



Processo Número: 12610020.001646/2021-37

Assunto: Contratação de campanha de marketing cooperado - Viajanet.com

TERMO DE INAPLICABILIDADE DE LICITAÇÃO

Nº 22/2021

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: Contratação da ViajaNet.com, para execução de campanha de marketing cooperativo com o objetivo de promover os produtos do Rio Grande do Norte, conectar e fortalecer o relacionamento entre o mercado. Onde a realização dessa campanha corrobora com as ações estratégicas de marketing e inteligência da EMPROTUR, deixando um legado de desenvolvimento econômico para o Estado e auxiliando na retomada do turismo.

JUSTIFICATIVA: Com o objetivo de auxiliar na retomada do turismo no Rio Grande do Norte, a execução de campanha de marketing cooperativo é uma ótima estratégia de marketing, prevista para acontecer no período entre Janeiro e Abril de 2022, com duração de 60 dias, a depender da finalização e aprovação das peças de marketing.

Colocando a promoção do turismo como atividade econômica estratégica para a geração de emprego e renda, além do desenvolvimento. Cabe a esta pasta, também, planejar, coordenar, implementar, acompanhar e avaliar as políticas de promoção do turismo, formular diretrizes para o desenvolvimento de ações, planos e programas, difundir as atrações turísticas de todo o Estado do Rio Grande do Norte, através de canais que sejam relevantes ao público consumidor, com o objetivo de gerar fluxo turístico para municípios ou regiões turísticas do Estado.

Estamos muito bem posicionados em alguns segmentos no Rio Grande do Norte. Certamente, apoiar ações como esta será uma excelente oportunidade de nos posicionar no cenário nacional e internacional, quanto destino, conversando com os princípios de interesse público, economicidade e eficiência do Governo do Estado. A ação é inovadora, no que diz respeito a roteiros turísticos, como forma de estimular essa demanda e a produção de conteúdos sobre o nosso Estado.

O turismo está passando por grandes desafios e a retomada será feita por destinos que estiverem prontos para esse momento de novas abordagens, novas práticas e condutas em relação à forma de promover e divulgar seus atrativos. Esse setor é classificado como uma atividade econômica fundamental para qualquer país ou região que possua elementos naturais, sociais e culturais que sejam atrativos para visitaçao de outros indivíduos, levando-os além de meros espectadores, pois suas motivações e a busca constante por experiências são a chave para a definição das estratégias de planejamento, promoção e divulgação dos destinos.

O Rio Grande do Norte é formado por 167 municípios. Seu potencial turístico está mapeado de acordo com suas principais atrações, que totalizam 79 municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, sendo dividido em 5 polos: Agreste/Trairi - formado pela região sudeste do Estado e que faz fronteira com a Paraíba; Costa das Dunas - formado por todo o litoral leste; Costa Branca - formado pelo litoral norte até a fronteira com o Ceará e seguindo pelo interior do Estado; Serrano - formado pelas cidades da região oeste do Estado; e Seridó - formado pelas cidades ao centro-sul do Estado. Cada polo oferece surpresas de diferentes segmentos e experiências únicas aos seus visitantes, e fomentam a economia local por meio da oferta de serviços disponibilizados nos destinos.

A mudança que a pandemia provocou no mundo, gerou a necessidade de reorganização do planejamento do setor de turismo. As ações no estado do Rio Grande do Norte, nos últimos anos, eram norteadas pelo Planejamento Estratégico e Marketing Turístico do RN, elaborado em 2017, e que criou a campanha Tudo Começa Aqui. O plano foi orientador das ações realizadas pelos órgãos de turismo, com indicação de mercados prioritários e estratégias, mas, diante do novo cenário houve a necessidade de reavaliação do planejamento existente e definição de novas estratégias.

Deste modo, com qualidade dos atrativos, segurança do destino voltada para os protocolos sanitários vigentes e a divulgação dos destinos do Estado para o momento da retomada do Turismo pós-isolamento social, são elementos decisivos para a garantia de uma experiência gratificante ao turista, contribuindo diretamente para a consolidação da imagem dos destinos do RN voltados para segmentos como aventura, religioso, sol e praia, gastronômico e cultural. Nesse sentido, torna-se necessário promover a dinamização do fluxo turístico no Rio Grande do Norte, por meio do estímulo ao turismo em âmbito regional e nacional, mercados vistos como estratégicos para a dinamização econômica e a recuperação dos grandes e pequenos agentes do setor formal e autônomo.

