



PROCESSO Nº. 12610025.002775/2021-01

ASSUNTO: Contratação de plataforma para treinamentos e capacitações virtuais - Bureau Mundo

INTERESSADO: EMPROTUR

### **TERMO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 4/2022**

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

**OBJETO:** Contratação da empresa BUREAU MUNDO para desenvolver um produto/plataforma digital para Emprotur, com foco na capacitação e treinamentos virtuais, com planejamento, organização e realização de ações de comunicação e marketing para a indústria do turismo e todos os seus stakeholders através de soluções digitais contribuindo para o alcance de resultados positivos para o destino em questão e abrindo novos caminhos e oportunidades.

#### **Estratégia do Projeto**

Estabelecer uma presença digital sólida e dinâmica com atividades atrativas centralizadas em um mesmo ambiente. Essas ações servirão para inspirar, engajar e qualificar a audiência acerca do destino, suas diferentes regiões, atrativos, produtos e fornecedores servindo como pontes de contato com profissionais de turismo expandindo a comunicação, promoção e geração de leads.

**JUSTIFICATIVA:** O turismo é classificado como uma atividade econômica fundamental para qualquer país ou região que possua elementos naturais, sociais 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 fomentavam a economia local por meio da oferta de serviços disponibilizados nos destinos.

Entretanto, com o avanço da crise sanitária causada pela pandemia da COVID-19, o turismo foi o primeiro setor diretamente impactado no cenário mundial e será um dos últimos a ter sua normalidade de negócios retomada. Com a disseminação da doença pelo país e sua chegada ao Estado, a partir do final de março de 2020, o início do isolamento social foi decretado, o que resultou no fechamento de grande parte dos estabelecimentos da cadeia produtiva do setor e afetou diretamente a economia do RN.

O impacto foi estendido para diversas áreas, devido ao distanciamento social recomendado pela Organização Mundial da Saúde, o que provocou uma redução brusca e acentuada da malha aérea no Estado (cerca de 90%), junto a previsão de reposição lenta ao longo do ano. E a estimativa de fluxo de passageiros representará retrocesso de pelo menos 10 anos, ainda que se restaure o volume de embarques e desembarques de 2019 no segundo semestre de 2020.

Com mais da metade dos negócios locais voltados para o turismo sob a ameaça de encerramento, pesquisas realizadas desde o início do período de isolamento social no RN pelo setor de Inteligência de Dados da Empresa Potiguar de Promoção Turística – EMPROTUR, apontam a queda no faturamento mensal de 75%, de cerca de 80% dos estabelecimentos e serviços turísticos no Estado. Considerando que 80% dos negócios locais estão inseguros quanto a sua permanência e/ou sobrevivência no setor em 2020. Também é preocupante o risco de perda definitiva de 30% das vagas formais de trabalho no turismo do RN, setor que corresponde a cerca de 9% do PIB do Estado, seguindo a tendência de impacto do PIB nacional e mundial.

Diversos estudos realizados no país, como a pesquisa “Pulso Turismo e a COVID-19” realizado pelo TRVL LAB - laboratório de inteligência de mercado em viagens, e no mundo, e confirmado nas pesquisas disponibilizadas pela SETUR/EMPROTUR, apontam para uma retomada das viagens tendo como mola propulsora o turismo regional, de distâncias de até 600 km com utilização do transporte rodoviário, com a prevalência do mercado doméstico, principalmente em função das restrições de emissores internacionais e baixa conectividade, provocada pela redução da oferta de voos, já citada.

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.

Desta maneira, a SETUR/RN e EMPROTUR, em parceria com entidades do setor privado, elaboraram o Plano de Retomada do Turismo do Rio Grande do Norte (<http://setur.rn.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Plano-de-Retomada-Turismo-do-RN.pdf>), que tem itens relacionados aos protocolos de segurança sanitária, revisados pelo órgão de vigilância sanitária, bem como as estratégias de promoção turística a serem implantadas a curto, médio e longo prazo. Vale destacar que na construção coletiva do Plano houve apresentação e discussão com os diversos atores do turismo potiguar, tanto em reuniões setoriais, como em instâncias de governanças, como Conselho Estadual de Turismo - Conetur e nos Conselhos Regionais dos cinco polos.

