



Processo Número: 12610020.001598/2020-04

Assunto: (Contratação de Ferramenta de Inteligência de Dados)

TERMO DE INAPLICABILIDADE DE LICITAÇÃO

Nº 2/2021

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: Este instrumento define as regras e necessidades para a contratação de uma ferramenta de inteligência de dados que permita gerar insights a partir das informações que o Big Data pode revelar sobre o comportamento digital dos turistas potenciais e o processo de tomada de decisão ao selecionar um destino. O software reúne e analisa informações valiosas para organizações de promoção do turismo. Começando com uma análise das buscas online feitas pelos turistas potenciais nos últimos 24 meses. Bem como a análise de publicações online sobre o destino relacionadas com a indústria do turismo.

- Características da solução
- 1. Obtém dados a partir do registro de buscas feita no Google.
- 2. Oferece dados na íntegra.
- 3. Trata-se de plataforma WEB, em que é possível acessar todos os dados e fatos relativos a ferramenta por meio de um painel.
- 4. Opções de personalização do painel para clusters específicos
- 5. Permite quantificar o escopo da demanda digital.
- 6. Oferece relatórios com o número de pesquisas, evolução em relação a períodos anteriores, sazonalidade das pesquisas, classificação na região, temas mais populares, mercados-alvo e benchmark de concorrência.
- 7. Oferece suporte e assistência à interpretação de dados 24/7.
- 8. Sistema de Medição que caracteriza a demanda turística com base na quantificação das pesquisas on-line.

Os dados gerados abrangem:

- Quantas pesquisas são realizadas sobre o destino
- Local de origem das pesquisas sobre o destino
- O que está sendo pesquisa sobre o destino
- A sazonalidade das pesquisas

- O desempenho do destino comparado a outros
- O desempenho do destino comparado a outros

JUSTIFICATIVA: As pesquisas turísticas tem sido usadas como principal fonte de dados para desenvolver as estatísticas e indicadores que subsidiam as decisões dos gestores do turismo. No entanto, as são onerosas e, o mais importante, em tempos de mudanças rápidas, coletam dados apenas de forma retrospectiva. A pandemia da Covid-19 também resultou na impossibilidade de considerar todas as projeções feitas para 2020, e, aumentou as incertezas para 2021.

Mudanças repentinas significam que organizações de promoções de destino e as empresas precisam repensar não apenas a demanda esperada no curto e médio prazo, mas também suas estratégias de longo prazo e, para isso, requerem o uso de novos dados, de fontes que não sejam dependentes de séries históricas.

No mercado de viagens e turismo, há fatores que dificultam a assertividade das ações, posto que os clientes em potencial são diversos, em perfil, origem e no que procuram. O Big Data nesse sentido pode ajudar na adoção de uma estratégia que seja direcionada ao público-alvo coerente com sua oferta e objetivos, a partir da coleta e organização do grande volume de dados disponível na internet.

Deste modo, nesse cenário, é recomendado que as autoridades governamentais de turismo desenvolvam suas estatísticas a partir de fontes mistas, combinando pesquisas e Big Data.

O Big Data pode beneficiar organizações do turismo de maneiras importantes, permitindo que tomem mais decisões baseadas em evidências. Isso inclui a capacidade de antecipar e conhecer a demanda futura com mais precisão, otimizar os recursos, direcionar o marketing com mais precisão e melhorar a experiência do visitante. Mais especificamente, o Big Data pode ajudar a identificar as principais tendências existentes entre seu público, onde estão as semelhanças e quais são as melhores oportunidades de marketing. Também pode ajudar as empresas a entender onde essas pessoas estão e quando o marketing é mais relevante para elas.

O gerenciamento da reputação e da imagem é outro uso importante do Big Data no turismo. Os potenciais visitantes de um destino costumam buscar informações em diversas plataformas, como mecanismos de buscas, para validar ou confirmar suas impressões anteriores e tomar uma decisão. Esse tipo de ação gera “rastros”, que são os registros das buscas.

A “busca” é uma etapa do ciclo de viagens que significa intenção de viajar e inspiração para a escolha. Portanto, essa é uma métrica de grande valor para acompanhar as tendências e fazer projeções de demanda. De acordo com o estudo do Google "O viajante de 2013", 68% dos viajantes por motivos de lazer começam a pesquisar on-line antes de decidirem como ou para onde viajar. O mesmo estudo também indica que essa categoria de viajantes dependem da Internet como fonte principal de inspiração, sendo tão importantes quanto as recomendações de familiares, amigos e colegas.

Esses dados, combinados com o feedback adquirido internamente, podem ser usados para identificar os pontos fortes e fracos mais significativos. Depois que essas informações são coletadas, os destinos podem usá-las para ajustar sua estratégia.

Por fim, é importante destacar que a UNWTO (Organização Mundial do Turismo) recomenda que as entidades que representam o turismo entendam o mercado e ajam rapidamente para restaurar a confiança e estimular a demanda. Para isso, sugere que sejam feitos investimentos em sistemas de dados e de inteligência para monitorar o comportamento, antecipar tendências e ajustar os produtos e estratégia de marketing. Outras recomendações inclui buscar parcerias relevantes e compartilhar essas informações com o setor, e, abraçar a transformação digital.

Pelo exposto, demonstra-se necessário a contratação de ferramenta de inteligência de dados.

VALOR GLOBAL: R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais);

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.

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

Projeto de atividade: 307401 - Implementação do observatório do turismo.

Elemento de Despesa: 33.90.39.57 - Serviços de processamento de dados.

Fonte de Recurso: 100 - Recursos Ordinários.

Valor: R\$ 40.000,00 (quarenta 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.

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

CONTRATADA: : D2 ANALYTICS SL, nº reg. B87475877.

Natal/RN, 28 de janeiro 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 28/01/2021, às 11:09, 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 **8290199** e o código CRC **BB1F949E**.