

Belo Horizonte, 09 de outubro de 2026

À AMBEV S.A.

Ref.: Chamamento Público nº 13/2026 | Processo nº 31.00753640/2026-32-67176-GERMK-BL

I. Possibilidade de concessão de contrapartidas adicionais

1. O Termo de Referência, em suas Cláusulas 4.6 e 4.6.1, prevê a possibilidade de submissão à Belotur de propostas de trocas, experiências e outras ações promocionais não originalmente contempladas nas contrapartidas do Edital, desde que previamente aprovadas e compatíveis com a proporção do investimento realizado. Por outro lado, a Cláusula 1.1 do Anexo II estabelece que os direitos da patrocinadora se limitam às contrapartidas expressamente previstas no Edital e na Matriz de Contrapartidas.

2. Diante disso, solicita-se esclarecer se, após a celebração do instrumento correspondente, será admitida a negociação e aprovação de contrapartidas, ativações ou benefícios complementares aos expressamente previstos no Edital e na Matriz de Contrapartidas. Em caso positivo, solicita-se detalhar os critérios, prazo de análise, formalização, limites e procedimentos aplicáveis para sua avaliação e aprovação pela Belotur.

A Cláusula 4.6 contempla a possibilidade de apresentação de propostas de ações inovadoras, complementares ou diferenciadas quanto à sua natureza, formato ou operacionalização, com o objetivo de ampliar as oportunidades de ativação das marcas patrocinadoras e contribuir para a valorização da experiência do público durante o Carnaval de Belo Horizonte, respeitados os limites e as condições estabelecidos no Edital e na Matriz de Contrapartidas.

Nesse contexto, poderão ser propostas ações de troca, iniciativas promocionais, ativações de marca, experiências interativas, intervenções visuais e decoração de rua, entre outras iniciativas pertinentes à dinâmica do evento. Tais propostas deverão integrar o Plano de Ativação e serão avaliadas pela BELOTUR quanto à sua viabilidade técnica e operacional, considerando as características da Cota de Patrocínio contratada e as possibilidades de implementação em cada edição.

Essa possibilidade se refere à diversificação da natureza, do formato ou da execução das ações, não implicando ampliação quantitativa ou concessão de novas contrapartidas, ativos, benefícios ou direitos adicionais aos previstos no Edital e na Matriz de Contrapartidas.

A análise observará os requisitos técnicos, operacionais, de segurança, mobilidade, acessibilidade, sustentabilidade, identidade visual e interesse público, bem como a proporcionalidade em relação ao investimento realizado.

Para a edição de 2027, o Plano de Ativação deverá ser apresentado à BELOTUR em até 30 (trinta) dias contados da assinatura do Contrato. Para as edições de 2028 e 2029, a apresentação deverá ocorrer com antecedência mínima de 180 (cento e oitenta) dias da data oficial de início de cada edição. Eventuais ajustes ou novas propostas poderão ser submetidos posteriormente, mediante análise e aprovação prévia da BELOTUR, de modo a permitir o aperfeiçoamento das iniciativas e sua adequação às condições de realização do evento.

Ressalta-se que essa possibilidade visa conferir maior flexibilidade à concepção e à execução das ações de patrocínio, favorecendo soluções criativas e alinhadas aos objetivos do evento.

II. Substituição e supressão das contrapartidas

3. As Cláusulas 6.1 e 6.2 do Anexo II preveem que determinadas contrapartidas poderão ser substituídas por outras de natureza e exposição equivalentes quando sua disponibilização se tornar inviável, bem como que, na impossibilidade de substituição, tais contrapartidas poderão ser suprimidas mediante justificativa formal, sem redução do valor do patrocínio.

4. Nesse contexto, solicita-se esclarecer: (i) quais critérios objetivos serão adotados pela Belotur para aferição da equivalência entre a contrapartida originalmente prevista e a eventualmente substituída (ex.: quantidade, duração, localização, alcance/exposição, público estimado e formato); (ii) quais hipóteses poderão ensejar a supressão definitiva de contrapartidas; (iii) se haverá comunicação prévia, justificativa específica e oportunidade de manifestação da patrocinadora antes de substituição ou supressão; e (iv) se existe mecanismo de compensação ou recomposição em favor da patrocinadora nos casos em que houver perda de contrapartidas/ativos relevantes para sua estratégia comercial, publicitária ou de ativação de marca.

