

JUSTIFICATIVA TÉCNICA

O GOVERNO DO ESTADO DE SERGIPE, através da **SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO - SETUR**, órgão integrante da Administração Pública Direta do Estado de Sergipe, inscrita no CNPJ/MF nº 13.128.798/0037-04, situada na Avenida Murilo Dantas, n.º 881, Galeria Farol Center Bairro Farolândia, Aracaju, CEP:49.032-490, no município de Aracaju, Estado de Sergipe, doravante denominada **CONTRATANTE**, neste ato representado pela Secretária de Estado do Turismo, a senhora **DANIELA MESQUITA SANTOS**, brasileira, residente e domiciliada nesta cidade, inscrita no CPF sob o nº 801.208.xxx-91, portadora da Carteira de Identidade nº 1195073 SSP/SE, vem apresentar justificativa para firmamento de contrato de patrocínio da Secretário de Estado do Turismo com a **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CEFACLEIA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 50. 278.753/0001-31, com sede na Av Presidente Vargas nº 2001 sala 1025 , Ribeirão Preto, SP, CEP 14020-260, representada pelo seu representante legal, Sr. **ELDER MACHADO SARMENTO**, CPF nº 897.059.xxx-89, para o evento 40º Congresso Brasileiro de Cefaleia – CEFACLEIA 2026, a ser realizado no período de 13 a 15 de agosto de 2026, no Centro de Convenções AM Malls, em Aracaju/SE o que faz nos termos a seguir alinhavados:

1- DA EMPRESA ORGANIZADORA DO EVENTO

O evento 40º Congresso Brasileiro de Cefaleia – CEFACLEIA 2026 será organizado pela Associação Brasileira de Cefaleia, inscrita no CNPJ nº 50. 278.753/0001-31, entidade com personalidade jurídica de direito privado, associação privada, com sede à Av Presidente Vargas, nº 2001, sala 1025, Ribeirão Preto, SP, CEP 14020-260.

2- BREVE RESUMO DO EVENTO

A Sociedade Brasileira de Cefaleia (SBCe) é referência nacional e internacional no estudo, pesquisa e tratamento das cefaleias e outras dores craniofaciais. Há mais de 40 anos, reúne especialistas, fomenta conhecimento científico e promove a educação médica continuada em todo o país.

Em 2026, a SBCE terá uma programação estratégica que marcará o calendário científico e social da neurologia no Brasil. Serão múltiplos marcos ao longo do ano, simpósios regionais, simpósio de intervenções, corrida nacional de conscientização, culminando no Congresso Brasileiro de Cefaleia, ápice da jornada.

O Congresso Brasileiro de Cefaleia 2026 é o maior e mais importante evento científico sobre cefaleias no Brasil, reunindo cerca de 2.500 participantes, neurologistas, clínicos, residentes, pesquisadores e profissionais da saúde.

A edição de 2026 será realizada no município de Aracaju, Estado de Sergipe, no período de 13 a 15 de agosto de 2026, oportunidade em que o Estado receberá participantes oriundos das mais diversas regiões do Brasil, promovendo significativa circulação de pessoas e ampliando a visibilidade de Sergipe em âmbito nacional.

A realização de um evento dessa magnitude em território sergipano representa importante instrumento de fortalecimento do turismo local, especialmente por promover o deslocamento de visitantes de diversos estados da Federação, os quais utilizarão a infraestrutura turística disponível, incluindo meios de hospedagem, restaurantes, serviços de transporte, comércio, equipamentos de lazer e demais atividades integrantes da cadeia produtiva do turismo.

Além dos impactos econômicos imediatos decorrentes da permanência dos participantes durante o período, a realização do Congresso proporciona benefícios que ultrapassam os dias de sua execução. A experiência vivenciada pelos visitantes, aliada ao contato direto com os atrativos turísticos, culturais, gastronômicos e naturais do Estado, contribui para a divulgação espontânea do destino Sergipe em diferentes regiões do país, fortalecendo sua imagem e ampliando seu potencial de atração de futuros visitantes.

