Olimpíadas, SuperBowl, Oscars, etc…)	
A atração tem histórico comprovado de atuação em iniciativas sociais, filantrópicas ou de interesse público, especialmente aquelas de alcance nacional ou internacional? Descreva.	

A atração já se apresentou na América do Sul? Indique o ano.	
A atração já se apresentou no Brasil? Indique o(s) ano(s) e a(s) cidade(s)	
O show proposto será realizado somente em Belo Horizonte?	Sim
Informe as datas e locais dos demais shows no Brasil e na América do Sul, caso houver:	

4. CAPACIDADE DE ATRAÇÃO E DESLOCAMENTO DE PÚBLICO EXTERNO

Informe o histórico de atração de público externo da atração, para até 2 eventos anteriores relevantes. **Anexe os documentos comprobatórios.**

1	Nome do evento:	Local/Data:
	Público Total:	Público Proveniente de Outras Localidades (%):
	Origem geográfica, em percentual, das 2 principais localidades emissoras:	

2	Nome do evento:	Local/Data:
	Público Total:	Público Proveniente de Outras Localidades (%):
	Origem geográfica, em percentual, das 2 principais localidades emissoras:	

5. PROMOÇÃO DO DESTINO

Descreva as ações previstas para associar a atração internacional à imagem e à promoção de Belo Horizonte como destino turístico.
Como BH estará integrado ao evento: indique quais ações concretas que o projeto prevê para promover a cultura, a gastronomia, os atrativos e as experiências de Belo Horizonte.
Como o evento pretende alcançar públicos de fora de Belo Horizonte: descreva as ações destinadas a estimular a circulação do público pela cidade.

6. FORMATO DO INGRESSO/ ÁREAS DO EVENTO.

Descreva o formato de acesso do evento e as áreas disponíveis para o público.		
O evento é gratuito ou pago? _____		
Informe as áreas disponíveis para o público	Capacidade	Preço médio do valor de ingresso (R$)
- *Pista Premium*	*15 mil*	

- *Pista Comum*	*20 mil*	
- *Arquibancada Superior*	*20 mil*	
- *Arquibancada Inferior*	*15 mil*	

Caso tenha sido definido, descreva se o evento conta com outras áreas além das descritas acima, como camarotes especiais, lounges, etc..

7. FINANCIAMENTO

Informe a participação percentual no valor total do evento de cada fonte de recursos, incluindo patrocínios, apoios, recursos próprios, entre outros.

**O percentual informado no momento da inscrição será considerado apenas para fins de análise da proposta, não constituindo obrigação de manutenção desses percentuais pelo proponente durante a execução do projeto.*

Patrocinador A - 20%
Patrocinador B - 10%
Recursos próprios - 30%

8. ESTRUTURA/COMUNICAÇÃO DO EVENTO (IN LOCO)

Descreva as ações de comunicação e divulgação realizadas in loco durante o evento, informando os espaços, estruturas, elementos cenográficos e outros meios utilizados para exposição de marcas e mensagens institucionais. Informe o item, a quantitativo.

Quantitativo	Item
02	1. Palco
10	2. Led
3	3. Pórticos
	4. Vídeo exibido nos intervalos
	6.
	7.

	8.
	9.
	**Acrescente novas linhas, se necessário*

9. PROGRAMAÇÃO/ATRAÇÃO INTERNACIONAL

Apresente informações detalhadas sobre a programação do evento e a atração internacional estrangeira, incluindo, data e horário da apresentação, duração estimada do show, formato da apresentação e demais informações relevantes que caracterizam a programação.

DATA	INÍCIO PREVISTO	TÉRMINO PREVISTO	PROGRAMAÇÃO	DESCRITIVO
30/Ago	*18:00*	*19:00*	*Show*	*Artista no palco*

10. PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE INSTITUCIONAL

Marque as redes sociais que farão parte do projeto e inclua as estratégias de comunicação dessas mídias para cada uma delas conforme tabela abaixo:

Instagram ( ) Tik Tok ( ) Youtube ( ) Facebook ( ) Spotify ( ) Flickr ( ) Site de Venda do Evento ( ) Outras ( )

PLANO DE COMUNICAÇÃO - MÍDIAS DIGITAIS

Rede Social	Mercado - alvo (onde será divulgado)	Perfil utilizado	URL e/ou @	Pago/Não Pago	Cronograma
Instagram	*Belo Horizonte* *Rio de Janeiro*	*Do artista*	*@ozzyosbourne*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Instagram	*Belo Horizonte*	*Da produtora*	*@goodenternenimentbr*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Tik Tok	*Belo Horizonte*	*Do artista* *Da produtora*	*@ozzyosbourne*	*Pago*	*30 dias antes do evento*

Youtube	*Belo Horizonte* *Rio de Janeiro* *São Paulo*	*Produtor(a)*	*@goodenternenimentbr*	*Não Pago*	
Outros a especificar					

O plano de comunicação, considerando as mídias acima descritas, contempla ações específicas de promoção e posicionamento de Belo Horizonte?

Informe os influenciadores que integrarão o plano de comunicação do evento, indicando, para cada um, o respectivo período ou momento previsto para a divulgação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO - INFLUENCIADORES

Influencer	Momento	Pago/Não Pago
A	*Pré Evento* *Evento*	*Pago*
B	*Pré Evento*	*Pago*
Outros a especificar		

O plano de comunicação, considerando as mídias acima descritas, contempla ações específicas de promoção e posicionamento de Belo Horizonte?	

