



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR (ETP)¹

RESPONSÁVEL(EIS) PELO PREENCHIMENTO DO ETP

Nome: Alaor Souza Oliveira

Telefone:

E-mail: alaor-oliveira@setur.rs.gov.br

I. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

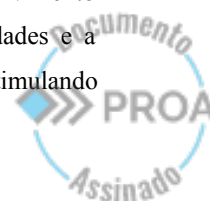
Criada pela Lei Complementar nº 15.595, de 19 de janeiro de 2021, a Secretaria de Turismo (SETUR) é a organização estadual gestora do destino turístico do Rio Grande do Sul, sendo responsável pela coordenação e execução da política estadual do turismo, com vista ao seu desenvolvimento, visando o desenvolvimento econômico e a geração de emprego e renda. Também é responsável pela execução orçamentária e financeira das ações do Fundo de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul – FUNDETUR -, destinado ao estímulo e financiamento de projetos na área do turismo, voltado ao desenvolvimento do setor turístico do Rio Grande do Sul.

Neste contexto, a atuação da SETUR assume diversos matizes, abarcando, inclusive, a realização de ação de comunicação voltada à promoção do turismo no estado do Rio Grande do Sul (Parecer nº 20.783/2024/PGE). Essa abordagem é motivada por objetivos mercadológicos, de modo que a comunicação pública possa gerar impacto econômico e de geração de empregos decorrentes da promoção do destino turístico.

Este vetor de desenvolvimento por meio de novos vetores econômicos é preconizado pelo Mapa Estratégico do Governo, que tem como um de seus quatro eixos norteadores o **Desenvolvimento Econômico Inovador**. Nesse sentido, conforme Plano Plurianual 2024-2027 (PPA), o programa Desenvolvimento Produtivo e Inovador busca a modernização e diversificação da matriz produtiva do Estado mediante o incentivo a atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação, o fomento a um ambiente de negócios que aproxime os setores empresarial, acadêmico e governamental e a **promoção do turismo** e da economia criativa.

As ações de promoção turística se alinham com os objetivos de desenvolvimento econômico ao promoverem o desenvolvimento sustentável, a geração de oportunidades e a qualidade de vida. O turismo é uma ferramenta importante para fomentar a economia, estimulando

¹ Elaborado conforme modelo da Instrução Normativa CELIC/SPGG nº 001/2023





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

o setor de serviços, gerando empregos e fortalecendo as vocações regionais. Além disso, essas ações contribuem para a atração de investimentos e o fortalecimento da articulação com os municípios e o setor privado, elementos centrais para impulsionar o crescimento e a produtividade econômica do estado.

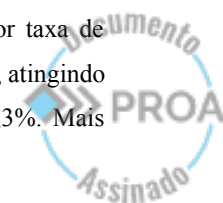
Ainda no âmbito do PPA 2024-2027, destaca-se que a iniciativa de **Fomento e financiamento do setor de turismo**, da ação programática **Turismo destino RS**, tem como objetivo, dentre outros, a “atração e realização de eventos internacionais e nacionais objetivando criar meios para que o Estado ganhe agilidade nas discussões acerca de possíveis ações de apoio ou patrocínio conjunto visando à captação/realização de eventos considerados estratégicos para o Estado”, com vistas a “aumentar o fluxo de renda e o ticket médio dos visitantes para o Estado. Os eventos [...] serão fundamentais para movimentar toda a cadeia turística do Estado, por meio de ampliação da capacidade da rede hoteleira e de aumento de consumo em restaurantes, comércio, serviços, transportes, e na indústria, por consequência. Serão também uma oportunidade para cidadãos de todo o Brasil e do mundo conhecerem melhor o destino turístico do Rio Grande do Sul, permitindo, também, à sociedade gaúcha, um fecundo intercâmbio de experiências e conhecimentos a partir de possíveis legados por eles deixados.”

Ademais, no contexto da estratégia definida no Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável, o turismo emerge como um dos 12 grupos de produtos e serviços com potencial relevante para alavancar a economia do estado do Rio Grande do Sul até 2040, com potencial de contribuição adicional ao PIB real do estado em até US\$ 1,16 bilhão, e gerando até 46 mil empregos adicionais no estado. Para tanto, além da alavancagem da economia do turismo por meio de ações focalizadas nos serviços tradicionais e na inovação turística, configura-se também como aposta na alavancagem do setor a curto, médio e longo prazo o fomento de segmentos estratégicos do turismo gaúcho, como o turismo de eventos, de negócios, de aventura e natureza e de gastronomia, entre outros.