Esclarece-se que as Cláusulas 6.1 e 6.2 devem ser interpretadas em conjunto com as condições específicas previstas para cada ativo na Matriz de Contrapartidas, consideradas as particularidades e a dinâmica de planejamento e realização do Carnaval de Belo Horizonte.

A Matriz contempla entregas que, por sua natureza, podem estar condicionadas à disponibilidade de estruturas e espaços, à configuração do evento, à viabilidade técnica e operacional e às autorizações dos órgãos competentes.

A possibilidade de substituição prevista na Cláusula 6.1 destina-se a permitir a adequação das contrapartidas diante de circunstâncias que inviabilizem sua execução nas condições originalmente previstas. A avaliação da equivalência, caso necessário, considerará a natureza, o formato, a visibilidade e o potencial de exposição dos ativos envolvidos, conforme suas características e as condições operacionais de cada edição, não se limitando a critérios exclusivamente quantitativos.

Nessas situações, a BELOTUR buscará, sempre que possível, alternativas que preservem as características e as oportunidades de exposição da contrapartida originalmente prevista.

A eventual supressão, nos termos da Cláusula 6.2, ocorrerá somente quando a disponibilização da contrapartida se mostrar inviável e não houver possibilidade de substituição, mediante justificativa formal. A Patrocinadora será comunicada da alteração, observadas as disposições editalícias.

A substituição ou supressão de contrapartidas não implica, por si só, direito à compensação financeira, redução do valor do patrocínio ou concessão de ativos adicionais, prevalecendo as condições estabelecidas no Edital e na Matriz de Contrapartidas.

III. Ativações relacionadas ao credenciamento de ambulantes

5. A Matriz de Contrapartidas prevê a possibilidade de realização de ações de ativação de marca no contexto do credenciamento de ambulantes, incluindo distribuição de brindes, vouchers e benefícios, bem como aplicação de marca em materiais relacionados ao processo, condicionadas à aprovação da Belotur e à realização presencial do credenciamento.

6. Dessa forma, solicita-se esclarecer: (i) como será operacionalizado o processo de credenciamento dos ambulantes, ou seja, qual o calendário estimado, local, duração, infraestrutura e público estimado; (ii) qual será o papel da patrocinadora nesse contexto; (iii) quais modalidades de ações promocionais e de relacionamento poderão ser realizadas junto aos ambulantes; (iv) quais materiais poderão ser distribuídos ou disponibilizados; (v) se haverá restrições quantitativas, qualitativas ou operacionais aplicáveis a tais ações; (vi) se a patrocinadora possuirá qualquer prerrogativa e/ou oportunidades relacionados à comercialização de produtos pelos ambulantes credenciados; (vii) quais ações de comunicação institucional, treinamento, relacionamento ou incentivo poderão ser realizadas junto aos ambulantes, quais materiais, brindes, produtos, vouchers ou benefícios

poderão ser distribuídos e se haverá restrições quantitativas, qualitativas ou operacionais, inclusive quanto à abordagem, à adesão voluntária e ao fornecimento de produtos; (viii) confirmar se a participação da patrocinadora nessas ações lhe conferirá preferência, exclusividade ou ingerência no credenciamento, na seleção ou na autorização dos ambulantes e na atividade comercial por eles exercida. Caso haja alguma prerrogativa específica sobre a exclusividade no contexto de ambulantes qual seria o alcance e suas condições.

Esclarece-se que as contrapartidas relacionadas ao credenciamento de ambulantes representam uma importante oportunidade de aproximação, relacionamento e desenvolvimento de ações promocionais junto a esse público, observados o alcance e as condições estabelecidos na Matriz de Contrapartidas, bem como as competências da BELOTUR na organização e condução do processo de credenciamento.