Dentro desta perspectiva e visando garantir ao turista a realização de elevados protocolos sanitários nos estabelecimentos é o que levou o Governo do Rio Grande do Norte a criar o selo "Turismo Mais Protegido". Numa iniciativa conjunta da SETUR e EMPROTUR, Sistema Fecomércio, por meio do Senac, Sebrae e a entidades do trade turístico, o selo busca fortalecer a confiança dos viajantes, além de apresentar empresas e serviços empenhados em resguardar a saúde e a segurança de turistas e moradores. A estratégia se uniu ao momento em que o Rio Grande do Norte se consagrou como o primeiro estado no Brasil a receber o selo global de segurança para viagens, o Travel Safe Stamp, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) e com respaldo da Organização Mundial do Turismo.

Neste contexto a empresa priorizou ações que irão contribuir para a retomada do turismo potiguar, visando a otimização de recursos e por impactarem a cadeia produtiva a curto prazo. Assim, realizar uma campanha de Marketing Turístico Cooperado tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível regional e nacional e trazer como resultado a retomada da demanda turística pós-pandemia, divulgando e apresentando ao turista as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos do RN, pelo alcance que a mídia digital possui e pelos relatórios de informações, vendas e demanda que gera.

BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO

Na busca por estratégias de marketing que otimizem os investimentos financeiros, um método eficiente é apostar em parcerias com concorrentes indiretos, ou seja, que não exercem a mesma atividade, mas trabalham com o mesmo público final, neste caso, turistas. Um trabalho de marketing cooperado, resulta na exposição da marca de uma empresa nas plataformas exclusivas de outras corporações. Assim os parceiros podem contar com o apoio e subsídio de seus fornecedores para desenvolver o seu negócio e alavancar vendas. Os fornecedores terão seus produtos melhor expostos, multiplicarão seus esforços de marketing e conseqüentemente alcançarão uma cobertura maior, com oportunidade de reforço das estratégias e destinos turísticos.

O marketing cooperado pode ser especialmente benéfico a promoção do estado Rio Grande do Norte, especialmente tendo em conta a relação entre os meios de hospedagem e operadores turísticos. Tendo em vista que a empresa ViajaNet.com é uma agência de viagens online com diferenciais em atendimento e serviços ao e-consumidor, com capacidade de apresentar as melhores opções de mais de 900 companhias aéreas, seguros e pacotes turísticos. A empresa é 100% nacional e aposta no mercado brasileiro, oferecendo ao consumidor a oportunidade de descobrir o mundo em um clique.

A ViajaNet.com tem mais de 4 MM de passageiros embarcados, uma base email mkt: 3.2MM (cadastros espontâneos), 50 milhões visitas anuais e em 2019 R\$ 1B em vendas.

Destinos de aeroporto NATAL e MOSSORÓ

- Natal representa 99% como destino
- Crescimento Passageiros (YOY 2019X2020 Jan – Março): 129%
- 2019 com 13.760 passageiros embarcados para RN
- 2020 com 12.438 passageiros embarcados para RN – considerando um ano totalmente atípico, o número foi totalmente relevante.

Market Share por GOALS Origem

- São Paulo (CGH e GRU) representam 45% do volume de passageiros para RN

Considerando que a principal competência da EMPROTUR é de promover e divulgar o RN como destino turístico, a comunicação é uma das áreas estratégicas para atingir o objetivo almejado. O objetivo da contratação da plataforma é otimizar e dar celeridade no alcance às informações atualizadas aos players do mercado turístico, aos potenciais turistas, inclusive sobre as regras de segurança sanitária adotadas pelo destino nesse momento. Na era digital em que vivemos atualmente, com o aumento exponencial do uso de smartphones, torna-se muito importante qualquer empresa utilizar o e-mail como forma direta de comunicação. Nesse sentido, a informação e o conteúdo são fundamentais nas estratégias de marketing para deixar os clientes envolvidos e ligados à empresa (em modo amplo, o destino RN).

