



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

EDITAL DE CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 002/2026 – SETUR/GEA.

SELEÇÃO PÚBLICA DE PROJETOS TURÍSTICOS PARA CONCESSÃO DE PATROCÍNIO INSTITUCIONAL E FINANCEIRO, COM VISTAS À PROMOÇÃO DO TURISMO DO ESTADO DO AMAPÁ.

1. PREÂMBULO

O ESTADO DO AMAPÁ, por intermédio da **SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – SETUR/AP**, no exercício de suas atribuições legais e regulamentares, torna público o presente **Edital de Chamamento Público**, com vistas à **seleção de projetos turísticos aptos à concessão de patrocínio institucional e financeiro**, observadas as normas legais aplicáveis, as diretrizes de planejamento governamental e a disponibilidade orçamentária.

2. DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

2.1. O presente Edital rege-se, especialmente, pelas seguintes normas e instrumentos:

- I** – Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, em especial o art. 37;
- II** – Lei Federal nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações);
- III** – Lei Estadual nº 2.954, de 2023, que institui a Política Estadual de Patrocínio no âmbito do Poder Executivo do Estado do Amapá;
- IV** – Decreto Estadual nº 3.013, de 2024, que regulamenta a Lei Estadual nº 2.954/2023;
- V** – Lei Orçamentária Anual vigente, observadas as disposições da Lei Federal nº 4.320/1964 e da Lei Complementar nº 101/2000;
- VI** – Plano Estadual de Turismo do Amapá 2025–2030;
- VII** – Plano de Marketing Turístico do Amapá 2025–2030;
- VIII** – Pareceres Jurídicos Referenciais e demais orientações normativas da Procuradoria-Geral do Estado do Amapá – PGE/AP.

2.2. O patrocínio caracteriza-se como apoio institucional e financeiro, concedido a projetos de interesse público, condicionado à oferta de contrapartidas institucionais mensuráveis, voltadas à promoção, divulgação e fortalecimento da imagem do Estado do Amapá, não implicando execução direta de política pública nem substituição de contratação administrativa.

2.3. O patrocínio de que trata este Edital tem por objetivos:



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

I – Fortalecer o posicionamento do Estado do Amapá como destino turístico competitivo, autêntico e sustentável, nos âmbitos estadual, nacional e internacional;

II – Ampliar e qualificar a visibilidade institucional do Governo do Estado do Amapá, por meio da associação de sua imagem a projetos, eventos e ações de reconhecido alcance promocional;

III – Apoiar iniciativas e ações promocionais alinhadas às diretrizes, eixos estratégicos e mercados prioritários definidos no Plano de Marketing Turístico do Amapá, bem como às orientações do Plano Estadual de Turismo.

3. DO OBJETO

3.1. O presente Edital tem por objeto a seleção de projetos turísticos para a concessão de **patrocínio institucional e financeiro**, destinados à promoção, divulgação e fortalecimento da imagem do **destino turístico Amapá** em mercados estratégicos, em conformidade com as diretrizes do Plano Estadual de Turismo e do Plano de Marketing Turístico do Amapá.

3.2. As propostas devem apresentar impacto em:

I – Fortalecimento do posicionamento do Estado do Amapá como destino turístico autêntico, sustentável e competitivo;

II – Ampliação da visibilidade institucional do Governo do Estado em mercados estratégicos;

III – incremento do reconhecimento da marca turística do Amapá em ambientes promocionais, eventos, mídias e plataformas especializadas;

IV – Apoio à promoção de produtos, experiências e segmentos turísticos prioritários definidos no Plano Estadual de Turismo do Amapá 2025–2030 e no Plano de Marketing Turístico do Amapá 2025–2030.

3.3. Não serão considerados patrocínios:

I - Doações ou permutas;

II - Projetos que não apresentam impacto no turismo regional, nacional e/ou internacional;

III - Cessão gratuita de bens, serviços ou recursos;

IV - Projetos de mídia publicitária ou ações promocionais isoladas;

V - Projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação, com entrega em espaços publicitários;



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

VI - Permuta de materiais, produtos ou serviços, pela divulgação de conceito de posicionamento e/ou exposição de marca;

VII - Aporte financeiro a projeto cuja contrapartida seja o recebimento de tempo e/ou espaço de mídia em veículo de divulgação, para uso exclusivo do patrocinador, sem associação com o projeto patrocinado;

VIII - Aporte financeiro a projeto de transmissão de evento, executado por veículos de divulgação;

IX - A ação compensatória decorrente de obrigação legal do patrocinador;

X - A simples ocupação de espaço e/ou montagem de estande, sem direito à divulgação de produtos, serviços, marcas, conceitos e programas do patrocinador ou de políticas públicas associadas ao evento;

XI - Ação promocional executada pelo próprio patrocinador com o objetivo de divulgar ou promover sua marca, produtos, serviços, conceitos ou políticas públicas junto a públicos de interesse.

3.4. O aporte financeiro será definido em função da cota de patrocínio acordada com os proponentes e condicionado à disponibilidade orçamentária da Secretaria de Estado do Turismo - SETUR/AP. Os projetos que não forem imediatamente selecionados poderão compor o Banco de Projetos da SETUR/AP.

3.5. A inscrição do projeto no Banco de Projetos não obriga ser patrocinado pela SETUR/AP.

3.6. O eventual patrocínio de projeto que conste do Banco de Projetos, dependerá da disponibilidade orçamentária no exercício financeiro e do interesse institucional da SETUR/AP em celebrar o patrocínio.