(i) O calendário, o local, a duração, a infraestrutura e a estimativa de público do credenciamento serão definidos e divulgados pela BELOTUR durante o planejamento operacional de cada edição do Carnaval de Belo Horizonte. As informações necessárias à realização da ativação serão disponibilizadas à Patrocinadora em momento oportuno. Para fins de referência, em 2026, a operação presencial de retirada de credenciais ocorreu durante 6 (seis) dias, com a disponibilização de 14 mil (quatorze mil) vagas. Esses dados são meramente referenciais e não constituem garantia de manutenção das mesmas condições nas edições futuras.

(ii) A participação da Patrocinadora compreenderá as contrapartidas previstas na Matriz e as ações previamente aprovadas pela BELOTUR no âmbito do respectivo Plano de Ativação, preservadas as competências da BELOTUR quanto à gestão, seleção, habilitação e autorização dos ambulantes credenciados.

(iii) e (iv) Poderão ser propostas ações promocionais e de relacionamento compatíveis com as contrapartidas previstas na Matriz, inclusive a distribuição de brindes, produtos, vouchers ou benefícios. A definição dos materiais e do formato da ação deverá constar do Plano de Ativação e estará sujeita à prévia análise e aprovação da BELOTUR e, quando aplicável, dos demais órgãos competentes.

(v) A Patrocinadora deverá apresentar, no respectivo Plano de Ativação, o detalhamento das iniciativas pretendidas, incluindo sua natureza, formato, quantitativos, materiais, estruturas e condições de execução, de modo a possibilitar a análise de viabilidade e a identificação de eventuais adequações necessárias. As ações propostas deverão observar os quantitativos e as condições

estabelecidos na Matriz de Contrapartidas, bem como os requisitos técnicos e demais normas aplicáveis. As propostas estarão sujeitas à análise e aprovação prévia da BELOTUR, respeitados os limites das contrapartidas contratadas, sem implicar a concessão de benefícios adicionais.

(vi) As contrapartidas previstas na Matriz contemplam oportunidades de ativação de marca, promoção e relacionamento com os ambulantes credenciados, possibilitando à Patrocinadora apresentar propostas de ações que envolvam seus produtos e benefícios, observadas as condições estabelecidas no Edital e a aprovação prévia da BELOTUR. Essas oportunidades possuem natureza promocional e de relacionamento e não concedem prerrogativas sobre a atividade comercial exercida pelos ambulantes, nem contemplam exclusividade, monopólio ou obrigatoriedade de comercialização de marcas específicas pelo ambulante, cuja atividade permanece submetida às regras próprias do credenciamento e à legislação aplicável.

(vii) A Matriz de Contrapartidas contempla oportunidades para o desenvolvimento de ações de comunicação, relacionamento e incentivo junto aos ambulantes credenciados, possibilitando à Patrocinadora propor iniciativas de orientação, capacitação, treinamento, compartilhamento de informações e outras experiências voltadas a esse público. Essas iniciativas deverão ser detalhadas no respectivo Plano de Ativação, para análise de viabilidade e aprovação prévia da BELOTUR, observadas as condições estabelecidas na Matriz. Da mesma forma, poderão ser realizadas ações de distribuição de brindes, produtos, vouchers ou benefícios, respeitados os limites e as condições aprovados pela BELOTUR. A participação dos ambulantes nas ações promovidas pela Patrocinadora será facultativa e não implicará qualquer obrigação de comercialização dos produtos da marca durante o Carnaval de Belo Horizonte.

(viii) As contrapartidas relacionadas aos ambulantes têm como objetivo proporcionar à Patrocinadora oportunidades de visibilidade, ativação de marca e relacionamento com esse público, conforme previsto na Matriz de Contrapartidas. Essas oportunidades poderão ser desenvolvidas por meio de ações propostas no Plano de Ativação, sujeitas à análise e aprovação prévia da BELOTUR, observadas as condições estabelecidas no Edital e em seus anexos. Esclarece-se que tais contrapartidas não conferem direitos de preferência ou exclusividade comercial, tampouco participação nas decisões relativas ao credenciamento, seleção ou autorização dos ambulantes, permanecendo a atividade comercial por eles exercida submetida às regras próprias do credenciamento e à legislação aplicável.

