



PROCESSO Nº. 12610025.002693/2021-58.

ASSUNTO: Contratação da MADU MEDIA PROMOÇÕES E MARKETING

INTERESSADO: EMPROTUR

### **TERMO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 41/2021**

**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 da MADU MEDIA PROMOÇÕES E MARKETING para execução de campanha de marketing e criação de conteúdo digital com foco no mercado internacional.

**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/Trair  - 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 serviç os 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 doenç  pelo país e sua chegada ao Estado, a partir do final de març o 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 representar  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 serviç os 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:

- 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.

- 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.

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

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

- 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:**

<b>INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA</b>	
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>	303001 - Campanhas de marketing do turismo do RN
<b>Elemento de Despesa:</b>	33.90.39.88 - Serviços de publicidade e propaganda
<b>Fonte de Recurso:</b>	121 - Cota parte royalties
<b>Valor:</b>	R\$ 78.975,00 (setenta e oito mil novecentos e setenta e cinco 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 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 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:** Madu Média Produções e Marketing. – CNPJ 35.672.397/0001-42

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 11:36, 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 **12190843** e o código CRC **1407D3BF**.



SESAP- Coordenadoria Administrativa  
RETIFICAÇÃO  
Retificamos a matéria publicada no DOE Edição de nº 15.061 a página 17 do dia 24/11/2021 - Extrato de Termo Autorizativo de Inexigibilidade de Licitação nº 7/2021 - Proc. nº 00610230.000373/2021-31.  
Onde se Lê: Valor Global: 22.471,6800 (vinte dois mil quatrocentos e setenta e um reais e sessenta e oito centavos).  
Leia-se: Valor Global: R\$134.830,08 (cento e trinta e quatro mil, oitocentos e trinta reais e oito centavos).  
CIPRIANO MAIA DE VASCONCELOS  
Secretário de Estado da Saúde Pública

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA  
HOSPITAL REGIONAL DEOCLÉCIO MARQUES DE LUCENA  
EXTRATO DE DISPENSA Nº 28/2021 - Processo nº 00610379.000163/2021-68  
OBJETO: Aquisição de Lençóis hospitalar para o setor de Rouparia do HRDML.  
Fundamento Legal: Inciso II do Artigo 24 da Lei 8.666/93.  
Valor Global: R\$: R\$ 17.286,50 (dezesete mil, duzentos e oitenta e seis reais e cinquenta centavos).  
Beneficiários: COMERCIAL APOLO LTDA - EPP, CNPJ 02.440.676/0001-21.  
Maria José de Pontes  
Diretora Geral  
Natal, 29 de novembro de 2021.

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA  
HOSPITAL REGIONAL DEOCLÉCIO MARQUES DE LUCENA  
EXTRATO DE DISPENSA Nº 27/2021 - Processo nº 00610366.000087/2021-30  
OBJETO: Aquisição de escovas degermantes para o setor de Farmácia do HRDML.  
Fundamento Legal: Inciso II do Artigo 24 da Lei 8.666/93.  
Valor Global: R\$: 17.385,00 (dezesete mil, trezentos e sessenta reais).  
Beneficiários: KIREI Tecnolab EIRELI, CNPJ: 06.912.821/0001-80.  
Maria José de Pontes  
Diretora Geral  
Natal, 29 de novembro de 2021.

HOSPITAL REGIONAL TARCÍSIO MAIA  
Extrato de Contrato nº 047/2021 - Processo SEI nº 00610407.000043/2019-61.  
Contratantes: Hospital Regional Tarcísio Maia e VAREJÃO L B LTDA ME.  
Objeto: O presente termo tem por objeto Registro de Preços para eventual aquisição de Água Mineral 20L e Gás de cozinha GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) p13kg, p45kg e a granel, por 12 meses, para atender as necessidades dos Hospitais e Unidades de Referência da SESAP (Secretaria de Estado da Saúde Pública do Rio Grande do Norte) localizados nas Áreas de Abrangência Geográfica da I, II, III, IV, V, VI, VII e VIII Regionais de Saúde Pública, conforme especificações e quantitativos constantes no item 1.3 - Distribuição Anual de Água Mineral e Gás de Cozinha por Unidade de Saúde e item 1.2 - Distribuição Anual de Água Mineral e Gás de Cozinha por Regional de Saúde - URSAP.  
Fundamento Legal: A contratação objeto deste instrumento é celebrada com base no resultado, homologação em 24/05/2021 e adjudicação do Certame Licitatório - PREGÃO ELETRÔNICO Nº 026/2021, para Registro de Preços 026/2021, publicada em DOE 29/05/2021.  
Valor Total: R\$ 9.531,00 (nove mil, quinhentos e trinta e um reais).  
Da Dotação: As despesas com o objeto desta licitação serão custeadas com recursos oriundos da Unidade Orçamentária: 24.131.10.302.0021238201 - Manutenção das Unidades Hospitalares. 0001 - Rio Grande do Norte. Elemento da Despesa: 3390-30.07 - Gêneros Alimentícios.  
Valor: R\$ 9.531,00. Fonte: 167 - Bloco de Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde. Especificação: Aquisição de água Mineral. Vigência e Validade: Este Contrato terá validade e vigência no presente exercício, de 10/11/2021 a 31/12/2021, e eficácia com a publicação do extrato no Diário Oficial do Estado.  
Fiscalização: Aurineide Martins de Lima - Mat. 164.591-8.  
Signatários: Herbênia Ferreira da Silva - CPF nº. 720.661.724-72 pela contratante e Marta Messias de Mesquita - CPF nº: 032.046.324-90 pela contratada.