Descreva as ações de comunicação previstas em mídias tradicionais para divulgação do evento, especificando o público-alvo, os veículos de comunicação a serem utilizados, os formatos das inserções e o período previsto para cada ação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO - MÍDIAS TRADICIONAIS

Mídia	Mercado Alvo	Veículo	Formato	Pago/Não Pago	Período

TV	*Belo Horizonte* *Rio de Janeiro*	*Globo*	*Transmissão* *Cobertura Jornalística*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Rádio	*Belo Horizonte*	*Itatiaia*	*Spots* *Entrevistas*	*Não Pago*	*30 dias antes do evento*
Jornais/Revistas	*São Paulo*	*Folha de São Paulo*	*Anúncio* *Matérias*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Portais e Imprensa	*América do Sul*	*Clarín*	*Publieditorial* *Matérias* *Press Releases* *Cobertura de Imprensa*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Outros a especificar					

O plano de comunicação, considerando as mídias acima descritas, contempla ações específicas de promoção e posicionamento de Belo Horizonte?

Informe as ações de comunicação previstas em espaços, equipamentos e mobiliário urbano, indicando, para cada ação, o meio ou formato de comunicação, a localização ou os pontos de veiculação, o público-alvo e o período previsto para a divulgação do evento**.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO - MÍDIA EXTERIOR, ESPAÇOS, EQUIPAMENTOS E MOBILIÁRIO URBANO

Item	Localização	Pago/Não Pago	Período
Painel de LED	*Belo Horizonte* *Rio de Janeiro*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Backbus	*Belo Horizonte*	*Não Pago*	*30 dias antes do evento*
Telas	*São Paulo - Aeroporto de Guarulhos*	*Pago*	*30 dias antes do evento*

Outdoors	*Belo Horizonte*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Espaço Urbano Ativado	*Belo Horizonte* *Rio de Janeiro* *São Paulo*	*Pago*	*30 dias antes do evento*
Outros a especificar			

O plano de comunicação, considerando as mídias acima descritas, contempla ações específicas de promoção e posicionamento de Belo Horizonte?

11. ACESSIBILIDADE (INCLUSÃO PCD)

Descreva as medidas de acessibilidade e inclusão adotadas pelo evento para garantir a participação de pessoas com deficiência (PCD), indicando os recursos, adaptações e serviços disponibilizados.	
Prática/Medida **Acessibilidade**	**Sim ou Não**
1. Há rota acessível para todas as áreas e ambientes, com acesso a todos os serviços?	
2. Há espaços livres com elevação para a pessoa em cadeira de rodas e assentos para a pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida?	
3. Há sanitários acessíveis?	
4. O evento prevê ações de acessibilidade comunicacional?	
5. O evento prevê recursos de tecnologia assistiva?	
6. O Evento prevê atendimento às pessoas com deficiência por profissionais devidamente capacitados?	
7. A sinalização do evento é acessível?	
8. O evento contará com intérpretes de libras?	
9. O evento prevê espaços sensoriais ou de descompressão?	
Prática/Medida **Acessibilidade** (Outra(s) não detalhada(s))	**Detalhamento**

*Acrescente novas linhas, se necessário	

12. ESG NO EVENTO

O proponente deve enumerar as práticas alinhadas ao ESG, apresentando ações efetivas, mensuráveis e, sempre que possível, quantificáveis. As ações devem abranger os aspectos **ambientais, sociais e de governança.**	
Prática/Medida **Ambiental**	**Detalhamento**
1.	
2.	
3.	
4.	
*Acrescente novas linhas, se necessário	
Prática/Medida **Social**	**Detalhamento**
5.	
6.	
7.	
8.	
*Acrescente novas linhas, se necessário	
Prática/Medida **Governança**	**Detalhamento**
9.	
10.	
11.	
12.	
*Acrescente novas linhas, se necessário	

13. PLANO DE CONTRAPARTIDAS

Contrapartidas são todas as ações executadas pelo proponente em benefício dos patrocinadores e dos parceiros, como retribuição ao patrocínio recebido para a realização do seu projeto. O Proponente deverá selecionar, no **Anexo Contrapartidas e Forma de Comprovação**, aquelas que serão objeto de pactuação com a BELOTUR, considerando as características e condições de execução do Evento. Não será admitida a seleção ou exclusão, pelo Proponente, das contrapartidas classificadas como obrigatórias, as quais deverão ser integralmente cumpridas, independentemente das demais contrapartidas selecionadas.
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
**Acrescente novas linhas, se necessário*

14. OUTRAS INFORMAÇÕES

Compartilhe outras informações do projeto caso necessite como iniciativas e parcerias, insira links com vídeos, fotos entre outros.
Escreva aqui

15. DECLARAÇÃO DO REPRESENTANTE LEGAL

Eu,_____, responsável pela apresentação do presente projeto, residente e domiciliado na _____, portador da cédula de identidade nº _____ e CPF _____, declaro sob pena de responsabilidade civil, penal e administrativa nos termos da legislação vigente, a veracidade das informações aqui prestadas.

