



Banco Interamericano
de Desenvolvimento

**BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO
REPRESENTAÇÃO NO BRASIL**

PRODETUR
SALVADOR

**LICITAÇÃO PÚBLICA NACIONAL (LPN) Nº 001/2022
PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO PROMOCIONAL POR MEIO DE CAMPANHAS,
EVENTOS OU AÇÕES DE PROMOÇÃO TURÍSTICA PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE
MARKETING TURÍSTICO DE SALVADOR.**

ADENDO AO EDITAL DA LPN Nº: 001/2022

PROGRAMA NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO – PRODETUR SALVADOR

BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO - BID

CONTRATO DE EMPRÉSTIMO nº 3682/OC-BR

Em observância ao quanto determinado no item 7.1 da Seção 1 – Instrução aos Concorrentes (IAC) da LPN nº 001/2022, encaminhamos modificação, por meio do presente adendo, referente aos seguintes **itens**, permanecendo os demais itens inalterados:

SEÇÃO 2 – DADOS DA LICITAÇÃO (DDL)

As disposições a seguir modificam ou complementam as cláusulas correspondentes da Seção 1 – Instruções aos Concorrentes (IAC):

Cláusula das IAC	Complemento ou Modificação
13.3 (b)	Fica acrescido ao item 13, alínea “b”, inciso (i) da Seção 1 - IAC: 13. (b) (i) (1) No caso de certidão positiva de recuperação judicial ou extrajudicial, o licitante deverá apresentar a comprovação de que o respectivo plano de recuperação foi acolhido judicialmente, na forma do art. 58, da Lei n.º 11.101, de 09 de fevereiro de 2005, sob pena de inabilitação, devendo, ainda, comprovar todos os demais requisitos de habilitação. Fica acrescido ao item 13, alínea “b”, inciso (ii) da Seção 1 - IAC: 13. (b) (ii) (1) A boa situação financeira do licitante será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (IL) maior que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com os valores extraídos de seu balanço patrimonial $IL = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Exigível a Longo Prazo}}$ Os licitantes que apresentarem resultado inferior ou igual a 1(um) deverão comprovar patrimônio líquido não inferior a 10% do valor estimado da contratação. O Valor estimado para a Contratação é de R\$ 10.231.975,52 (dez milhões duzentos e trinta e um mil novecentos e setenta e cinco reais e cinquenta e dois centavos). No caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade; Fica alterado o item 13, alínea “b”, inciso (iv) da Seção 1 - IAC: 13 (b) (iv) atestado de 01 (um) instituição financeira emitidos dentro dos 60 (sessenta) dias anteriores à data da abertura das propostas, indicando boa situação financeira da Empresa. Fica inserido o item 13. (e) Qualificação técnica (e.1) Qualificação Técnica da Empresa

Para realização dos serviços as licitantes deverão demonstrar possuir a qualificação técnica mínima abaixo detalhada: 10.1 Comprovante de que executa/executou serviços de marketing promocional, de porte compatível em características, quantidades e prazos dos serviços previstos nessa contratação, cujas atividades sejam iguais ou similares, às descritas nesse documento, preferencialmente nos últimos 5 anos. 10.1.1 Para fins de comprovação, serão considerados como parcela relevante os seguintes produtos/serviços: • Prospecção, planejamento, desenvolvimento, formatação, execução, organização e coordenação de soluções de Marketing promocional <u>direcionadas ao trade turístico e público final</u>, em território nacional e internacional, com realização de ações promocionais a exemplo de: - <i>Fampress e Famtour</i> realizados no Brasil, com participantes do Brasil e do exterior; - participação da Contratante em eventos, feiras e congressos com elaboração de projeto de criação, montagem e desmontagem de stands promocionais realizadas no Brasil e no exterior; - Operacionalização de workshops, seminários e <i>roadshows</i> relacionados com a divulgação de destinos turísticos realizados no Brasil e no exterior; - eventos dialogais, realização de ações externas em shoppings, seminários e ações de Brand Experience no Brasil e no exterior; • Operacionalização e realização simultânea de no mínimo 02 (dois) eventos/ações promocionais, realizados no mesmo período no Brasil em mais de uma cidade e/ou estado e/ou no exterior. 10.2 A comprovação será feita por meio de apresentação de declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, distintas uma da outra. 10.3 A(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão mostrar, clara e inequivocamente, a capacidade de atendimento aos requisitos estabelecidos, preferencialmente: 10.3.1 Identificação do emissor do atestado, incluindo razão social, nome e cargo do responsável, CNPJ, endereço completo e telefones; 10.3.2 Data de vigência da prestação dos serviços; 10.3.3 Identificação da satisfação do emissor do atestado com relação ao(s) serviço(s) executado(s); 10.3.4 Valor do contrato anual que as declarantes possuem/possuíam à época da prestação dos serviços de <i>live marketing</i>. 10.4 Fica vedada a apresentação de comprovantes relacionados à prestação de serviços de <i>live marketing</i> executados para a CONTRATADA ou emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da licitante. 10.4.1 São considerados como pertencentes ao mesmo grupo empresarial, as empresas de <i>live marketing</i> controladas ou controladoras de uma mesma empresa licitante, ou que tenha pelo menos uma pessoa física ou jurídica que seja sócio de empresa ou agência de promoção e eventos da licitante.
--

10.5 O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados apresentados, apresentando, dentre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços.

Pessoal Mínimo exigido para execução dos serviços:

Como requisito para qualificação da empresa, a Qualificação da Equipe Técnica deve ser apresentada para análise prévia.

A proponente deverá comprovar possuir em seu quadro técnico ou apresentar Termo(s) de Compromisso de Profissionais que será(ão) contratado(s), se vencida a licitação, para os profissionais solicitados na relação de equipe técnica referida no Termo de Referência, de acordo com as qualificações profissionais exigidas (no caso de consórcio, deve ser apresentada comprovação ou Termo de Compromisso por qualquer uma das empresas integrantes). No mínimo, pelos seguintes perfis profissionais:

Função	Qualificação Mínima
Coordenador	Formação Superior Completa em Comunicações, Turismo ou áreas afins com experiência de no mínimo 10 anos em planejamento e execução de marketing promocional de destinos e/ou negócios turísticos.
Especialista líder em marketing promocional	Formação em Publicidade e Propaganda ou áreas afins, com no mínimo 15 anos de marketing e publicidade e com no mínimo 10 anos de experiência gestão de marketing promocional do setor de Viagens
Especialista em eventos	Formação em Turismo, Turismo e Hotelaria, Eventos, Comunicações, Relações Públicas ou áreas afins com experiência de no mínimo 8 anos em organização de eventos no setor de turismo
Especialista em criação publicitária	Formação em Publicidade e Propaganda, Artes Visuais, Design Gráfico ou Cinema, ou áreas afins com no mínimo 8 anos de experiência em criação publicitária de destinos e/ou negócios turísticos e/ou criação em campanhas de marketing promocional de destinos e/ou negócios turísticos.
Diretor de produção audiovisual	Formação em Publicidade, RTV ou Cinema, ou áreas afins com no mínimo 5 anos de experiência em produtora de vídeos e filmes ou no departamento de produção audiovisual.

A empresa contratada é responsável por disponibilizar o quantitativo de profissionais necessários ao pleno atendimento das demandas e ao perfeito cumprimento do objeto contratual, a exemplo de publicitário, atendimento, diretor de fotografia, redator, produtor de eventos, dentre outros.

A empresa contratada deve utilizar equipe técnica adequada, habilitada e com conhecimento necessário à plena execução dos produtos e/ou serviços a serem, em conformidade com as normas e determinações em vigor.