Secretaria de Estado da Saúde Pública  
Comissão Permanente de Licitação  
AVISO LICITAÇÃO  
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 100/2021  
Objeto: Registro de Preço para aquisições futuras de medicamentos do grupo 2 - Medicamentos financiados pelas Secretarias de Estado da Saúde para tratamento das doenças contempladas neste Componente. Os medicamentos irão atender às necessidades dos usuários de acordo com o Protocolo Clínico. Os quantitativos solicitados atenderão um período estimado de 12 (doze) meses, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital. A abertura das propostas será no dia 13/12/2021, às 09h e a sessão de disputa será no dia 13/12/2021 e terá início às 10h, no site [www.licitacoes-e.com.br](http://www.licitacoes-e.com.br) (Horário de Brasília-DF). O Edital se encontra à disposição dos interessados no referido site com nº de identificação: 910880 e no [www.compras.rn.gov.br](http://www.compras.rn.gov.br). Informações na CPL/SESAP-e-mail: [sesap.cpl@gmail.com](mailto:sesap.cpl@gmail.com) - no horário das 08h às 14h de segunda à sexta-feira.  
Natal/RN, 29 de novembro de 2021.  
José Nilton Moreira Júnior  
PREGOEIRO - CPL-SESAP/RN.

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA  
HOSPITAL REGIONAL DEOCLÉCIO MARQUES DE LUCENA  
EXTRATO DE DISPENSA Nº 29/2021 - Processo nº 00610379.000164/2021-11  
OBJETO: Aquisição de conjunto cirúrgico para atender do setor de Rouparia do HRDML.  
Fundamento Legal: Inciso II do Artigo 24 da Lei 8.666/93.  
Valor Global: R\$: R\$ 17.595,00 (dezesete mil, quinhentos e noventa e cinco reais).  
Beneficiários: COMERCIAL APOLO LTDA - EPP, CNPJ 02.440.676/0001-21.  
Maria José de Pontes  
Diretora Geral  
Natal, 29 de novembro de 2021.

SESAP/FES  
TERMO DE RECONHECIMENTO DE DÍVIDA -PROCESSO Nº 00610909.000107/2021-98  
Na condição de ordenador de despesa, e em conformidade com a legislação em vigor, reconheço o débito no valor de R\$ 268.704,56 (Duzentos e sessenta e oito mil, setecentos e quatro reais e cinquenta e seis centavos) relativo a dívida que esta

SESAP possui com a empresa COOPERATIVA MÉDICA DO RIO GRANDE DO NORTE - COOPMED, CNPJ 05.651.380/0001-48, conforme abaixo discriminado:

NOTAL FISCAL	VALOR (R\$)	DOCUMENTO
4116	R\$ 268.704,56	11745410

Cipriano Maia de Vasconcelos  
Secretário de Estado da Saúde Pública  
Natal/RN, 05 de novembro de 2021.

SESAP/HMAF  
EXTRATO DO 2º TERMO DE APOSTILAMENTO AO 4º TERMO ADITIVO DO CONTRATO Nº 004/2017  
PROCESSO: 00610435.000062/2021-75  
MODALIDADE: pregão presencial.  
INSTRUMENTO: II termo de apostilamento ao IV Termo Aditivo INTERESSADO: Hospital Pediátrico Maria Alice Fernandes.  
PARTES: Hospital Pediátrico Maria Alice Fernandes e a empresa Unifrio Refrigeração LTDA - ME.  
OBJETO: O presente termo tem por objetivo reajustar o valor do contrato previsto da CLÁUSULA TERCEIRA em 24,86% (vinte e quatro virgula oitenta e seis por cento), conforme previsto na CLÁUSULA QUINTA, com base no índice IGPM/FGV, sendo atribuído o valor total estimativo de R\$ 258.042,17 (duzentos e cinquenta e oito mil, quarenta e dois reais e dezessete centavos) para um período de 12 (doze) meses.  
A CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA passa a vigor com a seguinte redação:  
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: Projeto: 24.131.10.302.2003.2382.238201 - Manutenção das Unidades Hospitalares;0001 - Rio Grande do Norte; Natureza da despesa: 33.90.39.17 (Manut. e Conservação de Maq. e Equipamentos)..R\$ 68.449,30, 33.90.30.25 (Material para Manutenção de bens Móveis); .....R\$ 10.607,10, Fonte: 100 - Recursos ordinários.Projeto: 24131.10.302.2003.2382.238201 - Manutenção das unidades hospitalares; 0001 - Rio Grande do Norte. Elemento da despesa: 33.90.39.17 (Manut. e Conservação de Maq. e Equipamentos)..R\$ 83.969,83. 33.90.30.25 (Material para Manutenção de bens Móveis); R\$ 8.308,22  
Fonte: 167 - Bloco de custeio das ações e serviços públicos de saúde.  
FUNDAMENTO LEGAL: Artigo 65, parágrafo 8º da Lei 8.666/93.  
Efeitos: de 02/05/2021 a 01/05/2022.  
Signatários: SUYAME FURTADO RICARTE pela contratante e FRANCISCO GOMES DE LIMA pela contratada.