IV. Exclusividade comercial e publicitária

7. Considerando que a Matriz de Contrapartidas contempla ativos relevantes de exposição de marca, como naming rights de vias do Carnaval, ativações volantes e diversas inserções publicitárias ao longo do evento, mas que o Edital não contém disposição expressa acerca da concessão de exclusividade comercial ou publicitária à patrocinadora, solicita-se esclarecer: (i) quais ativos e espaços oficiais estarão reservados à patrocinadora; (ii) se haverá alguma forma de proteção comercial ou publicitária em favor da patrocinadora durante a realização do evento e em caso positivo pede-se indicar perímetros, períodos, formatos, órgãos responsáveis pela fiscalização e procedimento para comunicar uso indevido de sinais oficiais.

8. Caso a proteção se limite aos ativos listados na Matriz, solicita-se o esclarecimento se é permitido a exposição e ações comerciais de marcas concorrentes fora dos espaços e canais oficiais controlados pela Belotur.

9. Em especial, solicita-se confirmar se a Administração adotará medidas destinadas a restringir ou disciplinar a atuação de marcas concorrentes nos espaços oficiais do evento, incluindo ações realizadas por ambulantes, parceiros, expositores ou terceiros, bem como se haverá mecanismos específicos de prevenção ou combate a práticas de marketing de emboscada, associação indevida ao evento ou utilização não autorizada de elementos vinculados ao Carnaval de Belo Horizonte.

10. Caso exista algum regime de exclusividade publicitária aplicável à patrocinadora, solicita-se esclarecer os limites territoriais e materiais dessa proteção, indicando os espaços, vias, equipamentos, perímetros ou áreas oficiais do Carnaval de Belo Horizonte em que ela será observada.

Serão assegurados à Patrocinadora os direitos de utilização dos ativos, espaços, canais e contrapartidas previstos no Edital e na Matriz de Contrapartidas, observadas as respectivas condições de utilização e a aprovação do Plano de Ativação.

A condição de Patrocinadora não confere exclusividade de comercialização de produtos, exclusividade publicitária geral, territorial ou por segmento econômico, tampouco monopólio de mercado, permanecendo permitida a comercialização regular de produtos de marcas concorrentes por terceiros, inclusive ambulantes e estabelecimentos devidamente licenciados ou autorizados, observadas as normas aplicáveis.

A realização de ações promocionais e ativações de marcas durante o Carnaval de Belo Horizonte estará sujeita à regulamentação municipal vigente e às autorizações dos órgãos competentes, inclusive,

quando aplicável, à manifestação favorável da BELOTUR quanto à compatibilidade com a programação oficial e à ausência de conflitos de mercado com os patrocinadores oficiais.

A BELOTUR adotará, no âmbito de suas competências e em articulação com os órgãos municipais competentes, as medidas cabíveis para coibir práticas irregulares de marketing de emboscada por marcas não patrocinadoras, associação indevida ao evento e utilização não autorizada dos ativos e espaços oficiais do Carnaval de Belo Horizonte, observadas as disposições editalícias e a legislação vigente.

V. Emissão de nota fiscal

11. Considerando a necessidade de adequada contabilização dos valores aportados e os potenciais impactos tributários decorrentes da reforma tributária, solicita-se esclarecer se a Belotur emitirá nota(s) fiscal(is) em relação aos valores pagos a título de patrocínio. Em caso afirmativo, solicita-se esclarecer a natureza do documento fiscal ou recibo, o momento de emissão, a descrição da operação e os tributos considerados. Em caso negativo, pede-se indicar o documento comprobatório e a fundamentação aplicável.

Respostas aos quesitos considerando o item 3.2 e 3.2.1 do edital de patrocínio do carnaval de 2027:

(i) A Belotur emitirá nota fiscal?

