



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Processo Administrativo: 25/2301-0000464-5

1 - Descrição da necessidade

Criada pela Lei Complementar nº 15.595, de 19 de janeiro de 2021, a Secretaria de Turismo (SETUR) é a organização gestora do destino turístico do Rio Grande do Sul, sendo responsável pela coordenação e execução da política estadual do turismo, 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, e aqueles voltados 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.



Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



25230100004645

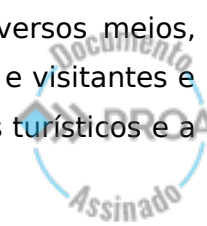


Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

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.”

As ações turísticas 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 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 realização de “ações de promoção em território nacional e internacional, pelos mais diversos meios, físicos ou digitais, com a finalidade de manter e/ou atrair turistas e visitantes e estimular a venda por agentes e operadoras, ampliando os fluxos turísticos e a



Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

permanência de visitantes no território”. Contempla ainda “ações de desenvolvimento do turismo como vetor para o crescimento econômico regional, fomentando a preservação ambiental, a responsabilidade social e o fortalecimento da identidade e dos valores culturais.”

Ademais, no contexto da estratégia definida no Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável elaborado em resposta à catástrofe climática de maio de 2024, 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 R\$ 7 bilhões, e gerando até 46 mil empregos adicionais no estado em relação a 2023. 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.

Além do turismo, o Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável ainda enfoca importantes setores que se caracterizam como produção associada ao turismo, definidos como produtos regionais de nicho, dentre os quais se incluem vinhos, espumantes e azeites. Estes itens, como produção associada, conformam segmentos essenciais para a promoção turística do Rio Grande do Sul, como o enoturismo e o oliveturismo. Mais amplamente, se relacionam ainda com o turismo gastronômico, o principal segmento contemplado pela oferta turística do Rio Grande do Sul, conforme dados do Mapa de Comportamento do Turista (SEBRAE e SETUR).

Pelos motivos expostos, é fundamental a estruturação e a realização de ações e participação nos eventos realizados no Rio Grande do Sul, que alinhadas às competências distintivas da Secretaria de Turismo, fomentem e estimulem a circulação de turistas pelo Rio Grande do Sul; retenham e

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

ampliem o tempo de permanência de turistas regionais, nacionais e internacionais e promovam os destinos turísticos gaúchos.

2 - Área requisitante

Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, Departamento de Planejamento e Competitividade.

3 - Descrição dos requisitos da contratação

3.1 Os requisitos da presente contratação compreendem, dentre outros:

3.1.1 Quantidades e unidades de medida: as quantidades e unidades de medida para a prestação dos serviços estão detalhadamente descritas no item 5 desde Estudo Preliminar.

3.1.2 Execução dos serviços: a execução dos serviços deverá ser realizada conforme as especificações detalhadas no Termo de Referência.

3.1.3 Vigência do contrato: o contrato terá vigência definida em Termo de Referência.

3.2 Até o encerramento do contrato, as seguintes obrigações devem ser cumpridas:

3.2.1 Emissão de relatórios: a contratada deverá emitir relatório conclusivo dos serviços executados;

3.2.2 Nota fiscal: deverá ser emitida a nota fiscal correspondente aos serviços prestados;

3.2.3 Condições de pagamento: pagamento será por empenho e ocorrerá em até 30 (trinta) dias após o recebimento de todos os documentos

3.2.4 Disposições gerais: As obrigações da contratada e do contratante estarão estipuladas em instrumento contratual;

4 - Levantamento de mercado

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





25230100004645



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Fomentar eventos geradores de fluxo é essencial para o fortalecimento econômico e social de uma comunidade. Os eventos, podem variar de festivais culturais, feiras multisetoriais, conferências empresariais, atraem visitantes e, conseqüentemente, aquecem o comércio local, promovem a interação entre pessoas de diferentes origens e fortalecem a identidade cultural da região. Além disso, eles criam oportunidades de networking e aprendizado, incentivando a troca de conhecimentos. A longo prazo, eventos bem-sucedidos aumentam a visibilidade das localidades, potencializando o turismo e atraindo investimentos. Portanto, investir na organização e promoção desses eventos é uma estratégia inteligente para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a coesão social.