Sobre o Distrito Federal como mercado emissor para o Rio Grande do Sul

O Distrito Federal representa um dos mercados emissores mais qualificados e estratégicos para o turismo gaúcho, com características que justificam investimentos diretos em promoção B2C (business to consumer) e B2B (business to business).

Dados da PNAD Contínua Turismo 2024 revelam que o DF possui a maior taxa de domicílios com ocorrência de viagem entre todas as Unidades da Federação brasileiras, atingindo expressivos 26,7% em 2024 – significativamente superior à média nacional de 19,3%. Mais





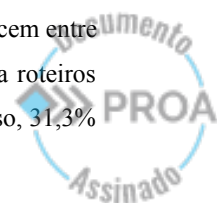
Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

relevante ainda é o perfil de gasto: com rendimento médio superior e concentração de 45,7% dos domicílios de alta renda (4 ou mais salários mínimos) realizando viagens, o DF apresenta o maior gasto médio do Brasil em viagens, alcançando R\$ 3.090 por viagem nacional com pernoite. Este público diferenciado, caracterizado por alto poder aquisitivo, cultura de viagens consolidada e preferência por experiências qualificadas em turismo cultural, gastronômico e de natureza, alinha-se perfeitamente aos atributos da oferta turística gaúcha, especialmente na Serra Gaúcha, Costa Doce e destinos de enoturismo.

Os dados da ForwardKeys demonstram tanto o potencial quanto a urgência de ações promocionais no mercado brasiliense. Até 27 de outubro de 2025, foram registrados 36.523 turistas provenientes do DF com destino ao Rio Grande do Sul, representando uma queda de 27,9% em relação a 2023. O número de passagens vendidas no mesmo período totalizou 37.983, configurando retração de 21,8% frente ao ano de 2023. Estes indicadores evidenciam que, embora o RS tenha se recuperado estruturalmente dos eventos climáticos extremos de 2024, a percepção de destino junto ao consumidor final brasiliense ainda não foi plenamente restaurada. A queda expressiva no fluxo turístico não reflete limitações da infraestrutura gaúcha ou da qualidade da experiência oferecida, mas sim um gap de promoção que precisa ser endereçado com ações diretas ao público consumidor, reforçando a imagem de destino seguro, acolhedor e operante.

A janela de oportunidade para recuperação do mercado brasiliense está aberta e demanda ação imediata. As projeções da ForwardKeys para os próximos quatro meses (novembro de 2025 a fevereiro de 2026) apontam 18.207 turistas esperados, representando crescimento de 21,6% em relação ao mesmo período do ano anterior (2024/2025), embora ainda 7,2% abaixo dos níveis pré-enchente de 2023/2024. Este cenário de retomada gradual, associado ao fato de que 34,6% dos turistas brasilienses compram suas viagens com antecedência média entre 15 e 60 dias, torna extremamente oportuno o reforço imediato da promoção turística para comercialização do verão gaúcho. A proximidade temporal com a alta temporada – que inclui vindimas, experiências de wellness na Serra e enoturismo qualificado – exige ações diretas que inspirem, informem e convertam a intenção de viagem em reservas efetivas, aproveitando o momento de decisão de compra deste público.

O perfil comportamental do turista brasiliense que visita o Rio Grande do Sul revela características que potencializam o retorno sobre investimento em ações B2C. Segundo a ForwardKeys, 76,2% viajam a lazer, 10,1% em negócios/corporativo e 47,5% permanecem entre 4 e 6 noites no destino – um tempo de estadia superior à média nacional e ideal para roteiros integrados que envolvem múltiplas experiências e regiões turísticas gaúchas. Além disso, 31,3%





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

destes turistas adquirem suas viagens por meio de agências, o que não anula, mas complementa a necessidade de comunicação B2C: campanhas diretas ao consumidor criam awareness, desejo e consideração pelo destino, facilitando posteriormente a conversão tanto por canais diretos quanto através do trade turístico. A comunicação B2C funciona, portanto, como indutor de demanda que beneficia todo o ecossistema turístico, desde operadoras e agências até meios de hospedagem, atrativos e serviços turísticos locais.