Sim, na entrega da prestação do serviço, estimado em fevereiro de 2027. (Base legal - artigo 1º da Lei Complementar nº 116/2003, Lei 8.725/2003; Solução Cosit 295/2023; artigo 10 e 60 da Lei complementar 214/2025.

(ii) Qual a natureza do documento fiscal ou recibo?

Ocorrendo o recebimento do patrocínio em 2026, a Belotur emitirá um recibo no valor total pago pela AMBEV. Em fevereiro de 2027, considerando a reforma tributária vigente, a Belotur emitirá uma nota fiscal para a AMBEV pelo Portal Nacional de Emissão de Notas Fiscais Eletrônicas; sob o código 17.06, conforme solução de consulta 007/2026, emitida pela Secretaria Municipal de Fazenda de Belo Horizonte.

(iii) Momento de emissão?

Em 2026 será emitido um recibo no momento do pagamento do patrocínio pela AMBEV e, haverá a emissão da nota fiscal em 2027 após a entrega do serviço; (Base legal - artigo 1º da Lei Complementar nº 116/2003, Lei 8.725/2003; Solução Cosit 295/2023; artigo 10 e 60 da Lei complementar 214/2025; CPC 47).

(iv) Descrição da operação?

Informamos que a nota fiscal será de “Prestação de serviços de publicidade e propaganda” realizado no evento Carnaval de Belo Horizonte. Contrato de Patrocínio Ex: nº 01.”

(v)Tributos considerados?

Entendemos que haverá a discriminação dos seguintes tributos quando da efetiva emissão da Nota Fiscal:

- IR 1,5% - Artigo 718- Decreto 9580/2018- Regulamento de Imposto de Renda
- ISSQN 3% - Caso a patrocinadora esteja sediada em Belo Horizonte e esteja enquadrada de acordo com o Artigo 20 da Lei Municipal nº 8.725/2003.

As retenções de tributos ficarão sob a responsabilidade da Belotur

Custo tributário para a Belotur/impostos apurados sobre o faturamento em 2027/2028:

Estimativas:

CBS – 8,9% a 9,21%;

IBS 0,1 %;

ISSQN 3%

Observação: Para os eventos que ocorrerão em 2028 e 2029, considera-se as mesmas regras supracitadas, com inclusão de uma nova situação. Para acobertar o adiantamento financeiro sob a nova sistemática da Lei Complementar nº 214/2025, o documento exigido é a Nota Fiscal de Débito com Finalidade 6, devidamente identificada com o Tipo de Débito “06 = Pagamento antecipado”, momento que será debitado o CBS e IBS. Há estimativa da alíquota de CBS ser de 8,9 a 9,21%.

Quando o serviço for efetivamente prestado ou concluído, a Belotur emitirá a Nota Fiscal de Fornecimento pelo valor total da operação, e o sistema referenciará a chave de acesso da Nota de Débito (Tipo 06) emitida anteriormente para abater e compensar os valores de IBS/CBS já antecipados.

VI. Correção monetária pelo IPCA

12. Solicita-se esclarecer qual será a data-base considerada para fins de atualização monetária dos valores mínimos e/ou dos aportes relativos às edições de 2028 e 2029. Em especial, (i) para o cálculo dos valores referentes à edição de 2029, o índice acumulado deverá ser apurado a partir da data-base originalmente adotada para 2027 ou a partir da atualização realizada para 2028; e (ii) a Belotur divulgará os valores já atualizados para cada edição do Carnaval ou caberá à patrocinadora realizar os respectivos cálculos e promover os pagamentos com base na atualização aplicável?

Esclarece-se que, nos termos do item 3.1.1 do Edital, o valor efetivamente ofertado pela Patrocinadora para a edição de 2027 constituirá o valor-base do patrocínio para as edições subsequentes.

Os aportes referentes às edições de 2028 e 2029 serão atualizados pela variação acumulada do IPCA/IBGE, tendo como referência o valor-base de 2027 e observada a data-base do contrato.

