PANORAMA NACIONAL DOS INCENTIVOS À CULTURA E AO ESPORTE / 2025

O que os dados de 2024 revelam sobre oportunidades estratégicas, recorrência de patrocínios e o papel do mercado de patrocinadores intermediários

JULHO / 2025

ATTITUDE·ESPORTIVA & ALTAMIRA

RELATÓRIO EXECUTIVO

> Este panorama organiza dados públicos sobre a aplicação da **Lei de Incentivo ao Esporte (LIE)** e da **Lei Rouanet** em 2024, com foco em orientar patrocinadores e proponentes por meio de uma leitura estratégica do cenário nacional — e, especialmente, do **mercado intermediário de incentivos**.
> A partir do cruzamento e análise de milhares de registros, o estudo traz uma fotografia abrangente das práticas mais consolidadas, dos padrões de investimento e das oportunidades latentes pouco exploradas por agentes do setor.

/ Destaques e principais achados /

Alta concentração de recursos:

Poucos proponentes concentram a maior parte da captação em ambas as leis. Os 20 maiores captadores da LIE, por exemplo, movimentaram quase 25% do volume total de 2024.

Crescimento das empresas de médio porte (*middle market*):

Mais de **1.000 empresas aportaram recursos via LIE e Rouanet** em 2024 fora do eixo dos grandes patrocinadores tradicionais — o que aponta para um mercado em expansão, ainda subestimado, mas com potencial relevante de ativação.

Diversificação geográfica e temática incipiente:

A maior parte dos recursos segue concentrada em projetos com atuação nacional e em modalidades como futebol, teatro e música. Mas há sinais de crescimento em áreas como **esportes urbanos, e-sports, exposições de rua e educação musical**, além de maior presença de empresas do Sul, Centro-Oeste e interior do Sudeste.

Baixo índice de ativação e comunicação nos incentivos:

A imensa maioria dos projetos incentivados carece de estratégias estruturadas de visibilidade, impacto de marca e contrapartidas além da logomarca — abrindo espaço para inovação criativa na relação entre patrocinador e projeto.

ÍNDICE DO DOCUMENTO

1 / INTRODUÇÃO E CONTEXTO
O papel das Leis de Incentivo no Brasil
Destaques e tendências gerais de 2024
Apresentação e objetivos do relatório

2 / LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE (LIE) – PANORAMA 2024
Lei de Incentivo ao Esporte (LIE)
Volumes e crescimento
Modalidades e manifestações
Maiores patrocinadores, proponentes e projetos
Distribuição regional
Middle Market LIE: leitura estratégica

3 / LEI ROUANET (CULTURA) – PANORAMA 2024
Lei Rouanet (Cultura)
Grandes números de 2024
Maiores patrocinadores, proponentes e projetos
Áreas e segmentos culturais
Distribuição regional
Middle Market Rouanet: leitura estratégica

4 / ANÁLISES COMPARATIVAS E COMPORTAMENTO DE MERCADO
Comparativo LIE x Rouanet
Linhas do tempo de captação
Captação no middle market

5 / CONCLUSÃO E INSTITUCIONAL
Conclusões e oportunidades
Quem somos e como atuamos

O PAPEL DAS LEIS DE INCENTIVO NO BRASIL

> As Leis de Incentivo no Brasil vão muito além do repasse de recursos. Elas são instrumentos de políticas públicas que, quando bem utilizadas, transformam intenções em legado, projetos em impacto, e ideias em pertencimento.

Ao permitir que empresas e pessoas físicas direcionem parte de seus tributos para iniciativas culturais e esportivas, essas leis constroem uma ponte poderosa entre o que é privado e o que é coletivo. Uma conexão onde a cultura floresce e o esporte se multiplica, chegando a territórios muitas vezes pouco impactados pelo orçamento tradicional.

Mais do que números, estamos falando de histórias.
De jovens que encontraram no esporte um novo horizonte.
De plateias que, pela primeira vez, entraram em contato com uma manifestação artística. De comunidades que se reconstroem em torno de um bem comum.

Neste cenário, a comunicação estratégica e a organização eficiente dos proponentes são peças-chave para que esse sistema funcione. É por meio da clareza de propósito, da narrativa bem construída e da conexão com patrocinadores certos que um projeto ganha vida — e se torna relevante.

Mais do que mecanismos de fomento, as Leis de Incentivo são um convite: para que a sociedade atue na construção de um Brasil mais justo, criativo e plural — e para que mais organizações estejam preparadas para cumprir essa missão com excelência.

A POTÊNCIA DAS FERRAMENTAS FEDERAIS:

LIE E ROUANET

As Leis de Incentivo à Cultura (Rouanet) e ao Esporte (LIE) seguem como dois dos principais pilares de financiamento de projetos culturais e esportivos no Brasil. Em 2024, mobilizaram bilhões de reais, permitindo que milhares de iniciativas saíssem do papel em todas as regiões do país.

São políticas públicas que funcionam — e que se sustentam sobre uma cadeia complexa de agentes: proponentes organizados, patrocinadores engajados e gestores públicos comprometidos.

Para o setor cultural e esportivo, essas leis são mais do que fontes de recurso: são estruturas de fomento à cidadania, à diversidade e ao desenvolvimento humano. Elas alimentam redes de criação, formação, saúde e pertencimento.

E seu impacto se expande: geram empregos, movimentam economias locais e constroem narrativas que fortalecem o Brasil diante de si mesmo.

OBJETIVO DO RELATÓRIO

Este documento organiza os principais dados da Lei de Incentivo ao Esporte e da Lei Rouanet em 2024, com foco no que pode **ajudar empresas e proponentes a se posicionar com mais clareza** dentro desses mecanismos.

Ele cumpre três funções:

Inspirar

com recortes e exemplos do que foi efetivamente viabilizado pelas leis;

Orientar

proponentes e patrocinadores com base em informações objetivas;

Facilitar

o acesso a dados que normalmente estão dispersos ou difíceis de interpretar.

É um material feito para quem trabalha com projetos incentivados — seja patrocinando, estruturando, comunicando ou planejando. A proposta é apoiar esse processo com objetividade, sem complicação e sem prometer mais do que os dados mostram.

Os dados aqui analisados foram coletados junto aos Ministérios do Esporte e da Cultura e, em parte, também estão disponíveis em portais públicos de transparência.

O que fazemos neste relatório é **consolidar, organizar e dar leitura ao que está acontecendo**, oferecendo uma visão ampla e comparada entre cultura e esporte. Tudo isso de forma visual, direta e pensada para quem precisa tomar decisões.

LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE DADOS 2024

2025

ATTITUDE · ESPORTIVA & ALTAMIRA

VOLUME TOTAL E CRESCIMENTO

O volume aportado via Lei de Incentivo ao Esporte teve uma evolução expressiva nos últimos dois anos.

Depois de oscilar entre R$ 285 e R$ 488 milhões entre 2016 e 2022, o total captado saltou para R$ 911 milhões em 2023 e ultrapassou R$ 1,1 bilhão em 2024 — um crescimento de mais de 235% em dois anos.

Esse avanço reflete uma combinação de fatores:

- Maior engajamento de patrocinadores institucionais e regionais
- Melhora na regulamentação e simplificação de processos
- Aumento do número de proponentes qualificados

O resultado é um cenário mais competitivo e, ao mesmo tempo, mais promissor para quem atua com consistência no setor esportivo.

Aporte total via Lei de Incentivo ao Esporte – 2016 a 2024 (em milhões de reais)

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

VOLUME TOTAL E CRESCIMENTO

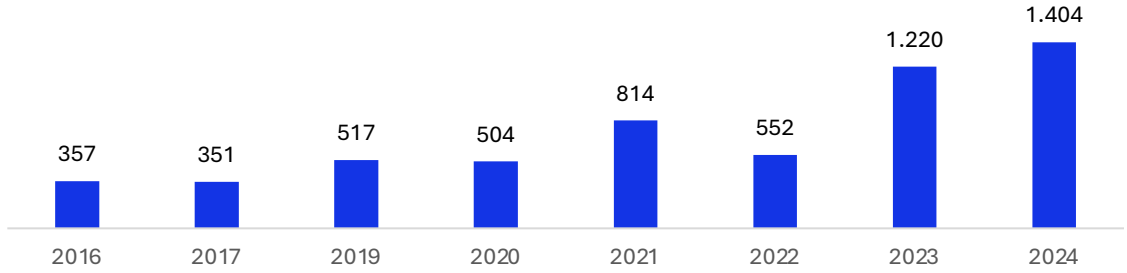
O crescimento dos aportes na LIE se refletiu diretamente na base de atuação do mecanismo.

Entre 2022 e 2024, o número de entidades beneficiadas **quase triplicou**, passando de 552 para 1.404. Já o total de projetos executados saltou de 795 para 2.442 no mesmo período.

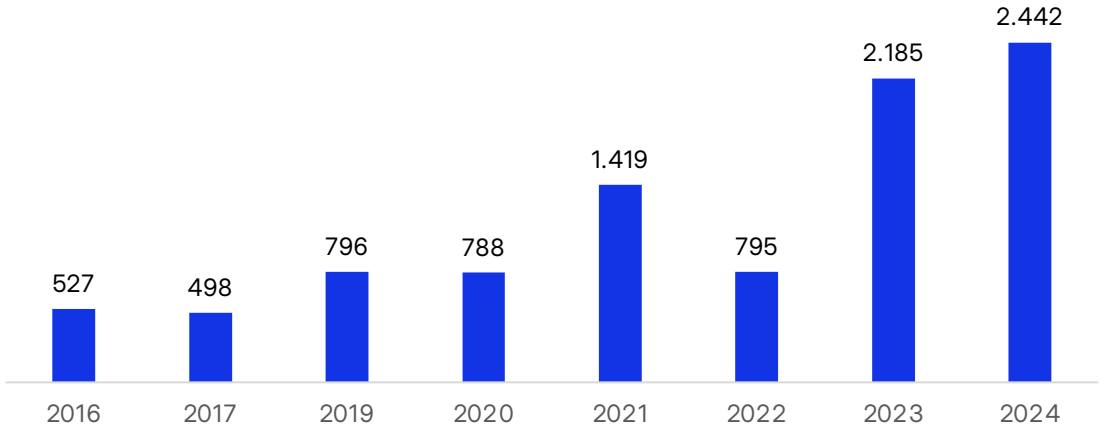
Além do aumento no volume de recursos, esse movimento indica maior capacidade operacional dos proponentes e um avanço na descentralização do incentivo.