3.7. A proposta de valor referente a cada projeto será informada ao proponente que for classificado no edital, em comunicado de aprovação, encaminhado por e-mail, dentre outras informações pertinentes ao processo de contratação, a partir da análise da Comissão de Patrocínio das opções de cotas apresentadas.

4. ÁREA DE ATUAÇÃO

ÁREA DE ATUAÇÃO ESTRATÉGICA	SEGMENTOS TURÍSTICOS ASSOCIADOS	DESCRIÇÃO DE ENQUADRAMENTO DO PROJETO
Turismo de Natureza e Ecoturismo	Ecoturismo, Turismo de Aventura, Observação da Fauna e Flora, Turismo Científico	Projetos voltados à promoção, divulgação ou valorização de áreas naturais, unidades de conservação, biodiversidade, experiências amazônicas e turismo responsável



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ÁREA DE ATUAÇÃO ESTRATÉGICA	SEGMENTOS TURÍSTICOS ASSOCIADOS	DESCRIÇÃO DE ENQUADRAMENTO DO PROJETO
Turismo de Base Comunitária e Sociocultural	Turismo Comunitário, Turismo Indígena, Turismo Quilombola, Vivências Tradicionais	Iniciativas que promovam experiências turísticas associadas a comunidades tradicionais, saberes locais e inclusão social
Turismo Cultural, Criativo e Patrimonial	Turismo Cultural, Economia Criativa, Festivais, Gastronomia, Patrimônio Cultural	Projetos relacionados a manifestações culturais, eventos, audiovisual, gastronomia e patrimônio material e imaterial
Turismo de Eventos, Negócios e MICE	MICE, Turismo Corporativo, Feiras, Congressos, Encontros Institucionais	Propostas voltadas à captação, realização ou promoção de eventos de impacto turístico, institucional ou econômico
Turismo Sustentável, ESG e Inovação	Turismo Sustentável, Bioeconomia, Inovação, Tecnologia, Audiovisual	Projetos que integrem práticas ESG, inovação tecnológica, comunicação digital, audiovisual e sustentabilidade aplicada ao turismo

5. DOS MERCADOS ESTRATÉGICOS

5.1. O mercado regional, considerado de **prioridade imediata**, compreende os estados da Região Norte, com especial destaque para:

- a) Pará
- b) Amazonas
- c) Roraima
- d) Acre
- e) Rondônia

Em razão da proximidade geográfica, dos **custos reduzidos de deslocamento** e do **intenso intercâmbio cultural e econômico** existente entre esses territórios. Trata-se de um mercado com **alta propensão ao turismo de curta duração**, à participação em **eventos**, bem como a viagens motivadas por **lazer e negócios**, configurando-se como público estratégico para a consolidação e ampliação do fluxo turístico no Estado do Amapá.

5.2. O mercado nacional, classificado como de **prioridade estratégica**, abrange os estados de:

- a) São Paulo
- b) Rio de Janeiro
- c) Distrito Federal
- d) Minas Gerais



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

- e) Goiás
- f) Ceará
- g) Pernambuco

Reconhecidos pelo elevado **potencial emissor de turistas** e pela significativa **conectividade aérea** com a Região Norte. Trata-se de mercados caracterizados pela **maior concentração de renda e elevado consumo turístico**, bem como pela presença de **operadores turísticos, imprensa especializada e formadores de opinião**, fatores que ampliam o alcance e a efetividade das ações promocionais. Ademais, esses mercados apresentam elevado potencial para a promoção de **turismo de natureza, experiências autênticas, turismo de eventos e negócios (MICE) e produções audiovisuais**, alinhando-se diretamente às diretrizes do Plano Estadual de Turismo e do Plano de Marketing Turístico do Amapá.

5.3. O mercado internacional de proximidade, compreendendo países da **América do Sul e do Caribe**, com destaque para:

- a) França (especialmente a Guiana Francesa)
- b) Suriname
- c) Guiana
- d) Colômbia
- e) Chile

Configura-se como estratégico em razão da existência de **fronteiras internacionais diretas ou geograficamente próximas**, que favorecem **fluxos turísticos transfronteiriços** e ações de integração regional. Trata-se de mercados com elevado potencial para o desenvolvimento do **ecoturismo**, do **turismo cultural** e do **turismo científico**, além de alinhamento com iniciativas de **integração amazônica, bioeconomia** e cooperação internacional, em consonância com as diretrizes do Plano Estadual de Turismo e do Plano de Marketing Turístico do Amapá.

5.4. O mercado internacional estratégico de longo curso compreende **mercados de alto valor agregado e perfil turístico qualificado**, com destaque para:

- a) França (mercado prioritário europeu)
- b) Alemanha
- c) Reino Unido
- d) Estados Unidos
- e) Canadá.

Esses mercados apresentam **elevada demanda por turismo de natureza, turismo sustentável, experiências autênticas, produções audiovisuais e expedições científicas**, alinhando-se de forma direta ao posicionamento da marca **Amazônia Autêntica**. Ademais, caracterizam-se por **maior ticket médio, permanência prolongada no destino** e maior capacidade de geração de retorno institucional e econômico, em consonância com as diretrizes do Plano Estadual de Turismo e do Plano de Marketing Turístico do Amapá.



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

5.5. Os projetos poderão ser executados em qualquer município do Estado do Amapá, sendo enquadrados nos mercados estratégicos regional, nacional ou internacional de acordo com o público-alvo a ser alcançado, o alcance da divulgação e o potencial de retorno institucional, independentemente do local de sua realização.