18.2 ENDEREÇAMENTO E FECHAMENTO DAS PROPOSTAS

Identificação do Envelope Externo:

	A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Salvador UCP PRODETUR SALVADOR Att. Comissão Especial de Licitações O endereço para a apresentação das propostas é: Rua da Argentina, Comércio, nº 341, CEP 40.301-011, Salvador - Bahia – Brasil Projeto “Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR SALVADOR”. Proposta para prestação de serviços de comunicação promocional por meio de campanhas, eventos ou ações de promoção turística para a implementação do plano de marketing turístico de Salvador. Edital da LPN Nº 001/2022 “NÃO ABRIR ANTES DE 22/06/2022 AS 15:00 HORAS”.
19.1	PRAZO PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS As propostas deverão ser entregues até o dia 22/06/2022, às 15:00 hs, na Sede da Secretaria da SECULT.
22.1	ABERTURA E AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS PELO CONTRATANTE 22.1. A sessão pública de abertura será realizada as 15:00 horas do dia 22/06/2022 por meio de videoconferência, a ser realizada através do link https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_ZmM2YWZmYjMtZGM4Zi00OWU3LTlhMGltODAzN2JkOGlwOWNm%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22c3e372b-aaaf-44e5-9800-ed42855d6439%22%2c%22Oid%22%3a%22f4abf120-fdba-4782-9f14-d395081a61db%22%7d 22.1.1 – As propostas serão abertas às 15:05 horas do dia 22/06/2022. 22.1.2 – O licitante fica responsável pelas informações relativas ao endereço eletrônico, confirmação de recebimento de mensagens, incluindo a verificação em spam.

1 - ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO POR MEIO DE CAMPANHAS, EVENTOS OU AÇÕES DE PROMOÇÃO TURÍSTICA, EM NÍVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE MARKETING DE SALVADOR

Março, 2022

TERMINOLOGIAS, DEFINIÇÕES, SIGLAS E CONCEITOS BÁSICOS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
Branding	Branding é a gestão das estratégias de marca de uma empresa/instituição, com o objetivo de torná-la mais desejada e positiva na mente de seus clientes e do público geral. O Branding, ou <i>brand management</i> , envolve ações relacionadas ao propósito, valores, identidade e posicionamento.
COVID-19	Novo Coronavírus
ESM	Entidades Setoriais Municipais
FAMTOUR	Ação de promoção turística que tem como objetivo familiarizar e encantar o distribuidor do produto turístico. Consiste em convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente.
FAMPRESS	Ação de promoção turística que tem como objetivo levar representantes de meios de comunicação (imprensa) para conhecerem o destino/novos produtos e divulgá-los.
MARKETING DE GUERRILHA	É uma das estratégias de marketing utilizadas para a divulgação de produtos ou serviços que tenta fugir das formas tradicionais de comunicação. Isso acontece, por exemplo, com ações que são executadas em locais públicos com um grande fluxo de pessoas, como praças e shoppings. O objetivo de uma ação de guerrilha é oferecer uma experiência única e memorável para a audiência.
OTA's	A sigla OTA, no inglês <i>Online Travel Agency</i> , traduzido para o português significa Agência de Viagem Online, são sites especializados em venda de produtos de viagem para os consumidores interessados no segmento. Dentre os exemplos estão a Expedia.com, Decolar.com e Booking.com.
PDITS	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PEMktTur	Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador/Bahia
PMS	Prefeitura Municipal de Salvador
PRODETUR Salvador	Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo de Salvador
ROADSHOWS	Ação de promoção turística que proporciona um contato mais personalizado junto ao trade, com o objetivo de capacitar operadores e/ou agentes de viagens a comercializar o destino em questão, estimulando o estabelecimento de parcerias e a geração de negócios entre os participantes. Para isso, utiliza-se de apresentações do destino (gerais ou segmentadas) para operadores e agentes de viagem. O <i>Roadshow</i> é realizado em forma de circuito, em que a cada dia o evento se desloca para outra cidade próxima. Muitas vezes, a ação se encerra com itens típicos da cultura e gastronomia do destino e distribuição de materiais informativos e brindes.
SALTUR	Empresa Salvador Turismo
SECULT	Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Salvador
ET	Especificação Técnica
UCP	Unidade Coordenadora do PRODETUR Salvador

1. OBJETIVO

1.1. O objetivo da presente especificação técnica é a contratação de serviços de soluções de Marketing Promocional (Live Marketing), conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste documento.

1.1.1 A contratação deve atender às orientações do Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador, cujo teor encontra-se no Anexo A, organizadas no Eixo 1 (Marketing Turístico Responsável), através de ações de promoção turística nacional e internacional tais como: *roadshows*, *famtrips* segmentadas com influenciadores; *presstrips*, ações de guerrilha, realização de eventos voltados para atores da cadeia de valor do trade turístico (treinamentos, *hackathons*, etc.) e voltados para o público final; participação cooperada em eventos turísticos; ações promocionais de divulgação do destino no mercado nacional e internacional em espaços abertos e/ou fechados.



1.1.2 Este conjunto de ações atendem a uma larga lista de necessidades identificadas na construção do Plano, tais como: divulgar a “nova” Salvador para operadores turísticos e turistas nacionais e internacionais (cidade com mais equipamentos turísticos, com infraestrutura transformada etc.); aumentar a relevância de Salvador no segmento Sol & Praia, construindo uma posição de destaque dentre seus principais concorrentes nordestinos, especialmente Maceió e Fortaleza; incrementar a segmentação na abordagem promocional, focando nos segmentos-chave do destino identificados pelo Plano (sol e praia, história e cultura, negócios, religião, étnico-afro e náutico); desenvolver o Turismo de Negócios, reinserindo Salvador na rota de grandes eventos, congressos e simpósios, aproveitando-se da infraestrutura do novo Centro de Convenções, cujo “start” foi interrompido pelo isolamento social imposto pela pandemia do Covid-19.

1.1.3 A escolha dos mercados onde acontecerão as ações estão respaldadas pelo Plano, que identificou os principais e potenciais emissores nacionais e internacionais. Esses mercados serão selecionados de acordo com a leitura do cenário e contextos, a seu momento, ao longo do período do contrato, observando-se os protocolos de reabertura do Turismo.

1.1.4 Cada ação será demandada através de um briefing elaborado pela Contratante, com as informações essenciais para o desenvolvimento do trabalho da Contratada.

2. JUSTIFICATIVA

- 2.1 Salvador precisa divulgar e promover a cidade como destino turístico competitivo, no Brasil e no exterior, através de ações diretas e indiretas de marketing. Para isso, é fundamental consolidar e desenvolver ações e eventos promocionais, participar de feiras nacionais e internacionais, promover eventos, *roadshows*, *famtrips*, *presstrips* e outras ações, sempre com uma abordagem criativa e diferenciada de forma a permitir maior destaque com relação a outros destinos.
- 2.2 O planejamento, a realização e a avaliação sistemática das ações de promoção representam esforços necessários para um posicionamento competitivo de Salvador no mercado turístico. O ferramental promocional proposto tem a capacidade de dinamizar a competitividade do destino Salvador, aumentando o nível de lembrança e consideração da cidade diante de operadores de viagem e turistas nacionais e internacionais, atraindo eventos de médio e grande porte, renovando a imagem da cidade através de novos atributos (diverso, eclético, multissensorial e de experiências autênticas), dinamizando, por fim, a economia local e trazendo benefícios diretos para a população. Essa dinamização é ainda mais importante num cenário onde a retomada econômica se faz urgente.
- 2.3 Os eventos que compõem o calendário turístico nacional e internacional representam o cenário onde os órgãos de turismo e a iniciativa privada se apresentam para os distribuidores, agentes e operadores, e conforme a característica do evento, para o consumidor e/ou investidor, com o objetivo de vender os destinos turísticos, os produtos e os serviços. Também fazem parte eventos que não sejam especificamente voltados para a promoção turística, mas que reúnem público alvo em segmentos empresariais, profissionais ou até mesmo motivacionais de interesse para Salvador. Participar dos eventos é um passo determinante no processo de geração de negócios para a iniciativa privada e para a “comercialização” do destino turístico Salvador.
- 2.4 Dada a complexidade do objeto, é imprescindível o suporte técnico de empresa especializada em prestação dos serviços de criação, conceituação, organização e realização de ações e eventos promocionais, para que se viabilizem de fato os resultados esperados e para que tal processo seja realizado com a economicidade e a qualidade devidas.
- 2.5 Em virtude do impacto da pandemia no Turismo e do cenário de imprevisibilidade que ainda impera, é fundamental que as ações promocionais possam ser demandadas de acordo com o contexto social e econômico analisado no momento presente, trazendo flexibilidade e permitindo que as ações se adequem perfeitamente ao cenário.