Mais projetos, mais entidades e mais impacto distribuído pelo país.

Entidades beneficiadas via Lei de Incentivo ao Esporte – 2016 a 2024



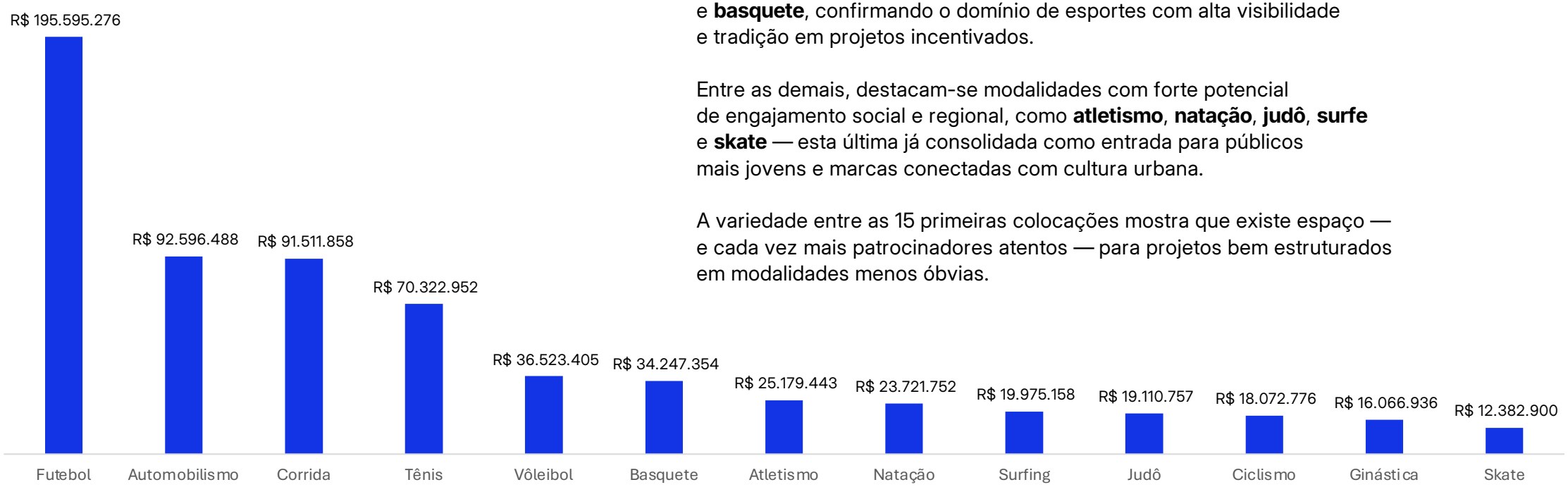
Projetos executados via Lei de Incentivo ao Esporte – 2016 a 2024



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

MODALIDADES QUE MAIS CAPTARAM VIA *LIE* EM 2024

Modalidades que mais receberam recursos via Lei de Incentivo ao Esporte em 2024



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

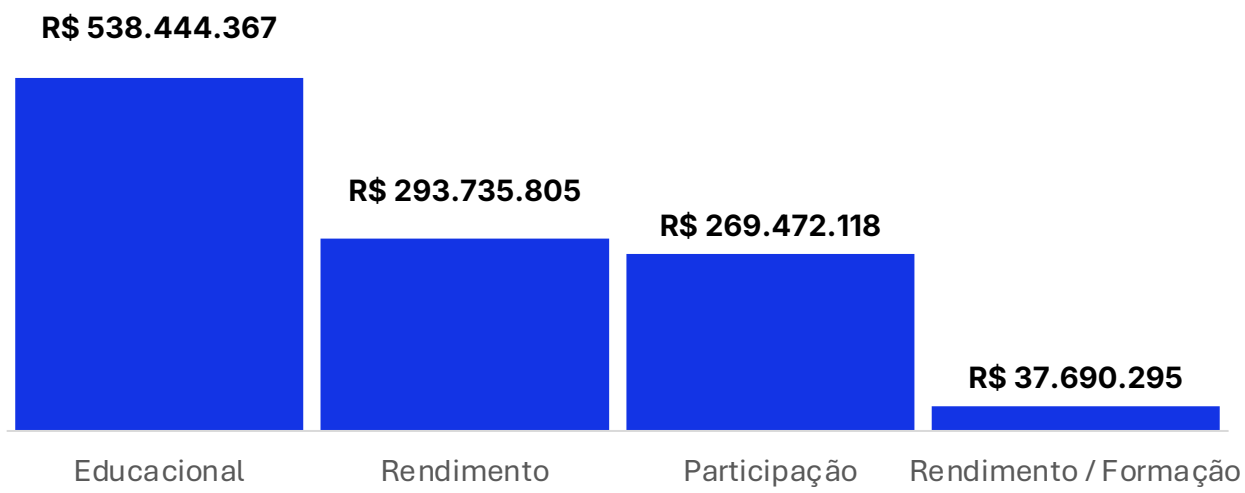
Em 2024, o **futebol** concentrou R$195 milhões em aportes — mais que o dobro da segunda modalidade no ranking, o **automobilismo**, com R$92 milhões. Na sequência, aparecem **corrida**, **tênis**, **vôlei** e **basquete**, confirmando o domínio de esportes com alta visibilidade e tradição em projetos incentivados.

Entre as demais, destacam-se modalidades com forte potencial de engajamento social e regional, como **atletismo**, **natação**, **judô**, **surfe** e **skate** — esta última já consolidada como entrada para públicos mais jovens e marcas conectadas com cultura urbana.

A variedade entre as 15 primeiras colocações mostra que existe espaço — e cada vez mais patrocinadores atentos — para projetos bem estruturados em modalidades menos óbvias.

DISTRIBUIÇÃO DE RECURSOS POR MANIFESTAÇÃO

Distribuição por manifestação esportiva via Lei de Incentivo ao Esporte em 2024



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

A manifestação **educacional** liderou a distribuição de recursos via LIE em 2024, com mais de R$ 538 milhões captados — o que representa quase metade do total investido no ano.

Na sequência, aparecem os projetos de **rendimento** com R$ 293 milhões, e os de **participação**, com R$ 269 milhões.

MAIORES PATROCINADORES VIA *LIE* EM 2024

PATROCINADOR	VALOR PATROCINADO
VALE SA	R$ 68.566.357,00
NUBANK	R$ 50.508.557,68
SHELL BRASIL PETRÓLEO LTDA.	R$ 41.231.322,88
PESSOA FÍSICA	R$ 19.635.667,19
REDECARD S A	R$ 13.727.713,49
TOYOTA DO BRASIL LTDA	R$ 13.099.999,96
B3 S.A - BRASIL, BOLSA, BALCÃO	R$ 13.000.000,00
SALOBO METAIS S/A	R$ 12.179.864,00
PETROBRAS SA	R$ 11.781.855,26
COMPANHIA BRASILEIRA DE METALURGIA E MINERACAO	R$ 11.313.477,59
NOVA TRANSPORTADORA DO SUDESTE S.A	R$ 10.533.375,46
FURNAS CENTRAIS ELÉTRICAS S.A.	R$ 8.700.000,00
BANCO NORDESTE DO BRASIL SA	R$ 8.658.688,04
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S A	R$ 8.568.348,42
ITAU SEGUROS S.A.	R$ 8.148.073,56
TRANSPORTADORA ASSOCIADA DE GÁS S.A	R$ 7.615.739,83
CAIXA VIDA E PREVIDÊNCIA S/A	R$ 7.500.000,00
BB CORRETORA DE SEGUROS E ADMINISTRADORA DE BENS S/A	R$ 7.200.000,00
TELEFÔNICA BRASIL SA	R$ 7.116.875,01
BANCO NACIONAL S.A.	R$ 6.986.284,65

Os dados de 2024 mostram que grandes grupos econômicos seguem liderando os aportes via Leis de Incentivo.

A Vale, o Nubank e a Shell estão entre os maiores incentivadores, com investimentos que ultrapassam dezenas de milhões de reais.

Além deles, chamam atenção os aportes consistentes de empresas públicas e mistas — como Petrobras, B3, Furnas e CEMIG — reforçando o papel do setor estatal e regulado no fomento ao esporte.

Outro ponto importante é a presença crescente de pessoas físicas entre os principais patrocinadores, o que indica uma adesão mais ampla e pulverizada ao mecanismo.

Essa concentração nas primeiras posições reforça o desafio e, ao mesmo tempo, a oportunidade de abrir espaço para novos patrocinadores.

