



Processo Número: 12610022.001007/2021-51

Assunto: Contratação de campanha institucional de promoção do destino - BRAZTOA

TERMO DE INAPLICABILIDADE DE LICITAÇÃO

Nº 17/2021

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

OBJETO: Contratação de entidade representativa BRAZTOA para para execução de campanha de promoção institucional do Rio Grande do Norte.

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 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 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 serviços turísticos no Estado. Considerando que 80% dos negócios locais estão inseguros quanto a sua permanência e/ou sobrevivência no setor em 2020. Também é preocupante o risco de perda definitiva de 30% das vagas formais de trabalho no turismo do RN, setor que corresponde a cerca de 9% do PIB do Estado, seguindo a tendência de impacto do PIB nacional e mundial.

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

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

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

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

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

Neste contexto, a Emprotur priorizou ações que contribuirão para a retomada do turismo potiguar, visando a otimização de recursos e por impactarem a cadeia produtiva a curto prazo. Assim, realizar uma campanha de promoção institucional com a BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível nacional e trazer como resultado uma aproximação com as principais operadoras de turismo do Brasil, divulgar e apresentar aos agentes de viagens as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos turísticos do RN e promover premiação a título de reconhecimento as operadoras que mais se engajarem nas ações de promoção do destino.

BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO

Na busca por estratégias de marketing que otimizem os investimentos financeiros, um método eficiente é apostar em parcerias com concorrentes indiretos, ou seja, que não exercem a mesma atividade, mas trabalham com o mesmo público final, neste caso, turistas. Um trabalho de marketing

cooperado, resulta na exposição da marca de uma empresa nas plataformas exclusivas de outras corporações. Assim os parceiros podem contar com o apoio e subsídio de seus fornecedores para desenvolver o seu negócio e alavancar vendas. Os fornecedores terão seus produtos melhor expostos, multiplicarão seus esforços de marketing e conseqüentemente alcançarão uma cobertura maior, com oportunidade de reforço das estratégias e destinos turísticos.

Em 2019, as operadoras associadas à Braztoa faturaram R\$ 15,1 bilhões e embarcaram 6,5 milhões de passageiros durante todo o ano. Essas mesmas empresas geraram um impacto econômico de R\$ 14,9 bilhões para a economia nacional, neste mesmo período (quantia que contempla a soma do valor dos pacotes comercializados para destinos nacionais, com o gasto médio diário com extras do turista nos destinos). Todos estes dados foram consolidados no ANUÁRIO BRAZTOA 2020 e estão publicados no www.braztoa.com.br. Entidade de vanguarda e sem fins lucrativos, a BRAZTOA promove, de forma individualizada ou por meio de parcerias, ações que valorizam as atividades empresariais dos associados, apoiando o desenvolvimento do mercado turístico de forma sustentável.

A proposta tem como enfoque:

- **Ação 1:** Encontro online para identificação dos desafios e oportunidades para a Comercialização das Experiências do Rio Grande do Norte;
- **Ação 2:** Apresentação dos Produtos/Atrativos/Oferta Turística aos Operadores Braztoa;
- **Ação 3:** Encontro de Negócios entre empreendedores para incentivar acordos e a inserção das experiências/produtos no portfólio das operadoras;
- **Ação 4:** Apresentação das Experiências/Produtos do Rio Grande do Norte aos agentes de viagens com entrega de certificados “Especialistas do Rio Grande do Norte”.

VALOR GLOBAL: R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA

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

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 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 - LEI 7.990/89;

Valor: R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

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

GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL

A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção 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/DOC000000000213227.PDF>)

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

CONTRATADA: : BRAZTOA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS OPERADORAS DE TURISMO, CNPJ nº. 00.287.519/0001-00.

Natal/RN, 08 de outubro 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 08/10/2021, às 12:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º do [Decreto nº 27.685, de 30 de janeiro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.rn.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **11520990** e o código CRC **AE9FC34B**.