Sob a perspectiva da política pública de turismo, a realização de eventos de abrangência nacional constitui importante ferramenta de promoção de destinos, sendo amplamente reconhecida como mecanismo de geração de fluxo turístico, dinamização econômica e fortalecimento da imagem

institucional dos entes federativos. Nesse contexto, a escolha de Aracaju como cidade-sede revela-se especialmente relevante para o Estado de Sergipe, por possibilitar a exposição de suas potencialidades turísticas perante um público qualificado, formado por profissionais oriundos de todas as regiões brasileiras e com elevada capacidade de multiplicação de informações e experiências.

Dessa forma, o patrocínio pretendido não se caracteriza como mero apoio financeiro à realização do evento, mas como ação estratégica de promoção turística, alinhada às competências legais da Secretaria de Estado do Turismo e às diretrizes governamentais voltadas ao desenvolvimento do setor. Trata-se de investimento capaz de gerar retorno institucional, turístico e econômico para Sergipe, contribuindo para o incremento da atividade turística, para a movimentação da economia local, para o fortalecimento da imagem do Estado como destino apto à realização de grandes eventos e para a ampliação da visibilidade dos atrativos sergipanos em cenário nacional.

Nesse sentido, verifica-se a existência de inequívoco interesse público na participação da SETUR como patrocinadora do Congresso Brasileiro de Cefaleia, uma vez que os resultados esperados convergem diretamente para os objetivos institucionais da Secretaria, notadamente a promoção do destino Sergipe, o estímulo ao fluxo turístico, a valorização da atividade econômica relacionada ao turismo perante público de abrangência nacional.

3-DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

O patrocínio trata-se de um apoio concedido a projetos de iniciativa de terceiros, com o objetivo de vincular diretamente uma marca ou uma empresa a um acontecimento para um público de interesse do patrocinador.

Nesse sentido, complementa Alexandre Libório Dias Pereira:

(...)

patrocínios são os contratos pelos quais uma pessoa, chamada patrocinado, se obriga a garantir, pela sua participação num evento, a presença neste da marca ou demais sinais distintivos de uma outra pessoa, chamada patrocinador, com

vista à sua difusão junto do público, imediato e mediato, deste acontecimento, mediante assistência financeira e/ou material fornecida pelo patrocinador.”

(Disponível em http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/DPereira98.pdf).

Sabe-se que a atuação estatal fundamenta-se, precipuamente, nos axiomas da supremacia do interesse público sobre o privado e na indisponibilidade dos interesses públicos, ou seja, conforme explica o ilustre doutrinador Celso Antônio Bandeira de Mello, o Poder Público se encontra em situação de autoridade, de comando perante aos particulares, por isso, “a Administração assim como as pessoas administrativas não têm disponibilidade sobre os interesses públicos, mas apenas o dever de curá-los nos termos das finalidades predeterminadas legalmente¹.”

Em razão desses pressupostos, a Administração Pública, nos ditames da constitucionalidade, submete-se aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, finalidade e publicidade. Para o caso em análise, cabe destacar a impessoalidade e a moralidade, inerentes ao Estado de Direito Democrático, que exigem, respectivamente, que a Administração trate a todos os administrados sem discriminações benéficas ou detrimenotas e que atue na conformidade de princípios éticos.

No que tange ao patrocínio fornecido pela Administração Pública para a realização de ações privadas - eventos promovidos empresas privadas- constata-se que, via de regra, o fundamento legal para sua realização é a inviabilidade de competição prevista no caput do art. 74 da Lei 14.133/2021, visto que não há, a rigor, como o ente público estadual comparar objetivamente um projeto de pedido de patrocínio com outro projeto, assim como seu interesse em vincular sua marca a determinado projeto.

Contudo, cumpre destacar as características e os limites para a celebração dessa espécie de contrato de patrocínio.

Consoante restou demonstrado, em princípio, não há competitividade nessa forma de contratação,

1[1] MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 22ª Ed. São Paulo: Malheiros, 2006. P. 71.

uma vez que o Estado deve buscar aliar-se a projetos que se coadunem com os objetivos institucionais, bem como com as suas finalidades precípuas.