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

MAIORES PROPONENTES DA *LIE* EM 2024

PROPONENTE	VALOR RECEBIDO EM 2024
INSTITUTO ESPORTE EDUCAÇÃO	R$17.637.318,02
INSTITUTO FUTEBOL DE RUA	R$16.681.892,05
TRAIL CLUBE VERDE ROSSO - TCVR	R$15.899.032,53
ACAO CONCRETA ONG ESPORTIVA E CULTURAL.	R$15.342.926,65
INSTITUTO EDUCARE	R$14.366.960,18
INSTITUTO ISERBEM	R$13.815.502,39
CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SURF	R$13.144.000,00
CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO	R$12.650.259,38
INSTITUTO MAIS AÇÃO	R$11.476.123,68
INSTITUTO TÊNIS	R$11.426.034,50
CLUBE DE AUTOMOBILISMO ASRB	R$11.347.999,96
INSTITUTO STOCK	R$10.667.000,00
FUNDAÇÃO GOL DE LETRA	R$10.429.423,37
INSTITUTO REAÇÃO	R$9.536.679,99
INSTITUTO SPORTS	R$9.342.001,01
LIGA PAULISTA DE AUTOMOBILISMO	R$8.973.736,97
INSTITUTO FUTEBOL DE RUA NORDESTE	R$8.552.099,09
ASSOCIAÇÃO CAMINHO DO ESPORTE	R$8.545.420,23
ASSOCIACAO BEZERRENSE DE FUTSAL	R$8.480.001,30
ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL, ESPORTIVA E SOCIAL DO BRASIL	R$8.331.965,79

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

Os dados de 2024 indicam uma forte concentração de recursos em organizações que captaram valores acima — ou próximos — de R$ 10milhões. Os 20 proponentes com maior volume de captação somaram pouco mais de R$236 milhões, o que representa pouco menos de 25% do total movimentado no ano.

A maioria desses proponentes atua com projetos recorrentes, presença nacional ou regional bem definida e capacidade de execução já reconhecida no setor.

Esse cenário reforça um padrão importante do mecanismo: os maiores volumes de captação via LIE estão, em geral, nas mãos de entidades que operam em ciclos contínuos de planejamento, execução e relacionamento com o mercado.

Isso não configura um sistema fechado, mas indica que a entrada de novos proponentes em faixas mais altas de captação dependerá de três fatores: estrutura técnica, clareza na comunicação com o mercado e aderência real às estratégias de patrocínio das empresas.

MAIORES PROJETOS DA *LIE* EM 2024

PROJETO	VALOR RECEBIDO
DREAM TOUR IV	R$8.336.000,00
FUTEBOL DE RUA PELA EDUCAÇÃO ANO XIV 1.0	R$7.886.638,75
NADANDO COM DANIEL DIAS	R$5.742.036,33
PARAESPORTE	R$5.615.000,00
STOCK CAR 1	R$5.557.101,56
FUTEBOL DE RUA PELA EDUCAÇÃO NORDESTE ANO II PARTE 4	R$5.213.106,00
ESCOLINHA DE TRIATHLON	R$5.064.887,12
MASSIFICAÇÃO MARIA ESTHER BUENO V	R$5.024.220,50
TIME ASRB – STOCK CAR PRO SERIES 2	R$4.999.999,96
RIO OPEN 2025	R$4.999.953,18
POLE POSITION	R$4.752.306,02
SLS SUPER CROWN WORLD CHAMPIONSHIP	R$4.500.000,00
DREAM TOUR III	R$4.476.000,00
EQUIPE DE TREINAMENTO REDE TÊNIS BRASIL IV	R$4.403.314,00
CRAQUE DO AMANHÃ	R$4.373.896,65
ANO XIV - PROJETO GRAEL - VENTOS DE CIDADANIA	R$4.346.474,17
O CAMPO DE FUTEBOL DA HEBRAICA	R$4.291.000,00
ADD INICIAÇÃO AO ESPORTE ADAPTADO ANO IV	R$4.261.542,38
EM BUSCA DE UMA ESTRELA - ANO 4	R$4.252.758,68
TEATIVO	R$4.164.575,00

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

Os maiores projetos via LIE em 2024 evidenciam a diversidade de modalidades e formatos contemplados pelo mecanismo.

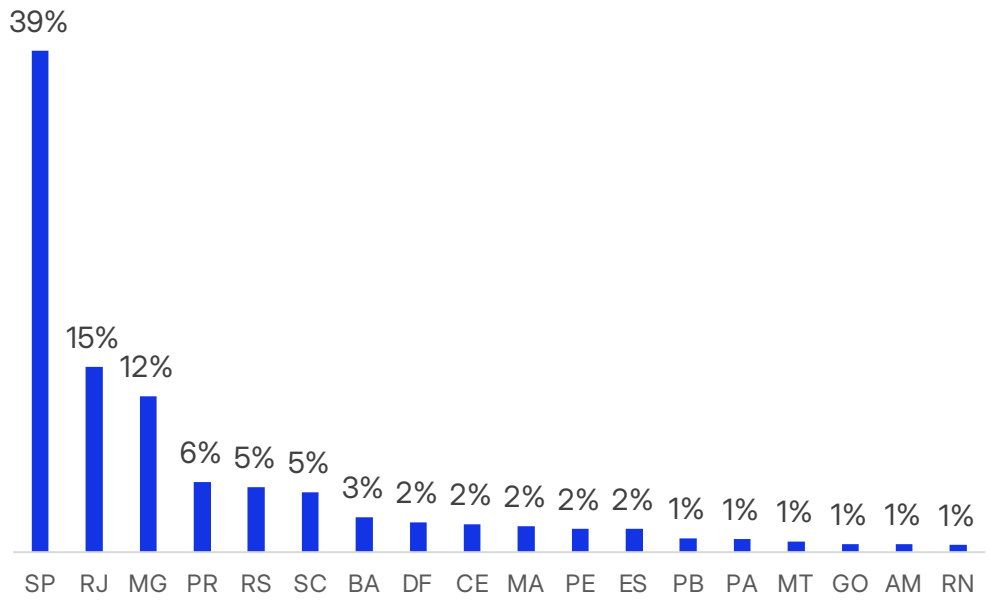
Entre os destaques estão iniciativas de visibilidade nacional como o **Dream Tour**, o **Rio Open**, e etapas da **Stock Car**, mas também projetos com foco social e formativo, como **Futebol de Rua pela Educação**, **Paraesporte**, **Escolinha de Triathlon** e **Nadando com Daniel Dias**.

A presença de projetos consistentes ao longo de múltiplos anos reforça o papel da LIE como instrumento de continuidade — especialmente para iniciativas que combinam formação, impacto social e performance.

O recorte também mostra que, para além do futebol, há espaço consolidado para o surfe, tênis, automobilismo, esportes adaptados e projetos de base — abrindo caminho para diferentes formatos de parceria entre empresas e organizações esportivas.

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL

Distribuição de recursos por estados dos proponentes via Lei de Incentivo ao Esporte em 2024



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

SE, AP, PI, MS, AL, RO, TO, AC não estão listados por terem menos de 1% do total da captação

A distribuição dos recursos da LIE em 2024 segue fortemente concentrada em instituições com sede no Sudeste.

São Paulo lidera com 39% da captação total, seguido por **Rio de Janeiro** (15%) e **Minas Gerais** (12%). Juntos, organizações com sede nos três Estados concetraram mais de 65% dos recursos captados no país.

Proponentes das regiões Norte e Nordeste continuam com baixa representação — vários deles com menos de 1% do volume total.

Esse cenário reforça o desafio de **descentralizar o acesso à LIE** e ampliar o suporte técnico e estratégico a proponentes de outras regiões.

A profissionalização da base proponente e o envolvimento de patrocinadores regionais serão decisivos para mudar esse quadro nos próximos ciclos.

MIDDLE MARKET LIE

Uma leitura estratégica sobre o mercado intermediário de patrocínios esportivos

Ao lado dos grandes incentivadores que concentram os maiores volumes de investimento via Lei de Incentivo ao Esporte, existe um universo menos visível — mas altamente relevante — de empresas que operam com aportes médios, regulares e estrategicamente direcionados.

Este segmento intermediário, que chamamos aqui de ***middle market***, reúne companhias que patrocinam entre R$300 mil e R$1 milhão no ano. São marcas com alto potencial de engajamento regional, aderência a projetos com foco social e abertura para novas narrativas.

Ao analisar o comportamento dessas empresas em 2024, identificamos padrões importantes de atuação por setor, localidade e perfil de projeto apoiado — além de oportunidades claras para expansão de parcerias e ativação de novos proponentes.

Em 2024, mais de 300 empresas realizaram aportes entre R$300 mil e R$1 milhão via Lei de Incentivo ao Esporte

Essas empresas representam uma parcela estratégica da captação total no ano.

O *middle market* se destaca por:

1. Alta diversidade setorial
2. Forte participação em projetos com **formato educacional (56%) e de rendimento (37%)**
3. Interesse crescente em modalidades de **formação, visibilidade nacional e impacto comunitário**

MIDDLE MARKET LIE
/ MAIORES PATROCINADORES /

Patrocinador	Valor patrocinado	
STARA S/A INDUSTRIA DE IMPLEMENTOS AGRICOLAS	R$	1.000.000,00
Sanchez Cano Ltda	R$	1.000.000,00
AZTRAZENECA DO BRASIL LTDA	R$	1.000.000,00
EUROFARMA LABORATORIOS S/A	R$	1.000.000,00
SAFRA VIDA E PREVIDENCIA SA	R$	991.000,00
CAIO - INDUCAR INDÚSTRIA E COMERCIO DE CARROCERIAS LTDA	R$	990.000,00
TICKET SOLUCOES HDFGT S/A	R$	988.896,00
Robert Bosch Limitada	R$	987.000,00
COLGATE PALMOLIVE COMERCIAL LTDA.	R$	985.299,00
Companhia Coreano Brasileira de Pelotização	R$	982.622,00
BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL BRDE	R$	980.075,38
SUL AMERICA COMPANHIA SEGURO SAUDE	R$	971.000,00
TERMINAL QUÍMICO DE ARATU S/A TEQUIMAR	R$	967.719,64
PRATI DONADUZZI SA	R$	960.000,00
3M Manaus Industria de Produtos Químicos Ltda	R$	958.000,00
MATTOS FILHO, VEIGA FILHO, MARREY JR. E QUIROGA ADVOGADOS	R$	956.000,00
NORTOX S/A	R$	950.000,00
XS4 Capitalização	R$	950.000,00
DROGARIA ARAUJO SA	R$	931.249,13
Maritima Saúde Seguros S/A	R$	929.605,00
Prolagos S.A. Concessionária de Serviços Públicos de Água e Esgoto	R$	927.350,54
VOLKSWAGEN DO BRASIL INDUSTRIA DE VEICULOS AUTOMOTORES LTDA	R$	917.145,76
GOOGLE CLOUD BRASIL COMPUTACAO E SERVICOS DE DADOS LTDA.	R$	913.629,83
Hospital Esperança S.A.	R$	911.000,00
COMPANHIA PAULISTA DE FORCA E LUZ	R$	908.300,00
ECORIOMINAS CONCESSIONÁRIA DE RODOVIAS S.A.	R$	903.496,28
BANCO BRADESCO BBI S.A.	R$	900.000,00
Empresa Gestora de Ativos S.A - Emgea	R$	900.000,00
BANCO BRADESCO SA	R$	900.000,00