Mariz, s/nº, Via Costeira, Centro de Convenções, Ponta Negra, Natal/RN, CEP: 59.090-002, em dias úteis, no horário das 07h00 às 13h00.

CLÁUSULA QUARTA: DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 Para atendimento da presente contratação serão utilizados recursos ordinários: Projeto de atividade 298401 - Manutenção e funcionamento Elemento de Despesa: 44.90.52.12 - Aparelhos e utensílios domésticos Fonte de Recurso: 121 - Cota parte Royalties

CLÁUSULA SEXTA - DO PREÇO

6.1 O preço global do presente Contrato é de R\$ 16.640,00 (dezesseis mil seiscentos e quarenta reais), que correção pela dotação orçamentária informada na cláusula quarta deste instrumento.

CLÁUSULA DÉCIMA - DO PRAZO

10.1. O prazo de vigência do contrato poderá ser de 01 (um) ano, contado da data de sua assinatura.

10.2. O contrato poderá ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração, até o limite de 5 (cinco) anos, nos termos do art. 71 da Lei 13.303/2016 e Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da EMPROTUR, desde que autorizado formalmente pela autoridade competente e atendidos os requisitos abaixo:

- Os serviços forem prestados regularmente;
- O CONTRATADO não tem sofrido qualquer punição de natureza pecuniária;
- Administração ainda tenha interesse na realização dos serviços;
- O valor do contrato permaneça economicamente vantajoso para a Administração;
- O valor do contrato será considerado vantajoso para a Administração quando for igual ou inferior ao estimado pela Administração para a realização de nova licitação;
- O CONTRATADO concorde com a prorrogação;
- O CONTRATADO mantenha todas as condições de habilitação;
- Haja disponibilidade Orçamentária e Financeira para a referida despesa.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO GESTOR E FISCAL DO CONTRATO

15.1. Fica designado como gestor e fiscal do contrato em tela pela EMPROTUR, o(a) empregado Caio Henrique Reboças Pinto, CPF:054.324.274-94, matrícula nº 225.353-4, e-mail: subopecnata@gmail.com, ocupante do cargo de Subgerente no Centro de Convenções de Natal, conforme preconiza o art. 199 e seguintes do Regulamento Interno de Licitações, Contratos Administrativos e Projetos da EMPROTUR.

Natal, 08 de outubro de 2021.

EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA S/A

CNPJ/MF nº 10.202.792/0001-30

RAFAEL VARELLA GOMES DA COSTA

EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA S/A

CNPJ/MF nº 10.202.792/0001-30

MOLGA DE ARAÚJO DIAS FREIRE

NVF COMERCIO E SERVICOS DE CLIMATIZACAO EIRELI

CNPJ/MF nº 41.401.446/0001-05

TESTEMUNHAS: HYVIRNG FERREIRA, LINDOLFO JONAS BORGES FERREIRA

Termo de Inaplicabilidade de Licitação Nº 17/2021

Processo Número: 12610022.001007/2021-51

Assunto: Contratação de campanha institucional de promoção do destino - BRAZTOA

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

OBJETO: Contratação de entidade representativa BRAZTOA para para execução de campanha de promoção institucional do Rio Grande do Norte.

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 tur-

ismo 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, 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 promoção institucional com a BRAZTOA - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo tem como objetivo promover a divulgação das potencialidades turísticas do Estado a nível nacional e trazer como resultado uma aproximação com as principais operadoras de turismo do Brasil, divulgar e apresentar aos agentes de viagens as medidas sanitárias implementadas na cadeia produtiva do setor, a visibilidade dos destinos turísticos do RN e promover premiação a título de reconhecimento as operadoras que mais se engajarem nas ações de promoção do destino.

BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS QUE RESULTARÃO DA CONTRATAÇÃO

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

Em 2019, as operadoras associadas à Braztoa faturaram R\$ 15,1 bilhões e embarcaram 6,5 milhões de passageiros durante todo o ano. Essas mesmas empresas geraram um impacto econômico de R\$ 14,9 bilhões para a economia nacional, neste mesmo período (quantia que contempla a soma do valor dos pacotes comercializados para destinos nacionais, com o gasto médio diário com extras do turista nos destinos). Todos estes dados foram consolidados no ANUÁRIO BRAZTOA 2020 e estão publicados no www.braztoa.com.br. Entidade de vanguarda e sem fins lucrativos, a BRAZTOA promove, de forma individualizada ou por meio de parcerias, ações que valorizam as atividades empresariais dos associados, apoiando o desenvolvimento do mercado turístico de forma sustentável.

A proposta tem como enfoque:

Ação 1: Encontro online para identificação dos desafios e oportunidades para a Comercialização das Experiências do Rio Grande do Norte;

Ação 2: Apresentação dos Produtos/Atrativos/Oferta Turística aos Operadores Braztoa;

Ação 3: Encontro de Negócios entre empreendedores para incentivar acordos e a inserção das experiências/produtos no portfólio das operadoras;

Ação 4: Apresentação das Experiências/Produtos do Rio Grande do Norte aos agentes de viagens com entrega de certificados "Especialistas do Rio Grande do Norte.

VALOR GLOBAL: R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

INFORMAÇÃO DE ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA FINANCEIRA

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

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 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\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

FUNDAMENTO LEGAL: Art. 28, §3º, inciso I, da Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016 (Estatuto das Estatais) e em consonância com o Regulamento Interno de Licitações - RILCOP.

GESTÃO E FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL: A Gestão do contrato será realizada pela Gerência de Promoção 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 E M P R O T U R (<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: BRAZTOA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS OPERADORAS DE TURISMO, CNPJ nº. 00.287.519/0001-00.

Natal 08 de outubro de 2021.

BRUNO GIOVANNI REIS

Diretor Presidente

Secretaria de Estado da Tributação

RESUMO DO 1º TERMO ADITIVO AO CONVÊNIO Nº 006/2021 QUE ENTRE SI CELEBRAM O ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE, POR MEIO DA SECRETARIA DE ESTADO DA TRIBUTAÇÃO - SET, E A EMPRESA POTIGUAR DE PROMOÇÃO TURÍSTICA S/A- EMPROTUR, COM VISTAS À EXECUÇÃO DO PROGRAMA TURISMO CIDADÃO, NO ÂMBITO DA CAMPANHA NOTA POTIGUAR

PROCESSO Nº 12610002.003607/2021-92

DO OBJETO: O presente Termo Aditivo ao Convênio tem por objeto proceder a substituição da obrigatoriedade do Selo Turismo Protegido pela exigência do Cadastro Geral do Turismo (CADASTUR) do Ministério do Turismo (MTur), constante da letra "a" item 5.3 do Convênio nº 006/2021, bem como a mudança na Fonte de Recursos: 0.1.90 para 0.1.22 - Cláusula Sexta do referido Convênio, conforme Nota de Descentralização Crédito (11280516) e Ofício nº 89/2021 - EMPROTUR (11344698).

DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Art. 116 da Lei Federal nº 8.666/93.

DAS RATIFICAÇÕES: Ficam ratificadas todas as demais cláusulas e condições originalmente pactuadas no Convênio nº 006/2021, não expressamente alteradas pelo presente instrumento.

Natal/RN 07 de outubro de 2021

Participes: Álvaro Luiz Bezerra - Secretário Adjunto da Tributação

Rafael Varella Gomes da Costa - Diretor Vice Presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A e,

Simone Valeriano de Oliveira - Diretora de Administração e Finanças da Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A

TESTEMUNHAS: João Paulo Viana Romão - CPF nº 013.447.924-64

Suely Machado da Câmara Gurgel - CPF: 365.684.734-72

RESUMO DO 1º TERMO ADITIVO AO CONTRATO Nº 023/2020, DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONTROLE DE VETORES E PRAGAS URBANAS, COMPREENDENDO DEDETIZAÇÃO, DESRATIZAÇÃO, DESCUPINIZAÇÃO E OUTROS QUE SE FIZEREM NECESSÁRIOS NAS DEPENDÊNCIAS (ÁREAS INTERNAS) DA SEDE DA SECRETARIA DE ESTADO DA TRIBUTAÇÃO E 1ª UNIDADE REGIONAL DE TRIBUTAÇÃO, QUE FAZEM A SECRETARIA DE ESTADO DA TRIBUTAÇÃO E A EMPRESA SAMTAL LTDA.