HOSPITAL GISELDA TRIGUEIRO.  
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 007/2021.  
PROCESSO Nº 00610136.000224/2021-40  
OBJETO: Aquisição de Produtos Para Saúde - PPS (EPs Descartáveis - Aventais, Luvas, Máscaras e Toucas)  
D E S P A C H O. Usando das atribuições que nos são conferidas pela Portaria nº 55/2019-GS-SESAP de 11/02/2019, pelo Secretário de Estado da Saúde do RN, HOMOLOGO a Licitação em epígrafe, consoante o julgamento proferido pelo Pregoeiro que adjudicou os lotes as empresas:  
1. CIRUFARMA COMERCIO LTDA (40.787.152/0001-09).Lotes: 4 e 5 ;  
2.FORTCLEAN COMERCIO DE EQUIPAMENTOS EIRELI (36.327.075/0001-29).Lote: 02,  
3.GOEDERT LTDA (79.846.465/0001-18).Lotes: 6 , 7 e 8 ;  
4.NACIONAL COMERCIO E REPRESENTACAO EIRELI ME (18.588.224/0001-21).Lote: 03;  
5.NORDMARKET COMERCIO DE PRODUTOS HOSPITALARES LTDA (19.125.796/0001-37).Lote: 09.  
OBS: Lotes FRACASSADO: 01 .  
Importa ao presente Certame o valor total de R\$ 219.274,80.  
Natal, 29 de Novembro de 2021.  
André Luciano de Araújo Prudente  
Diretor Geral.

SESAP - NÚCLEO DE CONTRATOS/CGC.  
EXTRATO DO 2º TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 98/2021. PROCESSO SEI: 00610072.0006036/2021-21  
PARTES: SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE PÚBLICA E A ASSOCIAÇÃO DE PROTEÇÃO E ASSISTÊNCIA A MATERNIDADE E A INFÂNCIA DE MOSSORÓ - APAMIM.  
OBJETO: O presente instrumento tem por objetos pactuar a prorrogação da validade e vigência do contrato original por um período de 90 (noventa) dias, conforme o 4º Aditivo ao Termo de Ajustamento de Conduta nos autos do Inquérito Civil nº 04.23.2354.0000056/2020-21, e solicitado no Memorando nº 65/2021/SESAP - CORSA - SURACSS/SESAP - CORSA/SESAP - SECRETARIO (id 12078421) - Processo SEI nº 00610072.000603/2021-21.  
VALOR: Ao presente instrumento é atribuído o valor estimado de R\$ 2.053.152,00 (dois milhões, cinquenta e três mil, cento e cinquenta e dois reais).  
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: As despesas decorrentes da execução deste contrato, no valor de R\$ 2.053.152,00 (dois milhões, cinquenta e três mil, cento e cinquenta e dois reais) serão custeadas com recursos orçamentários da contratante assim classificados: Órgão: 24000 Secretaria de Estado da Saúde Pública. Unidade Orçamentária: 24131 Fundo de Saúde do RN - FUSERN. Unidade Gestora: 240131 - Fundo Estadual de Saúde - FUSERN. Classificação Funcional Programática: 24131 10 122 2003 325201 - Enfrentamento do Coronavírus e Demais Síndromes Respiratórias Agudas Graves Fonte de Recursos: 0.1.67 - Bloco de Custeio das Ações e Serviços Públicos de Saúde. Natureza da Despesa: 3.3.90.39.50 - Serv. Médico, internação Hospitalar, Odont. e Laboratorial Sendo R\$ 730.009,60 (setecentos e trinta mil, nove reais e sessenta centavos) referentes ao exercício de 2021 e R\$ 1.323.142,40 (um milhão, trezentos e vinte e três mil, cento e quarenta e dois reais e quarenta centavos) referentes ao exercício de 2022  
VALIDADE E VIGÊNCIA: Este Aditivo tem validade e vigência por mais 90 (noventa) dias, de 30/11/2021 até 27/02/2022, 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, que lido e achado conforme, é assinado pelos contratantes e pelas testemunhas abaixo identificadas, que a tudo estiverem presentes, dele sendo extraídas cópias necessárias à sua execução.  
Natal/RN, 26 de outubro de 2021.  
Cipriano Maia de Vasconcelos Secretário de Estado da Saúde Pública do RN pela contratante e Larizza Souza de Queiroz Lopes pela Contratada.