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

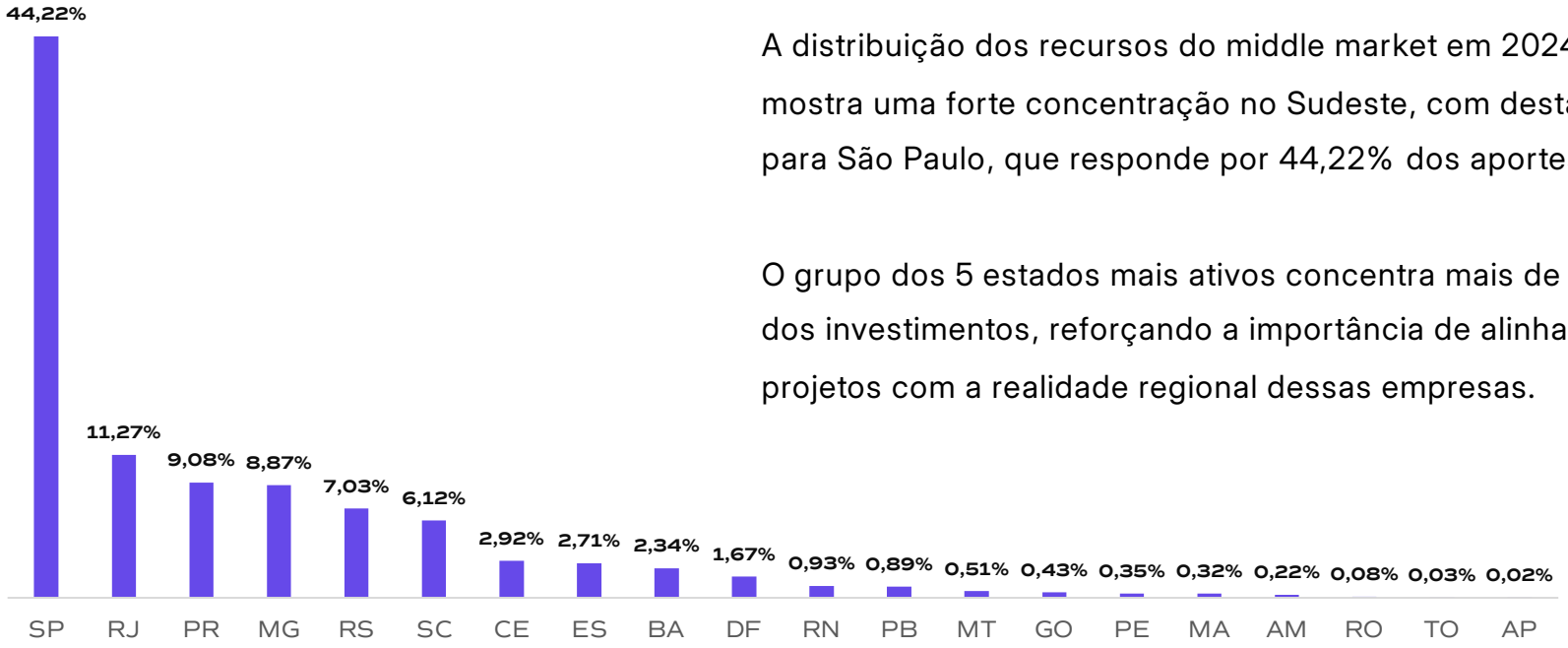
O recorte ao lado traz o topo do segmento intermediário de patrocinadores da Lei de Incentivo ao Esporte — empresas que aportaram entre R$ 900 mil e R$ 1 milhão em 2024. Trata-se de uma amostra das mais de 300 companhias que compõem o que chamamos de *middle market*: um grupo robusto, consistente e altamente relevante, ainda que menos visível no debate público sobre patrocínio incentivado.

Essas empresas, muitas delas de grande porte, não figuram necessariamente entre os nomes mais tradicionais do incentivo ao esporte, mas investem de forma recorrente, com aportes expressivos e alinhados a causas estratégicas. A atuação desse grupo mostra que o incentivo esportivo não está restrito aos grandes conglomerados ou às marcas mais conhecidas — e revela um caminho fértil para Parcerias que valorizam entregas concretas, impacto regional e vínculo com o território.

Entender esse segmento é essencial para ampliar as oportunidades de captação e reposicionar o esporte como uma frente de investimento com alto valor agregado.

MIDDLE MARKET LIE
/ DISTRIBUIÇÃO REGIONAL /

Distribuição regional dos recursos dos patrocinadores do *middle market* em 2024



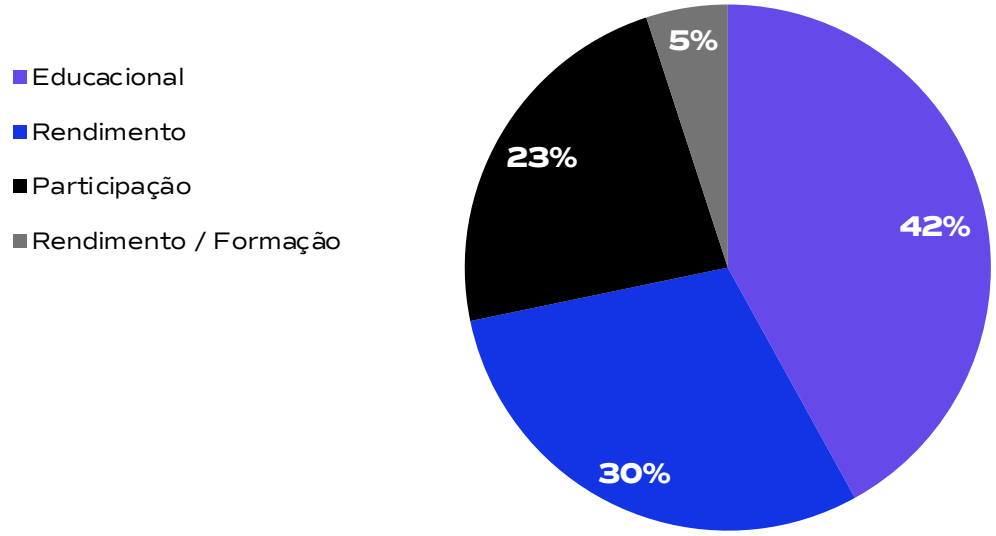
A distribuição dos recursos do middle market em 2024 mostra uma forte concentração no Sudeste, com destaque para São Paulo, que responde por 44,22% dos aportes.

O grupo dos 5 estados mais ativos concentra mais de 80% dos investimentos, reforçando a importância de alinhar os projetos com a realidade regional dessas empresas.

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

MIDDLE MARKET LIE / MANIFESTAÇÕES

Distribuição de recursos por manifestação do *middle market* LIE em 2024



O *middle market* da LIE em 2024 se dividiu principalmente entre projetos de manifestação educacional e de rendimento, que juntas representaram mais de 70% dos recursos investidos.

Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

PADRÕES E OPORTUNIDADES NA CAPTAÇÃO *VIA LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE*

A fotografia atual da captação via Lei de Incentivo ao Esporte revela tanto padrões consolidados quanto espaços ainda pouco explorados. O domínio do futebol e de proponentes concentrados no Sudeste permanece, mas já se percebe a ascensão de modalidades como **e-sports, skate e surfe**, indicando uma diversificação em curso — ainda longe de seu potencial pleno.

No campo dos patrocinadores, o recorte do *middle market* evidencia uma base sólida de empresas médias e grandes que atuam com consistência, mas pouca visibilidade. São mais de **300 empresas com aportes entre R$300 mil e R$1 milhão** — muitas delas fora do radar de proponentes e gestores de projeto, mas com histórico comprovado de investimentos via LIE.

Para empresas que desejam fortalecer vínculos regionais ou apoiar práticas esportivas com apelo entre públicos jovens, há espaço real de posicionamento. O mesmo vale para proponentes que estruturam sua entrega com **boa gestão, narrativa consistente e capacidade técnica comprovada** — especialmente na busca por parcerias com empresas que já testaram o mecanismo e demonstram apetite para escalar sua participação.

Este mapeamento permite uma leitura mais estratégica do ecossistema e convida à construção de novas conexões entre iniciativas qualificadas e investidores com potencial de longo prazo.