Estes eventos promovem o deslocamento em massa de turistas compostas por aqueles provenientes de outros estados e países ou aquela parcela significativa de gaúchos que se deslocam internamente, ou ainda o viajante de perfil excursionista – isto é, aquele que não faz uso de hospedagem no destino, todos estes tipos de turistas contribuem para alavancar a economia do turismo nas regiões que os recebem. Um evento turístico produz efeitos econômicos quando é identificado e comercializado enquanto produto turístico, e essa operação produz efeitos de maturação da oferta turística de um determinado território.

O III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha será realizado nos dias 21 e 22 de maio de 2025, no Campus Dom Pedrito da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). O evento tem como principais públicos-alvo os produtores de uva e vinho de todo o Estado do Rio Grande do Sul e de outras regiões brasileiras, bem como potenciais investidores no setor vitivinícola. Importante recordar que o a UNIPAMPA está localizado na cidade de Dom Pedrito, Coração da Campanha Gaúcha, próximo à fronteira com o Uruguai. Consolidado como plataforma estratégica de desenvolvimento, intercâmbio de conhecimento e prospecção de negócios, o Fórum se destaca por fomentar o diálogo entre a academia, o setor produtivo e as lideranças públicas. Sua primeira edição foi realizada em maio de 2023, fruto do anseio de divulgar a produção intelectual e o potencial de inovação científica do Curso de Enologia da UNIPAMPA. A segunda edição, ocorrida em setembro

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

de 2024, consolidou o Fórum como espaço de referência no debate sobre os rumos da vitivinicultura brasileira, reafirmando o papel da Campanha Gaúcha como protagonista no cenário nacional da produção de vinhos finos. Este crescimento no turismo pode fomentar a economia local, incentivar a preservação dos sítios paleontológicos e promover a educação científica entre os visitantes.

A feira não somente promove somente os expositores ou envolvidos diretamente na feira, mas é uma ferramenta de fomento ao turismo, por meio do fluxo gerado e dos impactos positivos no futuro do setor. Durante o evento, os visitantes têm a oportunidade de explorar novos produtos, destinos e eventos gaúchos em demais regiões do estado, além de vivenciar as tradições.

A Campanha Nacional do Turismo, também será reproduzida em diversos momentos durante a III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, desempenha um papel crucial na ampliação da visibilidade do evento. Essa estratégia permite que a mensagem alcance um público mais amplo, incluindo visitantes de diferentes partes do país e até mesmo do exterior.

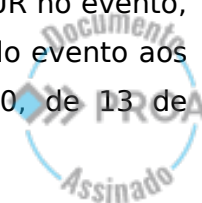
Estas projeções ressaltam o potencial da feira não só como um motor econômico, mas também como um catalisador turístico, oferecendo aos visitantes uma experiência rica e diversificada. Por fim, trata-se de serviço não continuado e a contratação não estabelece vínculo empregatício entre os colaboradores da contratada e a administração contratante, sendo expressamente vedada qualquer relação que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

5 - Descrição da solução como um todo

A solução consiste na contratação da COTA DE PATROCÍNIO na III Fórum de Vitivinicultura que ocorrerá na cidade de Dom Pedrito/RS, com execução de 21 e 22 de maio de 2025 no Campus da UNIPAMPA/RS.

Considerando a natureza do evento, bem como as razões supracitadas que motivam eventual contratação relativa à participação da SETUR no evento, considera-se adequada a participação pela aderência do projeto do evento aos critérios elencados pelo art. 9º do Decreto Estadual nº 54.870, de 13 de novembro de 2019:

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Na seleção interna dos patrocínios, o órgão ou a entidade patrocinadora deve priorizar projetos que:

- I - promovam o Estado do Rio Grande do Sul no Brasil e no Exterior, com vistas à captação de recursos financeiros e investimentos;**
- II - difundam a cultura do povo gaúcho e o patrimônio histórico-cultural local;**
- III - incentivem o desenvolvimento regional sustentável e a geração de emprego e renda para a comunidade local;**
- IV - favoreçam a acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com deficiência física, sensorial ou cognitiva, de forma segura e autônoma, aos espaços onde se realizam eventos ou aos produtos oriundos dos patrocínios realizados; e**
- V - conscientizem os cidadãos sobre seus direitos, sobre a importância do regime democrático e sobre a defesa do meio ambiente ecologicamente equilibrado. (grifo nosso)

A solução atende os requisitos da norma supracitada na medida em que atende plenamente os dispostos em seus incisos grifados, assim atendendo vários pontos relevantes para viabilizar o patrocínio na III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha.