3. METAS E ALCANCE

3.1 Metas

Espera-se da empresa contratada a criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras e sustentáveis de marketing promocional, destinadas a expandir e fortalecer os efeitos da promoção turística do destino Salvador junto a públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias e com o mercado.

Todas as ações deverão ser desenvolvidas a nível estratégico e operacional e solicitadas sob demanda da Contratante, responsável pela formulação do briefing e consolidação de todas as informações necessárias para execução de cada ação demandada à Contratada.

Integram como metas desta Especificação Técnica os serviços de:

- a) *Famtours* – organização, realização de no mínimo 2 *famtours* com operadores de turismo, agentes de viagens, influenciadores, organizadores de eventos ou outro público definido pela SECULT do mercado nacional, e no mínimo 2 *famtours* operadores de turismo, agentes de viagens, influenciadores, organizadores de eventos ou outro público definido pela SECULT do mercado internacional;
- b) *Fampress* – organização, realização de no mínimo 2 *Fampress* com veículos de comunicação, jornalistas, influenciadores e/ou outro público definido pela SECULT, do mercado nacional e 2 *Fampress* com veículos de comunicação, jornalistas, influenciadores e/ou outro público definido pela SECULT, do mercado internacional;
- c) Road Show, workshops, seminários, eventos dialogais, no Brasil ou o exterior - no mínimo 6 eventos;
- d) Ações de Brand Experience no Brasil e no exterior –no mínimo 4 ações;
- e) Participação com stand e/ou realização de ações promocionais em Feiras turísticas nacionais ou internacionais e/ou em eventos em gerais - pelo menos 5 feiras/eventos.

Públicos prioritários possíveis das ações:

- Potenciais turistas nacionais e/ou internacionais;
- Trade turístico local, nacional e internacional;
- Operadores e agentes de viagem dos principais mercados emissores nacionais e internacionais;
- Imprensa: Jornalistas, influenciadores e/ou blogueiros de viagem nacionais e internacionais;
- Online *Travel Agencies*;
- Ecossistema de inovação local;
- População local.

Observação: Para cada ação, desenvolver Plano de Ação, Conceituação Criativa, Descritivo da Solução Promocional, Relatório de Execução e Avaliação da Ação, devidamente lincado com o Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador;

- Realizar, ao menos, uma ação para cada público prioritário elencado acima;
- Realizar, ao menos, uma ação para cada segmento-chave (sol e praia, história e cultura, negócios, religião, étnico-afro e náutico).

3.2 Alcance e indicadores

Os indicadores se constituem como um mecanismo de avaliação e de monitoramento das ações realizadas e de sua efetividade. Inicialmente estão discriminados alguns a seguir, entretanto, outros parâmetros ou indicadores relevantes podem surgir ao longo do desenvolvimento do trabalho, de acordo com o tipo de ação demandada.

- Número de participantes nas *roadshows* nacionais e internacionais;
- Número de participantes das *famtrips* nacionais e internacionais;
- Número de participantes das *Fampress* nacionais e internacionais;
- Quantidade de matérias produzidas, nacionais e/ou internacionais, em função da quantidade de veículos ou jornalistas participantes das *Fampress*;
- Quantidade de seguidores de influenciadores das *famtours* e *Fampress* nacionais / internacionais;
- Taxa de engajamento nas ações com influenciadores e público em geral;
- Quantidade de feiras turísticas com participação direta e/ou cooperada.

4. CONTEXTO PANDEMIA COVID-19

A crise gerada pelo Corona Vírus vem produzindo impactos na sociedade, muitos deles ainda não totalmente identificados no mundo dos negócios. As ações promocionais não poderão ignorar esses impactos e para isso deverá conter estratégias de mitigação, prevenindo possíveis dificuldades que possam interferir no seu desenvolvimento e realização, com soluções criativas e inovadoras. Pedese especial atenção para necessidades de readequação das dinâmicas de realização dos eventos a protocolos vigentes no momento de sua organização.

Todas as ações devem considerar a política vigente e protocolos de saúde, segundo a OMS e Secretarias de Saúde Estadual e Municipal.

Deverão levar em conta a adoção de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's), atentando-se a “nova era do Entretenimento e Experiências ao Vivo” que a indústria das experiências têm praticado, visando ampliar a abrangência da participação e alcance mundial, considerando a possibilidade de execução 100% virtual e interativo, sem desconsiderar a viabilidade de formato híbrido (virtual e presencial), adequando-se ao nível de confiança das pessoas em eventos, e aos protocolos nacionais e internacionais de segurança, no contexto pós pandemia do COVID-19.

5. ESCOPO DOS SERVIÇOS

Os serviços a seguir elencados serão contratados sob demanda pela SECULT podendo ser solicitados de acordo com as conveniências dos mercados alvo a serem atingidos pelo destino Salvador, e em total consonância com o Plano Estratégico de Marketing Turístico. Eles estão divididos em:

- PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS
- PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES

5.1. PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS:

Contemplam as necessidades elementares do Destino Salvador relativas ao objeto da contratação, em que se consideram as seguintes categorias de ações promocionais:

- **Promoção Turística:** ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de envolvimento dos públicos-alvo para promoção turística do destino Salvador, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, atrair turistas nacional e internacionalmente, fortalecer os segmentos turísticos principais e potenciais, estimular conhecimento acerca o destino, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas.
- **Campanhas Promocionais:** ações de interação com os públicos-alvo para promoção turística de Salvador, intervenções em locais públicos ou privados, mobilizações de determinados segmentos da sociedade envolvendo, ou não, algum tipo de compensação (real ou simbólica), com o intuito de destacar informação relevante, incrementar a percepção relativa ao destino Salvador, estimular o engajamento ou a adoção de determinado comportamento acerca de um tema ou alavancar a venda de produtos e serviços turísticos;

- **Ações de Relacionamento:** ações de aproximação que visam estreitar e fortalecer vínculos entre o Destino Salvador e públicos-alvo específicos, fidelizar segmentos do trade turístico local, nacional e internacionalmente, com o intuito de promover aproximação, consideração e preferência, bem como de alavancar a venda de produtos e serviços turísticos;
- **Brand Experience:** ações executadas para proporcionar ao público-alvo experimentação do destino Salvador. A vivência construída se dá em uma situação controlada, desde o primeiro contato até o seu término, de forma a criar receptividade em relação ao destino, lembranças positivas na interação através de experiências esportivas, recreativas, culturais, artísticas e/ou socioambientais sempre conectadas ao universo simbólico da cidade.
- **Campanhas ou programas de incentivo:** ações que empregam técnicas de Marketing de incentivo para o envolvimento de públicos de interesse, planejadas e orientadas para motivar, individualmente ou em grupo, a adoção de determinados comportamentos vinculados à sua atividade ou ao seu desempenho, por meio de ações de reconhecimento ou de recompensa. Ex.: Programas de incentivo para o trade turístico (local, nacional e/ou internacional).

