



PROCESSO Nº. 12610022.002022/2021-17

ASSUNTO: Ação de ativação do segmento MICE em São Paulo/SP

INTERESSADO: EMPROTUR

### **TERMO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 43/2021**

**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 direta da empresa Academia de Viagens Corporativas Ltda, inscrita no CNPJ/ME sob o nº 07.362.691/0001-2 para a realização de evento de ativação do segmento MICE (corporativo) do estado do Rio Grande do Norte para organizadoras de eventos e agências de viagens corporativas, conforme condições e quantidades estabelecidas neste instrumento.

**JUSTIFICATIVA:** Considerando que 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.

Com o avanço da crise sanitária, provocada 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. Desde o 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 maioria dos negócios locais voltados para o turismo sob a ameaça de encerramento (80% dos negócios locais estão inseguros quanto a sua permanência e/ou sobrevivência no setor em 2020), 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. 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.

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. O plano foi orientador das ações realizadas pelos órgãos de turismo, com indicação de mercados prioritários e estratégias. Toda esta mudança provocada pela pandemia no mundo, gerou a necessidade de adaptação do planejamento do setor de turismo e definição de novas e eficazes estratégias.

Desta maneira, a SETUR, EMPROTUR, Sistema Fecomércio, por meio do Senac, Sebrae e a entidades do trade turístico elaboram o Plano de Retomada do Turismo do Rio Grande do Norte (disponível no link: <http://setur.rn.gov.br/wp-content/uploads/2020/08/Plano-de-Retomada-Turismo-do-RN-Versao-02-Revisao-Final.pdf>), inserindo 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.

É necessário que se demonstre e se recupere a confiança do turista em viajar, para consolidar e aumentar o número de turistas e sua permanência no Estado do RN, apoiar o trade turístico potiguar, captar eventos que gerem fluxo turístico para o RN e divulgar as ações criadas para a segurança sanitária da população e dos visitantes.

Dentro desta perspectiva e visando garantir a realização de elevados protocolos sanitários nos estabelecimentos é o que levou o Governo do Estado do Rio Grande do Norte a criar o selo "Turismo Mais Protegido". Numa iniciativa conjunta da SETUR/RN, 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.

Construído com base em estudos e padrões sanitários recomendados nacional e internacionalmente, o selo surge dentro de uma plataforma digital já disponível on-line no site: [www.turismoprotegido.rn.gov.br](http://www.turismoprotegido.rn.gov.br). Os viajantes poderão conhecer as empresas credenciadas com base no destino de seu interesse e preparar um roteiro seguro para sua visita ao Rio Grande do Norte. Os prestadores de serviços turísticos, por sua vez, precisam se adequar ao protocolo, se cadastrar via e-mail para obterem o selo e utilizarem o site como forma de divulgação.

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 *Travel Safe Stamp*, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) 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.

O segmento de turismo de eventos (MICE) apresenta distinção dentre a grande expansão da atividade turística no país, dinamizando a economia por meio da geração de empregos diretos e indiretos, impactando 56 áreas da economia nacional, contribuindo sistematicamente para o PIB nacional. (VIRGÍLIO; CHAGAS; FERNANDES, 2010)

A julgar que Natal/RN é, notadamente, a principal localidade em termos de realização de eventos no território potiguar, além de possuir um case de riquezas de atrativos turísticos, é natural deduzir que a retomada do segmento na cidade, proporciona não só a ela, mas a todo o Estado um meio para mitigar os efeitos da sazonalidade no setor do turismo, bem como, os impactos causados pela pandemia da COVID-19.

Diante do exposto, realizar ações de divulgação para o mercado corporativo tem como objetivo promover a retomada das atividades econômicas impactadas quando se realiza um evento ou uma viagem de incentivo, trazendo como resultado o fomento da demanda turística pós-pandemia, minimizando os impactos sofridos atualmente pela suspensão do setor e divulgando as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva turística. Tais ações impactam diretamente na previsão de receitas para o Estado bem como de geração de emprego e renda.

Em dezembro de 2020, houve um aumento considerável nos casos de infecção pela doença e todos os avanços realizados entre o período de setembro a novembro retrocederam e, mesmo iniciando a campanha de vacinação, o retorno do mercado ainda está em passos extremamente lentos.