5.6. O enquadramento do projeto em determinado mercado estratégico deverá ser devidamente justificado pelo proponente, mediante a apresentação de informações sobre público estimado, estratégias de divulgação e alcance territorial.

6. DAS INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS DAS PROPOSTAS

6.1. As propostas apresentadas no âmbito deste Edital deverão conter, obrigatoriamente, sob pena de inabilitação, as seguintes informações e documentos mínimos, em conformidade com a Lei Estadual nº 2.954/2023, o Decreto Estadual nº 3.013/2024 e demais normas aplicáveis:

I – Identificação do proponente: informações completas da pessoa jurídica proponente, incluindo razão social, nome fantasia (se houver), número do CNPJ, endereço completo, telefone, endereço eletrônico, bem como a identificação do representante legal, acompanhada dos respectivos documentos comprobatórios de representação.

II – Regularidade jurídica e fiscal: documentação que comprove a regular constituição da pessoa jurídica e sua regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária, conforme exigências deste Edital e da legislação vigente, observadas as condições específicas aplicáveis à natureza do patrocínio.

III – Descrição detalhada do projeto: apresentação clara e objetiva do projeto a ser patrocinado, contendo, no mínimo:

- a) objetivos gerais e específicos;
- b) justificativa técnica e institucional;
- c) escopo das ações previstas;
- d) público-alvo;
- e) local ou locais de execução;
- f) período de realização.

IV – Enquadramento estratégico: indicação expressa do enquadramento do projeto nas áreas de atuação e segmentos turísticos prioritários definidos neste Edital, bem como a identificação do(s) mercado(s) estratégico(s) a serem alcançados (regional, nacional e/ou internacional), devidamente justificada.

V – Plano de comunicação e divulgação: descrição da estratégia de comunicação do projeto, demonstrando:

- a) os meios e canais de divulgação a serem utilizados;
- b) a forma de inserção, exposição e aplicação da marca e dos símbolos institucionais



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

do Governo do Estado do Amapá;

c) a compatibilidade das ações promocionais com o público-alvo e os mercados estratégicos indicados.

VI – Contrapartidas institucionais: descrição detalhada das contrapartidas institucionais ofertadas, com indicação clara, objetiva e mensurável das ações de visibilidade e promoção, bem como dos indicadores que permitam aferir o retorno institucional decorrente do patrocínio.

VII – Estimativa de público e alcance: estimativa fundamentada do público a ser alcançado, com indicação do alcance territorial da ação (local, regional, nacional ou internacional) e dos meios utilizados para atingir esse público.

VIII – Plano orçamentário do projeto: apresentação do orçamento global do projeto, contendo:

- a) valor total estimado;
- b) valor solicitado a título de patrocínio;
- c) discriminação das demais fontes de recursos, próprias ou de terceiros, confirmadas ou previstas, de forma a demonstrar a viabilidade financeira da iniciativa.

IX – Cronograma físico-financeiro: cronograma detalhado das etapas de execução do projeto, compatível com o período de realização proposto e com o plano orçamentário apresentado.

X – Declaração quanto à natureza do patrocínio: declaração expressa de que o patrocínio solicitado não se destina ao custeio integral do projeto, nem ao pagamento de despesas vedadas por este Edital ou pela legislação aplicável.

XI – Declaração de inexistência de impedimentos: declaração formal de que o proponente não possui impedimentos legais ou administrativos para celebrar patrocínio com a Administração Pública, nos termos da legislação vigente.

XII – Outras informações e documentos: outros documentos, declarações ou informações exigidas neste Edital, considerados necessários à adequada análise técnica, jurídica e administrativa da proposta.

XIII - Os projetos concorrentes devem ser obrigatoriamente assinados por profissional habilitado, bacharel de turismo com registro de classe regular na Associação Brasileira de Bacharel em Turismo ABBTUR.

6.2. Participação neste processo seletivo:

- a) É aberta apenas para pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, nacionais ou internacionais, cujo objeto social seja compatível com a atividade a ser realizada no projeto inscrito.
- b) O responsável legal da empresa, que se enquadre na definição de pessoa com



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

deficiência, de acordo com os parâmetros legalmente definidos (CF/1988 - Art. 37, VIII e Lei 13.146/2015) poderá apresentar, juntamente com os documentos de inscrição, prova de sua condição, tais como laudo médico recente, com data de emissão inferior a 12 meses, que ateste a espécie e o grau da deficiência, além da sua natureza permanente ou de longo prazo, para aplicação da legislação pertinente.

6.3. A ausência, insuficiência ou desconformidade de quaisquer das informações e documentos previstos neste artigo ensejará a inabilitação da proposta, observado o disposto neste Edital quanto à possibilidade de saneamento formal, quando expressamente admitido.

7. INSCRIÇÕES

7.1. Os interessados em participar da presente seleção deverão obter informações no sítio oficial da SETUR: <https://setur.portal.ap.gov.br>

7.2. Os interessados em participar da presente seleção deverão encaminhar os projetos e documentações necessárias para o e-mail: chamamentopublico@setur.ap.gov.br.

a) O interessado, após realizar sua inscrição, receberá o recibo do protocolo de cadastro.

7.3. O prazo de inscrição:

- a) O prazo de inscrição será até setembro de 2026 contados a partir da data de publicação do Edital, podendo ser prorrogado por até 90 (noventa) dias, que será amplamente divulgado na página do site oficial da administração pública na internet (Art. 26, MROSC), e no Diário Oficial do Estado (Art. 8º, Regulamento).
- b) Projetos serão executados com base no planejamento estratégico anual da SETUR.