5.1.1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS:

A. DIAGNÓSTICO E PLANEJAMENTO BIMENSAL

Descritivo: Realização de diagnóstico para avaliação aprofundada do cenário competitivo e situacional em que caberá o levantamento de informações e análise de ambiente. Caberá a realização de pesquisas e entrevistas presenciais, ou não, bem como benchmarking relativo às melhores práticas e tendências, como referencial para a solução estratégica a ser elaborada. A partir do levantamento, será elaborado planejamento de ações de Marketing Promocional contendo os objetivos, as ações, tática para implantação do plano, incluídos os respectivos cronogramas e estimativas de investimento. Caberá ainda a definição do plano de mensuração e avaliação de resultados que deverá contemplar fontes, métricas e indicadores de performance adequados à realidade do planejamento como forma de garantir que a solução elaborada esteja claramente vinculada aos objetivos estratégicos definidos pela PMS – SECULT para o Destino Salvador.

O Plano de Mensuração de resultados deve conter os itens a seguir, de forma hierárquica e sequencial:

- **Objetivos Estratégicos Vinculados:** discriminação dos objetivos de comunicação contemplados definidos em briefing;
- **Métricas de Resultado:** métricas associadas a avaliação de sucesso de cada uma das ações propostas em âmbito estratégico e tático. Tais métricas podem estar vinculadas a pesquisas e coleta de dados tanto por métodos de pesquisa tradicionais, quantitativos ou qualitativos, como métodos de pesquisa digitais.
- **Análise de Cenário:** avaliação de cenário no qual as ações e projeto se inserem, com objetivo de estabelecer parâmetros de comparabilidade de resultados e definir o conceito de sucesso de cada ponto de planejamento. A partir da disponibilidade de dados para comparação, a análise de cenário pode ser realizada a partir três perspectivas: (i) benchmarking, por análise comparativa de mercado em relação à concorrentes diretos ou complementares levando em consideração a ação; (ii) histórico de resultado, por comparativo com mensurações de projetos similares no passado; ou (iii) comparação interna, utilizando projetos equivalentes, a partir da validação da PMS - SECULT, cujas ações sejam similares. Caso não exista a possibilidade

de análise de cenário, avaliada pela Contratante, parâmetros de sucesso podem ser traçados para esta finalidade;

- **Indicadores de Performance:** a partir das métricas selecionadas para cada ação e da análise de cenário, construção de indicadores de performance que traduzam o sucesso de cada ação.

Entregas:

- Arquivo em texto ou PPT contendo relatório analítico com todas as informações levantadas no diagnóstico;
- Arquivo em texto ou PPT contendo relatório de pesquisas, roteiros de entrevistas e lista dos entrevistados e respectivos perfis;
- Entrevistas gravadas em áudio e/ou transcritas;
- Arquivo em texto ou PPT com benchmarkings construídos;
- Arquivo contendo a apresentação do planejamento bimensal;
- Arquivo da apresentação e em texto do plano de mensuração e avaliação de resultados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade da compreensão do briefing.
- Adequação de perfis selecionados para os entrevistados.
- Apresentação com justificativa do método de pesquisa utilizado.
- Consistência lógica entre premissas e conclusões.
- Aderência da proposta ao Plano de Marketing Turístico de Salvador
- Aplicabilidade da proposta – exequibilidade.
- Aderência da métrica de resultado aos objetivos do planejamento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Prazo de Entrega em até 05 dias
- Quantidade de Entrevistas acima de 20
- Quantidade de Benchmarking acima de 3
- Quantidade de ações previstas no planejamento (eventos/campanhas) maior que 60

Complexidade:

Nível:	Característica:
Baixa	Até 1 Característica
Média	Até 2 Características
Alta	Maior ou igual a 3 Características

B. ADAPTAÇÃO DO DIAGNÓSTICO E PLANEJAMENTO SEMESTRAL

Descritivo: Adaptação do Diagnóstico e Planejamento bimensal com base em novas premissas definidas pela PMS – SECULT para o Destino Salvador ao longo dos seis meses.

O Plano de Mensuração de resultados deve conter os itens a seguir, de forma hierárquica e sequencial:

- **Objetivos Estratégicos Vinculados:** discriminação dos objetivos de comunicação do

Destino Salvador contemplados definidos em briefing;

- **Métricas de Resultado:** métricas associadas a avaliação de sucesso de cada uma das ações propostas em âmbito estratégico e tático. Tais métricas podem estar vinculadas a pesquisas e coleta de dados tanto por métodos de pesquisa tradicionais, quantitativos ou qualitativos, como métodos de pesquisa digitais;
- **Análise de Cenário:** avaliação de cenário no qual as ações e projeto se inserem, com objetivo de estabelecer parâmetros de comparabilidade de resultados e definir o conceito de sucesso de cada ponto de planejamento. A partir da disponibilidade de dados para comparação, a análise de cenário pode ser realizada a partir três perspectivas: (i) benchmarking, por análise comparativa de mercado em relação à concorrentes diretos ou complementares levando em consideração a ação; (ii) histórico de resultado, por comparativo com mensurações de projetos similares no passado; ou (iii) comparação interna, utilizando projetos equivalentes, a partir da validação da PMS - SECULT, cujas ações sejam similares. Caso não exista a possibilidade de análise de cenário, avaliada pela PMS-SECULT, parâmetros de sucesso podem ser traçados para esta finalidade;
- **Indicadores de Performance:** a partir das métricas selecionadas para cada ação e da análise de cenário, construção de indicadores de performance que traduzam o sucesso de cada ação.

Entregas, a depender das novas premissas:

- Arquivo em texto ou PPT contendo relatório analítico com todas as informações levantadas no diagnóstico.
- Arquivo em texto ou PPT contendo relatório de pesquisas, roteiros de entrevistas e lista dos entrevistados e respectivos perfis.
- Entrevistas gravadas em áudio e/ou transcritas.
- Arquivo em texto ou PPT do diagnóstico, contendo os benchmarkings construídos
- Arquivo contendo a apresentação do Planejamento Semestral.
- Arquivo da apresentação do plano de mensuração e avaliação de resultados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Acuidade da compreensão do briefing;
- Adequação de perfis selecionados para os entrevistados;
- Adequação da proposta metodológica de pesquisa;
- Consistência lógica entre premissas e conclusões;
- Aderência da proposta ao Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador;
- Aplicabilidade da proposta – exequibilidade;
- Aderência da métrica de resultado aos objetivos do planejamento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Prazo de entrega até 5 dias
- Adaptação do Diagnóstico e Planejamento Semestral de ações para período maior ou igual a 4 meses

Complexidade:

Nível:	Característica:	Valor Máximo:
Baixa	1 Característica	R\$ 8.916,57
Média	2 Características	R\$ 14.367,82

C. PLANEJAMENTO DE PROJETO

Descritivo: Planejamento de ação ou conjunto de ações, baseado no diagnóstico e estratégia, contendo um plano de trabalho detalhado que deve prever:

- Definição dos objetivos e direcionamentos estratégicos dos quais as ações do projeto derivam;
- Definição e descrição do público-alvo de cada ação específica;
- Definição dos canais de relacionamento com o público-alvo das ações;
- Identificação de características internacionais, regionais e/ou locais que auxiliem na preparação da ação/ações;
- Elaboração e validação das mensagens-chave relativas às temáticas das ações; a serem transmitidas ao público-alvo;
- Planejamento de ação/ações de relacionamento com públicos de interesse, tais como relações públicas, cerimonial, marketing direto e *contact center*;
- Necessidades de produção incluindo os serviços próprios e de terceiros da pré-produção à pós-produção;
- Viabilidade das ações previstas no projeto;
- Visão geral da estrutura do projeto;
- Itens que comporão as ações a serem realizadas;
- Projeção do investimento necessário;
- Plano de avaliação e mensuração de resultado da ação/ações do Projeto.