Declaro, ainda, que, caso o evento seja pago, comprometo-me a comercializar os ingressos exclusivamente por meio de sistema oficial de bilheteria digital ou eletrônica, dotado de mecanismos de rastreabilidade e geração de relatórios que permitam verificar, no mínimo, a quantidade de ingressos disponibilizados, comercializados e cancelados, além de informações agregadas sobre a origem geográfica do público.

Comprometo-me, ainda, a disponibilizar à BELOTUR, quando solicitado, os dados e relatórios gerados pelo sistema de bilheteria necessários ao acompanhamento e à avaliação do Evento, incluindo informações agregadas sobre a origem geográfica do público, e observada, em todos os casos, a legislação aplicável à proteção de dados pessoais.

_____

INSERIR ASSINATURA DIGITAL DA PROPONENTE/RESPONSÁVEL LEGAL
(FORMATO ICP BRASIL/ GOV.BR)

_____

Nome da Proponente/CNPJ

*A assinatura digital somente será aceita àquela do tipo avançada (GOV.BR) ou às validadas pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP Brasil).

** Não serão aceitos documentos com assinatura à caneta digitalizados.

ANEXO VI – MINUTA DE CONTRATO

Processo Administrativo nº

Contrato de Concessão de Patrocínio que entre si celebram a **Empresa Municipal de Turismo S/A – BELOTUR**, CNPJ nº 21.835.111/0001-98, com sede na Rua Espírito Santo, nº 527, 4º Andar - Centro, CEP 30.160-031 - Belo Horizonte/MG, neste ato representada por seus Diretores abaixo assinados, doravante denominada CONCEDENTE e _____, inscrito no CNPJ nº _____, sediado no endereço _____, na cidade _____, representado por _____, CPF nº _____, denominado BENEFICIÁRIO, ajustam e firmam o presente CONTRATO, decorrente do Chamamento Público 015/2026, Processo Administrativo nº 31.00863834/2026-75 - 67201, em conformidade com o Regulamento Interno de Licitações e Contratos da BELOTUR, com a Lei Federal nº 13.303/16, Decreto Municipal nº 18.362/23, demais normais atinentes e mediante as cláusulas e condições apresentadas abaixo:

CLÁUSULA PRIMEIRA: DO OBJETO

1.1 Concessão de patrocínio destinado ao projeto (**show único, turnê ou festival de música)** , a ser realizado no dia _____ em Belo Horizonte.

1.2 Integram este instrumento, independentemente de sua transcrição, o edital de Chamamento Público 015/2026 e todos os seus anexos, bem como todos os documentos apresentados pelo BENEFICIÁRIO quando da inscrição no referido Chamamento Público.

CLÁUSULA SEGUNDA: DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

2.1 As despesas decorrentes da execução do presente contrato serão acobertadas pela seguinte dotação orçamentária: 2805.1100.23.695.086.2.629.0004.339039.22.1.500.000 reduzido 28050022

CLÁUSULA TERCEIRA: DO VALOR E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1 Independente do valor total a ser despendido para execução do evento, o valor a ser repassado pela BELOTUR será de R$_____, (_____), referente ao apoio financeiro a ser concedido por meio do Chamamento Público 015/2026.

3.2 O repasse financeiro será realizado em parcela única, no prazo de até 15 (quinze) dias úteis, contado da conclusão da análise e aprovação da prestação de contas do projeto

3.3 O repasse dos valores referentes ao patrocínio estará condicionado à apresentação da respectiva Nota Fiscal de Serviços, observadas as exigências fiscais pertinentes

3.4 O Beneficiário deverá estar em dia com a União, Estado e Município na data de liberação do crédito

3.5 O pagamento ocorrerá diretamente na conta corrente indicada pelo Beneficiário-EMPRESA/CNPJ, sendo vedado o depósito em contas de titularidade de terceiros.

3.6 Os dados bancários fornecidos são de responsabilidade exclusiva do Beneficiário,

3.7 Em caso de divergências, a BELOTUR suspenderá o pagamento até que seja feita a regularização, não sendo aplicado mais o prazo previsto no item 3.1.1 deste contrato.

3.8 O valor concedido de patrocínio constitui ganho eventual oferecido publicamente e, nessa condição, não caracteriza receitas integrantes das denominadas contribuições sociais que compõem o orçamento de seguridade social.

CLÁUSULA QUARTA: DO PRAZO DE VIGÊNCIA

4.1 Este contrato vigorará pelo prazo de até 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado na forma da lei.

CLÁUSULA QUINTA: DAS CONTRAPARTIDAS

5.1 Além das contrapartidas negociadas, o BENEFICIÁRIO, ao realizar o evento com recurso financeiro concedido pela BELOTUR, deverá cumprir também as contrapartidas obrigatórias descritas abaixo:

5.1.1 Inserção das marcas institucionais em peças de mobiliário urbano, banners, LED, redes sociais oficiais do Evento e demais mídias pagas ou não pagas contratadas pelo Beneficiário para a divulgação do Evento, **sob a chancela "Patrocínio"**, conforme Manual de Marcas, em quantidade, local e forma a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

5.1.2 Inserção das marcas institucionais em peças de divulgação em mercados estratégicos identificados pela Belotur, em quantidade e forma a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