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 Emprotur priorizou ações que contribuirão 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 com a operadora Incomum tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível nacional e trazer como resultado o

aumento da demanda turística pós-pandemia, divulgar e apresentar aos agentes de viagens que trabalham com a Incomum, as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos turísticos do RN, pelo alcance que a mídia digital possui e acompanhamento dos relatórios de informações e vendas.

### **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, agentes de viagens e operadores (público profissional).

#### **Estrutura e cronograma.**

De acordo com a estratégia, sugerimos o agrupamento das seguintes ações ao longo de 2022:

- 01 Canal On Demand – vitrine virtual para centralizar todas as atividades a serem realizadas que se autopromoveriam por estarem reunidas.
- 03 Treinamentos – para promover segmentos ou regiões específicas. Juntos eles entregam um certificado “Master”.
- 01 Digital Day (RN Experience) – transmissão do evento ao vivo uma página exclusiva para o evento, compilando materiais de parceiros e pode contar com programação on-line adicional também.
- 03 Tour Virtuais – para diversificar o repertório de materiais, aproximar fornecedores do trade, gerar relacionamento e leads. Podemos organizar cada tour referente a um treinamento.

Foi idealizado uma linha do tempo de constância e que se autopromove ao longo dos meses. Por exemplo, no lançamento do RN Experience já temos um Canal personalizado e um Curso On-Line para melhor apresentar o destino aos que acessarem a página. Os que se inscreverem para o evento com antecedência também podem se inspirar e realizar o curso. Antes do encerramento do semestre realizamos tours virtuais a fim de relembrar os conteúdos dos cursos, trazer um novo público, inspirar, engajar e também incentivar vendas no destino.

#### **Inclusões:**

- Todas as ações acima contam com nossa consultoria técnica para planejamento e organização do evento.
- As inscrições para as atividades, gerenciamento da lista e comunicação com o público também será realizada por nós.
- Assistência com desenvolvimento de artes para redes sociais,
- Edições simples de vídeo (corte, títulos, juntar arquivos), gravações on-line.
- Assistência na elaboração e atualização de briefing para participantes dos eventos e ações.
- Treinamento com palestrantes para apresentar a plataforma de transmissão ao vivo e alinhamento de detalhes técnicos garantindo o bom desempenho do evento.
- Suporte ao vivo em todas as transmissões.
- Ao final de cada ação elaboramos um relatório com dados dos inscritos, números de acessos e informações adicionais do Google Analytics
- Estes relatórios serão atualizados a cada 3 meses para acompanhamento dos resultados.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 61.500,00 (sessenta e um mil e quinhentos reais)

#### **DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:**

<b>INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA</b>	
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.	
<b>Projeto de atividade</b>	307401 - Estudos, pesquisas, informações e dados turísticos
<b>Elemento de Despesa:</b>	33.90.39.51 - Serviços de análises e pesquisas científicas
<b>Fonte de Recurso:</b>	100 - Recursos Ordinários

**Valor:** R\$ 61.500,00 (sessenta e um mil e quinhentos reais)

**FUNDAMENTO LEGAL:** art. 30, da Lei Federal n.º 13.303, de 30 de junho de 2016 (Estatuto das Estatais) e em consonância com o Regulamento Interno de Licitações – RIL.

**GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:** A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Marketing da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Molga de Araujo Dias Freire, Matrícula \*\*\*.920-\*, CPF: \*\*\*.138.924-\*\*, e-mail: molgaemprotur@gmail.com conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da EMPROTUR ([h p://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC000000000213227.PDF](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:** GLOBAL VISION ACCESS SERVICOS EM TURISMO LTDA, CNPJ nº. 08.817.535/0001-61

Natal/RN, 08 de fevereiro de 2022.