O Plano de Mensuração de resultados deve conter os itens a seguir, de forma hierárquica e sequencial:

- **Objetivos Estratégicos Vinculados:** discriminação dos objetivos de comunicação da ação contemplados e definidos em briefing
- **Métricas de Resultado:** métricas associadas a avaliação de sucesso de cada uma das ações propostas. Tais métricas podem estar vinculadas a pesquisas e coleta de dados tanto por métodos de pesquisa tradicionais, quantitativos ou qualitativos, como métodos de pesquisa digitais;
- **Análise de Cenário:** avaliação de cenário no qual as ações e projeto se inserem, com objetivo de estabelecer parâmetros de comparabilidade de resultados e definir o conceito de sucesso de cada ponto de planejamento. A partir da disponibilidade de dados para comparação, a análise de cenário pode ser realizada a partir três perspectivas: (i) benchmarking, por análise comparativa de mercado em relação à concorrentes diretos ou complementares levando em consideração a ação; (ii) histórico de resultado, por comparativo com mensurações de projetos similares no passado; ou (iii) comparação interna, utilizando projetos equivalentes, a partir da validação da PMS - SECULT, cujas ações sejam similares. Caso não exista a possibilidade de análise de cenário, avaliada pela PMS - SECULT, parâmetros de sucesso podem ser traçados para esta finalidade;
- **Indicadores de Performance:** a partir das métricas selecionadas para cada ação e da análise de cenário, construção de indicadores de

performance que traduzam o sucesso de cada ação.

Entregas:

- Arquivo em texto ou PPT, contendo o levantamento e as definições do escopo da ação, calendário, estimativa de investimento, além de outras questões técnicas listadas no descritivo.
- Arquivo de apresentação e documento em texto ou PPT do Plano de Avaliação e Mensuração de Resultados.
- Arquivo contendo a apresentação do Projeto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Aderência da proposta ao Plano de Marketing Turístico de Salvador;
- Aplicabilidade da proposta – exequibilidade;
- Aderência da métrica de resultado aos objetivos das ações

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Prazo de Entrega inferior a 10 dias
- Valor igual ou superior a R\$ 200.000,00

Complexidade:

Nível:	Característica:	Valor Máximo:
Baixa	1 Característica	R\$ 5.928,57
Média	2 Características	R\$ 16.725,14

D. CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL PARA A AÇÃO

Descritivo:Proposição de linha criativa e criação da identidade visual para a ação, incluindo marca, selo e manual de aplicação nos diversos elementos e materiais, tais como: e- mail marketing, mala direta, convites, panfletos, folders, banners, cartilhas, faixas, crachás, projeto gráfico para stands ou ambientes cenográficos, etc.

Entregas:

- Arquivo de imagem digital aberto, em alta resolução, contendo todas as especificações da proposta (cores, formatos, fontes, reduções, aplicações), com os anexos necessários para a editoração das peças.
- Material finalizado em arquivo PDF.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta ao briefing.
- Criatividade e atratividade visual da proposta.
- Clareza, objetividade, inteligibilidade da apresentação.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Prazo de Entrega até 5 dias
- Acima de 10 Peças

Complexidade:

Nível:	Característica:	Valor Máximo:
Baixa	1 Característica	R\$ 3.877,74
Média	2 Características	R\$ 5.723,91

E. CRIAÇÃO DE PEÇAS PARA A AÇÃO

Descritivo:

Criação de peças a partir de identidade visual previamente produzida.

Entregas:

- arquivo de imagem digital aberto, em alta resolução, e no formato definido pela PMS - SECULT, contendo fontes e anexos necessários para a editoração das peças e protótipo da peça.
- Peças finalizadas entregues em arquivo PDF.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta ao briefing.
- Criatividade e atratividade visual da proposta.
- Clareza, objetividade, inteligibilidade da apresentação.

CRIAÇÃO DE PEÇAS PARA AÇÃO	
PRODUTO / SERVIÇO	UNIDADE DE MEDIDA
criação sem corte e dobraduras especiais de adesivos/etiquetas/ displays	unidade
criação com corte e dobraduras especiais de adesivos/etiquetas/ displays	unidade
criação de adesivos especiais de chão e vitrine	unidade
criação de Agenda	projeto
criação de peça gráfica (bandeira/bandeirola/ backdrop/banner/blimp /faixa/flâmula/fundo de palco/moldura para foto/pôster/stopper/ storyboard/totem)	unidade
criação de arte para aplicação em material promocional personalizado (brindes em Geral)	unidade
criação de capa de impressos/encarte	unidade
criação com ilustração de cartilha/catálogo/ folheto/livreto simples	página
Cartilha/catálogo/ folheto/livreto elaborado	página
criação de Catálogo (conceito)	unidade
criação de certificado/diploma/ crachá	unidade
criação de cartaz/cartazete/flyer/pôster	unidade
Estande pré-moldado 50m ²	unidade
Estande pré-moldado 51m ² a 100m ²	unidade
Estande pré-moldado 101m ² a 250m ²	unidade
Estande construído 50m ²	unidade
Estande construído 51m ² a 100m ²	unidade
Estande construído 101m ² a 250m ²	unidade
Folder/mala direta/ convite - criação de peça gráfica sem corte e sem dobradura especial.	unidade

CRIAÇÃO DE PEÇAS PARA AÇÃO	
PRODUTO / SERVIÇO	UNIDADE DE MEDIDA
Folder/mala direta/ convite - criação de peças gráficas com 2 dobras.	por lâmina
Folder/mala direta/ convite - criação de peças gráficas com 3 dobras.	por lâmina
Folder/mala direta/ convite - criação de peças gráficas completas (envelope, mala e folder).	unidade
Embalagem	unidade
Envelope - criação de envelope simples	unidade
Envelope - criação de envelope elaborado, com detalhes	unidade
Ilustração P&B	página
Ilustração colorida	página
Ilustração/storyboard	página
Infláveis personalizado	unidade
criação de mapa de localização simples	unidade
criação de mapa de localização ilustrado	unidade
Criação/desenvolvimento de marca/selo institucional	unidade
Criação/desenvolvimento de marca/selo de produto/serviço	unidade
Criação/desenvolvimento de IDV/selo para evento/ação promocional	unidade
Criação de manual de identidade visual com entrega de arte final e especificações técnicas necessárias	projeto
Criação de maquete	projeto
criação de Moleskine - conceito, criação de modelo, elaboração/desenvolvimento dos leiautes das capas/páginas, especificações técnicas e fornecimento da arte final.	projeto
criação de newsletter – conceito/desenvolvimento	página
criação de newsletter – simples (fonte arial, tamanho da fonte 12, espaçamento 1).	página
Papelaria básica - criação de papel carta, envelope, cartão de visita ou de relacionamento, cinta, marcador de página, filipeta, ficha de inscrição, cupom, display de mesa, móbile e pasta simples - personalizado/ exclusivo.	unidade
Pasta elaborada - criação de pasta elaborada - personalizado/exclusivo	unidade
criação de banner/convite/cartão de natal/wallpaper/email marketing (txt) /pop up/redes sociais – simples, sem programação	unidade
criação de banner/convite/cartão de natal/wallpaper/email marketing (txt) /pop up/redes sociais – simples, com programação necessária	unidade
criação de banner/convite/cartão de natal/wallpaper/email marketing (txt) /pop up/redes sociais – com programação necessária e animação.	unidade
criação de apresentação de power point – com programação necessária e/ou animação.	página
Criação com ilustração de personagem/boneco	unidade
criação de modelo de placa de obra.	unidade
criação de placa de reconhecimento personalizada/exclusiva	unidade
Pulseiras de identificação – criação personalizada	unidade
criação de relatório, com até 100 páginas	projeto
criação de relatório, com acima de 100 páginas	projeto

