Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

I. Descrição da necessidade

A promoção do turismo como vetor de desenvolvimento social e econômico é mandamento constitucional. O art. 180 da Constituição Federal de 1988 estabelece que a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios "promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico". Esse mandamento foi consubstanciado na Lei Federal nº 11.771/2008 (Política Nacional de Turismo), que institui o turismo como atividade econômica de interesse nacional e atribui ao poder público competência para "planejar, fomentar, regulamentar, coordenar, fiscalizar e estimular o desenvolvimento sustentável da atividade turística".

No plano estadual, compete à Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul promover os destinos gaúchos nos mercados emissores nacionais e internacionais e qualificar a cadeia de distribuição turística. A Secretaria, criada pela Lei Complementar nº 15.595/2021, é o órgão estadual responsável pela coordenação e execução da política de turismo, atuando na promoção do desenvolvimento econômico e na geração de emprego e renda, e dispõe de iniciativa para executar ações de promoção turística com objetivos mercadológicos, conforme Parecer nº 20.783/2024/PGE.

As ações de promoção turística estão alinhadas ao planejamento estratégico estadual, integrando o eixo de Desenvolvimento Econômico Inovador do Mapa Estratégico do Governo e o Programa Desenvolvimento Produtivo e Inovador do Plano Plurianual 2024-2027. O Plano de Desenvolvimento Econômico, Inclusivo e Sustentável até 2040 posiciona o turismo entre os 12 setores estratégicos com maior potencial econômico, com contribuição adicional estimada de até US$ 1,16 bilhão ao PIB estadual e geração de 46 mil empregos.

A promoção internacional do destino é norteada pelo Plano de Promoção Internacional do Turismo do Rio Grande do Sul, lançado em 2025 como desdobramento operacional do Plano Brasis, estratégia nacional conduzida pela Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur). O Plano define cinco mercados emissores prioritários e fixa, para cada um, meta de crescimento. Portugal é o único situado fora do Mercosul e tem meta de crescimento de 10% sobre 2024. O mesmo instrumento identifica Porto Alegre, pela conectividade internacional, e Cambará do Sul, pelos cânions reconhecidos como patrimônio, entre os destinos âncora para a promoção do Estado na Europa.

O diagnóstico do Plano aponta ainda como a principal deficiência de posicionamento do Rio Grande do Sul no mercado europeu a ausência do destino nos canais de comercialização, razão pela qual ele perde prioridade quando o turista potencial escolhe. A escolha do destino brasileiro acontece na prateleira das agências, e o que ali está hoje é, em sua maior parte, sol e praia. A imagem do Brasil no mercado europeu se formou sobre essa oferta. Um destino de serra, cânions, cultura e enoturismo só concorre nesse mercado se estiver presente onde a venda é feita e se quem a faz souber descrevê-lo.

Documento PROA Assinado

A Secretaria precisa, portanto, estar presente em duas frentes simultâneas e no mesmo mercado. A primeira é a presença física do destino no evento de comercialização em que a oferta portuguesa de viagens é apresentada ao público, o que se faz por espaço promocional destinado à divulgação de destinos, roteiros e atrativos gaúchos. A segunda é a promoção do destino junto à cadeia que o intermedia e nos canais em que os produtos são efetivamente ofertados, o que se faz por ações cooperadas de promoção executadas ao longo do ciclo de venda. As duas frentes são complementares.

Conforme dados do Observatório de Turismo, 49,4% das reservas realizadas com destino ao Rio Grande do Sul ocorrem até o fim de outubro. Há, ainda, demanda reprimida à espera de conversão: foram registradas 158.985 intenções de viagens de Portugal para o Estado entre março e setembro de 2026; e entre abril e agosto de 2026 o Estado registrou crescimento de 28,7% nas chegadas de turistas portugueses.

O cenário, entretanto, apresenta já adversidades que, se não bem enfrentadas, podem reverter os ganhos de mercado obtidos até aqui.