7.4. Documentos obrigatórios:

- a) Apresentação do projeto com plano de execução detalhado e contrapartidas oferecidas;
- b) Orçamento financeiro;
- c) Documentos de identidade e CPF do representante legal;
- d) Comprovante de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- e) Contrato Social ou estatuto social com alterações, se houver, devidamente registrados nos órgãos competentes;
- f) Ata de eleição e/ou ato de designação das pessoas habilitadas a representar a pessoa jurídica, se for o caso;
- g) Certidão negativa de débitos relativos a Tributos Municipais, Estaduais, Federais e Dívida Ativa da União.
- h) Certidão de regularidade do FGTS;
- i) Documento declaratório firmado pelo representante legal atestando que o proponente está habilitado para celebrar contrato com o Estado do Amapá e, portanto, não possui com a mesma quaisquer pendências relativas a patrocínios, convênios ou contratos de prestação de serviços/ fornecimento de bens.



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

7.5. Propostas com informações incompletas ou com informações ausentes serão desclassificadas.

7.6. A SETUR poderá solicitar, a qualquer tempo, comprovações das informações apresentadas.

7.7. A proposta deve apresentar planilha de viabilidade técnico financeira em formato PDF.

7.8. A inscrição e documentos a serem anexados deverão ser realizados em língua portuguesa.

8. DAS VEDAÇÕES

8.1. É vedada a inscrição, seleção, aprovação ou contratação de projetos no âmbito deste Edital que:

I – Não estejam alinhados às diretrizes, objetivos estratégicos e áreas de atuação da Secretaria de Estado do Turismo – SETUR/AP, bem como ao Plano Estadual de Turismo e ao Plano de Marketing Turístico do Amapá;

II – Não apresentem data certa ou período definido de realização, devidamente compatível com o cronograma proposto;

III – atentem contra a ordem pública, a moral administrativa ou os princípios constitucionais da Administração Pública;

IV – Prejudiquem, direta ou indiretamente, a imagem, a integridade institucional ou a reputação do Estado do Amapá e da SETUR/AP;

V – Não tenham como proponente pessoa jurídica regularmente constituída;

VI – Estejam relacionados a jogos de azar ou atividades de natureza especulativa, salvo quando expressamente autorizados por legislação específica;

VII – tenham como proponente, organizador ou promotor pessoa física ou jurídica que possua:

- a) restrições cadastrais ou irregularidades formais;
- b) impedimento legal ou administrativo para operar;
- c) litígio judicial ou administrativo em curso com o Estado do Amapá ou com a SETUR/AP;

VIII – tenham caráter meramente comemorativo, festivo ou de confraternização, sem finalidade promocional, turística ou institucional claramente demonstrada;

IX – sejam de natureza discriminatória, estimulem o trabalho infantil, violem direitos humanos



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ou provoquem danos ambientais, em desacordo com a legislação vigente;

X – Apresentem pendências relativas a projetos anteriormente patrocinados pela SETUR/AP, incluindo inadimplemento de:

- a) contrapartidas institucionais;
- b) prestações de contas;
- c) demais obrigações contratuais assumidas

XI – envolvam remuneração por prestação de serviços, ou tenham como sócios, dirigentes ou parceiros:

- a) servidores, empregados ou colaboradores da SETUR/AP;
- b) cônjuge ou companheiro(a) de colaboradores da SETUR/AP;
- c) parentes, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, de colaboradores da SETUR/AP

XII – tenham como proponente, organizador ou promotor empresa contratada ou licitada pela SETUR/AP, ou cujo sócio ou dirigente seja:

- a) profissional vinculado à SETUR/AP;
- b) parente, até o terceiro grau, de profissional vinculado à SETUR/AP

XIII – favoreçam, direta ou indiretamente, pré-candidatos ou candidatos a cargos eletivos, ou tenham por objetivo apoiar partidos políticos, federações ou coligações, em observância à legislação eleitoral vigente;

XIV – sejam apresentados ou executados durante períodos de restrição eleitoral, quando caracterizada vedação à celebração de instrumentos ou ao repasse de recursos que possam configurar favorecimento político, conforme a legislação aplicável;

XV – não observem as normas internas da SETUR/AP relacionadas à ética, integridade, governança e prevenção de conflitos de interesses.

9. SELEÇÃO DOS PROJETOS

9.1. Após o período de inscrição, será dado início ao processo de seleção, que será realizado por uma Comissão Especial de Seleção - CES, composta por agentes públicos, designados em Portaria expedida pela SETUR, encarregada de avaliar e selecionar os projetos.

9.2. A avaliação será com base nos seguintes critérios:

I - Potencial de visibilidade e impacto estadual;

II - Alinhamento com os objetivos estratégicos do Plano Estadual do Turismo e Plano de Marketing Turístico do Amapá;



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

III - Inovação e criatividade;

IV - Clareza e Viabilidade técnica e financeira;

V - Adequação das contrapartidas e retorno institucional esperado; e

VI - Sustentabilidade e impacto social.

9.3. Terão prioridade os projetos que apresentarem maior:

I - Potencial de promoção regional, nacional e internacional;

II - Retorno institucional;

III - Grau de inovação nas contrapartidas.

9.4. As decisões da Comissão de Avaliação serão irrecorríveis

10. CONTRAPARTIDAS

10.1. As contrapartidas apresentadas pelos projetos patrocinados deverão oferecer retorno institucional, promocional, estratégico e de valor agregado à Secretaria de Estado do Turismo do Amapá – SETUR/AP, observadas as diretrizes do Plano Estadual de Turismo do Amapá 2025–2030 e do Plano de Marketing Turístico do Amapá 2025–2030.