CRIAÇÃO DE PEÇAS PARA AÇÃO	
PRODUTO / SERVIÇO	UNIDADE DE MEDIDA
criação de relatório, com até 100 páginas (apresentação de slides)	projeto
criação de relatório, com acima de 100 páginas (apresentação de slides)	projeto
Criação de roteiro de evento/ação/dinâmica	projeto
Criação de Sacola/mochila personalizada	unidade
Criação de roteiro áudio visual/vídeo/filme/elaborado - criação com conteúdo criativo desenvolvido pela contratada	projeto
criação de kit de uniforme promocional – até 5 peças	kit
criação de kit de uniforme promocional – acima de 5 peças	kit

F. ADAPTAÇÃO DE PEÇAS PARA A AÇÃO

Descritivo:

O pagamento de adaptação de peças criadas a partir de identidade visual previamente produzida será realizado com o percentual **70%** de desconto em relação ao valor de criação da peça.

Entregas:

- Arquivo de imagem digital aberto, em alta resolução, no formato definido pela PMS - SECULT, contendo fontes e anexos necessários para a editoração das peças e protótipo da peça.
- Peças finalizadas entregues em arquivo PDF.

G. MONITORAMENTO DE PERFORMANCE E DE REPERCUSSÃO SOCIAL

Descritivo:

Análise qualitativa e quantitativa do impacto da aceitação da ação, no período de sua implementação e execução nos ambientes em que estas sejam realizadas. O objetivo do acompanhamento de performance e repercussão social é a avaliação, dentro do período da ação, para oportunidades de ajustes, caso sejam encontrados esforços ou resultados aquém aos objetivos do Planos de Mensuração aprovados previamente pela PMS - SECULT.

As planilhas com a análise e o detalhamento de ação devem possibilitar a construção de *dashboards* de acompanhamento de execução por diagramas de controle.

Entregas:

- Relatório analítico digital contendo histórico de todos os fatos e resultados ocorridos durante o acompanhamento da ação, conforme o escopo da ação realizada e plano de mensuração de resultados;
- Arquivos de dados utilizados para análises de cenário e todo material necessário para replicação de análise, caso seja necessário perante avaliação da PMS – SECULT;
- Número de pessoas envolvidas na ação ou que compareceram ao evento até o momento da análise;
- Número de pessoas que interagiram com a ação de ativação.
- Pesquisa de satisfação sobre a ação ou o evento (amostra de, no mínimo, 10% do público estimado).;

- Perfil do público atingido;
- Tempo médio de permanência do público no local da ação ou do evento.
- Índice de aceitação do tema pelo público atingido (amostra de, no mínimo, 10% do público estimado).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Acuidade do detalhamento apresentado;
- Fidelidade do relatório aos fatos;
- Resultados Apresentados

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de pessoas que participaram da ação/promoção ou que compareceram ao evento.

Complexidade:

Nível:	Característica:	Valor Máximo:
Baixa	Até 1.000 participantes	R\$ 6.000,00
Média	De 1.000 a 5.000 participantes	R\$ 7.435,71
Alta	Acima de 5.000 participantes	R\$ 12846,43

5.2. PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES:

Os Produtos e Serviços Complementares contemplam itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela CONTRATADA, nem de previsão pela PMS – SECULT, mas indispensáveis para a adequada execução contratual, prestados por meio de fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, cujas categorias estão descritas no ANEXO B deste documento.

P.S. Foi projetado no planejamento, que cerca de 10% do valor total do contrato estará direcionado para as ações no mercado internacional. Lembrando que poderá ser revisado ao longo da execução do contrato.

5.3 Pessoal Mínimo exigido para execução dos serviços:

Como requisito para qualificação da empresa, a Qualificação da Equipe Técnica deve ser apresentada para análise prévia.

A proponente deverá comprovar possuir em seu quadro técnico ou apresentar Termo(s) de Compromisso de Profissionais que será(ão) contratado(s), se vencida a licitação, para os profissionais solicitados na relação de equipe técnica referida no Termo de Referência, de acordo com as qualificações profissionais exigidas (no caso de consórcio, deve ser apresentado comprovação ou Termo de Compromisso por qualquer uma das empresas integrantes). No mínimo, pelos seguintes perfis profissionais:

Função	Qualificação Mínima
Coordenador	Formação Superior Completa em Comunicações, Turismo ou áreas afins com experiência de no mínimo 10 anos em planejamento e execução de marketing promocional de destinos e/ou negócios turísticos.
Especialista Líder	Formação em Publicidade e Propaganda ou áreas afins, com no mínimo

em marketing promocional	15 anos de marketing e publicidade e com no mínimo 10 anos de experiência gestão de marketing promocional do setor de Viagens
Especialista em eventos	Formação em Turismo, Turismo e Hotelaria, Eventos, Comunicações, Relações Públicas ou áreas afins com experiência de no mínimo 8 anos em organização de eventos no setor de turismo
Especialista em criação publicitária	Formação em Publicidade e Propaganda, Artes Visuais, Design Gráfico ou Cinema, ou áreas afins com no mínimo 8 anos de experiência em criação publicitária de destinos e/ou negócios turísticos e/ou criação em campanhas de marketing promocional de destinos e/ou negócios turísticos.
Diretor de produção audiovisual	Formação em Publicidade, RTV ou Cinema, ou áreas afins com no mínimo 5 anos de experiência em produtora de vídeos e filmes ou no departamento de produção audiovisual.

A empresa contratada é responsável por disponibilizar o quantitativo de profissionais necessários ao pleno atendimento das demandas e ao perfeito cumprimento do objeto contratual, a exemplo de publicitário, atendimento, diretor de fotografia, redator, produtor de eventos, dentre outros.

A empresa contratada deve utilizar equipe técnica adequada, habilitada e com conhecimento necessário à plena execução dos produtos e/ou serviços a serem, em conformidade com as normas e determinações em vigor.

6. PERCENTUAIS DE DESCONTO

O menor preço será considerado a partir da proposta da empresa que apresentar o maior percentual de desconto, o qual incidirá linearmente sobre os preços dos itens constantes na Planilha de Serviços e Preços Máximos.

QUESITO	PERCENTUAL ESTABELECIDO (%)
Percentual de desconto, o qual incidirá linearmente sobre os preços dos itens constantes na Planilha de Serviços e Preços Máximos.	____%

7. INFORMAÇÕES DISPONÍVEIS E ESTUDOS EXISTENTES

Cabe ao contratante (SECULT) prover o fornecedor de todos os dados, informações, estatísticas, pesquisas, entre outros aspectos de inteligência que possam auxiliar no desenvolvimento das diversas ações promocionais, tais como:

- Lista com os dados dos principais operadores turísticos, agências de viagem, agências de viagem online, plataformas digitais de promoção e comercialização de produtos turísticos no Brasil e nos principais mercados internacionais;
- Lista com os dados dos editores e jornalistas dos principais veículos de comunicação relacionados com o setor de turismo e viagem;
- Informações atualizadas das últimas pesquisas sobre a demanda potencial e atual do destino turístico Salvador e as características das viagens dos diferentes segmentos de turismo;
- Dados sobre os resultados das ações de marketing digital que possam contribuir para o entendimento da demanda, identificação de influenciadores digitais e preferência dos turistas;
- Dados sobre o ecossistema de startups e empresas do setor de turismo receptivo de Salvador;
- Dados sobre os principais eventos do setor de turismo no Brasil e no mundo.