LEI ROUANET
DADOS DE 2024

2025

ATTITUDE·ESPORTIVA & ALTAMIRA

ROUANET 2024
/ GRANDES NÚMEROS

2,8 bilhões de reais investidos (versus 2,26 bi em 2023)

Mais de 5.400 patrocinadores (mil patrocinadores a mais que 2023)

Mais de 3.300 instituições beneficiadas (versus 2.508 em 2023)

4.900 projetos viabilizados (1.200 projetos a mais que 2023)

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

MAIORES PATROCINADORES VIA ROUANET EM 2024

Patrocinador	Valor investido
PETROLEO BRASILEIRO S A PETROBRAS	R$ 163.634.568,72
VALE S.A.	R$ 157.269.047,83
NU FINANCEIRA S.A. - SOCIEDADE DE CREDITO, FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO	R$ 111.763.075,23
SHELL BRASIL PETROLEO LTDA	R$ 82.500.000,00
Doação Pessoa Física	R$ 48.578.780,95
FIAT Automóveis S/A	R$ 32.100.000,00
BANCO DO BRASIL SA	R$ 29.076.133,20
Redecard S/A	R$ 27.891.315,00
Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo - SABESP	R$ 26.600.000,00
B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCAO	R$ 25.899.933,67
NOVA TRANSPORTADORA DO SUDESTE S/A - NTS	R$ 25.679.439,77
SALOBO METAIS S/A	R$ 24.659.729,00
BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E SOCIAL	R$ 21.267.580,15
TOYOTA DO BRASIL LTDA	R$ 21.104.902,37
AGENCIA ESPECIAL DE FINANCIAMENTO INDUSTRIAL FINAME	R$ 20.760.401,45
CSN MINERACAO S.A.	R$ 20.544.676,25
BB- Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.	R$ 19.841.632,31
BB Corretora de Seguros e Adm. Bens S.A.	R$ 17.499.648,06
TRANSPORTADORA ASSOCIADA DE GAS S.A. - TAG	R$ 17.253.678,64
Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração	R$ 16.826.000,00

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

A lista de maiores patrocinadores via Lei Rouanet em 2024 mostra a força de grandes empresas na sustentação do setor cultural.

Petrobras, **Vale**, **Nubank** e **Shell** ocupam as primeiras posições, com aportes acima de R$80 milhões. Além dessas, destaca-se a presença de instituições públicas e de capital misto como **BNDES**, **SABESP** e **Banco do Brasil**, que, assim como no esporte, reforçam o papel do Estado no financiamento da cultura.

A recorrência de marcas ligadas à energia, mineração, saneamento e serviços financeiros sinaliza os setores que mais estruturam estratégias de reputação institucional via incentivo fiscal.

Também chama atenção a participação relevante de **pessoas físicas**, que ultrapassaram os R$48 milhões em doações — um dado que indica o crescimento desse perfil de patrocinador.

MAIORES PROPONENTES VIA ROUANET EM 2024

Proponente	Valor recebido
MUSEU DE ARTE DE SAO PAULO ASSIS CHATEAUBRIAND - MASP	R$ 46.843.416,01
FUNDACAO ORQUESTRA SINFONICA DO ESTADO DE SAO PAULO - FUNDACAO OSESP	R$ 39.475.186,42
INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO E GESTAO - IDG	R$ 35.918.606,30
FUNDACAO ORQUESTRA SINFONICA BRASILEIRA	R$ 34.929.062,35
INSTITUTO VALE	R$ 31.300.000,00
INSTITUTO INHOTIM	R$ 31.159.175,99
Fundação Pe Anchieta Centro Paulista Rádio e TV Educativas	R$ 24.702.341,35
CASA FIAT DE CULTURA	R$ 22.752.219,12
FUNDACAO BIENAL DE SAO PAULO	R$ 22.010.199,64
INSTITUTO CULTURAL AMAZONIA DO AMANHA	R$ 21.290.005,00
ASSOCIACAO PRO-CULTURA E PROMOCAO DAS ARTES	R$ 20.087.337,60
INSTITUTO SAO PAULO DE ARTE E CULTURA	R$ 19.692.086,72
ELYSIUM SOCIEDADE CULTURAL	R$ 18.986.520,62
INSTITUTO ENSAIO ABERTO	R$ 18.900.000,00
ASSOCIACAO AMIGOS DO MUSEU NACIONAL - SAMN	R$ 17.489.496,31
ASSOCIACAO ORQUESTRA PRO MUSICA DO RIO DE JANEIRO	R$ 17.459.630,00
FUNDACAO DE APOIO AO MUSEU PAULISTA	R$ 16.309.328,34
FUNDACAO CSN PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL E A CONSTRUCAO DA CIDADANIA	R$ 16.202.162,00
ASSOCIACAO AS TEATRAIS	R$ 15.477.833,35
ASSOCIACAO DOS AM DO TEATRO MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO	R$ 15.013.800,00

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

Os dados de 2024 mostram uma forte concentração de recursos entre instituições culturais com grande estrutura e histórico consolidado.

MASP, **Fundação OSESP**, **IDG**, **Orquestra Sinfônica Brasileira** e **Instituto Inhotim** estão entre os principais captadores — todos com projetos de alto orçamento e recorrência anual.

A lista inclui museus, orquestras, fundações de apoio à arte e associações responsáveis por grandes equipamentos culturais, indicando o peso das instituições ancoradas no eixo SP–RJ.

Essa concentração reafirma a necessidade de equilíbrio entre sustentabilidade de grandes estruturas e estímulo a projetos de médio porte — especialmente os que atuam em territórios fora dos grandes centros culturais.

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

MAIORES PROJETOS VIA ROUANET EM 2024

Projeto	Valor recebido	
MASP 2024-2025 (Plano Bianual)	R$	46.843.416,01
Plano Bianual de Atividades e Temporada - Orquestra Sinfônica Brasileira - ANOS 2024 e 2025	R$	34.929.062,35
Plano Anual de Atividades OSESP 2025	R$	28.238.409,09
Plano Plurianual de Atividades e Manutenção do Instituto Inhotim - 2021/2024	R$	25.141.180,30
PLANO PLURIANUAL DE ATIVIDADES CULTURA - 2024 - 2027	R$	24.702.341,35
Plano Plurianual 2024 - 2027 - Fundação Bienal de São Paulo	R$	22.010.199,64
Bienal das Amazônias Plano Plurianual 2024-2025	R$	19.000.000,00
Plano Bianual da Orquestra Petrobras Sinfônica - 2024 e 2025	R$	17.459.630,00
MUSEU NACIONAL: restauração do Paço de São Cristóvão – segunda etapa	R$	17.275.653,26
PLANO TRIANUAL DE ATIVIDADES GAROTO CIDADÃO 2025 2026 2027	R$	16.162.162,00
PLANO ANUAL DAS ATIVIDADES DO THEATRO MUNICIPAL DO RJ	R$	15.013.800,00
Plano Plurianual de Atividades Orquestra Ouro Preto 2024-2026	R$	14.969.000,00
Restauro do Palacete Tira-Chapéu - Etapa 2: uso e adaptação do patrimônio histórico	R$	13.188.351,36
Plano Trianual do Museu do Amanhà2025-2027	R$	13.070.000,00
ARMAZÉM DA UTOPIA - RESTAURO, REFORMA E CONSTRUÇÃO	R$	12.900.000,00
PLANO BIANUAL DE ATIVIDADES – MUSEU PAULISTA 2025 - 2026	R$	11.721.000,01
Museu-Parque Usina Maurício - Adequação física, nova expografia, museologia e conexos - Fase 2 - execução	R$	10.211.500,00
PLANO ANUAL ARTIUM DE CULTURA 2024	R$	10.150.000,00
Orquestra Filarmônica de Minas Gerais – Plano Bianual 2024/2025	R$	10.043.567,92
Nova Expografia - Memorial Minas Gerais Vale	R$	10.000.000,00

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

Os projetos com mais captação via Lei Rouanet em 2024 reforçam o perfil institucional e de grande porte da captação no setor cultural.

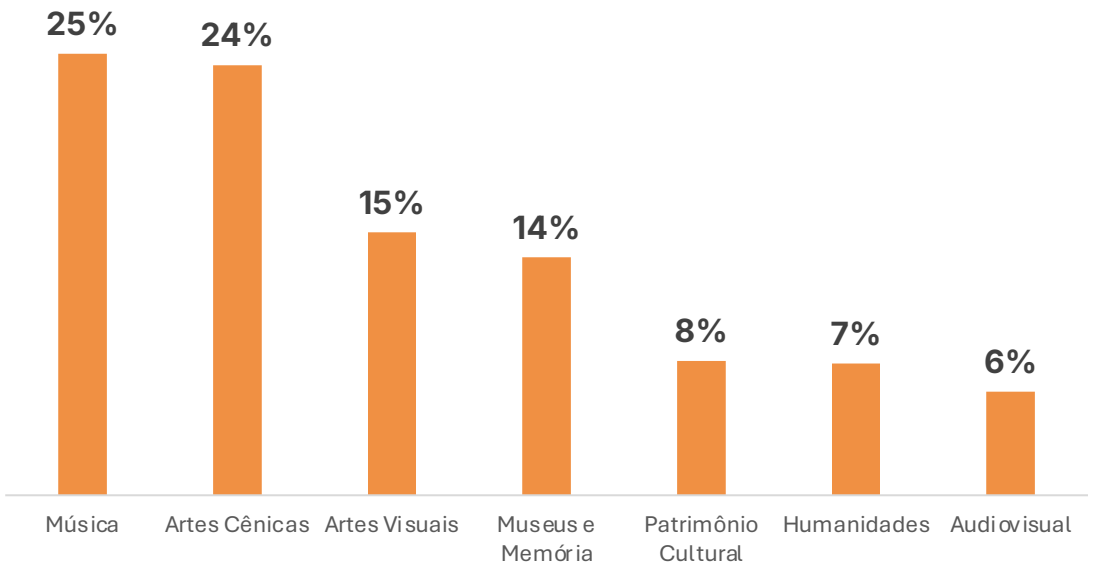
Planos plurianuais de museus, fundações e orquestras dominam a lista, com destaque para o **MASP**, **Inhotim**, **OSESP**, **Fundação Bienal de São Paulo** e **Orquestra Sinfônica Brasileira**, todos com projetos acima de R$15 milhões.