Para os próximos doze meses, os dados projetam retração de -19,6% nas chegadas de turistas portugueses ao estado. A causa é o choque global de custo de combustíveis que se seguiu ao fechamento do Estreito de Ormuz. A IATA (Associação Internacional do Transporte Aéreo) revisou em junho de 2026 a projeção de crescimento do tráfego global de passageiros de 4,9% para 2,1%, com o querosene de aviação em patamar cerca de 70% acima do ano anterior. O efeito alcança com mais força o Rio Grande do Sul, porque o fluxo depende de ligação direta de longo curso (*long haul*) operada pela TAP em aeronave de fuselagem larga (*widebody*), segmento em que o combustível pesa mais por passageiro transportado.

Expo Abreu 2026 e ações cooperadas de promoção do destino

A participação na Expo Abreu torna-se estratégica, na medida em que a Abreu Operadora é a primeira operadora a comercializar o produto turístico do Rio Grande do Sul na Europa, com oferta na prateleira de agências das principais cidades do país, como Lisboa e Porto.

O evento ocorre em Lisboa nos dias 10 e 11 de outubro de 2026, no Pavilhão Carlos Lopes e reúne toda a rede comercial da operadora. Dessa forma, a Expo Abreu apresenta-se como uma vitrine para a apresentação do produto Rio Grande do Sul, recém posicionado na prateleira, e ações de fomento à comercialização do produto turístico contribuem para minimizar o cenário tendencial de queda delineado anteriormente.

De forma complementar, as ações cooperadas de promoção tem como plataformas os canais próprios da Abreu, e contribuem para fixar e reforçar a ação promocional iniciada da feira. Com entregas antes e pós-feira, o pacote complementar de ações preparam e instigam a curiosidade sobre o destino Rio Grande do Sul e instigam a venda posterior. A realização de workshop do destino, por sua vez, apresenta à rede de consultores de venda o destino turístico e oportunidades de venda do produto, destacando informações sobre o destino e argumentos de venda.

Documento PROA Assinado

A oferta brasileira disponível nos canais intermediados é, em sua maior parte, de destinos de sol e praia, e foi sobre ela que se formou a imagem do país no mercado europeu. A presença do Rio Grande do Sul no mesmo canal associa ao Brasil uma imagem adicional, de serra, cânions, cultura e enoturismo, no ponto em que o comprador português escolhe o destino. O efeito alcança a oferta nacional como um todo e concorre para o eixo de diversificação de destinos e descentralização de fluxos do Plano Brasis.

II. Alinhamento aos instrumentos de planejamento

O Plano Plurianual 2024-2027, na ação programática Turismo Destino RS, contempla o apoio a ações de promoção em território nacional e internacional, pelos mais diversos meios, com a finalidade de manter e atrair turistas e visitantes e de estimular a venda por agentes e operadoras.

Quanto ao Plano de Promoção Internacional do Turismo do Rio Grande do Sul, tratado na seção anterior, a iniciativa a ser apoiada situa-se em mercado que o instrumento elege como prioritário e alcança destinos que ele classifica como primários, o que sustenta a conveniência do fomento.

O apoio é ainda coerente com o eixo de distribuição equilibrada de fluxo do Plano Brasis, que integra os autos como Anexo II do Documento de Formalização da Demanda: a presença de um destino do Sul, situado fora do segmento de sol e praia, no principal canal de venda do mercado português vai ao encontro do que aquele instrumento persegue ao tratar de diversificação de destinos e descentralização de fluxos.

A ação foi apresentada ao Conselho Estadual de Turismo — CONETUR e ao Conselho Deliberativo do FUNDETUR na reunião conjunta de 25 de agosto de 2026. Resta, porém, a deliberação de autorização de emprego de recursos do Fundetur em ata específica.

III. Requisitos da contratação

A iniciativa apta ao apoio é aquela que reúne, cumulativamente, as condições abaixo. Não são especificações de execução dirigidas ao proponente, e sim as características que a iniciativa apresenta e que a habilitam ao fomento:

a) titularidade, pelo proponente, de rede própria de agências de viagens no mercado português, com força de vendas passível de qualificação no destino;

b) inclusão prévia do produto turístico do Rio Grande do Sul no portfólio de comercialização do proponente, de modo que a qualificação e a presença do destino em seus canais incidam sobre produto efetivamente ofertado, com preço;

c) evento próprio de comercialização no mercado português, no período, com espaço promocional destinado à divulgação de destinos, roteiros e atrativos;

Documento PROA Assinado

d) canais próprios de comunicação com o trade e com o consumidor final português, com bases de contatos e públicos declarados e verificáveis;

e) execução integralmente realizada fora do território nacional, no mercado emissor;

f) aptidão para prestar contas das contrapartidas por meio de relatório com registros datados, apto a comprovar cada entrega;

g) identificação do Estado restrita ao Brasão Oficial e a símbolos oficiais de caráter neutro.