HOSPITAL MONSENHOR WOLFREDO GURGEL  
CPL - COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
Aviso de Licitação - Pregão Eletrônico N° 68/2021  
OBJETO: aquisição de produtos médicos (kit completo p/ drenagem de torax, fio de sutura, cateter para acesso venoso profundo, duplo lumen).  
O Pregoeiro do HMWG no uso de suas atribuições legais, torna pública a realização da Licitação na modalidade PREGÃO ELETRÔNICO, do tipo menor preço por item. A abertura e disputa se dará no dia 20/12/2021 às 09 horas (horário de Brasília-DF) no provedor: [www.comprasnet.gov.br](http://www.comprasnet.gov.br), UASG: 926086. Informações: (84)3232-7610. O Edital encontra-se disponível no referido site e no [www.compras.rn.gov.br](http://www.compras.rn.gov.br).  
Natal, 29 de Novembro de 2021.  
Carlos Mychell do Nascimento Barbosa  
Pregoeiro

SESAP-GRP  
Processo: 00610256.000053/2021-92  
Instrumento: cancelamento do item 4, do RP 002/2020, processo nº 00610256.000214/2018-42.  
Acato o Parecer nº 6190/2021 da Assessoria Jurídica deste Órgão que deferiu o pedido de cancelamento do item e pela não aplicação de penalidades, da empresa DATA - MEDICAL PRODUTOS MEDICOS HOSPITALARES LTDA.  
Natal/RN, 29/11/2021.  
CIPRIANO MAIA DE VASCONCELOS - Secretário de Estado da Saúde Pública

## Secretaria de Estado do Turismo

### Empresa Potiguar de Promoção Turística - EMPROTUR

Aviso nº 35/2021-EMPROTUR - CPL/EMPROTUR - PRES  
Natal, 29 de novembro de 2021.  
Processo Licitatório nº 12610009.001700/2021-01.  
Pregão Eletrônico nº 016/2021  
Objeto: A presente licitação tem por objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de locação mensal de microcomputadores e notebooks, para atender a demanda da EMPROTUR, conforme condições e quantitativos constantes no Termo de Referência (Anexo I), do Edital.  
AVISO DE ABERTURA DE LICITAÇÃO  
A EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA S/A - EMPROTUR, através de sua Assessoria de Licitações, torna público que realizará no dia 10 dezembro de 2021, às 10:00h (horário de Brasília/DF), a licitação para o objeto acima especificado (SEI nº 12610009.001700/2021-01). Os Editais com as especificações e seus anexos encontram-se à disposição dos interessados no site [www.emprotur.setur.rn.gov.br](http://www.emprotur.setur.rn.gov.br), em TRANSPARÊNCIA EMPROTUR (ícone Licitações e Contratos), e no Portal de Compras do Governo Federal, através do link <https://www.gov.br/compras/pt-br/sistemas/comprasnet-siasg>, Pregão Eletrônico nº 016/2021, como também na Sede da EMPROTUR, localizada na Av. Senador Dinarte Medeiros Mariz, s/nº, Via Costeira, Centro de Convenções de Natal, Ponta Negra, CEP 59090-002, Natal/RN. Qualquer informação será prestada através do telefone: Fone (84)3232-2476, no horário das 08h00 às 14h00, ou ainda no e-mail [licitacao.emprotur@gmail.com.br](mailto:licitacao.emprotur@gmail.com.br).  
Natal, 29 de Novembro de 2021.  
(assinado eletronicamente)  
FRANCISCO FERNANDES DE BRITO  
Presidente da CPL/EMPROTUR  
Matrícula 150.668-4

**TERMO DE INEXIBILIDADE DE LICITAÇÃO Nº 41/2021**  
**PROCESSO Nº 12610025.002693/2021-58.**  
**ASSUNTO:** Contratação da MADU MEDIA PROMOÇÕES E MARKETING  
**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 MADU MEDIA PROMOÇÕES E MARKETING para execução de campanha de marketing e criação de conteúdo digital com foco no mercado internacional.  
**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 (WTTTC) 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 contribui 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 paradisíaco 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 (WTTTC), 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 MÚSICA PRODUÇÕES 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 (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.

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