



Processo Número: 12610020.001521/2021-15

Assunto: Contratação de Ferramenta de Inteligência de Dados

TERMO DE INAPLICABILIDADE DE LICITAÇÃO

Nº 21/2021

FORO: Fica eleito o foro da Comarca de Natal/RN, para dirimir quaisquer questões relacionadas a esta Inaplicabilidade de Licitação, não resolvidas pelos meios administrativos.

OBJETO: Este instrumento define as regras e necessidades para a contratação de uma ferramenta de inteligência de dados que permita gerar insights a partir das informações que o Big Data pode revelar sobre o comportamento do viajante, a partir das jornadas de viagem completas; ponto-a-ponto, desde origem, passando por aeroportos de conexão. É imprescindível que permita a criação de relatórios sobre as tendências com uso de fontes confiáveis do setor, para entender onde promover os produtos, a evolução quantitativa das rotas aéreas, monitorar o impacto de eventos inesperados em viagens e reservas com dados atualizados em uma janela mais curta possível e o cenário competitivo geral.

- Características da solução
 1. Fonte de dados: As passagens reservadas globalmente, diretamente com as companhias aéreas e por meio de agências de viagens, que contam com os principais Sistemas de Distribuição Global (GDSs). Os Global Distribution Systems (GDS) capturam dados de reservas de agentes de viagens tradicionais e de agências de viagens online, fornecendo assim informações sobre uma grande parcela do mercado aéreo global. No entanto, os viajantes agora estão cada vez mais reservando suas viagens diretamente com as companhias aéreas e, à medida que as companhias aéreas adotam cada vez mais "estratégias de varejo", essa tendência de reserva direta só vai se intensificar. Nesse sentido, é um diferencial importante a utilização de uma ferramenta que tenha acesso a dados gerados nas transações realizadas diretamente com as Cias Aéreas.
 2. Ofereça painéis de visualização de dados em formato BI para navegação
 3. Oferecer API para integração com o SIRIO (Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte).
 4. Frequência de atualização: Mensal
 5. Granularidade de tempo: Diária, semanal, mensal e trimestral.
 6. Oferecer um painel de dados, atualizado constantemente, com base em passagens aéreas reais (números absolutos) e com alta cobertura global (Cia aéreas e agências), que disponha os seguintes indicadores;
 7. Série histórica de bilhetes vendidos;

8. Quantidade de desembarques realizados;
9. Evolução das reservas;
10. Mercados emissores (país, cidade e aeroporto);
11. Duração da estadia;
12. Passageiros por reservas;
13. Perfil dos passageiros;
14. Itinerário (com pontos de conexão);
15. Maturidade;
16. Antecedência da reserva;
17. Reservas atuais para datas futuras;
18. Assentos reservados para os próximos meses;
19. Os principais emissores (país, cidade e aeroporto), as principais cias aéreas;
20. Informação comparável com períodos anteriores (MoM e YoY)
21. Geração de relatórios em .Xlms

JUSTIFICATIVA: O Big Data, por meio de sua capacidade de coleta, processamento e organização de grande volume de dados, auxiliam as organizações de turismo dando suporte a tomada de decisão baseada em evidências. Isso inclui a capacidade de antecipar e conhecer a demanda futura com mais precisão, otimizar os recursos, direcionar o marketing com mais precisão e melhorar a experiência do visitante.

Mais especificamente, o Big Data pode ajudar a identificar as principais tendências existentes entre seu público, onde estão as semelhanças e quais são as melhores oportunidades de marketing. Também pode ajudar a identificar os principais mercados (origem) e quando o marketing é mais relevante para o público. Esses dados podem ser adquiridos de várias fontes.

Como resultado da pandemia, as mudanças repentinas significam que organizações de promoções de destino e as empresas precisam repensar não apenas a demanda esperada para 2020, mas também suas estratégias modelos de negócios de longo prazo e, para isso, requerem o uso de novos dados, de fontes que não sejam dependentes de séries históricas. Isso terá implicações nos modelos que os destinos adotam e no impacto econômico, social e ambiental que geram.

A própria Organização Mundial do Turismo (UNWTO) sugere que sejam feitos investimentos em sistemas de dados e de inteligência para monitorar o comportamento, antecipar tendências e ajustar os produtos e estratégia de marketing. Outras recomendações inclui buscar parcerias relevantes e compartilhar essas informações com o setor, e, abraçar a transformação digital.

No mercado de viagens e turismo, há fatores que dificultam a assertividade das ações, posto que os clientes em potencial são diversos, em perfil, origem e preferências, ademais, podem se comportar de forma muito particular e imprevisível, o que implica em grande volume de cenários e possibilidades. Deste modo, nesse contexto, é recomendado que as autoridades governamentais de turismo desenvolvam suas estatísticas a partir de fontes mistas, combinando pesquisas e Big Data.