IV. Quantitativos e memória de cálculo

Item		Qtde	Unidade de medida	Valor unitário	Valor total
1	Estande promocional padrão, com mobiliário de atendimento (balcões) e identificação visual da Secretaria de Turismo do RS	18	m²	602,77 **€**	10.850 €
2	Espaço de qualificação em workshop com força de vendas Abreu Operadora Portugal, para formação de 500 consultores de venda	1	Serviço	**8.500 €**	8.500 €
3	Blitze, no formato de roadshow, em agências Abreu nas cidades de Lisboa e Porto	1	Serviço	**5.000 €**	5.000 €
4	Canais internos Abreu	1	Serviço	**6.000 €**	6.000 €
5	Ativação de lojas físicas	1	Serviço	**36.650 €**	36.650 €
6	Plataforma digital Abreu PT	1	Serviço	**33.000 €**	33.000 €
				VALOR TOTAL (EUR)	100.000 €
				VALOR TOTAL (BRL)	**R$ 605.005,00**

Entrega 1 - Participação da Secretaria de Turismo na Expo Abreu

Documento PROA Assinado

Participação da Secretaria de Turismo na Expo Abreu, por meio de locação e montagem de espaço de promoção do destino turístico, com área de 18m², a ser realizada entre os dias 10 e 11 de outubro de 2026, em Lisboa, República Portuguesa.

Entrega 2 – Ações cooperadas de promoção do destino turístico

Pacote complementar de promoção do destino turístico, veiculado nas plataformas Abreu Portugal, contemplando:

Entrega 2.A – Ações de qualificação da força de vendas

- Espaço de qualificação em workshop com força de vendas Abreu Operadora Portugal, para formação de 500 consultores de venda (agentes de viagens) sobre o destino e produtos turísticos Rio Grande do Sul;
- Roadshow — Blitze, no formato de roadshow, em agências Abreu nas cidades de Lisboa e Porto;

Entrega 2.B – Ações de promoção do destino Rio Grande do Sul nos canais internos Abreu Portugal

- Promoção do destino Rio Grande do Sul em canais internos Abreu
  - Newsletter Abreu segmentada por produtos do destino turístico, para informativo interno da rede de consultores;
  - Banner na newsletter informativa interna da rede de consultores;
  - Banner na plataforma de reserva dos comerciais;
  - Mailing sobre o destino turístico aos consultores;
- Ativação de 25 lojas físicas nas cidades de Lisboa e Porto
  - Cartaz digital do destino turístico em 25 lojas Abreu, nas cidades de Lisboa e Porto;
  - Aplicação de identificação visual do destino Rio Grande do Sul em lojas Abreu;
- Promoção do destino Rio Grande do Sul na plataforma digital Abreu PT
  - Landing page do destino turístico em abreu.pt, dedicada exclusivamente ao produto Rio Grande do Sul;
  - Banners (superior e lateral) na página principal abreu.pt;
  - Banner do destino na newsletter Abreu;
  - Posts patrocinados no Instagram e Facebook @abreu.pt.

Documento PROA Assinado

V. Levantamento de mercado

Foram consideradas e duas soluções alternativas à contratação, a saber:

1. A participação em feira de negócios turísticos, a qual depende de calendário próprio e já possui ação congênere realizada pela SETUR neste calendário.
2. A ação de divulgação aberta (campanha), sem vínculo com canal de distribuição, apresenta menor capacidade de conversão comercial se não dispõe de força de vendas qualificada para atender a demanda que gera.