Chamam atenção também iniciativas de restauração e requalificação de equipamentos históricos, como o **Museu Nacional e** o **Paço de São Cristóvão,** que demandam altos volumes e envolvem articulação técnica com políticas de patrimônio.

Esse recorte evidencia o uso da Rouanet como ferramenta de sustentação de grandes instituições culturais, mas também reforça o desafio de ampliar a visibilidade e a viabilidade de projetos menores e de perfil independente.

ÁREAS CULTURAIS

Distribuição de recursos por área cultural dos projetos via Lei Rouanet em 2024



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

Em 2024, os projetos de **Música** e **Artes Cênicas** lideraram a captação via Lei Rouanet, representando juntos quase 50% do total investido. Em seguida aparecem as **Artes Visuais** e os projetos de **Museus e Memória**, com participação relevante no cenário nacional.

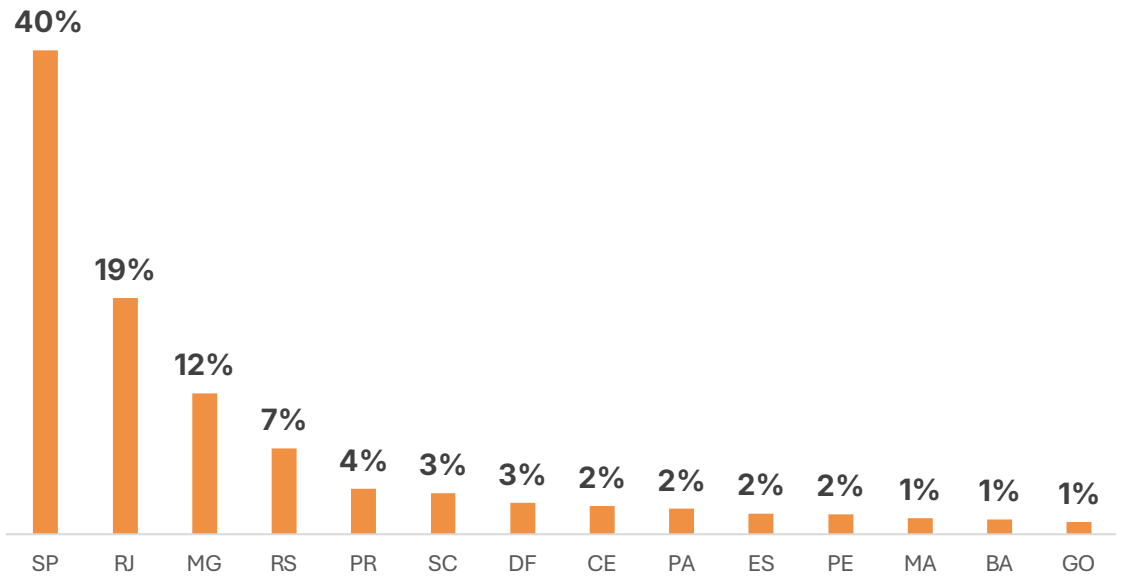
O dado reforça o peso das expressões culturais de palco e performance no interesse dos patrocinadores — áreas que normalmente combinam capilaridade, visibilidade e execução recorrente.

Por outro lado, segmentos como **Patrimônio Cultural**, **Humanidades** e **Audiovisual** aparecem com menor participação, sinalizando possíveis campos de estímulo para quem busca posicionamento de marca fora dos eixos mais tradicionais.

Esse retrato ajuda a entender onde estão as maiores disputas por recurso — e onde ainda há espaço para crescer.

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL

Distribuição de recursos por Estado dos proponentes via Lei Rouanet em 2024



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

AM, MT, PB, SE, RO, RN, PI, MS, AL, AP, TO, AC, RR não estão listados por terem menos de 1% do total da captação

A concentração dos proponentes na Lei Rouanet segue fortemente centralizada em instituições com sede no Sudeste.

Proponentes de São Paulo representaram 40% da captação de recursos, seguido por **Rio de Janeiro** (19%) e **Minas Gerais** (12%). Juntos, esses três estados concentram mais de 70% da captação nacional.

Os Estados do Amazonas, Mato Grosso, Paraíba, Sergipe, Rondônia, Rio Grande do Norte, Piauí, Mato Grosso do Sul, Alagoas, Amapá, Tocantins, Acre e Roraima ficaram fora do gráfico por não atingirem sequer 1% da captação.

Esse desequilíbrio regional evidencia um gargalo estrutural: embora a Lei seja nacional, o acesso ainda depende fortemente de capacidade técnica, redes de apoio e estrutura organizacional — fatores que permanecem mais presentes nos grandes centros culturais e econômicos do país.

MIDDLE MARKET ROUANET

Uma fotografia estratégica dos patrocinadores intermediários

Mais de 700 empresas investiram entre R$300 mil e 1 milhão de reais via Lei Rouanet em 2024. Esse grupo compõe o middle market Rouanet: patrocinadores ativos, com recorrência de aportes e potencial de crescimento, mas que ainda operam com menor visibilidade pública em comparação aos grandes patrocinadores tradicionais.

A distribuição dos recursos segue padrões conhecidos da economia criativa nacional — com concentração em São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul —, mas também revela oportunidades em estados menos visados, como o Ceará, Espírito Santo e Goiás.

Os dados por área cultural mostram forte presença em Artes Cênicas e Música, além de avanços em projetos ligados memória e humanidades. Já a diversidade de segmentos apoiados indica abertura para formatos menos tradicionais, o que amplia as possibilidades de sinergia com projetos bem estruturados.

Essa camada intermediária do mercado é essencial para ampliar a base de patrocínios no país e deve ser olhada com atenção por proponentes que buscam construir relações comerciais mais duradouras com empresas alinhadas a causas culturais e valores institucionais sólidos.

MIDDLE MARKET ROUANET / MAIORES PATROCINADORES

Patrocinador	Valor patrocinado	
LCM CONSTRUCAO E COMERCIO S.A	R$	1.000.000,00
SH Formas Andaimes e Escoramentos Ltda.	R$	1.000.000,00
VICUNHA ACOS S/A.	R$	1.000.000,00
HNK BR BEBIDAS LTDA.	R$	1.000.000,00
TAM Linhas Aéreas S/A	R$	1.000.000,00
Instituto de Patologia Clínica H. Pardini Ltda	R$	1.000.000,00
MACEDO KOERICH S.A	R$	1.000.000,00
Companhia DPaschoal de Participações	R$	1.000.000,00
Bayer S/A	R$	1.000.000,00
Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes	R$	1.000.000,00
Agora Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S/A.	R$	1.000.000,00
C & A Modas Ltda	R$	999.652,50
Sohovos Industrial Ltda	R$	998.664,82
Brasal Refrigerantes S.A	R$	994.832,00
SERGIO BERMUDES ADVOGADOS	R$	990.000,00
AUTORIDADE PORTUARIA DE SANTOS S.A.	R$	986.029,64
Tegma Gestão Logística Ltda.	R$	984.300,00
Atlas Industria de Eletrodomésticos Ltda.	R$	983.442,93
COMPAR COMPANHIA PARAENSE DE REFRIGERANTES	R$	980.297,69
Dicave Gartner Cat de Veículos Ltda.	R$	977.500,00
Queiroz Galvão Exploração e Produção S.A.	R$	975.000,00
Usina Colombo S/A - Açucar e Álcool	R$	974.392,31
EMPRESA BRASILEIRA DE TECNOLOGIA E ADMINISTRACAO DE CARTOES BHOA LTDA	R$	972.253,00
Companhia Portuária Baía de Sepetiba	R$	970.010,00
UNIDOCK'S ASSESSORIA E LOGISTICA DE MATERIAIS LTDA	R$	969.888,32
WHITE MARTINS GASES INDUSTRIAIS DO NORTE LTDA.	R$	959.387,00
CONDOR SUPER CENTER LTDA	R$	958.000,00
VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA	R$	956.635,91
Tecon Suape S/A	R$	954.034,23
FEAA PARTICIPACOES LTDA	R$	952.613,37

Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

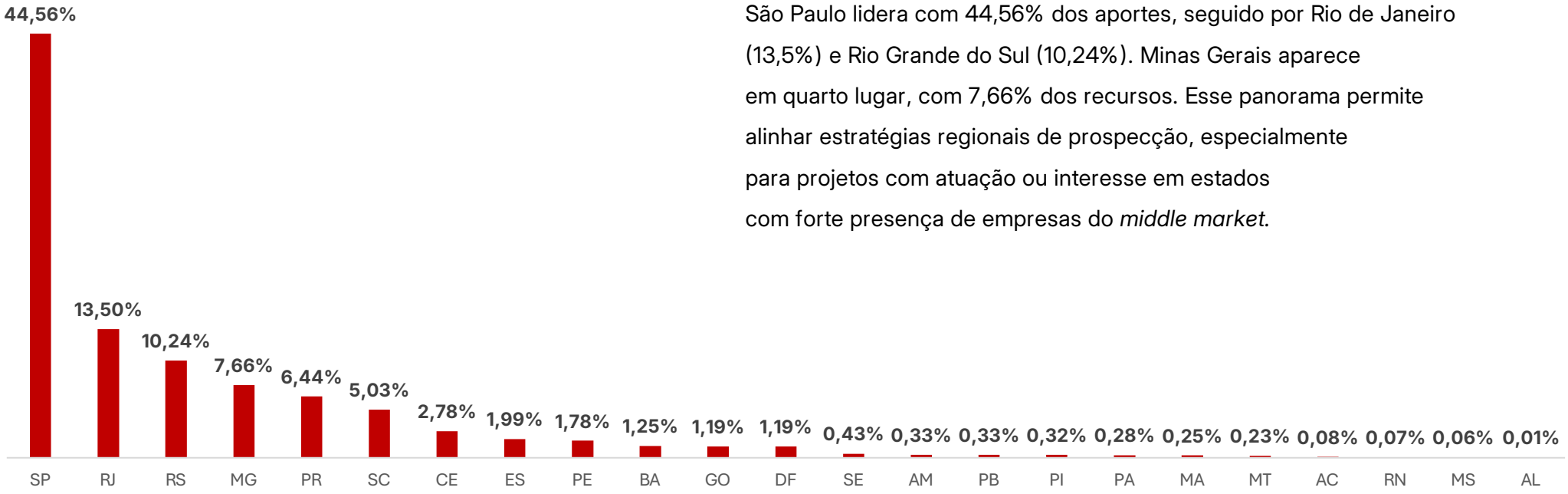
A lista ao lado reúne algumas das empresas que mais investiram entre R$ 950 mil e R$ 1 milhão via Lei Rouanet em 2024 — o topo do que consideramos o *middle market* da cultura incentivada.