Deste modo, o serviço em tela, além de tornar o gasto da empresa mais eficiente, na qual, poderemos promover e acompanhar o posicionamento dos destinos turísticos do Rio Grande do Norte por meio ferramentas tecnológicas de ponta que a ViajaNet utiliza, além de algoritmos de micro segmentação únicos no mercado nacional, que permitem estratégias de marketing mais assertivas, com a geração de relatórios de perfil e origem dos compradores.

VALOR GLOBAL: R\$ 65.000,00 (sessenta e cinco mil reais);

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA

De acordo com o Plano Orçamento Anual, está previsto na proposta orçamentária para o exercício de 2021/2022, o valor Orçamentário e Financeiro à conta da dotação abaixo discriminada.

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 303001 - Campanhas de marketing do turismo

Elemento de Despesa: 33.90.39.88 - Serviços de publicidade e propaganda

Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties, para o exercício 2021, e;

100 - Recursos ordinários, para o exercício 2022.

Valor: R\$ 65.000,00 (sessenta e cinco mil reais), sendo:

R\$ 5.909,10 (cinco mil novecentos e nove reais e dez centavos) para o exercício 2021, e;

R\$ 59.090,90 (cinquenta e nove mil noventa reais e noventa centavos) para o exercício de 2022.

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 Gerência de Promoção Internacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Anderson Leonardo de Castro Seabra, Matrícula 226.559-1, CPF: 052.411.694-66, e-

mail:emproturbi@gmail.com conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da EMPROTUR (<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC000000000213227.PDF>).

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

CONTRATADA: : TRAVEL MEDIA SOLUTIONS LTDA, CNPJ nº. 28.024.758/0001-89.

Natal/RN, 06 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 06/12/2021, às 16:07, 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 **12307562** e o código CRC **89798814**.

Secretaria de Estado do Turismo

PROCESSO Nº 02410006.002782/2021-15

INTERESSADO: SETUR

ASSUNTO: SERVIÇO DE MÃO DE OBRA TERCEIRIZADA-HIGIENIZAÇÃO, COPEIRAGEM E JARDINAGEM.

Para os fins do art. 26 da Lei nº 8.666/93, com as alterações posteriores, DECLARO a DISPENSA DE LICITAÇÃO visando a contratação da empresa ATHENA SEGURANÇA ELETRÔNICA LTDA.- CNPJ 02.517.442/0001-35, para a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços continuados de terceirização de mão de obra dos cargos de Auxiliar de Serviços Gerais, Copeira e Jardineiro, na forma prevista no art. 24, inciso II da citada Lei nº 8.666/93, AUTORIZO a contratação direta da ATHENA SEGURANÇA ELETRÔNICA LTDA. - CNPJ 02.517.442/0001-35, limitada ao valor global de R\$ 66.969,12 (Sessenta e seis mil, novecentos e sessenta e nove reais e doze centavos), sendo no exercício orçamentário de 2021 o valor de R\$ 11.161,52 (Onze mil, cento e sessenta e um reais e cinquenta e dois centavos) e para o exercício orçamentário de 2022 o valor de R\$ 55.807,60 (Cinquenta e cinco mil, oitocentos e sete reais e sessenta centavos). Unidade Gestora 280001 - Secretaria do Turismo

Gestão 00001 - Gestão Tesouro

Unidade Orçamentária 28101 - Secretaria de Estado do Turismo - SETUR

Classificação Funcional Programática 23.451.4003.1366

Subação 136601 - Melhoria da Infraestrutura Turística

Fonte de recurso 0. 1.00.000000 - Recursos ordinários

Natureza de despesa 33903702 - Limpeza e Conservação

2021 - R\$ 8.307,21

2022 - R\$ 41.536,05

33903705 - Serviços e Copa e Cozinha

2021 - R\$ 2.854,31

2022 - R\$ 14.271,55

Natal-RN, 30 de novembro de 2021.

Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR

Termo de Inaplicabilidade de Licitação Nº 22/2021

Processo Número: 12610020.001646/2021-37

Assunto: Contratação de campanha de marketing cooperado - Viajanet.com

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: Contratação da ViajaNet.com, para execução de campanha de marketing cooperativo com o objetivo de promover os produtos do Rio Grande do Norte, conectar e fortalecer o relacionamento entre o mercado. Onde a realização dessa campanha corrobora com as ações estratégicas de marketing e inteligência da EMPROTUR, deixando um legado de desenvolvimento econômico para o Estado e auxiliando na retomada do turismo.