5.1.3 Inserção das marcas institucionais em toda cenografia do evento;

5.1.4 Exibição de vídeos institucionais e inserção de marcas estáticas em todos os telões utilizados durante o Evento;

5.1.5 Ativação de marca durante o Evento, em espaço, a serem definidas na Pactuação das Contrapartidas;

5.1.6 Post oficial exclusivo com conteúdo direcionado pela Belotur, incluindo menção destacada, em collab com o perfil oficial da Belotur;

5.1.7 Citação da Belotur em todos os press release para assessoria de imprensa;

5.1.8 Entrega de fotografias e vídeo oficial do Evento, incluindo montagem e dia do show, com inserção das marcas institucionais;

5.1.9 Doação de, no mínimo, 2.000 kg (duas toneladas) de alimentos não perecíveis, destinados ao Banco de Alimentos da cidade, mediante comprovação da aquisição, do peso total e da efetiva entrega dos alimentos, na forma estabelecida no Termo de Contrapartidas e no Manual de Prestação de Contas;

5.1.10 Elaboração de relatório de comunicação, com valoração de mídia, abrangendo todas as divulgações relacionadas ao Evento, bem como àquelas pertinentes a sua associação a Belo Horizonte.

5.1.11 Disponibilização à BELOTUR, após a realização do Evento, os dados estatísticos e relatórios extraídos do sistema de bilheteria, em formato estruturado e passível de processamento, contendo, os dados sobre a quantidade de ingressos disponibilizados, comercializados, cancelados, bem como informações agregadas sobre a origem geográfica do público.

5.1.12 Disponibilização à BELOTUR, após a realização do Evento, pesquisa com o público do evento, contendo seu perfil demográfico e econômico, entre outros dados pactuados;

5.1.13 As contrapartidas obrigatórias estabelecidas pela BELOTUR são de cumprimento integral obrigatório pelo patrocinado, constituindo condição vinculada à concessão do patrocínio.

5.1.14 O cumprimento das contrapartidas obrigatórias não exonera o Beneficiário de executar integralmente, àquelas negociadas durante a Pactuação de Contrapartidas.

5.2 SUBSTITUIÇÃO

5.2.1 As Contrapartidas não podem ser reduzidas, substituídas, suprimidas ou alteradas **unilateralmente.**

5.2.2 Entende-se por **SUBSTITUIÇÃO** o pedido de alteração de uma ou mais contrapartidas originalmente pactuadas, por outra(s) de natureza, finalidade e relevância compatíveis com a(s) contrapartida(s) substituída(s), que contribua(m) para a adequada execução do evento e para a manutenção das condições e características do projeto que fundamentaram sua contemplação.

5.2.3 O Beneficiário deverá solicitar previamente a autorização da BELOTUR, mediante requerimento formal e devidamente justificado, apresentado com **antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis** da data prevista para a realização ou entrega da respectiva contrapartida.

5.2.4 Os pedidos de substituição deverão ser formalizados por meio de ofício, encaminhado ao endereço eletrônico **apoio.belotur@pbh.gov.br**, contendo a justificativa da alteração, a descrição da contrapartida originalmente prevista e a proposta de substituição, com as informações necessárias à sua análise.

5.2.5 Os pedidos deverão ser assinados eletronicamente pelo responsável ou representante legal do Beneficiário, por meio da plataforma GOV.BR ou mediante certificado digital emitido no âmbito da ICP-Brasil.

5.2.6 A alteração somente poderá ser implementada mediante anuência expressa da BELOTUR e desde que a substituição ou modificação preserve, no mínimo, a finalidade institucional, promocional e turística da contrapartida originalmente pactuada, sem implicar aumento do valor do patrocínio.

5.2.7 As contrapartidas obrigatórias não poderão ser alteradas.

5.2.8 Não é permitido pleitear a substituição da atração internacional estrangeira.

5.2.9 A alteração do local de realização do Evento ficará condicionada:

(i) à comunicação prévia à BELOTUR, no prazo de 10 dias úteis da data prevista para a realização do evento, e

(ii) à indicação de novo espaço com capacidade compatível com o porte do público previsto no projeto contemplado

CLÁUSULA SEXTA: DAS OBRIGAÇÕES DO BENEFICIÁRIO

6.1 Sem prejuízo das obrigações dispostas no Edital de Chamamento Público 015/2026 e seus anexos, caberá ao BENEFICIÁRIO:

6.1.1 Destinar o valor do patrocínio exclusivamente à execução do evento e ao cumprimento das contrapartidas institucionais obrigatórias e àquelas pactuadas;

6.1.2 Executar o Evento no local, na data e nas condições aprovadas, comunicando a tempo à BELOTUR qualquer risco de cancelamento, adiamento ou alteração relevante;

6.1.3 Quando o evento for pago, comercializar os ingressos exclusivamente por sistema oficial de bilheteria rastreável, nos termos do subitem 12.2.3.1 do Edital e enviar à BELOTUR, na prestação de contas, o relatório respectivo;

6.1.4 Providenciar, por conta própria e exclusiva, todas as autorizações necessárias junto aos órgãos e entidades públicas competentes (uso do solo, segurança, mobilidade, ambiental, sonora, Corpo de Bombeiros, entre outras) para realizar o Evento;

6.1.5 Utilizar recursos próprios ou de outros patrocinadores para o cumprimento integral do objeto do Contrato de Patrocínio, arcando com toda e qualquer despesa que exceda o valor do patrocínio municipal;