O momento de retomada tem deixado o trade do turismo do estado do RN com boas perspectivas em relação ao futuro, embora saiba-se que recuperação do segmento não é imediata. O Rio Grande do Norte tem se posicionado como destino seguro e apto para sediar eventos nos destinos e equipamentos do Estado e trabalhado para prospectar novas oportunidades e clientes, com ações e participação em eventos do segmento corporativo. Acreditamos que a melhor maneira de se relacionar com clientes é através de eventos, e especialmente neste período de retorno às atividades presenciais após o aumento da vacinação contra a COVID-19 onde as pessoas estão ávidas para participarem de encontros presenciais. A partir desta premissa, a Academia de Viagens Corporativas desenhou para o Rio Grande do

Norte este evento na cidade de São Paulo com o objetivo de promover o destino de uma maneira diferente e moderna.

#### RAZÃO DA ESCOLHA DO EXECUTANTE e JUSTIFICATIVA DE PREÇO

Verifica-se que os eventos são realizados pela Academia de Viagens Corporativas Ltda, conforme atesta a exclusividade a instituição Abracorp.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 122.450,00 (cento e vinte e dois mil quatrocentos e cinquenta reais)

#### DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA	
De acordo com o Plano Orçamento Anual, está previsto na proposta orçamentária para o exercício de 2020, o valor Orçamentário e Financeiro à conta da dotação abaixo discriminada.	
<b>Projeto de atividade</b>	302501 - Desenvolver os segmentos do turismo do RN
<b>Elemento de Despesa:</b>	33.90.39.31 - Inscrição em eventos
<b>Fonte de Recurso:</b>	121 - Cota parte royalties
<b>Valor:</b>	R\$ 122.450,00 (cento e vinte e dois mil quatrocentos e cinquenta 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 Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Ângela Rodrigues Braga da Silva, Matrícula 226.575-3, CPF: 006.423.701-09, e-mail: nacional3.emprotur@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:** Academia de Viagens Corporativas Ltda. – CNPJ 07.362.691/0001-12

Natal/RN, 29 de novembro 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 29/11/2021, às 12:48, 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 **12197112** e o código CRC **4D528A37**.

---

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, e com a retomada gradual do turismo internacional e a reabertura das fronteiras, 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 com a MADU MEDIA PROMOÇÕES E MARKETING tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível internacional e trazer como resultado a abertura de novos mercados e a retomada da demanda turística pós-pandemia de mercados já antes trabalhos, divulgar e apresentar aos agentes de viagens e público final, as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a potencial e diferenciais dos destinos turísticos do RN, pelo alcance que a mídia digital possui.

#### 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 e criação de conteúdo digital, resulta na exposição da marca de um destino nas plataformas exclusivas que serão criadas.

Madu Media é uma agência de criação de conteúdo, consultoria, estratégia de marketing e negócios especializada na indústria do turismo. Participa de projetos nacionais e internacionais para empresas de diferentes segmentos e principalmente para o setor turístico.

Desenvolvendo campanhas de marketing e conteúdo personalizado, com entrega de mídia para os principais players de turismo do mundo.

Única empresa de comunicação brasileira com sede no Brasil, Estados Unidos e Canadá.

A proposta tem como enfoque:

o Divulgar o destino Rio Grande do Norte no exterior, despertando atenção através de vídeos no idioma inglês. As matérias serão escritas e apresentadas por um jornalista especializado (inglês nativo), com o intuito de fazer com que o mercado americano se identifique com a comunicação.

o Promoção do destino turístico através de conteúdo de vídeos no idioma inglês, ou seja os vídeos poderão ser utilizados em apresentações durante trade shows internacionais para agentes de viagem e operadores, além de ativação para o mercado consumidor final.

o Ampliar o conhecimento do público através de amostras e apresentações utilizando os vídeos no idioma inglês

o Oferecer argumentos de venda do destino a profissionais de alto poder de influência na decisão dos turistas internacionais em viagem ao Brasil.

o Ativação através de releases em inglês e entrega para público internacional, com o intuito de informar e despertar o conhecimento do destino para o mercado internacional.