I. As contrapartidas deverão guardar proporcionalidade com a cota de patrocínio pleiteada, bem como adequação às características, ao porte e aos objetivos do projeto.

II. As contrapartidas descritas neste Edital constituem exemplos referenciais, não implicando obrigatoriedade de contemplar todas, devendo a proposta apresentar aquelas compatíveis com sua natureza e alcance.

III. Cada contrapartida ofertada deverá ser claramente descrita, quantificada e detalhada na proposta, indicando formato, meio de veiculação, período, público estimado e métricas de aferição.

10.2. Do Uso de Marcas Institucionais

I. O uso da marca do Governo do Estado do Amapá e da SETUR/AP ficará condicionado à aprovação prévia das peças e materiais impressos ou digitais, devendo observar rigorosamente as diretrizes de identidade visual, imagem institucional e posicionamento da marca.

10.3. Do Retorno Institucional

10.3.1. Constituem retornos institucionais, entre outros:



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

I – Exposição de Marca, mediante inclusão das marcas institucionais do Governo do Estado do Amapá e da SETUR/AP em materiais promocionais impressos e digitais, veiculados em mídias de grande circulação ou relevância nos mercados-alvo;

II – Participação Institucional, com possibilidade de presença de representantes da SETUR/AP em painéis, mesas-redondas, cerimônias de abertura, apresentações e demais momentos estratégicos do projeto;

III – Integração com o Trade Turístico, promovendo a participação de operadoras, agentes de viagens, entidades e parceiros comerciais, visando à geração de negócios e fortalecimento do turismo estadual.

10.4. Do Retorno Promocional

I – Produção de Conteúdo, com entrega de fotografias, vídeos e materiais audiovisuais relacionados ao projeto, com cessão de direitos de uso à SETUR/AP;

II – Imagem Institucional, incluindo:

- a)** veiculação das marcas institucionais em mídias on-line e off-line, inclusive OOH, rádio, TV, internet, redes sociais, revistas e congêneres;
- b)** citação nominal do Governo do Estado do Amapá e da SETUR/AP como patrocinadores oficiais;
- c)** exibição de vídeos e materiais institucionais durante o evento ou ação patrocinada;

III – Mídias Digitais, com inserção das marcas institucionais em websites, redes sociais e newsletters, bem como publicação de conteúdos mencionando o apoio institucional, acompanhados de relatórios de métricas de alcance e engajamento;

IV – Promoção e Relacionamento, incluindo envio de releases, convites à imprensa especializada, cotas de inscrição e convites institucionais para representantes indicados pela SETUR/AP.

10.5. Do Retorno Negocial

10.5.1. Constituem retornos negociais, entre outros:

I – Ações de promoção de produtos, destinos e experiências turísticas amapaenses;

II – Realização de rodadas de negócios com operadores nacionais e internacionais;

III – campanhas publicitárias e de marketing turístico;

IV – famtours, press trips, workshops e treinamentos para agentes de viagens e operadores;

V – Parcerias com companhias aéreas, plataformas de reservas e portais especializados;



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

VI – Distribuição de material promocional institucional durante o projeto;

VII – cessão de mailing, observada integralmente a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD.

10.6. Do Retorno Estratégico

I – Inovação, incluindo uso de tecnologias imersivas, realidade aumentada, gamificação, integração com startups e participação em eventos estratégicos promovidos ou apoiados pela SETUR/AP;

II – Audiovisual, compreendendo:

- a) produção e difusão de conteúdos que promovam destinos turísticos do Amapá;
- b) sessões especiais, mostras ou ativações audiovisuais vinculadas à promoção turística;
- c) participação institucional da SETUR/AP em eventos e festivais do setor;

III – Sustentabilidade, ESG e Inclusão, com ações voltadas à responsabilidade ambiental, diversidade, neutralização de carbono, impacto social, permitindo a mensuração de resultados e benefícios às comunidades locais.

10.7. Das Outras Formas de Retorno

10.7.1. Outras contrapartidas não previstas expressamente neste Edital poderão ser aceitas, desde que devidamente justificadas, compatíveis com os objetivos institucionais da SETUR/AP e previamente aprovadas pela Administração.

11. DOS PATROCÍNIOS COM RECURSOS DE EMENDAS PARLAMENTARES IMPOSITIVAS

11.1. Na hipótese de o patrocínio ser custeado, total ou parcialmente, com recursos oriundos de **emendas parlamentares impositivas**, a execução do objeto patrocinado deverá observar, além das disposições deste Edital e do respectivo Contrato de Patrocínio, **as condições, finalidades, limites, vedações e vinculações estabelecidas no instrumento formal de indicação da emenda**, nos termos do art. 166 da Constituição Federal, da legislação orçamentária vigente e das normas de controle aplicáveis, sendo **expressamente vedada qualquer alteração que implique desvio de finalidade**.

11.2. A celebração do Contrato de Patrocínio ficará condicionada à **comprovação de compatibilidade entre o objeto do patrocínio e a finalidade pública definida na emenda parlamentar impositiva**, bem como à adequação do plano de execução, quando houver, às metas, ações e resultados previstos no respectivo instrumento de indicação.