6.1.6 Responsabilizar-se, integral e exclusivamente, pelos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários e cíveis decorrentes da produção do evento, isentando o Município e a BELOTUR de qualquer obrigação nesse sentido;

6.1.7 Manter contato constante com a BELOTUR durante as fases de pré-execução e execução do projeto para comunicar possíveis ocorrências significativas para o projeto;

6.1.8 Participar de toda e qualquer reunião de alinhamento e prestar esclarecimentos em todas as convocações feitas pela BELOTUR;

6.1.9 Apresentar à Belotur as cortesias cedidas, na quantidade e forma designada no Termo de Contrapartidas, em até 20 (vinte) dias úteis antes do início do evento, inclusive quando há previsão de etapas e/ou mais de um show.

6.1.10 Cumprir todos os princípios éticos e de conduta profissional da BELOTUR.

6.1.11 Não utilizar, em qualquer das atividades desenvolvidas pelo Beneficiário, trabalho infantil nem trabalho forçado ou análogo à condição de escravo.

6.1.12 Conhecer e cumprir as normas previstas na Lei nº 12.846/2013, de 01 de agosto de 2013, "Lei Anticorrupção", abstendo-se de cometer os atos tendentes a lesar a Administração Pública e denunciando a prática de irregularidades de que tiver conhecimento, por meio dos canais de denúncia disponíveis pela patrocinadora;

6.1.13 Franquear à BELOTUR e aos órgãos de controle livre acesso ao Evento e à documentação relacionada, a qualquer tempo, para fins de fiscalização;

6.1.14 Cumprir os princípios éticos e de conduta previstos na Lei Federal nº 12.846/2013, abstendo-se de atos lesivos à Administração Pública;

6.1.15 Apresentar a prestação de contas, nos termos do item 27.4. do Edital.

6.1.16 O Beneficiário é responsável civil, penal e administrativamente, pelos danos porventura causados a terceiros ou à própria BELOTUR, em virtude de dolo ou culpa de seus representantes, preposto ou empregados, na execução direta ou indireta do projeto.

CLÁUSULA SÉTIMA: DAS OBRIGAÇÕES DA CONCEDENTE

7.1. Promover o repasse do valor de patrocínio concedido, nos termos e prazos do edital;

7.2. Avaliar a prestação de contas, conforme Item Prestação de Contas, deste contrato e adotar as providências administrativas cabíveis em caso de inadimplemento.

7.3. Tomar as providências administrativas cabíveis, no caso de o Beneficiário não cumprir as exigências previstas no contrato firmado entre as partes.

CLÁUSULA OITAVA: DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

8.1 O Proponente deverá prestar contas da execução do projeto e das contrapartidas obrigatórias e pactuadas, mediante apresentação da Prestação de Contas

8.2 A prestação de contas tem natureza técnica e qualitativa. Não se confunde com prestação de contas financeiras nem com a comprovação da totalidade das despesas feitas pelo BENEFICIÁRIO na execução do Evento. Isso não afasta a obrigação de apresentar os documentos e informações necessários para comprovar a execução do objeto e das contrapartidas.

8.3 O Beneficiário deverá apresentar a prestação de contas exclusivamente pelo sistema, observando os procedimentos e demais orientações estabelecidas no Manual de Prestação de Contas da BELOTUR, que integra este instrumento para todos os fins.

8.4 A prestação de contas deverá ser apresentada no prazo de até 60 (sessenta) dias corridos, contado da conclusão da realização do evento.

8.5 A realização do Evento é considerada concluída na data da última apresentação ou etapa que integre o projeto patrocinado.

8.6 A CONCEDENTE comunicará ao BENEFICIÁRIO, pelo sistema, a abertura do prazo para apresentar a prestação de contas. Isso não afasta a responsabilidade do Beneficiário de cumprir o prazo estabelecido neste instrumento.

8.7 A apresentação da prestação de contas fora do prazo sujeita o Beneficiário às consequências previstas no edital, seus e anexos e no Manual de Prestação de Contas.

8.8 O Relatório de Prestação de Contas deverá demonstrar, no mínimo:

I – a efetiva execução do projeto, isto é, a realização do evento musical com apresentação da atração internacional prevista;

II – o cumprimento das contrapartidas obrigatórias previstas no Edital e anexos;

III – o cumprimento das contrapartidas adicionais pactuadas e eventuais alterações previamente autorizadas pela BELOTUR;

IV – registros fotográficos, audiovisuais, materiais de divulgação, peças de comunicação, clipping e demais elementos comprobatórios da execução do projeto e das contrapartidas;

V – demais informações e documentos expressamente previstos no Manual de Prestação de Contas ou solicitados pela BELOTUR para esclarecimento ou comprovação da execução do objeto e das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

8.9 A comprovação das contrapartidas deverá permitir a identificação objetiva da entrega realizada, de sua quantidade, formato, período e demais características estabelecidas no respectivo instrumento de patrocínio.

8.10 Os registros fotográficos e audiovisuais utilizados para comprovação deverão observar os requisitos técnicos estabelecidos no Manual de Prestação de Contas, inclusive quanto à qualidade, identificação do contexto, enquadramento e legenda descritiva.