6 - Estimativa das quantidades a serem contratadas

Contratação de 01 COTA DE PATROCÍNIO na III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha com execução nos dias 21 e 22 de maio de 2025 no Campus da UNIPAMPA/RS, Dom Pedrito/RS.

7 - Estimativa do valor da contratação

O valor a ser estimado para a participação da SETUR/RS na III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, verificando-se o porte, amplitude, impacto econômico, visibilidade e fluxo turístico, sugere-se a COTA DE PATROCÍNIO PRATA no valor de R\$ 35.000,00, conforme proposta apresentada a SETUR/RS. Baseando a estimativa apresentada a seguir, por meio de valores inseridos em outros eventos geradores de fluxo, no qual houve aportes financeiros pela Secretaria de Turismo ou nas plataformas de transparência.

Acerca da precificação, destaca-se, inicialmente, que a precificação de cotas de patrocínios ou outras formas de participação em eventos depende de

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

vários fatores peculiares, estratégicos, mercadológicos e operacionais, os quais podem ser resumidos da seguinte forma:

1. Público-Alvo e Alcance do Evento

- a. Perfil do público: Idade, renda, interesses, hábitos de consumo e influência de Compra.
- b. Tamanho da audiência: Número de participantes presenciais e virtuais, se houver transmissão online.
- c. Segmentação do público: Nicho específico (ex.: turismo acessível, tecnologia, esportes radicais) pode influenciar o valor percebido pelo patrocinador.

2. Visibilidade e Retorno de Marca

- a. Mídias e canais de divulgação: Cobertura na imprensa, redes sociais, TV, rádio, e-mail marketing.
- b. Tempo de exposição da marca: Em banners, materiais promocionais, telões, brindes, site oficial, entre outros.
- c. Oportunidade de ativação da marca: Possibilidade de ações interativas, estandes, palestras patrocinadas ou experiências exclusivas.

3. Formatos e Tipos de Cotas

- a. Diferenciais de cotas, conforme escalonamento de benefícios.
- b. Patrocínio exclusivo: Quando apenas uma marca domina determinada categoria no evento.
- c. Naming Rights: Direito de nomear o evento ou uma área específica, aumentando a exposição da marca.
- d. Apoio institucional ou técnico: Empresas que oferecem serviços ou produtos em troca de visibilidade.

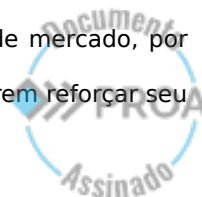
4. Impacto e Relevância do Evento

- a. Histórico e credibilidade: Eventos consolidados podem cobrar mais caro.
- b. Relevância no setor: Eventos especializados ou referência no mercado agregam mais valor ao patrocínio.
- c. Possíveis premiações e reconhecimento: Caso o evento tenha premiações ou alcance internacional.

5. Retorno Sobre Investimento (ROI) Esperado pelo Patrocinador

- a. Leads gerados e conversão esperada: Quantidade de contatos qualificados que podem virar clientes.
- b. Possibilidade de vendas diretas: Em feiras e eventos de mercado, por exemplo.
- c. Aumento da reputação da marca: Para marcas que querem reforçar seu posicionamento social ou sustentável.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

6. Infraestrutura e Custos do Evento

- a. Custo operacional: Logística, aluguel do espaço, segurança, equipe e estrutura Técnica.
- b. Patrocínio como necessidade financeira: Quanto maior a dependência do patrocínio para viabilizar o evento, maior a flexibilidade na negociação.

7. Exclusividade e Diferenciação do Patrocínio

- a. Acesso VIP para convidados da marca patrocinadora.
- b. Oportunidade de fala no evento (painéis, palestras, workshops).
- c. Uso do mailing do evento para campanhas futuras.

8. Benchmarking e Concorrência

- a. Valores praticados em eventos similares no mercado e na região.
- b. Presença de concorrentes: Se há empresas do mesmo setor interessadas em patrocinar, isso pode elevar os valores.

9. Personalização e Flexibilidade nas Negociações

- a. Possibilidade de patrocínio parcial: Algumas empresas preferem patrocinar áreas específicas.
- b. Customização de cotas: Algumas marcas podem querer contrapartidas. Específicas para fechar o acordo.