Quanto à primeira alternativa, a participação em feira de negócios turísticos no mercado português, a SETUR já executa essa ação neste ano, na Bolsa de Turismo de Lisboa. A edição de fevereiro de 2026 contou com missão empresarial organizada em parceria com o Sebrae/RS e composta pelas principais empresas de gestão de destino e receptivos do Estado, e resultou em mais de 150 agendas e 55 propostas comerciais formalizadas. Entre elas está a formatação do roteiro que a Abreu Operadora passou a comercializar em sua rede. A feira cumpre função de prospecção e de relacionamento com o trade em geral, e é a etapa que antecede a colocação do produto em um canal determinado. Ela não alcança a rede de consultores que intermedeia o produto, nem assegura a presença do destino no ponto de venda ao longo do ciclo comercial. Seu calendário, além disso, é anual e fixado por terceiro, com a próxima edição prevista para 2027.

Já em relação à segunda alternativa, a ação de divulgação aberta dirigida ao consumidor final, sem vínculo com canal de distribuição, essa solução produz notoriedade, mas a conversão em venda depende de haver, quando o interessado procura, de canal de comercialização apto a converter o interesse em venda efetiva. O diagnóstico do Plano de Promoção Internacional do Turismo do Rio Grande do Sul situa a deficiência do Estado no mercado europeu precisamente nos canais de comercialização.

Conforme a Nota Técnica de análise de demanda turística emissiva do Observatório de Turismo, foram registradas 158.985 buscas de voo de Portugal para o Rio Grande do Sul entre março e setembro de 2026. Portanto, o problema a ser atacado não é a ausência de interesse do público português, mas a ausência de canais de comercialização preparados para converter a venda.

A solução pretendida atua sobre a etapa que as duas alternativas não alcançam. Ela compreende a qualificação da força de vendas que intermedeia o produto no mercado português, a presença do destino no evento de comercialização da operadora e a sustentação do produto em seus canais de venda ao longo do ciclo, e executa-se no período em que a decisão de compra daquele mercado é tomada, quando 49,4% das reservas do ciclo já estão feitas até o fim de outubro.

VI. Estimativa do valor da contratação

O valor proposto é de R$ 605.005,00 (seiscentos e cinco mil e cinco reais), e correspondente ao conjunto de serviços formatado para atender às necessidades de promoção do

Documento PROA Assinado

destino Rio Grande do Sul no mercado português, com ênfase na conversão de vendas e geração de fluxo turístico para o destino.

O conjunto foi formatado tendo como núcleo seminal a participação na Expo Abreu 2026, a ser realizada no Pavilhão Carlos Lopes, em Lisboa, Portugal, nos dias 10 e 11 de outubro de 2026. Em torno da participação, houve demanda por pacote complementar de promoção do destino turístico, veiculado nas plataformas Abreu Portugal, e dirigido aos agentes de viagens (consultores) da rede comercial Abreu.

A decomposição em valores unitários e totais foi apresentada pela organizadora em proposta de participação e consta no item IV deste Estudo Técnico Preliminar, totalizando R$ 605.005,00 (100.000 euros).

A comparação mais próxima é a de ação realizada pela Secretaria de Turismo de Alagoas (Id PNCP 49111687000121-2-000014/2026) — mesmo mercado, mesmo ano e composição de contrapartidas comparáveis —, em relação à qual o valor ora proposto é 17,3% inferior. A tabela abaixo sintetiza as principais contratações correlatas ao objeto pretendido:

Referência	Objeto e público	Ano	Valor (R$)
SETUR/RS × BTL Lisboa	Espaço promocional de 36 m² com montagem especial, feira de trade em Lisboa	2026	771.120,66
SETUR/AL × Lusanova	Portugal, ação de operadora com canais físicos e digitais, e ativação junto a 700 agentes	2026	731.390,00
SETUR/AL × operadoras argentinas	Argentina, ação de duas operadoras, 6 meses	2026	825.000,00
SETUR/AL × Decolar	Brasil, Argentina e Chile, 4 meses	2026	500.000,00

VII. Descrição da solução como um todo

A solução consiste na participação da Secretaria de Turismo na Expo Abreu 2026, a ser realizada em Lisboa, República Portuguesa, entre os dias 10 e 11 de outubro de 2026, com execução de pacote complementar de ações cooperadas de promoção do destino turístico em Portugal, a serem realizadas entre 01 de outubro e 15 de novembro de 2026, conforme proposta comercial e definições a constarem em Termo de Referência.