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



Documento assinado eletronicamente por **RAFAEL VARELLA GOMES DA COSTA, Diretor Vice-Presidente**, em 08/02/2022, às 11:52, 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](https://sei.rn.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **13058989** e o código CRC **1D04C158**.

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 04/2022**

PROCESSO Nº: 12610025.002775/2021-01

ASSUNTO: Contratação de plataforma para treinamentos e capacitações virtuais - Bureau Mundo

INTERESSADO: EMPROTUR

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

**OBJETO:** Contratação da empresa BUREAU MUNDO para desenvolver um produto/plataforma digital para Emprotur, com foco na capacitação e treinamentos virtuais, com planejamento, organização e realização de ações de comunicação e marketing para a indústria do turismo e todos os seus stakeholders através de soluções digitais contribuindo para o alcance de resultados positivos para o destino em questão e abrindo novos caminhos e oportunidades.**Estratégia do Projeto**Estabelecer uma presença digital sólida e dinâmica com atividades atrativas centralizadas em um mesmo ambiente. Essas ações servirão para inspirar, engajar e qualificar a audiência acerca do destino, suas diferentes regiões, atrativos, produtos e fornecedores servindo como pontos de contato com profissionais de turismo expandindo a comunicação, promoção e geração de leads. **JUSTIFICATIVA:** O turismo 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 fomentavam a economia local por meio da oferta de serviços disponibilizados nos destinos.

Entretanto, com o avanço da crise sanitária causada pela pandemia da COVID-19, o turismo foi o primeiro setor diretamente impactado no cenário mundial e será um dos últimos a ter sua normalidade de negócios retomada. Com a disseminação da doença pelo país e sua chegada ao Estado, a partir do final de março de 2020, o início do isolamento social foi decretado, o que resultou no fechamento de grande parte dos estabelecimentos da cadeia produtiva do setor e afetou diretamente a economia do RN.

O impacto foi estendido para diversas áreas, devido ao distanciamento social recomendado pela Organização Mundial da Saúde, o que provocou uma redução brusca e acentuada da malha aérea no Estado (cerca de 90%), junto a previsão de reposição lenta ao longo do ano. E a estimativa de fluxo de passageiros representará retrocesso de pelo menos 10 anos, ainda que se restaure o volume de embarques e desembarques de 2019 no segundo semestre de 2020.

Com mais da metade dos negócios locais voltados para o turismo sob a ameaça de encerramento, pesquisas realizadas desde o início do período de isolamento social no RN pelo setor de Inteligência de Dados da Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR, apontam a queda no faturamento mensal de 75%, de cerca de 80% dos estabelecimentos e serviços turísticos no Estado. Considerando que 80% dos negócios locais estão inseguros quanto a sua permanência e/ou sobrevivência no setor em 2020. Também é preocupante o risco de perda definitiva de 30% das vagas formais de trabalho no turismo do RN, setor que corresponde a cerca de 9% do PIB do Estado, seguindo a tendência de impacto do PIB nacional e mundial.

Diversos estudos realizados no país, como a pesquisa "Pulso Turismo e a COVID-19" realizado pelo TRVL LAB - laboratório de inteligência de mercado em viagens, e no mundo, e confirmado nas pesquisas disponibilizadas pela SETUR/EMPROTUR, apontam para uma retomada das viagens tendo como mola propulsora o turismo regional, de distâncias de até 600 km com utilização do transporte rodoviário, com a prevalência do mercado doméstico, principalmente em função das restrições de emissores internacionais e baixa conectividade, provocada pela redução da oferta de voos, já citada.

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.

Desta maneira, a SETUR/RN e EMPROTUR, em parceria com entidades do setor privado, elaboraram o Plano de Retomada do Turismo do Rio Grande do Norte (<http://setur.rn.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Plano-de-Retomada-Turismo-do-RN.pdf>), que tem itens relacionados aos protocolos de segurança sanitária, revisados pelo órgão de vigilância sanitária, bem como as estratégias de promoção turística a serem implantadas a curto, médio e longo prazo. Vale destacar que na construção coletiva do Plano houve apresentação e discussão com os diversos atores do turismo potiguar, tanto em reuniões setoriais, como em instâncias de governanças, como Conselho Estadual de Turismo - Conetur e nos Conselhos Regionais dos cinco polos.