VALOR GLOBAL: R\$ 78.975,00 (setenta e oito mil novecentos e setenta e cinco 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 303001 - Campanhas de marketing do turismo do RN  
Elemento de Despesa: 33.90.39.88 - Serviços de publicidade e propaganda  
Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties

Valor: R\$ 78.975,00 (setenta e oito mil novecentos e setenta e cinco reais);  
FUNDAMENTO LEGAL: art. 30, inciso da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.  
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 Nayara Cristina Santana da Silva, Matrícula 219044-3, CPF: 071.642.994-20, e-mail: nayaracsturismo@gmail.com, conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da E M P R O T U R

(<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC00000000213227.PDF>)  
CONTRATANTE: Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

CONTRATADA: Madu Média Produções e Marketing. - CNPJ 35.672.397/0001-42

Natal/RN, 29 de novembro de 2021.

BRUNO GIOVANNI REIS

Diretor Presidente

#### TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 42/2021

PROCESSO Nº. 12610021.002420/2021-43

ASSUNTO: Festival MADA - Música Alimento da Alma

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 direta de empresa para participação do estado do Rio Grande do Norte na Festival MADA - Música Alimento da Alma, na cota INSTITUCIONAL MASTER.

A Festival MADA - Música Alimento da Alma 2022, que acontecerá de 23 a 24 de setembro de 2022, na Arena Dunas, em Natal/RN.

O FESTIVAL MÚSICA ALIMENTO DA ALMA-MADA, um evento de MÚSICA POP que hoje é o maior festival do gênero no Nordeste, com um público de 22 mil pessoas na última edição realizada no Estádio Arena das Dunas em 2019 e com 42% do público oriundo de outros estados da federação.

O Festival MADA começou em 1998, na época de grande efervescência do movimento indie no Brasil, quando a alternativa se abastecia de artistas e bandas criativas, incentivadas, ousadas. Ambiente propício para um festival festival que proporcionava visibilidade à nova contracultura brasileira, privilegia a música contemporânea e vanguarda, inserindo o pop consistente e criativo em seus diversos sotaques, identidades e estilos.

JUSTIFICATIVA: A pandemia da COVID-19 afastou as pessoas, restringiu viagens e eventos. Mas com a chegada da vacina, a indústria do turismo entende que é o momento de reconexão, de reduzir a distância e voltar às origens que consolidaram como os eventos e negócios turísticos. O Mada nasceu há mais de duas décadas, com a produção musical indie pop nacional teve um crescimento inegável nos últimos anos e o Rio Grande do Norte, através do Festival MADA, fez parte de todo esse processo de crescimento e consolidação desse mercado ainda nos anos 90, acreditando que era possível, longe dos grandes centros, atrair os olhares especializados e o público para o nosso estado, colocando-o como referência nacional no cenário da produção da música indie pop brasileira. Hoje o Rio Grande do Norte faz parte de um seleto grupo que produz e apresenta ao Brasil o recorte mais atualizado da produção musical contemporânea brasileira e contribuir no desenvolvimento do Turismo. Mais do que nunca, este trabalho de reconexão será fundamental para a retomada no pós-pandemia dessa indústria tão importante para a economia mundial.

Além do cenário paradisiaco que temos no Estado do Rio Grande do Norte, o Festival MADA vem ao longo desses anos se tornando uma importante ferramenta de estímulo a vinda de visitantes ao nosso estado, um público cada vez maior em todo o mundo, que vai em busca das experiências que somente os festivais de música podem proporcionar.

O Festival MADA 2022 será dividido em algumas ações e shows de aquecimento ao longo do ano como incentivo para atrair um público ainda maior de turistas principalmente da região Nordeste e de alguns grandes centros das outras regiões, como São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro.

Diante do exposto, a participação do Rio Grande do Norte torna-se estratégica, divulgando o Estado como destino seguro, uma vez que foi o primeiro do Brasil a receber o selo "Safe Travels", concedido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), ter lançado o selo local "Turismo + Protegido, que capacitou os trabalhadores que atuam direta e indiretamente com a atividade turística no RN, por meio do Sistema Fecomércio. Além de otimizar o encontro com os atores do turismo nacional, com emissores de turistas para o Estado, será otimizado por meio da participação com estande, capacitação, agendamento de reuniões com entidades, órgãos governamentais e empresas.