PROCESSO Nº 00310020.001216/2021-84

DO OBJETO: O presente Termo Aditivo tem por objeto a prorrogação do Contrato nº 023/2020, pelo prazo de mais 12 (doze) meses, compreendendo o período de 04 de dezembro de 2021 a 04 de dezembro de 2022.

VALOR DO ADITIVO: R\$ 4.300,00 (quatro mil e trezentos reais).

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: 22.101.04.122.0100.250101.0001

NATUREZA DA DESPESA: 3390.39 - Sub elemento: 53 - FONTE: 0.1.00

DAS RATIFICAÇÕES: Ficam ratificadas todas as demais cláusulas e condições originalmente pactuadas no Contrato nº 023/2020, não expressamente alteradas pelo presente instrumento.

Local e data: Natal, 06 de outubro de 2021.

Assinaturas: Álvaro Luiz Bezerra - Secretário Adjunto da Tributação

Leandro França de Queiroz - Responsável Técnico da empresa SEMTAL LTDA

TESTEMUNHAS: João Paulo Viana Romão - CPF nº 013.447.924-64

Suely Machado da Câmara Gurgel - CPF: 365.684.734-72

RESUMO DO PRIMEIRO ADITIVO AO CONVÊNIO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA Nº 04/2021 FIRMADO ENTRE A SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO - SEAD, E A SECRETARIA ESTADUAL DE TRIBUTAÇÃO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE, PARA REALIZAÇÃO DE PROGRAMA DE ESTAGIO NÃO OBRIGATÓRIO.

PROCESSO: 00310022.001529/2020-31.

- DO OBJETO: O presente TERMO ADITIVO tem por objeto a alteração do ACORDO DE COOPERAÇÃO Nº 04/2021, para adequação da Cláusula Sexta - DO PAGAMENTO DOS ESTAGIÁRIOS aos termos da Medida Provisória nº 1.021/2020, de 30/12/2020, convertida em Lei nº 14.158/2021, de 02/06/2021, que dispõe sobre o valor do salário mínimo nacional, vigente a partir de 1º/01/2021, bem como a adequação da Cláusula Sétima - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS ao valor do desembolso fixado no Plano de Aplicação do novo PLANO DE TRABALHO apresentado, em razão da supressão do número de bolsas-auxílio na primeira fase, em quantitativo correspondente a 18% (dezoito por cento) do valor inicialmente ajustado.

- DA VIGÊNCIA: O presente TERMO ADITIVO entra em vigor na data de sua assinatura, e terá validade até 31/12/2021, ficando sua eficácia sujeita à publicação, por extrato, no Diário Oficial do Estado - DOE, nos termos do Parágrafo único do art. 61 da Lei nº 8.666/1993.

- DA RATIFICAÇÃO: Ficam ratificadas todas as demais cláusulas e condições pactuadas no ACORDO DE COOPERAÇÃO Nº 04/2021 e Termos Aditivos anteriores, não expressamente alteradas pelo presente instrumento.

Local e data: Natal/RN, 23 de setembro de 2021.

Assinaturas - Maria Virginia Ferreira Lopes - Secretária de Estado da Administração - SEAD

Carlos Eduardo Xavier - Secretário de Estado da Tributação

TESTEMUNHAS:

Caroline Loise de Oliveira - CPF: 016.987.074-01

Maria Bethânia Moraes Mello - CPF: 474.216.494-68