



Processo Número: 12610003.001683/2021-53

Assunto: Contratação de Empresa para prestar serviços de divulgação e presstrip com influenciadores.

TERMO DE INAPLICABILIDADE DE LICITAÇÃO

Nº 14/2021

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 empresa PROMO INTELIGENCIA TURÍSTICA - EIRELI para realização de ação de divulgação por meio de press trip nos destinos do litoral norte e sul: Morro do Careca - Natal; Maior Cajueiro do mundo - Parnamirim; Cactos de Genipabu - Extremoz; e Parrachos de Maracajaú - Maxaranguape, objetivando a retomada consciente do turismo no Rio Grande do Norte, enfatizando os atributos do Estado para os turistas, principalmente durante o próximo verão, e todas as medidas de biossegurança em vigência, auxiliando no posicionamento do destino como seguro para viagens. A ação se enquadra no componente 1 - Desenvolvimento Regional Sustentável, subcomponente 1.1 - Investimentos Estruturantes e apoio ao Fortalecimento da Governança Atividade 5: Divulgação e Marketing.

A realização da ação acontecerá no período de 15 (quinze) de agosto a 21 (vinte e um) de setembro de 2021. Sendo o período de 15 a 21 de agosto de 2021 destinado a produção da ação e criação dos conteúdos, e divulgação do material durante o mês de setembro de 2021.

Locações: Morro do Careca - Natal; Maior Cajueiro do mundo - Parnamirim; Cactos de Genipabu - Extremoz; e Parrachos de Maracajaú - Maxaranguape.

A realização da ação inclui:

1. Para press trip:

Contratação de 3 influenciadoras de médio e alto nível de engajamento, contendo:

- 3 diárias com fotos em pontos turísticos do estado (a princípio Morro do Careca - Natal; Maior Cajueiro do mundo - Parnamirim; Cactos de Genipabu - Extremoz; e Parrachos de Maracajaú - Maxaranguape);
- Direito de uso das imagens por 3 meses em campanha (todas as mídias on e off) + permanecer no rolo de redes sociais da Emprotur por tempo indeterminado;
- Viagem para o Rio Grande do Norte, de 16 a 21 de agosto de 2021;
- Postagens para feed e stories do Instagram (sendo foto ou vídeo) nas redes sociais da influenciadora, com data de postagem para setembro;
- Postagem no Tiktok nas redes sociais da influenciadora;
- Direito de repostagem e Impulsioneamento;
- Exclusividade de 30 dias a partir do primeiro conteúdo (provavelmente em setembro) para o setor de turismo.
- Passagens aéreas;
- Alimentação;
- Testes de covid pré viagem;

2. Para ação de divulgação de material promocional:

- Postagens para feed e stories do Instagram (sendo foto ou vídeo) nas redes sociais da influenciadora, com data de postagem para setembro;
- Fotos para a Emprotur (produção e envio da influenciadora) (Direito de uso em todas as mídias on e off + permanecer no rolo de redes sociais por tempo indeterminado);
- Exclusividade de 15 dias, a partir do primeiro post, em setembro;
- Impulsioneamento e repostagem 30 dias pela Emprotur.

3. Produção e envio de 15 kits contendo:

- 5 itens promocionais do RN;
- Carta A5;

- 1 caixa de kraft, para conter os itens acima;
- Envio para 15 endereços pelo país.

A Promo Inteligência Turística é uma empresa de marketing inteligente com expertise em turismo nacional e internacional. É especialista em eventos, representação e promoção de destinos e produtos turísticos de forma a alavancar economicamente suas regiões, qualificar seus profissionais e elevar a visibilidade junto ao trade turístico, imprensa e consumidores. Há mais de 10 anos a Promo atua no desenvolvimento de estratégias para inspirar pessoas a viajar por meio de campanhas turísticas e atividades promocionais, inteligência comercial com mapeamento, pesquisa de mercado, desenvolvimento de planos de marketing e novos produtos, além de planejamento e ações que identificam o mercado potencial turístico nacional e internacional.