VALOR GLOBAL: R\$ 200.000,00 (duzentos mil 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 307101 - Produção, realização e/ou captação de eventos geradores de fluxo turístico;

Elemento de Despesa: 33.90.39 - Serviços pessoa jurídica;

Fonte de Recurso:100 - Recursos Ordinários;

Valor: R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

FUNDAMENTO LEGAL: art. 30, inciso da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.  
GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL: A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Nayara Cristina Santana da Silva, Matrícula 216.044-3, CPF: 071.642.994-20, e-mail: nayaracsturismo@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/DOC00000000213227.PDF>)  
CONTRATANTE: Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

CONTRATADA: PE DE MUSICA PRODUcoes EIRELI. - CNPJ 30.300.378/0001-71.

Natal/RN, 29 de novembro de 2021.

BRUNO GIOVANNI REIS

Diretor Presidente

#### TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 43/2021

PROCESSO Nº. 12610022.002022/2021-17

ASSUNTO: Ação de ativação do segmento MICE em São Paulo/SP

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 direta da empresa Academia de Viagens Corporativas Ltda, inscrita no CNPJ/ME sob o nº 07.362.691/0001-2 para a realização de evento de ativação do segmento MICE (corporativo) do estado do Rio Grande do Norte para organizadoras de eventos e agências de viagens corporativas, conforme condições e quantidades estabelecidas neste instrumento.

JUSTIFICATIVA: Considerando que 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.

Com o avanço da crise sanitária, provocada 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. Desde o 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 maioria dos negócios locais voltados para o turismo sob a ameaça de encerramento (80% dos negócios locais estão inseguros quanto a sua permanência e/ou sobrevivência no setor em 2020), 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. 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.

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. O plano foi orientador das ações realizadas pelos órgãos de turismo, com indicação de mercados prioritários e estratégias. Toda esta mudança provocada pela pandemia no mundo, gerou a necessidade de adaptação do planejamento do setor de turismo e definição de novas e eficazes estratégias.

Desta maneira, a SETUR, EMPROTUR, Sistema Fecomércio, por meio do Senac, Sebrae e a entidades do trade turístico elaboraram o Plano de Retomada do Turismo do Rio Grande do Norte (disponível no link: <http://setur.rn.gov.br/wp-content/uploads/2020/08/Plano-de-Retomada-Turismo-do-RN-Versao-02-Reviseo-Final.pdf>), inserindo 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.

É necessário que se demonstre e se recupere a confiança do turista em viajar, para consolidar e aumentar o número de turistas e sua permanência no Estado do RN, apoiar o trade turístico potiguar, captar eventos que gerem fluxo turístico para o RN e divulgar as ações criadas para a segurança sanitária da população e dos visitantes. Dentro desta perspectiva e visando garantir a realização de elevados protocolos sanitários nos estabelecimentos é o que levou o Governo do Estado do Rio Grande do Norte a criar o selo "Turismo Mais Protegido". Numa iniciativa conjunta da SETUR/RN, 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.

Construído com base em estudos e padrões sanitários recomendados nacional e internacionalmente, o selo surge dentro de uma plataforma digital já disponível online no site: [www.turismoprotetido.rn.gov.br](http://www.turismoprotetido.rn.gov.br). Os viajantes poderão conhecer as empresas credenciadas com base no destino de seu interesse e preparar um roteiro seguro para sua visita ao Rio Grande do Norte. Os prestadores de serviços turísticos, por sua vez, precisam se adequar ao protocolo, se cadastrar via e-mail para obterem o selo e utilizarem o site como forma de divulgação.

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 Travel Safe Stamp, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) 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.

O segmento de turismo de eventos (MICE) apresenta distinção dentre a grande expansão da atividade turística no país, dinamizando a economia por meio da geração de empregos diretos e indiretos, impactando 56 áreas da economia nacional, contribuindo sistematicamente para o PIB nacional. (VIRGÍLIO; CHAGAS; FERNANDES, 2010)

A julgar que Natal/RN é, notadamente, a principal localidade em termos de realização de eventos no território potiguar, além de possuir um case de riquezas de atrativos turísticos, é natural deduzir que a retomada do segmento na cidade, proporciona não só a ela, mas a todo o Estado um meio para mitigar os efeitos da sazonalidade no setor do turismo, bem como, os impactos causados pela pandemia da COVID-19.

Diante do exposto, realizar ações de divulgação para o mercado corporativo tem como objetivo promover a retomada das atividades econômicas impactadas quando se realiza um evento ou uma viagem de incentivo, trazendo como resultado o fomento da demanda turística pós-pandemia, minimizando os impactos sofridos atualmente pela suspensão do setor e divulgando as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva turística. Tais ações impactam diretamente na previsão de receitas para o Estado bem como de geração de emprego e renda.