JUSTIFICATIVA: Com o objetivo de auxiliar na retomada do turismo no Rio Grande do Norte, a execução de campanha de marketing cooperativo é uma ótima estratégia de marketing, prevista para acontecer no período entre Janeiro e Abril de 2022, com duração de 60 dias, a depender da finalização e aprovação das peças de marketing.

Colocando a promoção do turismo como atividade econômica estratégica para a geração de emprego e renda, além do desenvolvimento. Cabe a esta pasta, também, planejar, coordenar, implementar, acompanhar e avaliar as políticas de promoção do turismo, formular diretrizes para o desenvolvimento de ações, planos e programas, difundir as atrações turísticas de todo o Estado do Rio Grande do Norte, através de canais que sejam relevantes ao público consumidor, com o objetivo de gerar fluxo turístico para municípios ou regiões turísticas do Estado.

Estamos muito bem posicionados em alguns segmentos no Rio Grande do Norte. Certamente, apoiar ações como esta será uma excelente oportunidade de nos posicionarmos no cenário nacional e internacional, quanto destino, conversando com os princípios de interesse público, economicidade e eficiência do Governo do Estado. A ação é inovadora, no que diz respeito a roteiros turísticos, como forma de estimular essa demanda e a produção de conteúdos sobre o nosso Estado.

O turismo está passando por grandes desafios e a retomada será feita por destinos que estiverem prontos para esse momento de novas abordagens, novas práticas e condutas em relação à forma de promover e divulgar seus atrativos. Esse setor é classificado como uma atividade econômica fundamental para qualquer país ou região que possua elementos naturais, sociais e culturais que sejam atrativos para visitação de outros indivíduos, levando-os além de meros espectadores, pois suas motivações e a busca constante por experiências são a chave para a definição das estratégias de planejamento, promoção e divulgação dos destinos.

O Rio Grande do Norte é formado por 167 municípios. Seu potencial turístico está mapeado de acordo com suas principais atrações, que totalizam 79 municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, sendo dividido em 5 polos: Agreste/Trairi - formado pela região sudeste do Estado e que faz fronteira com a Paraíba; Costa das Dunas - formado por todo o litoral leste; Costa Branca - formado pelo litoral norte até a fronteira com o Ceará e seguindo pelo interior do Estado; Serrano - formado pelas cidades da região oeste do Estado; e Seridó - formado pelas cidades ao centro-sul do Estado. Cada polo oferece surpresas de diferentes segmentos e experiências únicas aos seus visitantes, e fomentam a economia local por meio da oferta de serviços disponibilizados nos destinos.

A mudança que a pandemia provocou no mundo, gerou a necessidade de reorganização do planejamento do setor de turismo. As ações no estado do Rio Grande do Norte, nos últimos anos, eram norteadas pelo Planejamento Estratégico e Marketing Turístico do RN, elaborado em 2017, e que criou a campanha Tudo Começa Aqui. O plano foi orientador das ações realizadas pelos órgãos de turismo, com indicação de mercados prioritários e estratégias, mas, diante do novo cenário houve a necessidade de reavaliação do planejamento existente e definição de novas estratégias.

Deste modo, com qualidade dos atrativos, segurança do destino voltada para os protocolos sanitários vigentes e a divulgação dos destinos do Estado para o momento da retomada do Turismo pós-isolamento social, são elementos decisivos para a garantia de uma experiência gratificante ao turista, contribuindo diretamente para a consolidação da imagem dos destinos do RN voltados para segmentos como aventura, religioso, sol e praia, gastronômico e cultural. Nesse sentido, torna-se necessário promover a dinamização do fluxo turístico no Rio Grande do Norte, por meio do estímulo ao turismo em âmbito regional e nacional, mercados vistos como estratégicos para a dinamização econômica e a recuperação dos grandes e pequenos agentes do setor formal e autônomo.