Nem todas as marcas dessa lista figuram entre os nomes mais conhecidos do grande público no patrocínio cultural, mas se destacam pelo volume e constância dos aportes. São, em sua maioria, empresas com presença nacional ou regional consolidada, que operam em setores estratégicos como alimentos, logística, energia, jurídico e infraestrutura.

Esse recorte ajuda a revelar um segmento relevante, mas pouco visado pelas estratégias tradicionais de captação. É uma camada que movimenta centenas de milhões de reais anualmente e que pode representar oportunidades concretas para proponentes que apresentem propostas bem alinhadas às agendas institucionais dessas empresas.

MIDDLE MARKET ROUANET / DISTRIBUIÇÃO REGIONAL

Distribuição regional dos recursos dos patrocinadores do *middle market* Rouanet em 2024



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

A concentração geográfica dos recursos do *middle market* reflete o eixo tradicional da economia e da cultura no país.

São Paulo lidera com 44,56% dos aportes, seguido por Rio de Janeiro (13,5%) e Rio Grande do Sul (10,24%). Minas Gerais aparece em quarto lugar, com 7,66% dos recursos. Esse panorama permite alinhar estratégias regionais de prospecção, especialmente para projetos com atuação ou interesse em estados com forte presença de empresas do *middle market*.

MIDDLE MARKET ROUANET / ÁREA CULTURAL

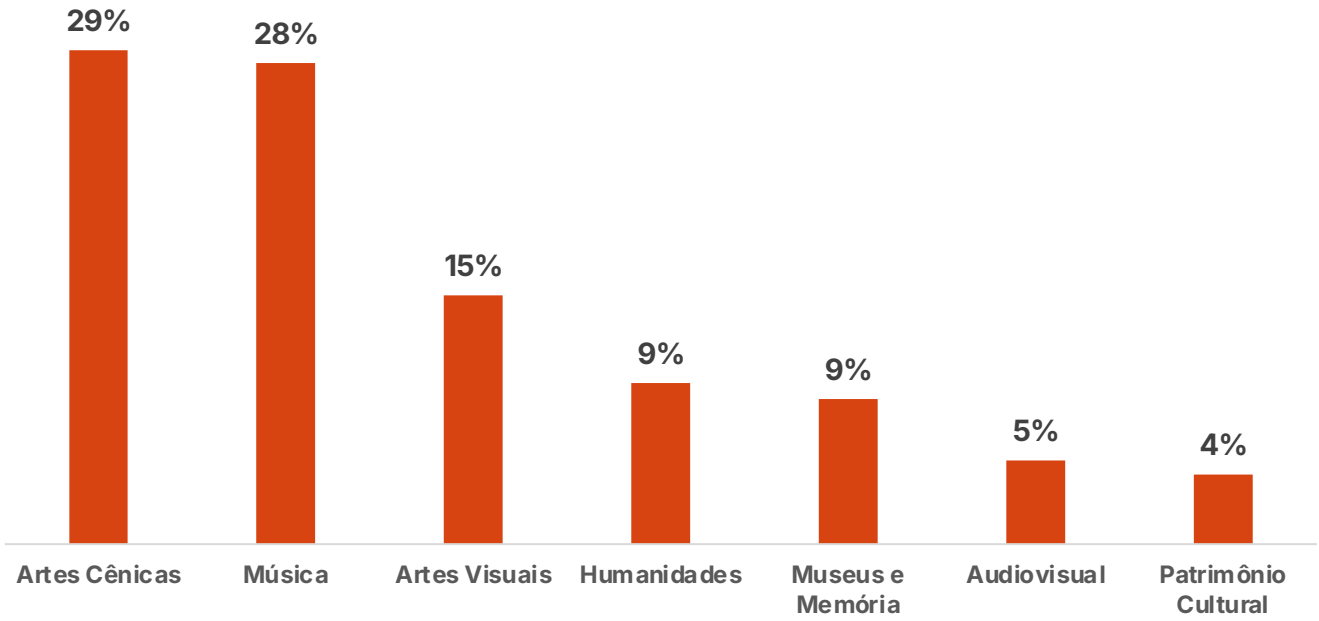
As áreas de Artes Cênicas (29%) e Música (28%) concentram mais da metade dos recursos do *middle market* Rouanet em 2024.

Esse padrão reforça a preferência do segmento por projetos com potencial de visibilidade pública, presença em territórios e atuação direta com público.

Na sequência, destacam-se Artes Visuais (15%), Humanidades (9%) e Museus e Memória (9%), áreas associadas a projetos formativos, expositivos ou de caráter institucional, com crescente interesse entre patrocinadores médios.

Esse panorama é fundamental para qualificar a aderência entre os projetos do proponente e as tendências reais de investimento observadas nesse grupo.

Distribuição por área cultural dos recursos dos patrocinadores do *middle market* Rouanet em 2024



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

OPORTUNIDADES NA LEI ROUANET

A análise dos dados de 2024 mostra que a Rouanet continua fortemente ancorada em grandes projetos e instituições do eixo SP–RJ. Isso abre espaço para uma agenda de parcerias que busque justamente o oposto:

- projetos de **médio porte**,
- atuação **fora dos grandes centros**,
- e temas com maior **aderência regional ou comunitária**.

Para empresas que ainda não utilizam o mecanismo, essa pode ser uma porta de entrada estratégica, com menor concorrência e alto potencial de visibilidade local.

Já para proponentes, o dado reforça a importância de construir projetos bem estruturados, com narrativas claras, gestão confiável e planejamento de comunicação — diferenciais que ajudam a disputar a atenção de patrocinadores já ativos.

ROUANET X LIE

Apesar das diferenças estruturais entre os mecanismos — como ministério responsável, tipologia de projetos e critérios técnicos — os dados de 2024 mostram padrões semelhantes em três pontos-chave:

- **concentração de recursos em grandes instituições,**
- **distribuição geográfica restrita aos principais centros econômicos,**
- **alta dependência da captação nos últimos dois meses do ano.**

/ COMPARATIVO DIRETO / 2024 /

Número de patrocinadores:
- LIE: 2.600
- Rouanet: 5.400

Volume total captado:
- LIE: R$ 1,14 bilhão
- Rouanet: R$ 2,26 bilhões

Projetos executados:
- LIE: 2.442
- Rouanet: 3.690

LINHA DO TEMPO DO INVESTIMENTO

QUANDO OS APORTES SÃO REALIZADOS

LINHAS DO TEMPO DE CAPTAÇÃO 2024
/ LIE E ROUANET /

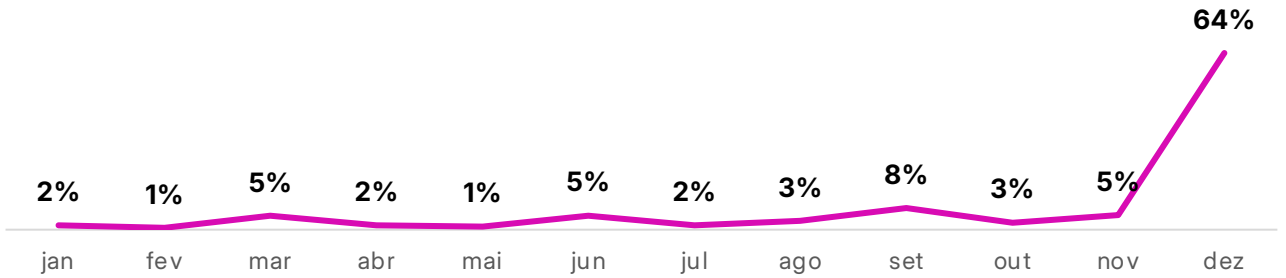
Tanto na LIE quanto na Rouanet, os aportes continuam fortemente concentrados no último no mês do ano, que concentrou 64% da captação na LIE e 50% na Rouanet.

Esse comportamento reafirma o padrão histórico de mobilização tardia dos patrocinadores, motivada pela dinâmica do Imposto de Renda e pelo fechamento do exercício fiscal.

Para proponentes, isso exige planejamento comercial antecipado, capacidade de negociação ao longo do ano e atenção especial à reta final. Já para patrocinadores, o desafio está em avaliar com antecedência os projetos e garantir que a destinação seja estratégica — e não apenas operacional.

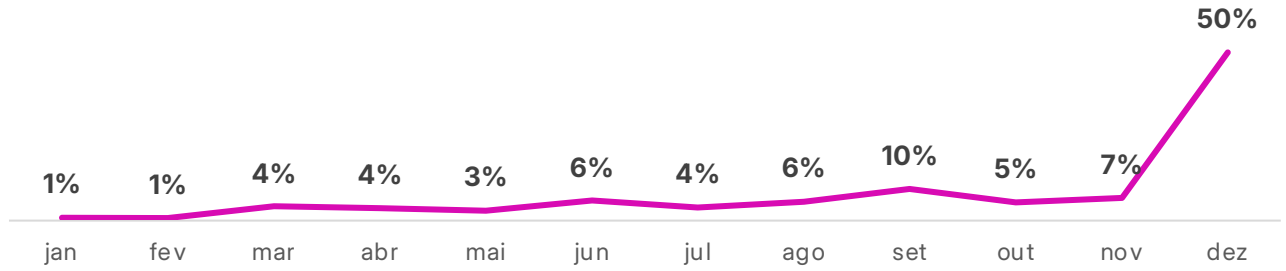
Uma atuação bem coordenada nesses períodos críticos pode ser o diferencial entre captar e ficar para o ano seguinte.