Por esses motivos, conclui-se que o pedido de patrocínio ao ente público estadual deve ser submetido a um procedimento formal, onde se justifique a existência de efetiva divulgação dos objetivos institucionais do Estado, a relação custo-benefício do patrocínio a ser concedido; a viabilidade técnica, econômica e financeira do acordo; o interesse da entidade patrocinadora no ramo ou segmento patrocinado; os retornos mercadológicos ou financeiros a serem obtidos e a avaliação da eficácia dos resultados a serem obtidos com o patrocínio.

Além disso, sugere-se ao ente público patrocinador que verifique se aquele que pretende receber o patrocínio possui uma qualificação jurídica, econômica, técnica e fiscal mínimas para formalizar o ajuste, exigindo do interessado, no mínimo os documentos exigidos pelos arts 62 e 72 ambos da Lei nº 14.133/2021 e do art.99 e seguintes do Decreto Estadual nº 342/2023.

A verba pública é destinada ao interesse público de divulgação do Turismo/Destino Sergipe para gerar efeitos econômicos para o Estado.

Os Estados não precisam licitar o contrato de patrocínio por não ter competição. Ele é único e se destina a uma finalidade exclusiva, promovida por particulares. O órgão da administração estadual não contrata o particular para a realização de um evento, ele adere ao projeto já existente do particular, diferente de contratar determinada empresa para realizar um evento.

O interesse do estado em patrocinar evento CONGRESSO DE CEFALÉIA, está ligado diretamente ao fomentar o turismo no Estado de Sergipe. Não há dúvidas que o patrocínio, apoio financeiro ao evento será útil a ESTADO DE SERGIPE/SETUR/SE para a divulgação do turismo sergipano.

O tema já foi debatido pelo Supremo Tribunal Federal, que proferiu excelente interpretação jurídica, quanto à participação do município de São Paulo na realização de evento esportivo de repercussão internacional, entendendo a Egrégia Corte desnecessário a realização de procedimento licitatório (certame) para a celebração de contrato de patrocínio.

A discussão do STF versava sobre o fomento a Primeira Maratona de São Paulo, onde o município foi um dos patrocinadores do evento idealizado e organizado pela Rede Globo de Televisão, tendo a Corte descaracterizado o ajuste à prévia licitação:

“Recursos Extraordinários. Constitucional e Administrativo. Alegação de contrariedade aos arts. 5º, inc. II, 37, caput, e inc. XXI, e 93, inc. IX, da Constituição da República. Realização de evento esportivo por entidade privada com múltiplo patrocínio: Descaracterização do patrocínio como contratação administrativa sujeita à licitação. A participação de município como um dos patrocinadores de evento esportivo de repercussão internacional não caracteriza a presença do ente público como contratante de ajuste administrativo sujeito à prévia licitação. Ausência de dever do patrocinador público de fazer licitação para condicionar o evento esportivo: objeto não estatal; Inocorrência de pacto administrativo para prestar serviços ou adquirir bens. Acórdão recorrido contrário à Constituição. Recursos Extraordinários interpostos contra acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo providos. Recurso Extraordinário contra acórdão do Superior Tribunal de Justiça julgado prejudicado por perda de objeto.” (STF, Rel. Min. Carmen Lúcia, RE nº 574636/SP, 1ª T., julgado em 16.08.2011).

Conforme o julgamento da Corte Constitucional o município de São Paulo não firmou uma contratação administrativa.

O caso em tela é inviável a competição uma vez que se mostra impossível exigir uma disputa para o referido evento, portanto, enquadra-se na situação do art.74, caput, da Lei nº 14.133/2021.

Em outra oportunidade, a PGE/SE por meio do parecer nº 538/2024, emitido pelo Procurador Pedro Durão, entendeu pela inexigibilidade do contrato de patrocínio, verbis:

Nesse mister, impende destacar que a contratação de patrocínio não pode ser

confundida com outros serviços comuns de publicidade, que devem ser licitados.

A licitação será sempre exigível quando houver a contratação de trabalhos técnicos e/ou artísticos que visem à divulgação de determinada ideia ou produto. Na verdade, a ideia de publicidade retratada na Lei nº12.232/2010 diz respeito a um produto final elaborado, e não à simples divulgação do nome de uma instituição.