Em dezembro de 2020, houve um aumento considerável nos casos de infecção pela doença e todos os avanços realizados entre o período de setembro a novembro retrocederam e, mesmo iniciando a campanha de vacinação, o retorno do mercado ainda está em passos extremamente lentos.

O momento de retomada tem deixado o trade do turismo do estado do RN com boas perspectivas em relação ao futuro, embora saiba-se que recuperação do segmento não é imediata. O Rio Grande do Norte tem se posicionado como destino seguro e apto para sediar eventos nos destinos e equipamentos do Estado e trabalhado para prospectar novas oportunidades e clientes, com ações e participação em eventos do

segmento corporativo. Acreditamos que a melhor maneira de se relacionar com clientes é através de eventos, e especialmente neste período de retorno às atividades presenciais após o aumento da vacinação contra a COVID-19 onde as pessoas estão ávidas para participarem de encontros presenciais. A partir desta premissa, a Academia de Viagens Corporativas desenhou para o Rio Grande do Norte este evento na cidade de São Paulo com o objetivo de promover o destino de uma maneira diferente e moderna.

**RAZÃO DA ESCOLHA DO EXECUTANTE e JUSTIFICATIVA DE PREÇO**  
Verifica-se que os eventos são realizados pela Academia de Viagens Corporativas Ltda, conforme atesta a exclusividade a instituição Abracorp.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 122.450,00 (cento e vinte e dois mil quatrocentos e cinquenta 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 302501 - Desenvolver os segmentos do turismo do RN;**

**Elemento de Despesa: 33.90.39.31 - Inscrição em eventos;**

**Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties**

**Valor: R\$ 122.450,00 (cento e vinte e dois mil quatrocentos e cinquenta reais);**

**FUNDAMENTO LEGAL:** art. 30, inciso da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.

**GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:** A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Ângela Rodrigues Braga da Silva, Matrícula 226.575-3, CPF: 006.423.701-09, e-mail: nacional3.emprotur@gmail.com conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da

**E M P R O T U R**

(<http://adcon.rn.gov.br/ACERVO/setur/DOC/DOC00000000213227.PDF>)

**CONTRATANTE:** Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

**CONTRATADA:** Academia de Viagens Corporativas Ltda. - CNPJ 07.362.691/0001-12

**Natal/RN, 29 de novembro de 2021.**

**BRUNO GIOVANNI REIS - Diretor Presidente**

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 44/2021**

**PROCESSO Nº:** 12610022.002003/2021-91

**ASSUNTO:** Participação do Rio Grande do Norte na 36ª Feira de Negócios Turísticos Ugart

**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 direta de empresa para participação do estado do Rio Grande do Norte com um stande na 36ª Feira de Negócios Turísticos Ugart.

A 36ª Feira de Negócios Turísticos Ugart, que acontecerá 25 e 26 de março 2022, no Centro de Eventos Barra Shopping Sul, em Porto Alegre/RN, situado na Av. Diário de Notícias, no 300 - Bairro Cristal.

**JUSTIFICATIVA:** Em razão dos efeitos da pandemia da COVID-19 no Turismo, principalmente os impactos causados no cenário nacional e regional, na sua 36ª Feira de Negócios Turísticos Ugart terá o objetivo de criar novas ideias e oportunidades de negócios para os agentes de viagens por meio de capacitações, conexões, palestras e rodadas de negócios.

As atividades programadas ainda não foram divulgadas, mas com base na edição anterior serão exposições, apresentação de destinos, capacitações, rodadas de negócios e eventos externos. O público presente interagiu, assistiu apresentações artísticas e degustou a culinária de diferentes países.

A UGART (União Gaúcha das Operadoras e Representantes de Turismo) como realizador, além da organização por parte da Glass events.