JUSTIFICATIVA: O Rio Grande do Norte é formado por 167 municípios, o potencial turístico do Estado está mapeado de acordo com suas principais atrações, sendo o Estado 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 e experiências únicas aos seus visitantes.

Com o avanço da crise sanitária, pela pandemia da COVID-19, o turismo foi o primeiro setor diretamente impactado e será um dos últimos a ter sua normalidade de negócios retomada. A partir do final de março de 2020, a maioria dos estabelecimentos de turismo e serviços relacionados ao setor foram fechados por decreto e por falta de clientes, impactando diretamente a economia do RN.

Com a finalidade de retomar o turismo em todo o seu território, pós-pandemia, foi desenvolvido o plano de retomada do Turismo do Rio Grande do Norte, com a iniciativa dos órgãos estaduais de turismo, a Empresa de Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR, em parceria com entidades do trade turístico, por meio da qual estão previstas ações integradas a serem realizadas para garantir a saúde pública e organizar a retomada gradativa da atividade turística, preservando os empregos e auxiliando na segurança econômica e sanitária.

A EMPROTUR tem planejado a divulgação dos atrativos turísticos do Estado, por meio da contratação de uma empresa para operacionalizar ações de promoção com influenciadores digitais, com o objetivo de divulgar os destinos e segmentos turísticos ao público nacional. Dessa forma, uma das ações tem como finalidade estimular as viagens dentro do Estado e atrair turistas potiguares e da região Nordeste, com foco nos principais destinos emissores. Estudos realizados pela equipe de inteligência da EMPROTUR apontam que neste processo de retomada da atividade turística, as pessoas tenderão a realizar viagens de curtas distâncias, por meio de transporte rodoviário, preferencialmente em automóvel próprio, num raio de até 600 (seiscentos) quilômetros de distância (<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC00000000236176.PDF>).

Assim, a ação tem por objetivo promover o selo local "Turismo + Protegido", as políticas de segurança sanitária criadas para o setor turístico e a infraestrutura turística do Estado, aos diversos atores do mercado (público final e mídia especializada), e os atrativos turísticos do Rio Grande do Norte. O selo Turismo Mais Protegido é uma ação voluntária e focada em abraçar os segmentos do setor turístico potiguar. 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 Safe Travel Stamp, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTTC) e com respaldo da Organização Mundial do Turismo.

Neste contexto, foram priorizadas algumas ações que irão contribuir para a retomada do turismo potiguar, nos mercados: interno, regional e nacional. As atividades foram organizadas por haver uma relação entre si, por otimizar os recursos e por impactarem diretamente a cadeia produtiva.

Segundo a pesquisa "REORGANIZAR E REPOSICIONAR: COMO NÓS DO TURISMO RESPONDEMOS AO COVID-19" (<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC00000000236182.PDF>), realizada pela EMPROTUR em junho de 2020, o turismo doméstico e os segmentos baseados em atrativos naturais, que possibilitem o distanciamento recomendado e experiências exclusivas foram apontados como vantagens no processo de retomada da atividade turística.

Para esta ação, foram definidos destinos que possuem infraestrutura turística e os segmentos turísticos do RN, com destaques para: Roteiro Sol e Praia (Natal + Extremoz + Parnamirim + Maxaranguape)

Assim, no Componente 1 - Desenvolvimento Regional Sustentável, as ações de apoio ao fortalecimento da governança nos investimentos de iniciativas de negócios e projetos socioambientais, rodadas de negócios entre outros, estão propostas como instrumento e estratégia de Comunicação e Marketing do Projeto, e, constituem atividade de promoção e realização de eventos ligados à divulgação turística, comercialização e acesso a mercados, como atividades de promoção turística, bem como veiculação de campanha de turismo. Os argumentos utilizados acima dão ao componente a formulação e a implantação de itinerários e roteiros turísticos temáticos e segmentados; a geração de redes de apoio a pequenos comércios e centros de recepção ao turista, os pontos de informação e a assistência ao turista; a sinalização turística e interpretativa; dentre outros.