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: As despesas decorrentes da execução deste aditivo, no valor de R\$ 56.370,00 (cinquenta e seis mil trezentos e setenta reais), serão custeadas com recursos da Contratante assim classificados: 24131 10 302 2002 238501 - Manutenção da Rede de Laboratórios - LACEN. Natureza de Despesa: 3.3.90.39.74 - Fretes e Transportes de Encomendas. Fonte: 0.1.67 - Bloco de Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde. Sendo R\$ 4.697,50 (quatro mil seiscentos e noventa e sete reais e cinquenta centavos) referente ao período de 01/12/2021 a 31/12/2021 e o valor de R\$ 51.672,50 (cinquenta e um mil seiscentos e setenta e dois reais e cinquenta centavos) referente ao período de 01/01/2022 a 30/11/2022. Vigência a partir de 01/12/2021 até 30/11/2022, eficácia com a publicação do Extrato no DOE permanecendo em vigor as demais Cláusulas pactuadas e não alteradas. E, para firmeza e validade, e como prova de assim haverem entre si, ajustado e contratado, é expedido o presente aditivo ao contrato em 02 (duas) vias, que lido e achado conforme, é assinado pelas partes contratantes e pelas testemunhas abaixo identificadas, dele sendo extraídas as cópias necessárias à sua aprovação e execução.

Natal/RN, 26 de novembro de 2021.

Cipriano Maia de Vasconcelos Secretário de Estado da Saúde Pública do RN pela contratante e Renato Luz Ferreira dos Santos pela Contratada.

SESAP - NÚCLEO DE CONTRATOS/CGC.

EXTRATO DO 2º TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 28/2021. PROCESSO SEI: 00611031.000040/2021-11.

PARTES: SECRETARIA D ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA E A EMPRESA - CIRÚRGICA BEZERRA DISTRIBUIDORA LTDA.

OBJETO: O presente instrumento tem por objetivo pactuar o acréscimo de 25% (vinte e cinco por cento) ao valor do contrato, com base na justificativa do CRI/CRA (Id: 11786871) - Processo nº 00611031.000040/2021-11.

VALOR: Em decorrência do acréscimo deste instrumento o valor total do contrato passará de R\$ 959.145,00 para R\$ 1.198.931,25, gerando um acréscimo de R\$ 239.786,25 (duzentos e trinta e nove mil, setecentos e oitenta e seis Reais, e vinte e cinco centavos).

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: As despesas decorrentes da execução deste aditivo no valor total estimado de R\$ 239.786,25 (duzentos e trinta e nove mil, setecentos e oitenta e seis Reais, e vinte e cinco centavos) serão custeadas com recursos da contratante assim classificados: Órgão: 24000 - Secretaria de Estado da Saúde Pública - SESAP-RN Unidade Orçamentária: 24131 - Fundo Estadual de Saúde do RN - FES RN Unidade Gestora: 240131 - Fundo Estadual de Saúde do RN - FES RN Classificação Funcional Programática: 10 302 2003 238301 - Manutenção do Centro de Reabilitação Infantil e Adulto-CRI. Fonte de Recursos: 0.1.00 - Recursos Ordinários. Natureza da Despesa: 3.3.90.30 - Material de consumo.

VALIDADE E VIGÊNCIA: Este aditivo tem validade e vigência a partir da data de sua assinatura até 31/12/2021, e eficácia com a publicação do Extrato no DOE, permanecendo em vigor e inalteradas as demais Cláusulas e condições estabelecidas no Contrato nº 28/2021.

Natal/RN, 02 de dezembro de 2021.

Cipriano Maia de Vasconcelos Secretário de Estado da Saúde Pública do RN pela contratante e José Bezerra de Araújo pela contratada.

SESAP - NÚCLEO DE CONTRATOS/CGC.

EXTRATO DO TERMO DE RESCISÃO AO CONTRATO Nº 70/2016. PROCESSO SEI: 00610261.000799/2020-46.

PARTES: SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA E A EMPRESA - WT DISTRIBUIDORA EIRELI.

OBJETO: O presente Termo tem por objeto a Retificação do Termo de Rescisão 07/2021, id. 11980813, no tocante a inclusão da cláusula de vigência e validade, mantendo o objeto de RESCISÃO do Contrato 70/2016, que está em seu 5º Termo Aditivo, firmado entre a SESAP e a empresa supracitada, cujo objeto era a prestação de serviços contratação de empresa especializada em manutenção preventiva e corretiva com reposição de peças nas empilhadeiras e paleteiras para a Unidade Central de Agentes Terapêuticos. Tal rescisão foi solicitada pela própria UNICAT, conforme consta no documento id 11811175 do Processo SEI nº 00610261.000799/2020-46.