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 Emprotur priorizou ações que contribuirão 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 com a operadora Incomum tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível nacional e trazer como resultado o aumento da demanda turística pós-pandemia, divulgar e apresentar aos agentes de viagens que trabalham com a Incomum, as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos turísticos do RN, pelo alcance que a mídia digital possui e acompanhamento dos relatórios de informações e vendas.

**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, agentes de viagens e operadores (público profissional).

**Estrutura e cronograma.**

De acordo com a estratégia, sugerimos o agrupamento das seguintes ações ao longo de 2022:

o 01 Canal On Demand - vitrine virtual para centralizar todas as atividades a serem realizadas que se autopromoveriam por estarem reunidas.

o 03 Treinamentos - para promover segmentos ou regiões específicas. Juntos eles entregam um certificado "Master".

o 01 Digital Day (RN Experience) - transmissão do evento ao vivo uma página exclusiva para o evento, compilando materiais de parceiros e pode contar com programação on-line adicional também.

o 03 Tour Virtuais - para diversificar o repertório de materiais, aproximar fornecedores do trade, gerar relacionamento e leads. Podemos organizar cada tour referente a um treinamento.

Foi idealizado uma linha do tempo de constância e que se autopromove ao longo dos meses. Por exemplo, no lançamento do RN Experience já temos um Canal personalizado e um Curso On-Line para melhor apresentar o destino aos que acessarem a página. Os que se inscreverem para o evento com antecedência também podem se inspirar e realizar o curso. Antes do encerramento do semestre realizamos tours virtuais a fim de relembrar os conteúdos dos cursos, trazer um novo público, inspirar, engajar e também incentivar vendas no destino.

**Inclusões:**

o Todas as ações acima contam com nossa consultoria técnica para planejamento e organização do evento.

o As inscrições para as atividades, gerenciamento da lista e comunicação com o público também será realizada por nós.

o Assistência com desenvolvimento de artes para redes sociais,

o Edições simples de vídeo (corte, títulos, juntar arquivos), gravações on-line.

o Assistência na elaboração e atualização de briefing para participantes dos eventos e ações.

o Treinamento com palestrantes para apresentar a plataforma de transmissão ao vivo e alinhamento de detalhes técnicos garantindo o bom desempenho do evento.

o Suporte ao vivo em todas as transmissões.

o Ao final de cada ação elaboramos um relatório com dados dos inscritos, números de acessos e informações adicionais do Google Analytics

o Estes relatórios serão atualizados a cada 3 meses para acompanhamento dos resultados.

VALOR GLOBAL: R\$ 61.500,00 (sessenta e um mil e quinhentos reais);

**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:****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:

Projeto de atividade: 307401 - Estudos, pesquisas, informações e dados turísticos

Elemento de Despesa: 33.90.39.51 - Serviços de análises e pesquisas científicas

Fonte de Recurso: 100 - Recursos Ordinários

Valor: R\$ 61.500,00 (sessenta e um mil e quinhentos reais);

FUNDAMENTO LEGAL: 28, §3º, da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.

GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL: A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Marketing da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Molga de Araujo Dias Freire, Matrícula \*\*\* 920-\*, CPF: \*\*\*.138.924-\*\*, e-mail: molgaemprotur@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/CONTRATADA: GLOBAL VISION ACCESS SERVICOS EM TURISMO LTDA, CNPJ nº: 08.817.535/0001-61.

BRUNO GIOVANNI REIS

Diretor Presidente

**DISQUE SAÚDE 136**

**Conecte SUS**

**Companhia de Vacinação COVID-19**

SUS

REPÚBLICA FEDERAL DO BRASIL