Deste modo, a realização de um presstrip com convidados onde o destino escolhido é apresentado através de um tour guiado com objetivo de estreitar relacionamentos, promover, lançar produtos e oferecer informações relevantes aos leitores/seguidores, é a forma estratégica de promoção que tem como objetivo familiarizar o distribuidor do destino e produto turístico.

Por estas características é uma ação de mercado que extrapola seus objetivos comerciais, é efetivo também como estratégia de marketing para a potencialização da imagem do destino turístico e para o relacionamento com o público a que se destina. Esse tipo de ação causa maior impacto na imprensa, uma vez que é cada vez maior o número de mídias sociais produzidas por jornalistas e por indivíduos engajados em redes sociais digitais, voltadas ao público focado em Turismo, que planeja sua viagem ou monta um roteiro através de vivências comuns. A estratégia de promoção e divulgação para o fortalecimento do turismo e tem como foco a ação dos convidados em roteiros programados para que compartilhem em seus espaços de comunicação e alto engajamento, experiências positivas nos destinos, dicas, fotos, orientações e inspirações de viagens. A escolha dos convidados, influenciadores exclusivamente digitais, será voltada para perfis especializados em desenvolver conteúdos de interesse turístico, e perfis de grande abrangência e impacto em mercados emissores.

O conteúdo é a ferramenta mais relevante para que os influenciadores formem o seu público. De forma muito rápida, uma foto ou mesmo um vídeo podem ser visualizados por diversos usuários espalhados por todo o mundo e, é nesse sentido que os cuidados e estratégias serão acompanhados pelos órgãos/entidades de promoção e divulgação turística do Estado do Rio Grande do Norte.

O Instituto Qualibest* realizou no início de agosto de 2019 uma pesquisa, cujo resultado apontou que cerca de 76% dos usuários de internet no Brasil já consumiram produtos ou serviços após a indicação de influenciadores digitais. O número, inclusive, salta para 82% entre aqueles que prestam atenção em postagens pagas. O estudo foi feito com 1,1 mil pessoas com 15 anos ou mais, de todos os gêneros, estratos sociais e regiões do País. O levantamento considerou usuários que acessam no mínimo duas mídias sociais e que seguem influenciadores digitais. Relevante entender, assim, quem são e qual o papel dos influenciadores digitais: são indivíduos que utilizam da rede social para expressar análises e influenciar a opinião de outros indivíduos, através de publicações em texto ou vídeo online e que são seguidos por um determinado público, especialmente aqueles interessados em Turismo e inspirações de novos lugares para conhecer.

Os resultados esperados deste investimento são: o aumento da visitação, permanência e do gasto médio do turista pela região turística do interior do RN; consolidação de roteiros turísticos mais competitivos; consolidação da imagem do destino Rio Grande do Norte; ampliação de diversificação da oferta turística no Estado; aumento do alcance das potencialidades turísticas do RN para o público interessado em viagens e turismo; inserção em mercados emissores estratégicos frente a destinos concorrentes.

*Consulta realizada em 17.06.2020, disponível em:
https://www.institutoqualibest.com/gclid=CjwKCAiAluLvBRASEiwAAbX3GQx229b8GJxZdxXUS2Fpu6cFYdUIWYzcvZZv7aFfnqbKv78UQX-qJR0CQ-cQAvD_BwE

VALOR GLOBAL: R\$ 366.687,81 (trezentos e sessenta e seis mil seiscentos e oitenta e sete reais e oitenta e um centavos);

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: 307301 - Apoio a comercialização por meio de famtour, presstrip.

Elemento de Despesa: 33.90.39 - Serviços pessoa jurídica.

Fonte de Recurso: 121 - cota parte royalties.

Valor: R\$ 366.687,81 (trezentos e sessenta e seis mil seiscentos e oitenta e sete reais e oitenta e um centavos).

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

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

CONTRATADA: : Promo Inteligência Turística – Eireli - CNPJ nº. 10.460.019/0001-74

Natal/RN, 12 de agosto 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 12/08/2021, às 11:46, 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 **10734714** e o código CRC **5AD90511**.