11.3. A aplicação dos recursos oriundos de emendas parlamentares impositivas deverá observar, obrigatoriamente, **os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, economicidade e transparência**, bem como as normas da Lei nº



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

4.320/1964, da Lei Complementar nº 101/2000, da legislação orçamentária estadual e **da Resolução Normativa nº 198/2025 – TCE/AP**, especialmente no que se refere à execução, ao controle e à prestação de contas.

11.4. Os recursos provenientes de emendas parlamentares impositivas deverão ser **executados de forma segregada**, quando exigido, permitindo a rastreabilidade da despesa, a identificação da fonte de recursos e o adequado acompanhamento pelos órgãos de controle interno e externo, sem prejuízo da observância das regras específicas constantes do Edital e do Contrato de Patrocínio.

11.5. É vedado o remanejamento, a reprogramação ou a alteração da destinação dos recursos oriundos de emendas parlamentares impositivas **sem prévia e expressa autorização do órgão concedente**, e, quando exigido pela legislação aplicável, **do parlamentar autor da emenda**, respeitados os limites legais e as orientações do Tribunal de Contas do Estado do Amapá – TCE/AP.

11.6. O patrocinado deverá manter, pelo prazo legal, **toda a documentação comprobatória da execução física e financeira** do objeto patrocinado com recursos de emendas parlamentares impositivas, ficando sujeito à fiscalização da Administração Pública, do controle interno e do Tribunal de Contas do Estado do Amapá – TCE/AP, nos termos da legislação vigente.

12. PRESTAÇÃO DE CONTAS

12.1. A SETUR/AP poderá, a qualquer tempo, durante a análise ou após a entrega da prestação de contas, solicitar documentação complementar destinada à comprovação da correta aplicação dos recursos, incluindo, mas não se limitando a: notas fiscais, recibos, comprovantes de pagamento, extratos bancários, demonstrativos de execução financeira e quaisquer outros documentos que se façam necessários para verificação da regularidade da execução do projeto patrocinado.

12.2. O relatório de Prestação de Contas deverá ser entregue no prazo máximo de 60 (sessenta) dias após a conclusão do projeto.

12.3. Os proponentes selecionados deverão apresentar:

- a) Relatório de Prestação de Contas detalhado das ações realizadas;
- b) Documentos comprobatórios das contrapartidas (registros de mídia, fotos e vídeos);
- c) Métricas de impacto (público, mídia espontânea, engajamento);

12.4. Essa documentação citada no item 11.3 não se configura como contrapartida.

13. BENEFÍCIO DO PATROCÍNIO

13.1. Além do apoio financeiro, os projetos patrocinados poderão contar com:



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

- a) Ações de divulgação realizadas pela SETUR/AP;
- b) Apoio institucional em eventos estratégicos.

14.DISPOSIÇÕES FINAIS

14.1. A seleção não garante o patrocínio, que estará condicionado à disponibilidade orçamentária.

14.2. A SETUR reserva-se o direito de cancelar ou suspender este edital por conveniência ou interesse público, sem ônus aos proponentes.

14.3. A não conformidade das contrapartidas resultará na rescisão do contrato ou outras avaliações cabíveis.

14.4. A SETUR reserva-se o direito de não celebrar contratos com os proponentes, por motivos de risco, conveniência e oportunidade, a seu exclusivo critério, não ensejando qualquer indenização aos inscritos.

14.5. A SETUR reserva-se o direito de não justificar individualmente para os proponentes o motivo da seleção ou reprovação dos projetos inscritos.

14.6. A inscrição para participação no edital de termo de fomento e contrato de patrocínio da SETUR implica aceitação de todos os seus termos.

14.7. A seleção e divulgação de um projeto não implica a obrigatoriedade de sua realização/patrocínio pela SETUR.

14.8. A SETUR, por interesse estratégico ante a identificação de oportunidade, poderá analisar e selecionar projetos fora deste Edital, bem como selecionar projetos dentro e fora deste Edital, desde que pactuadas com as diretrizes e objetivos estratégicos da SETUR.

14.9. Fica definido o site da SETUR para a divulgação obrigatória de quaisquer informações oficiais sobre o presente certame, sem prejuízo à utilização de outros veículos de comunicação de que a SETUR venha a dispor.

14.10. A interposição de recursos, impugnações e demais solicitações no âmbito do processo de seleção, deverão ser realizadas no prazo será de 05 dias úteis, por meio de documentos oficiais protocolado na SETUR e a mesma terá o prazo igual para responder.

14.11. A SETUR, se resguarda o direito de revogar, prorrogar o presente Edital, no todo ou em parte, por razões de interesse público, derivado de fato superveniente comprovado, ou anulá-lo por ilegalidade, de ofício ou por provocação mediante ato escrito e fundamentado, o qual será disponibilizado em suas redes sociais, para conhecimento.

14.12. As situações não previstas neste instrumento serão resolvidas pela SETUR.



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

15.CONTATO

15.1. Dúvidas, informações e casos omissos relativos a este Edital deverão ser esclarecidos no e-mail oficial da SETUR ou pelo endereço eletrônico: setur@amapa.gov.br.

Macapá, 05 de fevereiro de 2026.