Em face de múltiplos fatores que influenciam na precificação de cotas de patrocínio, o valor pode ser cotejado considerando eventos similares, conforme art. 23, §1º, II da Lei Federal 14.133/2021:

Art. 23. O valor previamente estimado da contratação deverá ser compatível com os valores praticados pelo mercado, considerados os preços constantes de bancos de dados públicos e as quantidades a serem contratadas, observadas a potencial economia de escala e as peculiaridades do local de execução do objeto.

§ 1º No processo licitatório para aquisição de bens e contratação de serviços em geral, conforme regulamento, o valor estimado será definido com base no melhor preço aferido por meio da utilização dos seguintes parâmetros [...]

II – contratações similares feitas pela Administração Pública, em execução ou concluídas no período de 1 (um) ano anterior à data da pesquisa de preços, inclusive mediante sistema de registro de preços, observado o índice de atualização de preços correspondente;

Assim sendo, consideremos:

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

1. Patrocínios concedidos pela Administração Pública no período de 12 meses anteriores ao levantamento a eventos de porte, público e objetivos semelhantes;

2. Patrocínios concedidos pela Administração Pública no período de 12 meses anteriores ao levantamento a eventos cujas contrapartidas são semelhantes àquelas desejadas para o caso em comento, em linha com o item 5 deste Estudo Técnico Preliminar.

Em pesquisa pública realizada no LicitaCon RS, localizou-se o Processo de Inexigibilidade 35/2024, entre a proponente e a Secretaria de Turismo do Estado tendo o valor de R\$ 20.000,00, e que esse ano se faz necessário e de grande importância o apoio com valor maior, considerando o crescimento significativo do **Fórum**, que em 2025 chega à sua terceira edição e tem papel estratégico na consolidação da região como um polo de vitivinicultura e enoturismo, alinhado com os objetivos da Secretaria de Turismo do Estado em promover o desenvolvimento regional e a valorização das rotas turísticas.

Pontuando que a Secretaria e o Governo do Estado, estão intensificando suas ações no desenvolvimento das festividades e qualificações do Rio Grande do Sul, tendo como referências para o aporte na III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha diversos eventos, como a KUCHENFEST de Rolante (PROA 25/2301-0000248-0) com participação no valor de R\$ 40.000,00. Podemos também citar outras festividades, como a EXPODIRETO 2025 (PROA 25/2301-0000167-0) no valor de R\$ 55.000,00, já no município de Ametista do Sul na 3ª Semana e Feira HOLÍSTICA e FÓRUM GAÚCHO DE PAISAGISMO E TURISMO RURAL 2024 (PROA 24/2301-0000933-1) foi aportado R\$ 50.000,00, por sua vez no Festival Internacional da Gaita 2024 (PROA 24/2301-0001005-4) no município de Barra do Ribeiro com valor de R\$ 50.000,00 e ainda como último exemplo, podemos citar a Olifeira 2024 (24/2301-0000776-2) em Guaíba com R\$ 48.250,00.

Pode-se notar e detectar que a grande maioria dos eventos que a SETUR/RS está presente, são eventos descentralizados dos grandes centros turísticos do estado, buscando assim, o desenvolvimento de outras regiões, por meio do fomento e fluxo turístico.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

Baseando-se nas Cotas Oficiais apresentadas pelo evento, atendendo as necessidades de visibilidade e promoção turística e dentro das possibilidades de patrocínio de fomento, após avaliação técnica, conclui-se que a COTA por R\$ 35.000,00, atende as expectativas, necessidades e demandas por parte da SETUR/RS. Portanto, essas participações destacam a necessidade de avançarmos mais em festividades qualificadas e de grande visibilidade, permitindo associar o Destino Rio Grande do Sul em eventos populares consagrados e geradores de fluxo turístico, como o III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, fortalecendo as atratividades gaúchas, vinculadas ao turismo de eventos, podendo assim, promover a infraestrutura gaúcha existente, como apta e capaz de receber grandes eventos do setor.

Corroborando com o que foi exposto até o momento, temos a aprovação anexa do Conselho de Turismo Estadual por meio da Ata, validando o aporte financeiro, através do FUNDETUR, portanto, estamos alicerçados pela deliberação dos membros, validando o aporte financeiro e importância do evento para o fomento e desenvolvimento turístico do Rio Grande do Sul via patrocínio de fomento. A partir da conservação dos aspectos analisados do evento III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, este que tem previsão de ser marcado por ser um grande gerador de fluxo turístico, ampla repercussão na mídia regional, ações promovendo o destino nas redes sociais e ativação da marca em diversos pontos e momentos do evento, entendemos que possui um viés para fomentar, produzindo efeitos positivos para a promoção e posicionamento do turismo gaúcho.