Organizações de marketing de destino e turismo, como a EMPROTUR, exigem inteligência confiável e em tempo real para determinar o comportamento e as tendências do viajante com bastante antecedência. Eles precisam entender quando e onde os viajantes estarão visitando, para poder prever que tipo de impacto econômico e ambiental isso terá sobre seus recursos locais e quais novas oportunidades existem.

Nesse cenário, algumas variáveis são fundamentais para o planejamento, a execução e o monitoramento dos resultados das ações de marketing e promoção; A busca por voos, a capacidade de assentos que conectam os mercados de origem ao destino, e, a quantidade de reservas atuais, são métricas de grande valor para o acompanhamento das tendências, projeção de demanda, identificação de segmentos

de mercado e aferição de desempenho. O fluxo de turistas por transporte aéreo, por sua vez, como principal modal no desenvolvimento do Turismo, representa apelo justificável para receber essa atenção devido ao seu volume.

Por fim, é importante destacar que neste ano de 2021 foi lançado o SIRIO, o Sistema de Inteligência Turística do Rio Grande do Norte, através de investimentos feitos pelo Governo do Estado do Rio Grande do Norte em iniciativa desenvolvida pela Emprotur. Nesse sentido, essa contratação visa da mais robustez ao SIRIO, ao enriquecer sua base de dados, e, conseqüentemente permitindo que se preste um serviço ainda mais completo as partes interessadas que utilizam este recurso.

Pelo exposto, demonstra-se necessário a contratação de ferramenta de inteligência de dados.

Resultados esperados:

Otimizar o marketing e o planejamento:

- Mediante conhecimento do comportamento da demanda e dos corredores de viagens;
- Identificar oportunidades de rotas pouco atendidas para propor alianças estratégicas; com Cias aéreas;
- Se preparar para mudanças eventuais nos corredores de vôos e na distribuição da malha aérea;
- Reagir prontamente a mudanças súbitas;
- Dados para subsidiar decisões e embasar solicitações diversas.

Avaliação de desempenho:

- Comparar o desempenho do destino em relação aos mercados de origem, com base no histórico passado e chegadas futuras;
- Dispor de dados de chegadas de passageiros, que são indispensáveis no cálculo do fluxo total de turistas no Estado;
- Dispor de dados de movimentação de aeronaves, que permitem o monitoramento das cias aéreas em assuntos que envolvem acordos de incentivo e contrapartidas;

Público que será Impactado

Com a utilização da ferramenta de inteligência de dados, as informações e relatórios gerados a partir espera-se impactar diversos públicos ligados ao turismo do Rio Grande do Norte, dentro e fora da instituição.

Os outputs provenientes da ferramenta irão subsidiar o trabalho das equipes de Marketing da EMPROTUR e seus gestores, a SETUR-RN, e por, conseqüência todos que fazem parte de ambas estruturas governamentais, que considerem os dados e relatórios gerados pela plataforma relevantes para alguma finalidade. Espera-se também que com o compartilhamento dos relatórios com o trade turístico do RN e gestores públicos do turismo nos municípios, possa repercutir positivamente na definição e ajustes das suas estratégias.

VALOR GLOBAL: R\$ 110.000,00 (cento e dez mil reais);

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA

De acordo com o Plano Orçamento Anual, está previsto na proposta orçamentária para o exercício de 2021, o valor Orçamentário e Financeiro à conta da dotação abaixo discriminada.

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 307401 - Implementação do observatório do turismo;

Elemento de Despesa: 33.90.39.57 - Serviço de processamento de dados;

Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties;

Valor: R\$ 110.000,00 (cento e dez mil reais);

FUNDAMENTO LEGAL: o art. 28, §3º, inciso I da Lei 13.303 de 30 de junho de 2016 (Estatuto das Estatais) e em consonância com o Regulamento Interno de Licitações – RILCOP.

GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL: A Gestão do Contrato será realizada pela Subgerência de Articulação e Pesquisas da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização o empregado público ANDERSON LEONARDO SEABRA DE CASTRO, matrícula nº 226.559-1, ocupante do cargo de Subgerente de Articulação e Pesquisas, e-mail: emproturbi@gmail.com conforme preconiza o art. 199 e seguintes do [RILCOP/EMPROTUR](#)

CONTRATANTE: Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A – EMPROTUR – CNPJ 10.202.792/0001-30.

CONTRATADA: : **FORWARD DATA, S.L.**, pessoa coletiva nº. ES B65284127, com sede em Paseo Almeida, 48-B 1-2, 46023, Valência, Espanha.

Natal/RN, 01 de dezembro de 2021.

(Assinado Eletronicamente)
RAFAEL VARELLA GOMES DA COSTA
Diretor Vice Presidente



Documento assinado eletronicamente por **RAFAEL VARELLA GOMES DA COSTA, Diretor Vice-Presidente**, em 02/12/2021, às 08:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º do [Decreto nº 27.685, de 30 de janeiro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.rn.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **12236262** e o código CRC **E45DEF3D**.