8.11 Quando a comprovação depender de conteúdo disponibilizado em meio digital, deverão ser observados os requisitos relativos à apresentação de arquivos, URLs e demais formas de comprovação estabelecidos no Manual de Prestação de Contas.

8.12 A CONCEDENTE fará a análise técnica da prestação de contas, verificando a efetiva realização do Evento, e o cumprimento das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

8.13 A análise da prestação de contas observará os critérios, procedimentos, parâmetros de comprovação e metodologia estabelecidos no Manual de Prestação de Contas.

8.14 A CONCEDENTE poderá solicitar esclarecimentos, documentos ou informações complementares sempre que os elementos apresentados forem insuficientes para comprovar a execução do objeto ou das contrapartidas.

8.15 A BENEFICIÁRIA deverá atender às solicitações de correção, esclarecimento ou complementação no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contado da respectiva notificação.

8.16 A apresentação de documentos ou informações complementares não implica, por si só, aprovação da prestação de contas, que dependerá da análise final pela CONCEDENTE.

8.17 A análise da prestação de contas poderá resultar em:

I – aprovação, quando comprovada a execução do projeto e o cumprimento das obrigações e contrapartidas pactuadas;

II – aprovação parcial, quando constatado cumprimento parcial das contrapartidas obrigatórias e pactuadas, hipótese em que poderá ser aplicado decote proporcional sobre o valor do patrocínio, conforme os critérios objetivos estabelecidos no Manual de Prestação de Contas e no instrumento de patrocínio, contrato; ou

III – reprovação, quando constatada inexecução total ou substancial do objeto, ausência de comprovação suficiente da realização do Evento ou descumprimento que, pela sua natureza ou extensão, inviabilize a aprovação da prestação de contas, sem prejuízo das demais consequências previstas neste Edital e na legislação aplicável.

8.18 Eventual decote será apurado individualmente para cada ponto de entrega das contrapartidas obrigatórias e pactuadas. Recairá exclusivamente sobre os itens cuja comprovação não tenha sido constatada, observada a correspondência entre a obrigação prevista, a entrega efetivamente realizada, os critérios e percentuais estabelecidos no instrumento de patrocínio.

8.19 A metodologia de apuração do decote, os critérios de mensuração das entregas serão estabelecidos no Manual de Prestação de Contas e ANEXO CONTRAPARTIDAS FORMA DE COMPROVAÇÃO, de forma a assegurar objetividade, previsibilidade e uniformidade na análise dos projetos.

8.20 O decote previsto neste item possui natureza de ajuste do valor do patrocínio condicionado à comprovação das entregas e não afasta, quando cabíveis, à aplicação das sanções administrativas decorrentes de infração contratual.

8.21 O valor de patrocínio será liberado após a análise da prestação de contas, observados os critérios estabelecidos no Edital, no Contrato de Patrocínio e no Manual de Prestação de Contas.

8.22 Se a prestação de contas for aprovada integralmente, será liberado o valor integral do patrocínio concedido.

8.23 Se a aprovação for parcial, será liberado o valor do patrocínio concedido após a aplicação do eventual decote correspondente às obrigações ou contrapartidas cuja execução não tenha sido comprovada.

8.24 Se a prestação de contas for reprovada, o pagamento do valor de patrocínio poderá ser suprimido integralmente, sem prejuízo da aplicação das sanções administrativas cabíveis, conforme a natureza e a extensão do descumprimento.

8.25 A falta de prestação de contas, a apresentação em desacordo com as exigências do Edital e do Manual de Prestação de Contas, ou a falta de regularização das pendências apontadas pela CONCEDENTE poderá acarretar o não repasse do valor de patrocínio, sem prejuízo das sanções previstas neste contrato.

8.26 O BENEFICIÁRIO deverá manter, **pelo prazo mínimo de 5 (cinco) anos**, contado do encerramento do Contrato de Patrocínio, os documentos, registros, arquivos, materiais e demais elementos relacionados à realização do Evento e à execução das contrapartidas, mantendo-os disponíveis para consulta, fiscalização e auditoria pela CONCEDENTE e pelos órgãos de controle competentes.

8.27 A CONCEDENTE poderá, a qualquer tempo, durante o período previsto no item anterior, solicitar informações, documentos ou esclarecimentos sobre a execução do projeto e das contrapartidas. O BENEFICIÁRIO deverá disponibilizá-los no prazo estabelecido na solicitação.

8.28 A aprovação da prestação de contas não exime o BENEFICIÁRIO da responsabilidade civil, administrativa ou penal decorrente de informações falsas, documentos inidôneos, omissões relevantes ou irregularidades posteriormente identificadas, observado o prazo de guarda documental e as disposições legais aplicáveis.

8.29 A prestação de contas será considerada regular somente após manifestação conclusiva da CONCEDENTE, nos termos de Edital e do Manual de Prestação de Contas.

8.30 A apresentação e a análise da prestação de contas não impedem nem substituem o acompanhamento da execução do Evento e das contrapartidas pela CONCEDENTE. Esse acompanhamento poderá ocorrer durante ou depois da execução, inclusive por verificação presencial, solicitação de informações, documentos e registros, ou por outros meios previstos no Edital, no Contrato de Patrocínio e no Manual de Prestação de Contas.