Após analisar todo processo, verificar o impacto positivo para o turismo gaúcho, visibilidade positiva e fortalecimentos do turismo e assim destacando o produto além de explorar o potencial do sono Pampa. Sendo assim, detectamos que os valores propostos são vantajosos e justos, demonstrando que o investimento por parte da SETUR, quando analisado frente aos benefícios econômicos e promocionais, mostra-se vantajoso e estratégico. Conclui-se que apoiar a III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, não apenas contribui para o desenvolvimento do turismo, mas também para o crescimento e reconhecimento do estado no cenário global, sendo fundamental a participação da SETUR neste evento SINGULAR no calendário de eventos do Rio Grande do Sul.

8 - Justificativa para o parcelamento ou não da solução

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

O parcelamento da solução revela-se inviável, uma vez que a proponente é a promotora exclusiva do III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha.

9 - Contratações correlatas e/ou interdependentes

Não se aplica.

10 - Benefícios a serem alcançados com a contratação

Os ganhos diretos e indiretos esperados são apresentados a seguir. Destaca-se a efetividade, o desenvolvimento regional sustentável, e os aspectos de eficácia, eficiência e melhor aproveitamento dos recursos empregados:

1. Ganhos Diretos:

- 1.1.1. **Valorização Cultural e Identidade Regional:** O evento irá promover a cultura local, destacando as conexões dos setores.
- 1.1.2. **Divulgação dos destinos:** Oportuniza a promoção turística associada ao segmento do turismo de eventos, cultura, comercial.
- 1.1.3. **Fomento Regional:** Fomenta o desenvolvimento da região e posicionamento turístico de Dom Pedrito, através do evento e fomentando o turismo paleontológico.
- 1.1.4. **Promoção regional:** Promover os atrativos e produtos turísticos na Campanha/Fronteira.
- 1.1.5. **Atração de Turistas:** Gera um grande fluxo de pessoas que visitam a localidade no seu período do evento.

2. Ganhos Indiretos:

- 1.2.1. **Fortalecimento da Imagem do Estado:** A presença do Rio Grande do Sul nos eventos turísticos fortalece o evento e divulga novas oportunidades turísticas em nível internacional.
- 1.2.2. **Geração de Fluxo Turístico:** A promoção contínua das rotas turísticas e da identidade ajuda a reduzir a sazonalidade, mantendo o turismo regional ativo após as festividades.

Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br





Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

- 1.2.3. **Crescimento Econômico Regional:** O aumento do fluxo de turistas estimula o consumo em setores relacionados como hotelaria, gastronomia, artesanato e transporte.
- 1.2.4. **Atração de Investimentos:** A visibilidade do perfil de uma região, através dos eventos podem atrair futuros investimentos e fomentar o turismo contínuo, oferecendo benefícios a longo prazo.
- 1.2.5. **Aumento da Competitividade Regional:** A promoção de festividades reforça o posicionamento da região e Dom Pedrito, como referência na realização de grandes eventos.

Esses ganhos reforçam os impactos positivos para o estado e região, promovendo tanto o turismo sazonal quanto o crescimento econômico e cultural sustentável do estado.

11 - Declaração de viabilidade

A área finalística da SETUR considera viável a possibilidade contratação.

12 - Responsáveis

Os fiscais do contrato serão designados em Portaria específica.

Rodrigo José dos Santos
Mat. 4251687
Diretora Adjunto de Planejamento e Competitividade
Secretaria de Turismo



Secretaria de Turismo
Centro Administrativo Fernando Ferrari – Av. Borges de Medeiros, 1501, 17º andar – CEP 90119-900
Porto Alegre/RS - www.setur.rs.gov.br



25230100004645

Nome do documento: ETP - FORUM VITIVINICULTURA OK.docx

Documento assinado por

Vitoria Pereira Dos Reis
Rodrigo José dos Santos

Órgão/Grupo/Matrícula

SETUR / DPM / 4900480
SETUR / DPC / 4251687

Data

14/05/2025 14:20:40
14/05/2025 14:22:37