Diferentemente de mercados emissores com restrições orçamentárias ou baixa propensão a viajar, o Distrito Federal apresenta demanda reprimida por falta de informação e estímulo, não por limitações financeiras. A PNAD Contínua revela que, nos domicílios brasileiros que não viajaram, o motivo "falta de dinheiro" tem peso significativamente menor que na média nacional, enquanto "falta de tempo" e "não ser prioridade" aparecem com maior frequência. Este perfil indica que ações de marketing B2C bem direcionadas – destacando a proximidade do destino (voo direto de aproximadamente 2h30), a diversidade de experiências concentradas geograficamente (permitindo roteiros eficientes em tempo) e o valor agregado das experiências gaúchas – têm alto potencial de conversão. Investir em promoção B2C em Brasília significa, portanto, comunicar-se com um público que possui os recursos financeiros, a cultura de viagem e a infraestrutura de acesso, necessitando apenas do estímulo adequado para escolher o Rio Grande do Sul como próximo destino.

A convergência entre capacidade de gasto, comportamento de viagem consolidado, conectividade aérea privilegiada e momento favorável de recuperação do fluxo turístico configura Brasília/DF como mercado prioritário para investimentos em promoção.

Sobre o Feirão de Oportunidades Clubs

O Feirão de Oportunidades Clubs representa vitrine de consumo qualificado de Brasília, reunindo anualmente empresas de diferentes segmentos para apresentar produtos e serviços exclusivos à base de beneficiários do programa. O Clubs, plataforma de benefícios que atende 51 mil servidores públicos titulares e 50 mil familiares vinculados a 24 entidades conveniadas do Distrito Federal, promove em 2025 a 8ª edição do evento nos dias 14 e 15 de novembro. Com histórico de resultados expressivos – incluindo R\$ 100 mil em vendas de pacotes de viagem na edição de 2024 através da parceria com Azul Viagens –, o evento configura-se como canal direto de comunicação B2C com público de alto poder aquisitivo, perfil exigente e cultura de consumo consolidada.



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

A participação da SETUR/RS nesta plataforma permitirá posicionar o Rio Grande do Sul como destino turístico prioritário junto a um dos mercados emissores mais qualificados do país, em momento estratégico para comercialização do verão gaúcho e vindimas 2026.

O perfil socioeconômico do público beneficiário Clubs alinha-se perfeitamente às características do turista brasileiro identificado tanto pela PNAD Contínua Turismo 2024 quanto pelos dados ForwardKeys. Os servidores do Legislativo Federal, que compõem parcela significativa da base de 51 mil titulares, apresentam rendimentos médios superiores aos R\$ 3.150 nacionais, inserindo-se majoritariamente nas faixas de renda de 4 ou mais salários mínimos – exatamente o grupo que, segundo a PNAD, apresenta 45,7% de propensão a viajar e gasto médio de R\$ 3.032 por viagem nacional. Este público, com 75% acima de 50 anos, distribuição equilibrada entre homens (53%) e mulheres (47%), e poder de compra consolidado, busca experiências turísticas qualificadas que combinem conforto, gastronomia, cultura e bem-estar – atributos centrais da oferta gaúcha na Serra e rotas do enoturismo.

O evento projeta público de 1.000 pessoas em dois dias, garantindo contato direto, qualificado e em ambiente propício à promoção do destino, com estrutura de estandes e atrações que potencializam o engajamento do visitante.

A proposta de valor turístico do Rio Grande do Sul ressoa fortemente com os interesses e padrões de consumo do público Clubs, conforme demonstram tanto o perfil de viagem dos brasileiros quanto os segmentos prioritários do evento. Dados ForwardKeys indicam que 76,2% dos turistas de Brasília viajam a lazer, 47,5% permanecem entre 4 e 6 noites no destino, e 34,6% compram com antecedência entre 15 e 60 dias – janela de oportunidade ainda aberta para comercialização da alta temporada de verão e vindimas.

O Feirão de Oportunidades prioriza oito segmentos estratégicos, incluindo Turismo como categoria de destaque. A presença prévia de operadoras como R11 Travel e Azul Viagens, que alcançou R\$ 100 mil em vendas na edição anterior, comprova a receptividade do público a produtos turísticos bem posicionados e a efetividade comercial do evento como canal de conversão direta.

A experiência anterior da SETUR/RS no Feirão do Turismo 2024, realizado em parceria com o Ministério do Turismo, fundamenta tecnicamente a estratégia de participação no Feirão de Oportunidades Clubs e permite otimizar investimentos e resultados. Aquela iniciativa, embora focada em público amplo e diversificado, proporcionou aprendizados valiosos sobre formato. A participação no Clubs, contudo, apresenta vantagens competitivas superiores: público mais



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

segmentado e qualificado, com poder de compra comprovado; ambiente de menor concorrência entre destinos turísticos e histórico de conversão efetiva em vendas.

II. PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Contratações relativas à promoção turística do serão definidas, avaliadas e aprovadas e registradas em atas no âmbito dos colegiados estaduais de turismo – Conselho Estadual de Turismo (CONETUR) e Grupo Gestor do Fundo de Desenvolvimento do Turismo (FUNDETUR).

III. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

- a. Os requisitos de eventual contratação compreendem, dentre outros:
 - i. **Quantidades e unidades de medida:** as quantidades e unidades de medida para a prestação dos serviços estão detalhadamente descritas no respectivo processo administrativo.
 - ii. **Execução dos serviços:** a execução dos serviços deverá ser realizada conforme as especificações detalhadas no Termo de Referência.
 - iii. **Vigência do contrato:** o contrato terá vigência definida em Termo de Referência.
- b. Até o encerramento do contrato, as seguintes obrigações devem ser cumpridas:
 - i. Emissão de relatórios: a contratada deverá emitir relatório conclusivo dos serviços executados;
 - ii. Nota fiscal: deverá ser emitida a nota fiscal correspondente aos serviços prestados;
- c. Condições de pagamento:
 - i. pagamento será por empenho e ocorrerá em até 30 (trinta) dias após o recebimento de todos os documentos
- d. Critérios de sustentabilidade:
 - i. Considerar projetos que contribuam para práticas de turismo sustentável, incluindo critérios socioambientais sobre os quais versa o art. 7º da Instrução Normativa CELIC/SPGG nº 001/2025;
- e. Disposições gerais
 - i. As obrigações da contratada e do contratante estarão estipuladas em instrumento contratual;



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

IV. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

As quantidades e as unidades de aquisição, bem como memórias de cálculo e documentos que lhe dão suporte, serão definidas em Termo de Referência específico de cada contratação, conforme necessidade da Administração Pública e modalidade de participação mais adequada (cota de patrocínio, locação e montagem de estande etc.).

V. LEVANTAMENTO DE MERCADO

Conforme o Ministério do Turismo,² promoção turística se refere a um dos itens do composto de marketing que abrange todas **as ferramentas mercadológicas** utilizadas para estabelecer comunicação com o mercado, incluindo as técnicas a serem aplicadas para promover o produto turístico e a forma como a promoção será transmitida ao consumidor: imagem, linguagem de comunicação etc.

Dentre essas ferramentas, destacam-se:

- Roadshow: sequência de workshops realizada em cidades distintas
- Participação em feiras e eventos do setor turístico nacionais e internacionais
- Famtours e press trips para operadores, agentes e influenciadores do setor
- Calendário de eventos-âncora capaz de atrair visitantes em diferentes temporadas
- Produção de materiais promocionais de qualidade (guias, vídeos, banco de imagens)
- Campanhas, parcerias, dentre outras ações de realizados apenas para divulgação institucional ou de apoio às estratégias de marketing.

Marketing, neste caso, se refere ao marketing turístico, definido como o conjunto de técnicas estatísticas, econômicas, sociológicas e psicológicas, utilizadas para estudar e conquistar o mercado, mediante lançamento planejado de produtos, consistindo numa estratégia dos produtos para adequar seus recursos às novas oportunidades que o mercado oferece.

O Distrito Federal não conta com feira de negócios turísticos regulares, razão pela qual são essenciais as ações promocionais B2C. Tradicionalmente, a SETUR participa da Expotchê, que ocorre no primeiro semestre do ano. Nesse sentido, a participação no Feirão de Oportunidades

² MINISTÉRIO DO TURISMO. Glossário do Turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. 2018.





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Clubs é uma janela de oportunidade essencial para reforçar a mensagem promocional no segundo semestre, reforçando o RS como destino preferencial dos turistas do DF.