SYNTIA MACHADO DOS SANTOS LAMARÃO
Secretária de Estado do Turismo – SETUR
Decreto nº 5371/2025 -GEA



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO I - FORMULÁRIO DE APRESENTAÇÃO DO PROJETO

1. IDENTIFICAÇÃO DO PROPONENTE

- **Razão Social:**
- **Nome Fantasia (se houver):**
- **CNPJ:**
- **Endereço Completo:**
- **Município/UF:**
- **CEP:**
- **Telefone:**
- **E-mail institucional:**
- **Representante Legal:**
- **CPF do Representante Legal:**
- **Cargo/Função:**

2. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

- **Título do Projeto:**
- **Área(s) de Atuação Turística:** (ex.: promoção turística, eventos, MICE, audiovisual, ESG, economia criativa)
- **Município(s) de Execução:**
- **Mercado(s) Estratégico(s) Alcançado(s):** () Regional () Nacional () Internacional
- **Período de Realização:** (data inicial e final)

3. DESCRIÇÃO DO PROJETO

Descrição clara, objetiva e estruturada do projeto, destacando:

- finalidade;
- principais atividades;
- público-alvo;
- relevância turística;
- potencial de promoção do destino Amapá.

4. JUSTIFICATIVA

Demonstração fundamentada do interesse público do projeto, com:

- alinhamento ao Plano Estadual de Turismo do Amapá 2025–2030;
- alinhamento ao Plano de Marketing Turístico do Amapá 2025–2030;
- contribuição para o posicionamento da marca turística do Estado;
- impactos esperados para o turismo estadual.

5. VALOR DO PROJETO



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

- **Valor Total do Projeto (R\$):**
- **Valor Solicitado a Título de Patrocínio (R\$):**
- **Outras Fontes de Recursos (confirmadas ou previstas):**
 - Fonte:
 - Valor (R\$):

6. DECLARAÇÃO

Declaro, sob as penas da lei, que as informações acima prestadas são verdadeiras e que estou ciente das condições estabelecidas no Edital.

Local e data: _____

Assinatura do Representante Legal: _____



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO II - PLANO DE COMUNICAÇÃO E CONTRAPARTIDAS

1. OBJETIVO DO PLANO

Descrever como o projeto assegurará visibilidade institucional ao Governo do Estado do Amapá e à SETUR/AP, em consonância com as diretrizes de promoção turística estadual.

2. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

Ação	Meio/Formato	Público-Alvo	Período

3. CONTRAPARTIDAS INSTITUCIONAIS

Descrição objetiva, clara e mensurável das contrapartidas ofertadas, incluindo, quando aplicável:

- exposição de marca;
- menções institucionais;
- produção de conteúdo;
- participação institucional;
- cessão de direitos de uso de imagens.

4. INDICADORES DE RESULTADO

Indicador	Meta	Forma de Comprovação
Alcance de público		
Engajamento		
Visibilidade institucional		



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO II - ORÇAMENTO E CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

1. ORÇAMENTO DETALHADO

Descrição da Despesa	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)	Fonte de Recursos

2. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

Etapas/Atividade	Período	Valor Previsto (R\$)



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO II - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTOS LEGAIS

Declaro, sob as penas da lei, que a pessoa jurídica proponente não incorre em quaisquer das vedações previstas na Lei Estadual nº 2.954/2023, no Decreto Estadual nº 3.013/2024 e demais normas aplicáveis à Política Estadual de Patrocínio.

Local e data: _____

Assinatura do Representante Legal: _____



**GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO**

ANEXO V - DECLARAÇÃO DE NÃO UTILIZAÇÃO PARA FINS ELEITORAIS

Declaro que o projeto apresentado não será utilizado para fins eleitorais, partidários ou de promoção pessoal de agentes públicos, em observância à legislação eleitoral vigente.

Local e data: _____

Assinatura do Representante Legal: _____



**GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO**

ANEXO VI - DECLARAÇÃO DE TITULARIDADE E REPRESENTAÇÃO

Declaro ser o legítimo titular do projeto apresentado e possuir plenos poderes para celebrar Termo de Patrocínio com a Secretaria de Estado do Turismo do Amapá – SETUR/AP.

Local e data: _____

Assinatura do Representante Legal: _____



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO VII - TABELA DE CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

CRITÉRIO	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Alinhamento Estratégico	3	30
Impacto Turístico	3	30
Qualidade das Contrapartidas	2	20
Viabilidade Técnica e Financeira	2	20
TOTAL		100



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

ANEXO VIII - MINUTA DO TERMO DE PATROCÍNIO

TERMO DE PATROCÍNIO Nº ____/2026 – SETUR/AP

PROCESSO Nº _____

O **ESTADO DO AMAPÁ**, por intermédio da **SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – SETUR/AP**, órgão da Administração Direta do Poder Executivo Estadual, com sede administrativa na cidade de Macapá/AP, inscrita no CNPJ sob o nº _____, **neste ato representada por seu(ua) Secretário(a) de Estado, doravante denominada PATROCINADORA**, e, de outro lado, **, _____ **, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos ou com fins econômicos compatíveis com o objeto do patrocínio, inscrita no CNPJ sob o nº _____, com sede em _____, neste ato representada por seu(ua) representante legal, Sr.(a) _____, CPF nº _____, doravante denominada **PATROCINADA**, resolvem celebrar o presente **TERMO DE PATROCÍNIO**, mediante as cláusulas e condições a seguir estabelecidas.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO FUNDAMENTO LEGAL

O presente Termo de Patrocínio rege-se pelo disposto no art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, pela **Lei Estadual nº 2.954, de 2023**, pelo **Decreto Estadual nº 3.013, de 2024**, pela legislação orçamentária vigente, bem como pelo **Edital de Patrocínio nº ____/2026 – SETUR/AP**, pelo projeto aprovado e pelas demais normas aplicáveis à espécie.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

O presente Termo tem por objeto o **patrocínio institucional** do projeto intitulado “_____”, aprovado no âmbito do **Edital de Patrocínio nº ____/2026 – SETUR/AP**, visando à execução de ações de interesse público relacionadas à promoção, fortalecimento e valorização do turismo no Estado do Amapá, em conformidade com o Plano Estadual de Turismo e o Plano de Marketing Turístico do Amapá.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR E DOS RECURSOS FINANCEIROS

.1. O valor total do patrocínio é de R\$ _____ (_____), a ser repassado pela PATROCINADORA à PATROCINADA, conforme cronograma de desembolso aprovado e condicionado à disponibilidade orçamentária e financeira.