Distribuição temporal dos recursos via Lei de Incentivo ao Esporte em 2024



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

Distribuição temporal dos recursos via Lei Rouanet em 2024



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

LINHAS DO TEMPO DE CAPTAÇÃO 2024 / *LIE E ROUANET / MIDDLE MARKET*

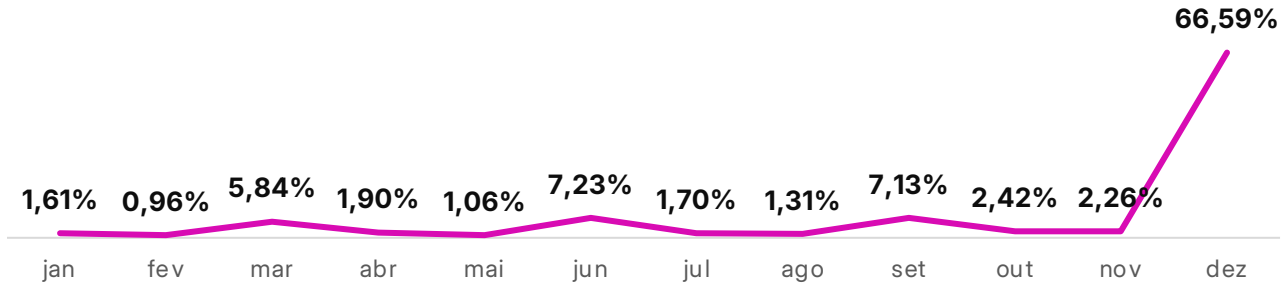
Em ambas as leis, o padrão de concentração no último mês do ano se repete também no *middle market*.

No caso da LIE, **69,8%** dos aportes entre empresas que investiram de R$300 mil a R$1 milhão aconteceram em dezembro. Na Rouanet, **63%** desse mesmo perfil de empresas também concentraram seus aportes no último mês do ano.

O dado reforça que, mesmo entre as empresas menos visíveis, o comportamento segue o ciclo fiscal — com decisões tomadas no fim do ano.

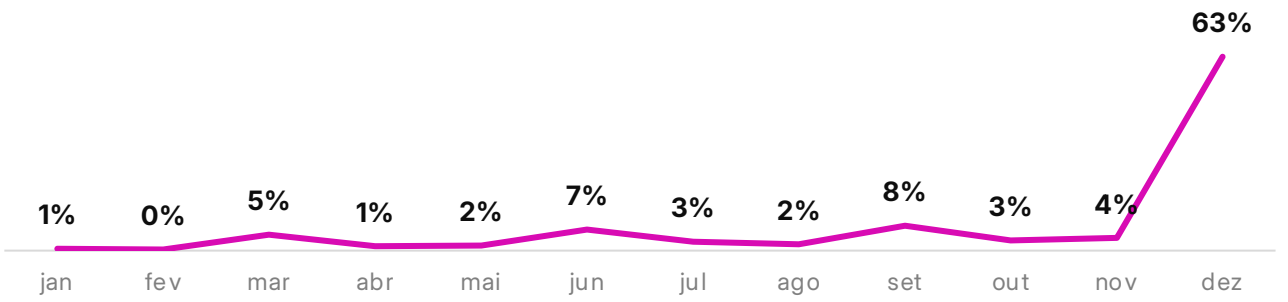
Para quem atua nesse segmento, isso evidenciaa importância de estar posicionado ao longo de todo o ano, com projetos acessíveisve comunicação clara. Já para patrocinadores, pode ser uma oportunidade de estruturar melhor o uso do incentivo, ampliando o impacto da estratégia com escolhas mais planejadas.

Distribuição temporal dos recursos do *middle market* LIE



Fonte: Dados do Ministério do Esporte com análises da agência

Distribuição temporal dos recursos do *middle market* Rouanet



Fonte: Dados do Ministério da Cultura com análises da agência

/ CONCLUSÕES /

ANÁLISE FINAL

As Leis de Incentivo são sendo caminhos para empresas que desejam alinhar marca, impacto e reputação. Há espaço para ir além do benefício fiscal, integrando essas ações às agendas de ESG, engajamento institucional e relacionamento com territórios e públicos específicos.

Para os proponentes, o desafio não é apenas ter bons projetos, mas saber organizá-los, comunicá-los e apresentá-los com clareza. Estratégia comercial, constância e profissionalismo fazem diferença direta no sucesso da captação.

Nesse cenário, o ***middle market*** — empresas que investem de R$300 mil a R$1 milhão representam uma fronteira concreta de expansão.

Agências especializadas têm papel central nesse processo: estruturando a comunicação, ativando os patrocínios com inteligência e conectando boas iniciativas a quem pode financiá-las.

Por fim, o recado é simples: investir em cultura e esporte é contribuir de forma prática para um país mais ativo, criativo e equilibrado.

AGÊNCIA ALTAMIRA & ATTITUDE ESPORTIVA

> A Altamira e Attitude Esportiva reúnem duas décadas de atuação em comunicação estratégica, projetos incentivados e leitura inteligente de dados públicos.

/ Atuamos em duas frentes complementares /

Para empresas patrocinadoras, oferecemos um processo consultivo com curadoria de projetos, análises por setor e apoio na comunicação do investimento — ajudando a transformar aportes incentivados em posicionamento institucional concreto.

Para proponentes, entregamos comunicação, estruturação e estratégia comercial com foco em profissionalização e resultado — usando dados, metodologia e criatividade para viabilizar bons projetos.

Somos promotores comerciais por meio da comunicação. Nosso trabalho é conectar — com método, clareza e inteligência — projetos que fazem sentido para quem investe e para quem realiza.

A inteligência artificial está presente em todo o processo: cruzamos dados públicos, interpretamos movimentações do mercado e criamos materiais sob medida para tomada de decisão rápida e segura.

/ ORGANIZAMOS, INTERPRETAMOS E ENTREGAMOS /

QUEM SOMOS E COMO ATUAMOS

Somos uma agência de comunicação com foco em geração de negócios.
Nosso trabalho conecta projetos culturais e esportivos a empresas interessadas em investir com estratégia, visão e resultado.

/ ATUAMOS EM DUAS FRENTES COMPLEMENTARES /

- **Núcleo & Liga**: plataformas especializadas em qualificar a captação de recursos via leis de incentivo, com foco em proponentes estruturados e na ativação de um mercado intermediário com potencial de crescimento.
- **Comunicação para marcas:** oferecemos inteligência em comunicação, conteúdo, branding, design e mídia para empresas que buscam estruturar sua atuação institucional ou para geração de oportunidades de negócio.

Nosso diferencial está na junção entre inteligência em negócios e inteligência em comunicação.

GERAMOS NEGÓCIOS

- **CURADORIA ATIVA E PERSONALIZADA**: mapeamos sinergias reais entre marcas e projetos, com base em dados setoriais, análises e contexto de atuação.
- **ABORDAGEM CONSULTIVA E CONTÍNUA**: acompanhamos cada etapa — do planejamento à entrega — com visão estratégica e foco em relacionamento.
- **GERAÇÃO DE NEGÓCIOS COM MÉTODO**: ativamos mercados com foco em empresas que já utilizam mecanismos de incentivo.
- **COMUNICAÇÃO ORIENTADA A PROPÓSITO**: transformamos patrocínios em plataformas consistentes de conteúdo, visibilidade e vínculo.

COM MUITA COMUNICAÇÃO!

/ PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO /

Definimos diretrizes de marca, público-alvo e posicionamento para alcançar resultados consistentes.

/ CONTEÚDO E CRIAÇÃO /

Desenvolvemos campanhas, narrativas e visuais que conectam com verdade, propósito e impacto.

/ GESTÃO DE CANAIS /

Cuidamos da presença digital — redes sociais, newsletters, sites
e outras plataformas — com constância e inteligência.

/ DESENVOLVIMENTO WEB /

Criamos sites funcionais e com design sob medida para projetos, instituições e negócios.

/ ASSESSORIA DE IMPRENSA /

Articulamos presença em mídia espontânea e fortalecemos reputação institucional e de lideranças.

FAZEMOS COMUNICAÇÃO COM CONSCIÊNCIA, CONTEXTO E RESULTADO.

QUER TRANSFORMAR PATROCÍNIOS EM ESTRATÉGIA INSTITUCIONAL?

Ou estruturar melhor seus projetos para atrair investidores?

Conheça o ***Núcleo*** e a ***Liga*** — nossos programas conectam marcas e projetos culturais e esportivos com base em dados, curadoria estratégica e inteligência de comunicação.

Já estamos construindo a edição 2026.

Fale com a gente e vamos ampliar o alcance da cultura e do esporte no país.

ALTAMIRA

agenciaaltamira.com

contact@agenciaaltamira.com

ATTITUDE·ESPORTIVA

attitudeesportiva.com

contato@attitudeesportiva.com

PANORAMA NACIONAL DOS INCENTIVOS À CULTURA E AO ESPORTE / 2025

O que os dados de 2024 revelam sobre oportunidades estratégicas, recorrência de patrocínios e o papel do mercado de patrocinadores intermediários

JULHO / 2025

ATTITUDE·ESPORTIVA & ALTAMIRA