CLÁUSULA NONA: DA LEI ANTICORRUPÇÃO

9 Na execução do presente contrato é vedado à CONCEDENTE e ao BENEFICIÁRIO e/ou a

empregado seu, e/ou a preposto seu, e/ou a gestor seu:

a. Prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público ou a quem quer que seja, ou a terceira pessoa a ele relacionada;

b. Criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para celebrar o presente Contrato;

c. Obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações do presente Contrato, sem autorização em lei, no edital;

d. Conhecer e cumprir previstas na Lei nº 12.846/2013 e Decreto Municipal nº 16.954/18, abstendo se de cometer os atos tendentes a lesar a administração pública e denunciando a prática de irregularidades de que tiver conhecimento, por meio dos canais de denúncia disponíveis à BENEFICIÁRIO;

e. Manipular ou fraudar o presente Contrato, assim como realizar quaisquer ações ou omissões que constituam prática ilegal ou de corrupção, nos termos da Lei nº 12.846/2013 e Decreto Municipal nº 16.954/18.

CLÁUSULA DÉCIMA DA EXTINÇÃO DO CONTRATO

10.1 Este contrato poderá ser extinto:

I. Pela completa execução do seu objeto ou pelo advento de termo ou condição nele prevista. II. Pelo término do seu prazo de vigência.

III. Por acordo entre as partes, desde que a medida não acarrete prejuízos para a BELOTUR.

IV. Por ato unilateral da parte interessada, mediante aviso por escrito à outra parte com antecedência de, no mínimo, 30 (trinta) dias, desde que a medida não acarrete prejuízos para a BELOTUR e esteja autorizado no contrato ou na legislação em vigor;

V. Pela via judicial ou arbitral;

VI. 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. Subcontratação parcial do objeto contratual, a cessão ou transferência, total ou parcial, a quem não atenda às condições de habilitação e sem prévia autorização da BELOTUR;

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 ou o falecimento do BENEFICIÁRIO;

g. Razões de interesse da BELOTUR, 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.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: DA RESCISÃO POR INTERESSE PÚBLICO OU DESISTÊNCIA

11.1 Este contrato poderá ser rescindido por ato unilateral da CONCEDENTE, devidamente justificado, quando o interesse público assim o exigir, sem indenização ao BENEFICIÁRIO, a não ser em caso de dano efetivo disso resultante.

11.2 Ocorrendo desistência ou impossibilidade de realização do projeto pelo beneficiário, o valor de patrocínio concedido poderá ser remanejado para outros projetos ou para outros Editais de Patrocínio abertos pela BELOTUR.

11.3 A desistência deverá ser justificada, formalizada por escrito, assinada pelo beneficiário com assinatura digital e transmitida por meio digital.

11.4 A área responsável enviará ao beneficiário o distrato contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: DA PROTEÇÃO E TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÃO, DADOS PESSOAIS E/OU BASE DE DADOS

12.1 O BENEFICIÁRIO obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, inclusive em razão de licenciamento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, durante o cumprimento do objeto descrito no presente instrumento contratual.

12.2 O BENEFICIÁRIO obriga-se a implementar medidas técnicas e administrativas suficientes visando a segurança, a proteção, a confidencialidade e o sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso a fim de evitar acessos não autorizados, acidentes, vazamentos acidentais ou ilícitos que causem destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não previstos.

12.3 O BENEFICIÁRIO deve assegurar-se de que todos os seus colaboradores, consultores e/ou prestadores de serviços que, no exercício das suas atividades, tenham acesso e/ou conhecimento da informação e/ou dos dados pessoais, respeitem o dever de proteção, confidencialidade e sigilo.

12.4 O BENEFICIÁRIO não poderá utilizar-se de informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, para fins distintos ao cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

12.5 O BENEFICIÁRIO não poderá disponibilizar e/ou transmitir a terceiros, sem prévia

autorização escrita, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

12.6 O BENEFICIÁRIO obriga-se a fornecer informação, dados pessoais e/ou base de dados estritamente necessários caso quando da transmissão autorizada a terceiros durante o cumprimento do objeto descrito neste instrumento contratual.

12.7 O BENEFICIÁRIO fica obrigado a devolver todos os documentos, registros e cópias que contenham informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual no prazo de 30 (trinta) dias corridos contados da rescisão contratual, restando autorizada a conservação apenas nas hipóteses legalmente previstas.

12.8 O BENEFICIÁRIO não será permitido deter cópias ou backups, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

12.9 O BENEFICIÁRIO deverá eliminar os dados pessoais a que tiver conhecimento ou posse em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual tão logo não haja necessidade de realizar seu tratamento.

12.10 O BENEFICIÁRIO deverá notificar, imediatamente, a CONCEDENTE no caso de vazamento, perda parcial ou total de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

12.11 A notificação não eximirá o BENEFICIÁRIO das obrigações e/ou sanções que possam incidir em razão da perda de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

12.12 O BENEFICIÁRIO que descumprir nos termos da Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações posteriores, durante ou após a execução do objeto descrito no presente instrumento contratual fica obrigado a assumir total responsabilidade e ao ressarcimento por todo e qualquer dano e/ou prejuízo sofrido, incluindo sanções aplicadas pela autoridade competente.

12.13 O BENEFICIÁRIO fica obrigado a manter preposto para comunicação com CONCEDENTE para os assuntos pertinentes à Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações posteriores.