Documento PROA Assinado

Secretaria de Turismo
Departamento de Planejamento e Competitividade

VIII. Justificativa para o não parcelamento

O objeto não comporta parcelamento porque todos os itens que o compõem são ativos próprios de um mesmo prestador, do qual é detentor exclusivo: o espaço promocional no evento de comercialização que organiza, o tempo de qualificação junto à sua força de vendas, a presença do destino em suas lojas e a veiculação em seus canais internos e em sua plataforma digital. Não há mercado em que qualquer dessas parcelas possa ser adquirida de terceiro, de modo que a divisão do objeto em itens ou lotes autônomos não ampliaria a competição: o universo de fornecedores possíveis é o mesmo para cada parcela e para o conjunto, e é de um só.

A isso se soma a interdependência das entregas, em que cada uma se destina a produzir efeito sobre a seguinte. A decomposição em itens e valores unitários constante do item IV presta-se à aferição da compatibilidade dos preços e à medição das entregas durante a execução, e não implica que as parcelas sejam contratáveis de forma autônoma. Por essas razões, a contratação é processada em item único.

IX. Resultados pretendidos

São resultados diretos, aferíveis na prestação de contas:

Resultado pretendido	Indicador	Meta
Qualificação da força de vendas responsável pela intermediação do destino	consultores de venda formados sobre o destino e seus produtos	500
Presença do destino no evento de comercialização da operadora	espaço promocional em operação nos dias do evento	2 dias
Presença do produto na rede física de agências	lojas com material de divulgação do destino	25
Presença do produto nos canais de comercialização da operadora	entregas do rol de contrapartidas comprovadas por registro datado	100% do rol

São resultados indiretos, de aferição diferida e não atribuíveis exclusivamente a esta ação: a ampliação da percepção do destino no mercado emissor português para além do segmento de sol e mar, e o incremento das vendas intermediadas do produto Rio Grande do Sul naquele mercado. Registram-se como efeito pretendido, e não como obrigação de resultado, porque o fluxo turístico responde a múltiplas causas — conectividade, câmbio, calendário, conjuntura e o conjunto

Documento PROA Assinado

das ações de promoção —, não sendo tecnicamente possível isolar a contribuição de uma ação promocional determinada.

XIII. Declaração de viabilidade

A partir das análises realizadas nas etapas anteriores deste ETP, verifica-se que a contratação apresenta condições de viabilidade para atendimento da necessidade institucional.

A solução mostra-se adequada pois

a. atua sobre a deficiência identificada no diagnóstico do Plano de Promoção Internacional do Turismo do Rio Grande do Sul, que é a ausência do destino nos canais de comercialização do mercado europeu;
b. incide sobre produto turístico do Estado já formatado e inserido no portfólio de comercialização da operadora, ofertado com preço à sua rede de agências em Portugal;
c. executa-se dentro da janela de compra daquele mercado, na qual 49,4% das reservas do ciclo são efetivadas;

A contratação também está alinhada aos instrumentos de planejamento (PPA, LDO ou planejamento estratégico institucional), especialmente nos aspectos relacionados ao:

a. Plano Plurianual 2024-2027, Programa Desenvolvimento Produtivo e Inovador, ação programática Turismo Destino RS, que contempla ações de promoção em território nacional e internacional destinadas a atrair turistas e a estimular a venda por agentes e operadoras;
b. Plano de Promoção Internacional do Turismo do Rio Grande do Sul, que elege Portugal entre os cinco mercados emissores prioritários
c. Plano Brasis 2025-2027 da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, no eixo de diversificação de destinos e descentralização de fluxos.

Ressalva-se a necessidade de prévia autorização pelo CONETUR e pelo Comitê Gestor do Fundetur antes da concretização do feito, o que não obsta a instrução, mas configura providência prévia a ser sanada.

Com base nesses elementos, conclui-se que a contratação é viável, mediante aprovação da ação pelos colegiados estaduais de turismo.

Documento PROA Assinado

Nome do documento: 03 ETP.docx

Documento assinado por	Órgão/Grupo/Matrícula	Data
Alaor Souza Oliveira	SETUR / DEEIM / 4822013	18/09/2026 17:03:15
Marcelo Ramos Soares	SETUR / DPC / 5218845	18/09/2026 17:16:39

Documento PROA Assinado