3.2. Os recursos financeiros destinados à execução do presente patrocínio correrão à conta de dotações orçamentárias próprias da Secretaria de Estado do Turismo do Amapá – SETUR/AP, consignadas na Lei Orçamentária Anual vigente, podendo ser provenientes, total ou parcialmente, de recursos do Tesouro Estadual e/ou de emendas parlamentares, inclusive impositivas, desde que observadas as disposições constitucionais, legais e regulamentares aplicáveis.

3.3. Na hipótese de utilização de recursos oriundos de emendas parlamentares, a execução do objeto patrocinado deverá observar, além das disposições deste Contrato, as condições, finalidades, limites, vedações e vinculações estabelecidas no respectivo instrumento formal



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

de indicação da emenda, sendo vedada qualquer alteração que implique desvio de finalidade.

3.4. O patrocínio não se destina ao custeio integral do projeto, devendo a PATROCINADA assegurar a execução do objeto com recursos complementares próprios ou de terceiros, financeiros ou econômicos, conforme previsto no projeto aprovado, não sendo considerada como fonte complementar a mera contrapartida de exposição de marca ou visibilidade institucional.

CLÁUSULA QUARTA – DO CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

4.1. O repasse dos recursos observará o cronograma financeiro constante no projeto aprovado, condicionado:

- I – à disponibilidade orçamentária e financeira;
- II – ao cumprimento das obrigações previstas neste Termo;
- III – à regularidade da PATROCINADA junto à Administração Pública Estadual.

4.2. O pagamento poderá ser suspenso em caso de irregularidades identificadas na execução do objeto ou na utilização dos recursos.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA PATROCINADA

Constituem obrigações da PATROCINADA, além de outras previstas neste Termo e no Edital:

- I – executar o projeto estritamente conforme aprovado, observando objetivos, prazos e metas;
- II – aplicar os recursos exclusivamente nas despesas previstas no plano financeiro;
- III – assegurar a adequada **exposição da marca institucional do Governo do Estado do Amapá e da SETUR/AP**, conforme plano de comunicação aprovado;
- IV – não utilizar o projeto para fins eleitorais, partidários ou de promoção pessoal;
- V – manter a documentação contábil e fiscal organizada e disponível para fiscalização;
- VI – permitir e facilitar o acompanhamento, monitoramento e fiscalização pela SETUR/AP e demais órgãos de controle;
- VII – apresentar relatórios técnicos e comprovações das contrapartidas institucionais;
- VIII – comunicar imediatamente qualquer fato que comprometa a execução do objeto.

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA PATROCINADORA

Compete à SETUR/AP:

- I – efetuar o repasse dos recursos, conforme as condições pactuadas;
- II – acompanhar, monitorar e fiscalizar a execução do projeto;
- III – analisar os relatórios e comprovações apresentados;
- IV – adotar as providências cabíveis em caso de descumprimento das obrigações pactuadas.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS CONTRAPARTIDAS INSTITUCIONAIS



GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

7.1. A PATROCINADA compromete-se a oferecer as contrapartidas institucionais previstas no plano de comunicação aprovado, garantindo visibilidade institucional adequada à PATROCINADORA.

7.2. As contrapartidas deverão ser **claras, mensuráveis e comprováveis**, vedada a substituição por contrapartida exclusivamente financeira.

CLÁUSULA OITAVA – DA VIGÊNCIA

8.1. O presente Termo terá vigência de ____ (____) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante termo aditivo, desde que devidamente justificado e autorizado.

CLÁUSULA NONA – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

9.1. A execução do objeto será acompanhada pela SETUR/AP, por meio de servidor(es) formalmente designado(s).

9.2. O acompanhamento não exclui a atuação dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

10.1. A PATROCINADA deverá apresentar prestação de contas final, nos prazos e condições estabelecidos no Edital e neste Termo.

10.2. A prestação de contas compreenderá relatório de execução do objeto, comprovação das contrapartidas institucionais e documentação financeira pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS SANÇÕES

11.1. O descumprimento das obrigações pactuadas sujeitará a PATROCINADA às sanções previstas na Lei Estadual nº 2.954/2023, no Decreto nº 3.013/2024 e na legislação aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA RESCISÃO

12.1. O presente Termo poderá ser rescindido unilateralmente pela Administração, a qualquer tempo, por interesse público devidamente justificado, ou por inadimplemento da PATROCINADA.

12.2. A rescisão não exime a PATROCINADA da obrigação de ressarcir eventual dano ao erário.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. É vedada a cessão ou transferência do objeto deste Termo sem prévia anuência da SETUR/AP.

13.2. Os casos omissos serão resolvidos pela SETUR/AP, à luz da legislação vigente.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO

Fica eleito o foro da **Comarca de Macapá/AP** para dirimir quaisquer controvérsias decorrentes deste Termo, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, firmam o presente Termo em ____ vias de igual teor e forma.

Macapá/AP, ____ de _____ de 2026.



**GOVERNO DO ESTADO DO AMAPÁ
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO**

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – SETUR/AP

PATROCINADA