Diante do exposto, a participação do Rio Grande do Norte torna-se estratégica, divulgando o Estado como destino seguro, uma vez que foi o primeiro do Brasil a receber o selo "Safe Travels", concedido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), ter lançado o selo local "Turismo + Protegido, que capacitou os trabalhadores que atuam direta e indiretamente com a atividade turística no RN, por meio do Sistema Fecomércio. Além de otimizar o encontro com os atores do turismo nacional, com emissores de turistas para o Estado, será otimizado por meio da participação com estande, capacitação, agendamento de reuniões com entidades, órgãos governamentais e empresas.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 42.640,00 (quarenta e dois mil seiscentos e quarenta 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 307001 - Participação em eventos nacional**

**Elemento de Despesa: 33.90.39.31 - Inscrição em eventos**

**Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties**

**Valor: R\$ 42.640,00 (quarenta e dois mil seiscentos e quarenta reais);**

**FUNDAMENTO LEGAL:** art. 30, inciso da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.

**GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:** A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Ana Rita Couto Salgado Gadelha, Matrícula 170.145-2, CPF: 421.325.924-20, e-mail: nacional.emprotur@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/DOC00000000213227.PDF>)

**CONTRATANTE:** Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

**CONTRATADA:** UNIAO GAUCHA DOS REPRESENTANTES DE TURISMO DO RGS. - CNPJ 95.217.113/0001-50.

**Natal/RN, 29 de novembro de 2021.**

**BRUNO GIOVANNI REIS - Diretor Presidente**

**PROCESSO Nº:** 12610022.001994/2021-94.

**ASSUNTO:** Participação do Rio Grande do Norte na 24ª AVIRRP 2022 Encontro Nacional das Agências de Viagem

**INTERESSADO:** EMPROTUR

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 45/2021**

**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 direta de empresa para participação do estado do Rio Grande do Norte com um stande na 24ª AVIRRP 2022 Encontro Nacional das Agências de Viagem, que acontecerá 18 e 19 de março 2022, no Centro de Eventos Taiwan, em Ribeirão Preto/SP.

**JUSTIFICATIVA:** Em razão dos efeitos da pandemia da COVID-19 no Turismo, principalmente os impactos causados no cenário nacional e regional, na sua 24ª edição a organização vem cuidando com todo carinho desta edição Especial da Feira de Turismo, que virá com uma nova roupagem para agregar neste tradicional evento do interior paulista, um formato de atendimento embasado, não apenas nas normas exigida pela Organização Mundial da Saúde (OMS), mas também seguindo as orientações e protocolos da Secretaria da Saúde do Governo do Estado de São Paulo com relação aos eventos presenciais.

As atividades programadas para feira é o Fórum "A Voz do Agente", onde os Agentes de Viagem terão novamente a oportunidade de debaterem as estratégias, oportunidades e soluções para o setor no próximo ano, além de que os expositores e profissionais do Turismo encontrarão uma Feira moderna, apresentando uma logística dentro de um novo cenário que vivenciamos no mercado do turismo, onde o objetivo será além da segurança de todos os participantes, a proposta de uma "Feira VIP", onde os Expositores receberão para negócios, os profissionais de turismo de Ribeirão Preto e Região.

Diante do exposto, a participação do Rio Grande do Norte torna-se estratégica, divulgando o Estado como destino seguro, uma vez que foi o primeiro do Brasil a receber o selo "Safe Travels", concedido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), ter lançado o selo local "Turismo + Protegido, que capacitou os trabalhadores que atuam direta e indiretamente com a atividade turística no RN, por meio do Sistema Fecomércio. Além de otimizar o encontro com os atores do turismo nacional, com emissores de turistas para o Estado, será otimizado por meio da participação com estande, capacitação, agendamento de reuniões com entidades, órgãos governamentais e empresas.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 57.600,00 (cinquenta e sete mil e seiscentos reais);

**DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:**

**INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA**

De acordo com o Plano Orçamento Anual, está previsto na proposta orçamentária para o exercício de 2020, o valor Orçamentário e Financeiro à conta da dotação abaixo discriminada.

**Projeto de atividade 307001 - Participação em eventos no âmbito nacional**

**Elemento de Despesa: 33.90.39.31 - Inscrição em eventos**

**Fonte de Recurso: 121 - Recursos ordinários**

**Valor: R\$ 57.600,00 (cinquenta e sete mil e seiscentos 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 e contrato a Emprotur - RILC.

**GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:** Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Ana Rita Couto Salgado Gadelha, Matrícula 170.145-2, CPF: 421.325.924-20, e-mail: nacional.emprotur@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/DOC00000000213227.PDF>)

**CONTRATANTE:** Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

**CONTRATADA:** ASSOCIACAO DAS AGENCIAS DE VIAGEM DE RIBEIRAO PRETO E REGIAO - CNPJ 01.868.035/0001-00.

**Natal/RN, 29 de novembro de 2021.**

(Assinado Eletronicamente)

**RAFAEL VARELLA GOMES DA COSTA**

**Diretor Vice Presidente**

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 46/2021**

**PROCESSO Nº:** 12610021.002418/2021-74

**ASSUNTO:** Participação na 2ª Edição Festival Gastronômico Sabores da Pipa

**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 direta de empresa ADRIANNE AMORIM CIANTELLI para participação do estado do Rio Grande do Norte na 2ª Edição Festival Gastronômico Sabores da Pipa.

A 2ª Edição Festival Gastronômico Sabores da Pipa, que acontecerá 17 a 27 de março de 2022, dentro de Restaurantes, Padarias, Sorveterias, Bares nas ruas e Barracas de Praia da orla de Tibau do Sul e Pipa/RN.

**JUSTIFICATIVA:** A pandemia da COVID-19 afastou as pessoas, reduzindo o fluxo e a capacidade de evento. Mas com a chegada da vacina, a indústria do turismo entende que é o momento de reconexão, de reduzir a distância e voltar às origens que consolidaram como os eventos e negócios turísticos.

O Festival Gastronômico Sabores tem o intuito de promover o destino Pipa a Destino Turismo Gastronômico, apresentando a excelência da cozinha aqui praticada aos turistas, amantes da boa mesa e estudantes de gastronomia e assim, contribuir no desenvolvimento do Turismo.

O setor de eventos, bares, restaurantes e porque não dizer, todo o trade turístico, passou por um período desafiador durante estes tempos de pandemia, assim O SABORES DA PIPA 2022 tem como objetivo principal de contribuir de forma segura na retomada do turismo e da economia do município de Tibau do Sul e do estado RN.

A integração da cadeia de alimentos e de todo o trade, com os eventos gastronômicos pode ser considerada uma das principais formas de aproveitamento para o desenvolvimento dos negócios na região. Os empreendedores devem ter uma noção clara, que são eles que formam o trade e que juntos e com o apoio da iniciativa pública, poderão fazer a diferença na retomada e fortalecimento dos negócios, abrindo espaço de interação, troca de experiências e teste de novos produtos e parcerias fazendo a diferença nos resultados e consolidando o evento no calendário oficial municipal e estadual.

A cadeia deve ter o evento como um instrumento de geração de visibilidade, mas tendo ciência de que produzem expectativas que devem ser atendidas, especialmente na melhoria da qualidade dos produtos e dos serviços oferecidos em busca da excelência, sempre.

Diante do exposto, a participação do Rio Grande do Norte torna-se estratégica, divulgando o Estado como destino seguro, uma vez que foi o primeiro do Brasil a receber o selo "Safe Travels", concedido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), ter lançado o selo local "Turismo + Protegido, que capacitou os trabalhadores que atuam direta e indiretamente com a atividade turística no RN, por meio do Sistema Fecomércio. Além de otimizar o encontro com os atores do turis-

mo nacional, com emissores de turistas para o Estado, será otimizado por meio da participação com estande, capacitação, agendamento de reuniões com entidades, órgãos governamentais e empresas.

Colocando a promoção do turismo como atividade econômica estratégica para a geração de emprego e renda, além do desenvolvimento regional. 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.

O turismo é a atividade econômica que mais gera emprego e renda no Estado, os investimentos e aportes financeiros da pasta do turismo, legitimam o setor e valorizam as atividades que são propostas para melhoria do segmento.

O evento se torna uma ótima estratégia de marketing, onde promovem as belezas locais que são compartilhadas para o Brasil.

Sem dúvida, o turismo é uma indústria dinâmica que movimenta uma cadeia de mais de cinquenta atividades; um grande gerador de empregos e multiplicador de renda. Por isso, ao longo de um ano de pandemia, o Governo do RN, unindo a Secretaria de Turismo a outras secretarias, que enviaram muitos esforços para captar esse importante evento para o Estado e minimizar os impactos negativos que a pandemia trouxe ao setor. A lista de medidas concretas é extensa e pode ser dividida entre ações sociais, de segurança sanitária, econômicas e de promoção.