12.14 O dever de sigilo e confidencialidade, e as demais obrigações descritas na presente cláusula, permanecerão em vigor após a extinção das relações entre o BENEFICIÁRIO e a CONCEDENTE bem como, entre o BENEFICIÁRIO e seus colaboradores, subcontratados, consultores e/ou prestadores de serviços sob pena das sanções previstas na Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, salvo decisão judicial contrária.

12.15 O não cumprimento de quaisquer das obrigações descritas nesta cláusula sujeitará a BENEFICIÁRIO a processo administrativo para apuração de responsabilidade e, consequente, sanção, sem prejuízo de outras cominações cíveis e penais.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 A CONCEDENTE poderá a qualquer momento, acionar o BENEFICIÁRIO, para esclarecimentos, caso identifique falhas graves na execução do projeto, assim como no cumprimento das contrapartidas obrigatórias ou pactuadas, podendo resultar na suspensão ou rescisão imediata do Contrato de Patrocínio, considerado o fato concreto.

13.2 O BENEFICIÁRIO que apresentar a Prestação de Contas fora do prazo regular de 60 dias corridos incorrerá em irregularidade técnica, será notificado e estará sujeito ao decote de 1% (um) por cento do valor de patrocínio, sem prejuízo de eventual decote adicional apurado em razão do resultado da análise da prestação de contas.

13.3 Em caso de não apresentação da prestação de contas no prazo supramencionado o BENEFICIÁRIO será notificado da abertura do prazo de 30 (trinta) dias corridos para sanar a irregularidade.

13.4 O BENEFICIÁRIO que não entregar a prestação de contas será notificado e estará sujeito ao não repasse do valor de patrocínio, sem prejuízo das medidas administrativas e judiciais cabíveis.

13.5 O descumprimento, total ou parcial, das contrapartidas obrigatórias caracteriza inadimplemento das obrigações assumidas pelo BENEFICIÁRIO, sujeitando-o às sanções previstas no Manual de Prestação neste instrumento e às demais medidas cabíveis.

13.6 Sem prejuízo do disposto no Manual de Prestação de Contas, o BENEFICIÁRIO estará sujeito às penalidades previstas no art. 117 do Regulamento Interno de Licitações e Contratos da BELOTUR, em virtude da inexecução total do projeto, inexecução e execução parcial das contrapartidas obrigatórias e pactuadas.

13.7 O envolvimento do Evento Patrocinado em circunstância que possa impactar negativamente a imagem ou a reputação da BELOTUR poderá ensejar o decote de 10% (dez) por cento do valor de patrocínio, sem prejuízo de eventual decote adicional apurado em razão do resultado da análise da prestação de contas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1 Fica vedado ao beneficiário do patrocínio, receber prestação de suporte ou quaisquer outras formas de insumo que envolva repasse de recurso financeiro ou estrutural dos órgãos e

entidades municipais, além do valor que fora contemplado, na realização do respectivo evento nos termos do Decreto Municipal 18.362/2023 e posteriores alterações.

14.4 Os eventos presenciais em logradouros públicos e ou praças, ou que demandem alguma intervenção de fechamentos em função de público, precisam de autorização prévia dos órgãos competentes da administração municipal e ter estabelecido a capacidade de carga/público sobre a atuação em determinada área/layout.

14.5 É vedada a utilização de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos e/ou representantes do executivo ou legislativo, nas esferas federal, estadual e municipal.

14.6 Os servidores/empregados abaixo serão responsáveis pelo acompanhamento e fiscalização da execução do objeto deste instrumento, que deverá ter acesso irrestrito a todas as áreas do evento com o objetivo de avaliar todo o conceito, a aplicação de marcas, as ações propostas e as entregas apresentadas.

Gestor:

Matrícula:

Fiscal do Contrato:

Matrícula:

14.7 O Município de Belo Horizonte e a BELOTUR reservam-se o direito de realizar comunicações, solicitar documentos ou informações ao Beneficiário, por meio eletrônico, exceto as informações ou convocações que exijam publicação no DOM.

14.8 A BELOTUR poderá, em conformidade com seu Objeto Social e nos limites da Lei Geral de Proteção de Dados - Lei 13.709/2018 - requerer o uso compartilhado de dados pessoais do público dos eventos patrocinados, coletados e tratados pelo Beneficiário, com vistas à execução de políticas públicas destinadas à qualificação turística do destino Belo Horizonte, particularmente quanto ao fomento à realização de eventos de comprovados Potencial e Relevância turísticos.

14.12 O Beneficiário assume a responsabilidade de executar o projeto proposto, na sua integralidade, inclusive as contrapartidas definidas, independentemente do valor de auxílio financeiro concedido pela BELOTUR.

14.13 O Regulamento Interno de Licitações e Contratos da BELOTUR está disponível pelo link: https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/transparencia/regulamento-interno-de-licitacoes-e-contratos

14.14 Os casos omissos serão resolvidos pelo Presidente da BELOTUR.

E por assim terem convencionado, estando justos e acordados, assinam as partes este instrumento, em duas vias, de igual teor e forma, para que se produzam os devidos efeitos legais.

Belo Horizonte, XXXXX de XXXXXXXXXXXXXX de XXXXX.

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A - BELOTUR

CONCEDENTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

BENEFICIÁRIO