A BELOTUR informará à Patrocinadora os valores atualizados dos respectivos aportes previamente aos pagamentos, observados os prazos previstos no item 3.2.1 do Edital.

VII. Operação logística e utilização de caminhão-pulmão

13. Considerando a relevância da logística de abastecimento para a operação comercial do evento, solicita-se esclarecer se será permitida a utilização de caminhões-pulmões, áreas de apoio logístico, depósitos móveis ou estruturas equivalentes para armazenamento temporário instaladas nas vias próximas ao circuito do carnaval para reabastecimento de produtos durante o período do Carnaval. Em caso positivo, solicita-se informar os requisitos operacionais aplicáveis, os locais autorizados, os procedimentos de credenciamento e eventuais restrições de circulação, horário ou capacidade e se haverá restrição de exclusividade para marcas concorrentes.

A utilização de caminhões-pulmões ou estruturas equivalentes poderá ser proposta no Plano de Ativação, desde que vinculada aos espaços disponibilizados no âmbito das contrapartidas previstas no Edital. Após a apresentação e análise do Plano de Ativação, a BELOTUR informará as condições aplicáveis, observada a viabilidade técnica e operacional e as autorizações eventualmente necessárias. A utilização não assegura espaços adicionais nem exclusividade territorial ou logística à Patrocinadora.

VIII. Logística reversa e gestão de resíduos

14. Solicita-se esclarecer a quem competirá a responsabilidade pela implementação e custeio das obrigações relacionadas à logística reversa e à destinação ambientalmente adequada de embalagens, resíduos e materiais promocionais eventualmente distribuídos durante o evento.

15. Em especial, solicita-se informar se tais obrigações serão de responsabilidade exclusiva da patrocinadora, da Belotur, dos vendedores ambulantes credenciados ou compartilhadas entre os diferentes agentes envolvidos.

A Patrocinadora será responsável pelos custos, pela logística reversa e pela destinação ambientalmente adequada dos resíduos e materiais diretamente decorrentes de suas contrapartidas,

ações e ativações, inclusive aquelas realizadas por seus fornecedores e contratados, sem ônus para a BELOTUR.

A limpeza urbana e a gestão dos resíduos gerados nas vias e espaços públicos durante o Carnaval, quando não diretamente decorrentes das ações da Patrocinadora, observarão as atribuições dos órgãos competentes e as responsabilidades aplicáveis aos respectivos agentes. Logo, a contratação do patrocínio não transfere à Patrocinadora a responsabilidade geral pela limpeza urbana ou pelos resíduos gerados por ambulantes, público ou demais terceiros.

IX. Regras aplicáveis a produtos e comercialização

16. Considerando as vedações de produtos fracionados e a exigência de recipientes seguros, solicita-se esclarecer se será permitida comercialização de chope servido diretamente de barril ou equipamento similar em copos. Em caso positivo, pede-se informar as condições aplicáveis, inclusive quanto aos recipientes autorizados, aos requisitos sanitários e de segurança e às licenças necessárias. Solicita-se, ainda, esclarecer quais formatos de embalagem e modalidades de distribuição, degustação ou comercialização são admitidos nas ativações da patrocinadora e quais regras se aplicam à venda de bebidas por ambulantes ou terceiros credenciados.

As propostas de distribuição, degustação e comercialização de bebidas deverão ser detalhadas pela Patrocinadora no respectivo Plano de Ativação, para análise de viabilidade técnica e operacional e aprovação prévia da BELOTUR, observadas as vedações e condições previstas no Edital, as normas sanitárias e de segurança e a legislação vigente.

Caberá à Patrocinadora obter as licenças, os alvarás e as demais autorizações exigidas pelos órgãos competentes, bem como observar as regras relativas aos recipientes, embalagens e equipamentos permitidos.

A comercialização de bebidas por ambulantes ou terceiros observará as regras específicas do Edital e as autorizações aplicáveis.

A apresentação do Plano de Ativação não implica autorização automática para as modalidades propostas, nem assegura exclusividade comercial ou disponibilização de espaços adicionais.

Comissão Permanente de Licitação
Portaria nº. 018/2026