FUNDAMENTO LEGAL: O presente instrumento está amparado no Artigo 79, Inciso II da Lei nº 8.666/1993, bem como previsto na Cláusula Nona do Contrato 70/2016.

DO DISTRATO: Tal rescisão é celebrada de forma amigável, por acordo entre as partes, no Processo nº 00610096.000861/2021-30, em virtude de celebração do novo contrato de nº 111/2021 para o mesmo Objeto, conforme processo nº 00610261.000799/2020-46.

Por força da presente rescisão, as partes dão por terminado o Contrato de que trata a Cláusula Primeira deste instrumento, nada mais tendo a reclamar uma da outra, a qualquer título e em qualquer época, relativamente às obrigações contratuais assumidas.

VIGÊNCIA: Este documento terá validade e vigência a partir de 01/12/2021 e eficácia com a publicação de seu extrato no Diário Oficial do Estado - DOE.

FORO: Fica eleito o foro da Comarca de Natal, Capital do Estado do Rio Grande do Norte, para dirimir quaisquer dúvidas deste Termo de Rescisão com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja. E para firmeza e validade, e como prova de assim haverem entre si ajustado e rescindido o contratado, é expedido o presente Termo de Rescisão do Contrato nº 70/2016, que lido e achado conforme, é assinado pelos distratantes abaixo identificados, que a tudo estiveram presentes, dele sendo extraídas cópias necessárias a sua execução.

Natal/RN, 29 de novembro de 2021.

Cipriano Maia de Vasconcelos Secretário de Estado da Saúde Pública do RN pelo distratante e Werneck Lima de Carvalho pela distratada.

SESAP/FES

TERMO DE RECONHECIMENTO DE DÍVIDA - PROCESSO Nº 00610909.000121/2021-91

Na condição de ordenador de despesa, e em conformidade com a legislação em vigor, reconheço o débito no valor de R\$ 22.570,48 (vinte e dois mil, quinhentos e setenta reais e quarenta e oito centavos) relativo a dívida que esta SESAP possui com a empresa JUSTIZ TERCEIRIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA, CNPJ 06.538.799/0001-50, conforme abaixo discriminado:

NOTAL FISCAL	VALOR (R\$)	DOCUMENTO
162	R\$ 22.570,48	11824091

Cipriano Maia de Vasconcelos

Secretario de Estado da Saúde Pública

Natal/RN, 24 de novembro de 2021.

Dentro desta perspectiva e visando garantir ao turista a realização de elevados protocolos sanitários nos estabelecimentos é o que levou o Governo do Rio Grande do Norte a criar o selo "Turismo Mais Protegido". Numa iniciativa conjunta da SETUR e EMPROTUR, Sistema Fecomércio, por meio do Senac, Sebrae e a entidades do trade turístico, o selo busca fortalecer a confiança dos viajantes, além de apresentar empresas e serviços empenhados em resguardar a saúde e a segurança de turistas e moradores. A estratégia se uniu ao momento em que o Rio Grande do Norte se consagrou como o primeiro estado no Brasil a receber o selo global de segurança para viagens, o Travel Safe Stamp, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) e com respaldo da Organização Mundial do Turismo.

Neste contexto a empresa priorizou ações que irão contribuir para a retomada do turismo potiguar, visando a otimização de recursos e por impactarem a cadeia produtiva a curto prazo. Assim, realizar uma campanha de Marketing Turístico Cooperado tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível regional e nacional e trazer como resultado a retomada da demanda turística pós-pandemia, divulgando e apresentando ao turista as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos do RN, pelo alcance que a mídia digital possui e pelos relatórios de informações, vendas e demanda que gera.

BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO

Na busca por estratégias de marketing que otimizem os investimentos financeiros, um método eficiente é apostar em parcerias com concorrentes indiretos, ou seja, que não exercem a mesma atividade, mas trabalham com o mesmo público final, neste caso, turistas. Um trabalho de marketing cooperado, resulta na exposição da marca de uma empresa nas plataformas exclusivas de outras corporações. Assim os parceiros podem contar com o apoio e subsídio de seus fornecedores para desenvolver o seu negócio e alavancar vendas. Os fornecedores terão seus produtos melhor expostos, multiplicarão seus esforços de marketing e consequentemente alcançarão uma cobertura maior, com oportunidade de reforço das estratégias e destinos turísticos.

O marketing cooperado pode ser especialmente benéfico a promoção do estado Rio Grande do Norte, especialmente tendo em conta a relação entre os meios de hospedagem e operadores turísticos. Tendo em vista que a empresa ViajaNet.com é uma agência de viagens online com diferenciais em atendimento e serviços ao e-consumidor, com capacidade de apresentar as melhores opções de mais de 900 companhias aéreas, seguros e pacotes turísticos. A empresa é 100% nacional e aposta no mercado brasileiro, oferecendo ao consumidor a oportunidade de descobrir o mundo em um clique.

A ViajaNet.com tem mais de 4 MM de passageiros embarcados, uma base email mkt: 3.2MM (cadastros espontâneos), 50 milhões visitas anuais e em 2019 R\$ 1B em vendas.

Destinos de aeroporto NATAL e MOSSORÓ

o Natal representa 99% como destino

o Crescimento Passageiros (YOY 2019X2020 Jan - Março): 129%

o 2019 com 13.760 passageiros embarcados para RN

o 2020 com 12.438 passageiros embarcados para RN - considerando um ano totalmente atípico, o número foi totalmente relevante.

Market Share por GOALS Origem

o São Paulo (CGH e GRU) representam 45% do volume de passageiros para RN

Considerando que a principal competência da EMPROTUR é de promover e divulgar o RN como destino turístico, a comunicação é uma das áreas estratégicas para atingir o objetivo almejado. O objetivo da contratação da plataforma é otimizar e dar celeridade no alcance às informações atualizadas aos players do mercado turístico, aos potenciais turistas, inclusive sobre as regras de segurança sanitária adotadas pelo destino nesse momento. Na era digital em que vivemos atualmente, com o aumento exponencial do uso de smartphones, torna-se muito importante qualquer empresa utilizar o e-mail como forma direta de comunicação. Nesse sentido, a informação e o conteúdo são fundamentais nas estratégias de marketing para deixar os clientes envolvidos e ligados à empresa (em modo amplo, o destino RN).

Deste modo, o serviço em tela, além de tomar o gasto da empresa mais eficiente, na qual, poderemos promover e acompanhar o posicionamento dos destinos turísticos do Rio Grande do Norte por meio ferramentas tecnológicas de ponta que a ViajaNet utiliza, além de algoritmos de micro segmentação únicos no mercado nacional, que permitem estratégias de marketing mais assertivas, com a geração de relatórios de perfil e origem dos compradores.

VALOR GLOBAL: R\$ 65.000,00 (sessenta e cinco mil reais);

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA

De acordo com o Plano Orçamento Anual, está previsto na proposta orçamentária para o exercício de 2021/2022, o valor Orçamentário e Financeiro à conta da dotação abaixo discriminada.

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 303001 - Campanhas de marketing do turismo

Elemento de Despesa: 33.90.39.88 - Serviços de publicidade e propaganda

Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties, para o exercício 2021, e;

100 - Recursos ordinários, para o exercício 2022.

Valor: R\$ 65.000,00 (sessenta e cinco mil reais), sendo:

R\$ 5.909,10 (cinco mil novecentos e nove reais e dez centavos) para o exercício 2021, e;

R\$ 59.090,90 (cinquenta e nove mil noventa reais e noventa centavos) para o exercício de 2022.

FUNDAMENTO LEGAL: Art. 28, §3º, inciso I, da Lei Federal nº 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 Gerência de Promoção Internacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Anderson Leonardo de Castro Seabra, Matrícula 226.559-1, CPF: 052.411.694-66, e-mail: empoturbi@gmail.com conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da EMPROTUR (<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC000000000213227.PDF>).

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

CONTRATADA: TRAVEL MEDIA SOLUTIONS LTDA, CNPJ nº: 28.024.758/0001-89.

Natal 06 de dezembro de 2021.

BRUNO GIOVANNI REIS

Diretor Presidente