**VALOR GLOBAL:** R\$ 70.000,00 (setenta mil 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 302501 - Desenvolver os segmentos do turismo do RN**

**Elemento de Despesa: 33.90.39.31 - Inscrição em eventos**

**Fonte de Recurso: 121 - Cota parte royalties**

**Valor: R\$ 70.000,00 (setenta mil reais);**

**FUNDAMENTO LEGAL:** art. 30, inciso da Lei 13.303/2016, em sua redação atual.

**GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL:** A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção Nacional da EMPROTUR e fica indicado para a Fiscalização do contrato a empregada pública Nayara Cristina Santana da Silva, Matrícula 216.044-3, CPF: 071.642.994-20, e-mail: nayaraecsturismo@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/DOC00000000213227.PDF>)

**CONTRATANTE:** Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A - EMPROTUR - CNPJ nº 10.202.792/0001-30.

**CONTRATADA:** ADRIANNE AMORIM CIANTELLI. - CNPJ 32.135.369/0001-06.

**Natal/RN, 29 de novembro de 2021.**

**BRUNO GIOVANNI REIS**

**Diretor Presidente**

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 47/2021**

**PROCESSO Nº:** 12610022.002046/2021-76

**ASSUNTO:** Participação através da cota de apoio do Rio Grande do Norte no Nordeste Arretado

**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 direta de empresa para participação através da cota de apoio do estado do Rio Grande do Norte no Nordeste Arretado.

O Nordeste Arretado é uma ação itinerante de capacitação, promoção e apoio à comercialização do Nordeste Arretado para profissionais do turismo (Operadores, Agentes de Viagens, Imprensa e Influenciadores), que acontecerá no dia 01 de dezembro de 2021, das 10h às 22h, e segue com sua programação até 15 de fevereiro de 2022.

O Projeto de Turismo Integrado Nordeste Arretado tem como objetivo buscar soluções criativas e eficientes para estimular o turismo interno no Brasil, além de potencializar o turismo integrado entre os estados nordestinos de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte, além de incentivar viagens nacionais, promovendo Alagoas, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte de forma unificada, aumentando a competitividade dos destinos no mercado nacional, gerando emprego e renda para os Estados.

Seguindo as tendências deste momento de retomada do turismo, a programação vai ser toda realizada no Brasil, fomentando o turismo interno, em uma ação com abrangência nacional. Serão 15 etapas, em 13 Estados do Brasil, impactando diretamente mais de 5.000 profissionais do turismo, sendo 2.000 presencialmente.

**JUSTIFICATIVA:** A pandemia da COVID-19 afastou as pessoas, restringiu viagens e fechou fronteiras. Mas com a chegada da vacina, a indústria do turismo entende que é o momento de reconexão, de reduzir a distância e voltar às origens que consolidaram como os eventos e negócios turísticos. Portanto, a BBG BRASIL teve a ideia de unir forças para estimular o turismo interno no Brasil e desenvolvemos este projeto de roadshow, e dessa forma, potencializando o turismo integrado entre os estados nordestinos de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte.

A proximidade geográfica dos 04 Estados, além de serem destinos com essências turísticas voltadas para o sol e praia e tradições culturais latentes, há a possibilidade que o turista, em uma única viagem, visite diversos destinos, incrementando a permanência média e gerando mais riquezas para a região. A promoção conjunta segue as principais tendências de sustentabilidade e economicidade neste momento pós-pandemia.

O Projeto de Turismo Integrado Nordeste Arretado tem como missão gerar o desejo de consumo, engajando potenciais viajantes e estimulando o sentimento de pertencimento dos produtos e destinos do Nordeste Arretado pelos brasileiros, informando sobre os protocolos sanitários adotados pelos destinos. As cidades escolhidas para sediar as etapas foram selecionadas de acordo com o potencial emissivo para os destinos do projeto e acessibilidade aérea. Serão 15 etapas, em 13 Estados do Brasil, impactando diretamente mais de 5.000 profissionais do turismo, sendo 2.000 presencialmente.

As 15 etapas de 4h cada uma serão distribuídas da seguinte forma:

o Lançamento em São Paulo (etapa híbrida, com a presença de 100 profissionais do turismo e transmitido online simultaneamente, com potencial de alcance de 3.000 pessoas);

o 04 Lançamentos Locais em Natal, João Pessoa, Recife e Maceió (etapas presenciais para imprensa, influenciadores e trade local visando a divulgação para os públicos B2B e B2C);