VI – ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

Acerca da precificação, observa-se que o evento possui tabela de comercialização:

STAND PADRÃO - R\$ 5.000,00

Dimensões: 3m x 2,5m Infraestrutura incluída:

Totem 0,8m x 2m

Conjunto Bistrô

Tapete 3m x 2,5m

STAND OURO - R\$ 10.000,00

Dimensões: 4m x 2,5m Infraestrutura incluída:

Totem 0,8m x 2m

Aparador

Conjunto Bistrô

Tapete 4m x 2,5m

STAND DIAMANTE - R\$ 15.000,00

Dimensões: 3m x 2,5m Infraestrutura incluída:

Backdrop 3m x 2,5m

2x Conjunto Bistrô

Tapete 4m x 3m

STAND MASTER - R\$ 30.000,00

Dimensões: 6m x 2,5m Infraestrutura incluída:

Backdrop 3m x 2,5m OU Pannel LED 2m x 1m

2x Conjunto Bistrô

Lounge completo

Totem adesivado OU Totem LED



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Tapete 6m x 2,5m

Marca aplicada em todas as peças de divulgação do evento

Há possibilidade de personalização dos estandes, razão pela qual a precificação final do espaço promocional poderá destoar da tabela de comercialização. A estimativa do valor no caso concreto poderá ser cotejada considerando as condições de participação de um mesmo evento e/ou ação mercadológica, ou situações similares, conforme art. 23, §1º da Lei Federal 14.133/2021, considerando preferencialmente contratações realizadas pela Administração Pública no período de 12 meses anteriores ao levantamento a eventos cujas condições de execução sejam semelhantes àquelas desejadas para o caso em particular

VII – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução consiste na Locação e montagem de espaço promocional da Secretaria de Turismo no Feirão de Oportunidades Clubs, que acontecerá entre os dias 14 e 15 de novembro de 2025, no Millennium Convention Center, em Brasília, DF.

VIII – JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

O parcelamento da solução revela-se, a princípio, inviável, uma vez que ações dessa natureza são em geral realizados por realizadores únicos, detentores dos direitos de comercialização.

Ressalta-se que eventual contratação por inexigibilidade ocorrerá somente nos casos de inviabilidade de licitação, conforme art. 74 da Lei Federal nº 14.133/2021, e que documentação específica deverá demonstrar a inviabilidade de competição, comprovando que o objeto pretendido é fornecido ou prestado por produtor, empresa ou representante comercial exclusivos, vedada a preferência por marca específica

IX – DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

A realização de ações promocionais mercadológicas tem como benefício central mitigar e reverter os efeitos prolongados dos eventos climáticos extremos sobre a atividade turística gaúcha. Nesse sentido, são:

Ganhos diretos esperados

- Aumento no fluxo de turistas e receita turística



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

- Redução da sazonalidade com diversificação da oferta turística
- Recuperação da ocupação hoteleira
- Ativação econômica das regiões turísticas no estado

Ganhos indiretos

- Fortalecimento da marca "Rio Grande do Sul" e imagem positiva
- Geração de empregos e efeito multiplicador na economia local
- Estímulo a novos investimentos no setor turístico
- Preservação do patrimônio cultural e natural
- Promoção do estado como ambiente favorável a negócios e inovação

X – PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

A contratação deverá seguir rito administrativo costumeiro da Secretaria de Turismo, em observância aos procedimentos previstos na Lei Federal 14.133/2021, e normas correlatas.

Caso a contratação corra às custas de recursos oriundos do Fundo de Desenvolvimento do Turismo, o evento deverá ser previamente aprovado pelo Conselho Estadual de Turismo e o emprego dos recursos aprovado pelo Grupo Gestor do Fundetur.

No caso de contratação definida como ação de comunicação, deverão ser cumpridas as providências descritas no Decreto Estadual nº 54.870/2019.

XI – CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Não se aplica.

XII – IMPACTOS AMBIENTAIS

Considerar os objetivos globais da Agenda 2030 e a ISSO 20121:2012, priorizando programas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos.

XIII – VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

A área finalística da SETUR considera técnica e operacionalmente viável a possibilidade contratação.

Alaor Souza Oliveira

Cláudia Mara Borges



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



25230100012702



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Mat. 4822013
Analista de Projetos e Políticas Públicas
Secretaria de Turismo

Mat. 4687787
Diretora de Planejamento e Competitividade
Secretaria de Turismo



SECRETARIA DE TURISMO - SETUR
AV. BORGES DE MEDEIROS, 1501 – 17º ANDAR, PORTO ALEGRE/RS – CEP: 90110-150
WWW.SETUR.RS.GOV.BR



25230100012702

Nome do documento: 01 ETP - Feirao de Oportunidades.docx

Documento assinado por

Alaor Souza Oliveira
Claudia Mara Borges Rosa

Órgão/Grupo/Matrícula

SETUR / DPC / 4822013
SETUR / DPC / 4687787

Data

03/11/2025 16:42:44
03/11/2025 16:43:37