Do exposto acima, e considerando a inviabilidade de competição uma vez que se mostra impossível exigir uma disputa para o referido evento, entendo que o caso se enquadra na situação do art. 74, caput, da Lei nº14.133/2021.

Assim, quando o gestor adota a decisão de oferecer patrocínio a alguma entidade ou evento, em função da expectativa de sucesso que possa vir a ser alcançado pela respectiva entidade ou evento, trazendo benefícios ao patrocinador, a hipótese se enquadra em inexigibilidade de licitação.

Desse modo, balizado na fundamentação supra, entende-se que o Estado de Sergipe pode patrocinar o evento ante a demonstração do interesse público.

4. INEXISTÊNCIA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A contratação foi estruturada de modo a não contemplar publicidade institucional, publicidade de atos, programas, obras, serviços ou campanhas governamentais, nem promoção pessoal de agentes públicos, tendo por objeto exclusivamente a promoção turística do destino Sergipe, observadas as restrições da legislação eleitoral aplicável.

As contrapartidas serão direcionadas exclusivamente à promoção turística do destino Sergipe, mediante divulgação de atrativos turísticos, roteiros, gastronomia e cultura.

Assim, a contratação não terá como finalidade promover a Administração Pública, o Governo do Estado ou qualquer agente público, mas exclusivamente promover o destino turístico Sergipe perante os participantes do evento.

5-VALOR/JUSTIFICATIVA DE PREÇO

Corresponde o valor do instrumento (contrato de patrocínio), a quantia de R\$ 50.000,00 ,conforme proposta em anexo.

O valor da cota de patrocínio cobrado é o mesmo praticado para os demais pretensos patrocinadores, portanto, o preço convencionado está dentro do valor de mercado e atende o princípio da isonomia e razoabilidade.

Conforme demonstra documentação em anexo, o evento conta com várias tipos de cotas de patrocínio, sendo que a cota escolhida pela SETUR/SE foi a COTA BRONZE.

No mais, o valor de patrocínio é compatível com outros ofertados pela Secretaria de Estado do Turismo com objetos da mesma natureza, atendendo, portanto, o princípio da isonomia e razoabilidade. O preço está dentro do praticado em contratações semelhantes, conforme anexo.

Conforme dispõe no art. 99, § 1º do Decreto Estadual nº 342/2023.

Art. 99. O processo de contratação direta, que compreende os casos de inexigibilidade e de dispensa de licitação, deverá ser instruído com os seguintes elementos:

(...)

§ 1º quando não for possível estimar o valor do objeto na forma estabelecida no art. 23 da Lei (Federal) nº 14.133, de 1º de abril de 2021, o contratado deverá comprovar previamente que os preços estão em conformidade com os

praticados em contratações semelhantes de objetos de mesma natureza, por meio da apresentação de notas fiscais emitidas para outros contratantes no período de até 1 (um) ano anterior à data da contratação pela Administração Pública, ou por outro meio idôneo.

6-FONTE DE RECURSO

O presente contrato será pago dentro da seguinte Classificação Orçamentária.

Os Recursos Orçamentários para o pagamento objeto deste contrato, são oriundos da Fonte de Recurso, a Despesa será consignada à seguinte

Unidade Orçamentária: 33101

Classificação funcional: 23.695.0002

Projeto/Atividade: 488

Elemento de Despesa: 3.3.90.39

Fonte de Recursos: 1500

7-CONCLUSÃO

Diante do exposto, resta demonstrado o interesse público e a possibilidade jurídica do firmamento de contrato de patrocínio.

É a justificativa, remetam-se os autos para a SECLOG/SE e para emissão de parecer jurídico da PGE.

Aracaju, 21 de julho de 2026

Protocolo de Assinatura(s)

O documento acima foi proposto para assinatura digital. Para verificar as assinaturas acesse o endereço <http://edocsergipe.se.gov.br/consultacodigo> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código de verificação: PEOO-OLWK-KBIP-H2JI



O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 24/08/2026 é(são) :

Legenda: ● Aprovada ● Indeterminada ● Pendente

● Daniela Mesquita Santos ***20873*** GABINETE DO SECRETÁRIO Secretaria de Estado do Turismo 21/07/2026 08:31:39 (Docflow)