7.1. Dados Básicos e Estudos Existentes

- SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. *Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador*, NOVEMBRO 2020.
- BAHIA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. *Plano Estratégico e Operacional de Marketing e Comunicação do Polo Baía de Todos-os-Santos: Resumo Executivo – Prodetur Nacional/BA*. Salvador, fevereiro de 2020.
- *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Baía de Todos-os-Santos – Prodetur Nacional/BA*. Salvador, maio de 2012.
- *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável - Salvador e Entorno*. Salvador: Secretaria de Turismo, 2008.
- *Salvador Resiliente*. Salvador: PMS/Secretaria de Sustentabilidade, Inovação e Resiliência, 2019.
- *Relatório de Balneabilidade das Praias 2017-2018*. Salvador: SECULT, 2019.
- *Salvador 360*. Salvador: PMS, 2017.
- *Planejamento Estratégico 2017-2020*. Salvador: PMS, 2016.
- PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO/SALVADOR. *Pesquisa de Perfil e Satisfação do Turista*. Salvador: PRODETUR/SALVADOR, 2019.
- SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. *Cenário do Turismo de Salvador e a Estratégia de Promoção Digital*. Salvador: SECULT, 2019.
- SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. *Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo Étnico-Afro de Salvador*. Salvador: SECULT, 2019.

7.2. Local para Consulta

Todo esclarecimento a ser prestado aos concorrentes deverá ser solicitado à celprodetur@salvador.ba.gov.br.

8. LEGISLAÇÃO E LEITURAS COMPLEMENTARES

- Lei Federal nº 8.666/1993 na sua atual redação;
- Lei Complementar nº 123/2006;
- Lei Municipal nº 4.484/1992, no que couber;
- Lei Municipal nº 8.421/2013;
- Lei Municipal nº 8.462/2013;

- Decreto Municipal nº 10.267/1993;
- Decreto Municipal nº 23.856/2013; e Decreto Municipal nº 15.984/2005.

9. PRODUTOS E RELATÓRIOS

A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

Para pagamento e remuneração pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a contratada deverá apresentar os seguintes documentos:

- nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta); nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável;
- Certidões de regularidade fiscal;
- documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

Sendo a presente Especificação Técnica desenvolvida sob demanda, cada serviço solicitado deve gerar um produto. E, cada produto requer o desenvolvimento de dois relatórios: 1) Planejamento estratégico e executivo da ação, contendo uma planilha relacionando os serviços que serão executados com seus devidos quantitativos necessários; 2) Monitoramento e avaliação, que devem conter gráficos de interesse do contratante, vídeos e fotos comprobatórias de atividades. A cada três meses deverá ser gerado um produto intermediário referente ao Relatório de Trabalho executado naquele período, contendo um resumo dos trabalhos realizados, os valores investidos e os principais resultados alcançado.

Da mesma forma, ao final de 18 meses deverá ser desenvolvido o relatório final analítico de avaliação e monitoramento de todas as ações promocionais realizadas a ser entregue em até 10 dias úteis antes da data final de vigência de execução do contrato. Cabe mencionar que o relatório final deve conter o resumo de todas principais atividades desenvolvidas, uma análise de mídia comentada, acompanhada do relatório de aproveitamento, classificação e valoração. Deve indicar ainda os fatores que prejudicaram o avanço normal, identificando suas causas e efeitos, além das lições apreendidas.

É importante pontuar que a CONTRATANTE poderá solicitar a retirada e inclusão de itens desse relatório a qualquer momento, respeitando os prazos de entrega acordados entre as partes.

9.1 FORMA DE APRESENTAÇÃO

Todos e quaisquer produtos e documentos gerados pela empresa contratada devem ser entregues à UCP PRODETUR Salvador no formato eletrônico em arquivos do MS Office ou compatíveis.

Os relatórios deverão ser apresentados impressos, em português do Brasil, e a sua formatação deverá observar as seguintes características:

- Programa editor de texto, compatível com Word XP e PDF;
- Fonte CALIBRI;

- Título principal: CALIBRI 12, caixa alta, negrito;
- Subtítulo: CALIBRI 11, caixa alta e baixa, negrito;
- Texto: CALIBRI 11, justificado;
- Páginas numeradas;
- Espaçamento simples entre linhas e um espaço entre parágrafos;
- Numeração dos itens: algarismos arábicos, negritos, separados por ponto (ex.: 1.0, 1.1,);
- Tamanho do papel A4 (cor branca);
- Sem recuo para indicar parágrafo, começando no início da margem esquerda.

Todos os documentos, relatórios e programas de computação (se houver) preparados pela empresa contratada para a contratante nos termos do contrato passarão a ser de propriedade da contratante, e a empresa contratada entregará estes documentos, no mais tardar, 15 dias antes da data do prazo de execução do contrato.

9.2. DO RECEBIMENTO E DA ACEITAÇÃO DO OBJETO

9.2.1 A emissão da Nota Fiscal/Fatura deve ser precedida do recebimento definitivo dos produtos e serviços demandados, nos termos abaixo.

9.2.2 No prazo de até 10 (dez) dias corridos do mês subsequente ao da execução, a CONTRATADA deverá apresentar toda a documentação comprobatória para fins de dar início ao procedimento de prestação de contas.

9.2.3 A natureza de execução dos produtos e serviços constantes do objeto da presente contratação, impossibilita a estipulação de prazo para recebimento provisório, devendo a CONTRATADA observar o prazo de entrega estabelecido para cada produto e serviço que, para todos os efeitos, é o prazo que configurará o recebimento definitivo.

9.2.4 Durante o prazo de execução dos produtos e serviços, a fiscalização do contrato, caso necessário, manterá contato com a CONTRATADA a fim de prestar orientações e esclarecimentos acerca da realização das atividades a serem desenvolvidas para a execução dos produtos e serviços.

9.2.5 Após recebimento definitivo por parte da fiscalização do contrato, nos prazos definidos pelo CONTRATANTE, para execução de cada produto/serviço, a CONTRATADA deverá providenciar a documentação necessária à prestação de contas, que deverá ser apresentada no prazo estipulado no subitem 9.2.2.

9.2.6 Todas as fases de execução dos produtos e serviços, no âmbito da CONTRATANTE, ocorrem através de comunicação oficial por e-mail.

9.2.7 Abertura de Ordem de Serviço - OS, pela fiscalização do contrato, contendo o produto e/ou serviço a ser executado, as especificações e informações relevantes para o desenvolvimento, sendo observado os critérios e requisitos descritos na Tabela de Produtos e Serviços bem como a autorização do Gestor do contrato para a execução dos serviços devem ser por e-mail;

9.2.7.1 A CONTRATADA procederá o recebimento da OS e iniciará a execução. Para fins de cumprimento de prazo, o início da execução se dará a partir da data de autorização da OS.

9.2.7.2 No prazo estabelecido a CONTRATADA procederá a entrega dos produtos e serviços demandados.

9.2.7.3 Após a entrega, a CONTRATANTE iniciará a avaliação da qualidade dos serviços prestados.

9.2.7.4 Após a finalização da demanda, a CONTRATADA deverá aguardar e-mail da CONTRATANTE para iniciar a documentação para a prestação de contas.

9.2.7.5 A CONTRATADA deverá apresentar a documentação necessária a comprovação para fins de ateste e prestação de contas conforme descrito na Tabela de Produtos e Serviços.

9.2.8 A contratação de ferramentas de tecnologias proprietárias, softwares e afins, destinada a plena execução dos serviços, deverá ser satisfeita pela CONTRATADA, e não acarretará ônus a CONTRATANTE, nem tampouco acarretará remuneração à CONTRATADA pela intermediação e

supervisão de sua implementação, à vista de que são indispensáveis à perfeita execução do objeto contratual, durante a vigência da contratação.

10. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA EXIGIDA

Para realização dos serviços as licitantes deverão demonstrar possuir a qualificação técnica mínima abaixo detalhada:

10.1 Comprovante de que executa/executou serviços de marketing promocional, de porte compatível em características, quantidades e prazos dos serviços previstos nessa contratação, cujas atividades sejam iguais ou similares, às descritas nesse documento, preferencialmente nos últimos 5 anos.

10.1.1 Para fins de comprovação, serão considerados como parcela relevante os seguintes produtos/serviços:

- Prospecção, planejamento, desenvolvimento, formatação, execução, organização e coordenação de soluções de Marketing promocional direcionadas ao trade turístico e público final, em território nacional e internacional, com realização de ações promocionais a exemplo de:
 - *Fampress e Famtour* realizados no Brasil, com participantes do Brasil e do exterior;
 - participação da Contratante em eventos, feiras e congressos com elaboração de projeto de criação, montagem e desmontagem de stands promocionais realizadas no Brasil e no exterior;
 - Operacionalização de workshops, seminários e *roadshows* relacionados com a divulgação de destinos turísticos realizados no Brasil e no exterior;
 - eventos dialogais, realização de ações externas em shoppings, seminários e ações de Brand Experience no Brasil e no exterior;
- Operacionalização e realização simultânea de no mínimo 03 (três) eventos de promoção de destino turístico, realizados no mesmo período no Brasil em mais de um estado e/ou no exterior.

10.2 A comprovação será feita por meio de apresentação de declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, distintas uma da outra.

10.3 A(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão mostrar, clara e inequivocamente, a capacidade de atendimento aos requisitos estabelecidos, preferencialmente:

10.3.1 Identificação do emissor do atestado, incluindo razão social, nome e cargo do responsável, CNPJ, endereço completo e telefones;

10.3.2 Data de vigência da prestação dos serviços;

10.3.3 Identificação da satisfação do emissor do atestado com relação ao(s) serviço(s) executado(s);

10.3.4 Valor do contrato anual que as declarantes possuem/possuíam à época da prestação dos serviços de *live marketing*.

10.4 Fica vedada a apresentação de comprovantes relacionados à prestação de serviços de *live marketing* executados para a CONTRATADA ou emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da licitante.

10.4.1 São considerados como pertencentes ao mesmo grupo empresarial, as empresas de *live marketing* controladas ou controladoras de uma mesma empresa licitante, ou que tenha pelo menos uma pessoa física ou jurídica que seja sócio de empresa ou agência de promoção e eventos da licitante.

10.5 O licitante disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados apresentados, apresentando, dentre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços.

11. PROPRIEDADE INTELECTUAL

Todos os conceitos criativos e ideias desenvolvidas mediante este contrato para a prestação de serviços de marketing promocional / *live marketing* passam a ser propriedade intelectual da Prefeitura Municipal de Salvador.

12. INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS EXIGIDOS DA CONTRATADA

Todas as instalações e equipamentos necessários ao desenvolvimento das atividades previstas neste Especificação Técnica serão de responsabilidade da empresa contratada.

13. ABRANGÊNCIA E LOCAL DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

As ações propostas deverão beneficiar toda cidade de Salvador, com prioridade para os territórios foco do PRODETUR Salvador, que são as áreas do Centro Antigo (Centro Histórico, Santo Antônio, Liberdade e Curuzu), Rio Vermelho e Itapuã/Orla Norte, além das Ilhas pertencentes ao município (Ilha de Maré, Bom Jesus e Ilha dos Frades). A execução das ações, contudo, acontecerão nos principais e potenciais mercados emissores do território nacional e/ou no exterior.

Os trabalhos deverão ser desenvolvidos nas instalações da empresa contratada, como também em trabalho de campo nas áreas indicadas nesta Especificação Técnica. No caso de a contratada possuir a sua sede fora de Salvador, a mesma deverá definir representante local com poder de decisão, e contar também com sua equipe local.

14. COORDENADOR DO CONTRATANTE

O profissional indicado para o acompanhamento, a fiscalização e o recebimento dos trabalhos por parte da UCP PRODETUR Salvador serão confirmados posteriormente ou quem o mesmo designe para esta tarefa.

15. PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

Os serviços descritos nesta Especificação Técnica serão desenvolvidos em prazo de 18 (dezoito) meses, contados a partir da assinatura da Ordem de Serviço (OS) pela Contratante.

Os serviços serão executados sob demanda, e a cada 3 meses devem ser entregues relatórios de acompanhamento, referentes aos produtos que foram desenvolvidos no período. Ao final do contrato deve apresentar a avaliação geral de todo o período do contrato.

16. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Fica vedada a utilização, pela licitante, dos dados disponibilizados e/ou gerados pela Prefeitura Municipal do Salvador – PMS para quaisquer fins que não sejam previamente e expressamente permitidos.

Entende-se por “uso de dados” as seguintes hipóteses, sem prejuízo de outras serem consideradas, tendo em vista, que se trata de um rol meramente exemplificativo:

- I – Divulgação e venda de quaisquer dados;
- II – Divulgação ou venda de estatísticas referentes aos dados;
- III – Utilização de estatística ou do próprio dado para treinamento de algoritmos preditivos.”

De forma geral, todas as instalações e equipamentos necessários ao desenvolvimento das atividades previstas nesta ET serão de responsabilidade da empresa contratada.

17. ENDEREÇO DO CONTRATANTE

Rua da Argentina, nº 341, Comércio, Salvador – Bahia, CEP: CEP: 40301-110

ANEXO A

RESUMO DO PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO DE SALVADOR

1. INTRODUÇÃO

O Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador foi desenvolvido para harmonizar os programas soteropolitanos de marketing turístico idealizado para o futuro que já iniciou. Simples e objetivo, pauta-se em duas *finalidades centrais* e urgentes – impulsionar a visitação e aumentar a visibilidade de Salvador.

O Plano partiu de metodologia baseada em três fases clássicas: a análise, a estratégia e o plano operacional, e acima de tudo, primou por construção participativa, ouvindo importantes vozes do trade local. O dia a dia no desenvolvimento participativo do plano envolveu: encontros com os stakeholders relacionados com a realidade turística de Salvador; Pesquisas presenciais e/ou virtuais junto a agências turísticas receptivas de Salvador e dezenas de operadoras turísticas dos principais mercados emissores para o destino soteropolitano; Reuniões com órgãos públicos e da sociedade civil organizada com interface com o turismo municipal (como por exemplo SALTUR, SECIS e COGEL), representantes das comunidades negras e lideranças de turismo comunitário de Salvador e do ecossistema de inovação de Salvador.

ETAPAS DO PLANO

Produto 1	Produto 2	Produto 3	Produto 4	Produto 5
Plano de Trabalho	Análise da oferta turística	Análise da demanda atual e potencial	Análise da Promoção e Comercialização	Análise da Concorrência Nacional e Internacional
Produto 6	Produto 7	Produto 8	Produto 9	Produto 10
Estratégia de Marketing e de Promoção Turística	Estratégia de Marketing Digital	Plano Operacional e Branding	Termos de referência	Plano Estratégico de Marketing Turístico Consolidado

2. ANÁLISE SWOT - RESUMO DA ANÁLISE DO AMBIENTE

A pandemia do novo Corona Vírus (COVID-19) alcançou este plano durante sua elaboração. Em um cenário ainda incerto, às proposições estratégicas para o turismo de Salvador foram acrescidas novas estratégias e ações de resposta, visando fornecer uma linha de atuação que pudesse recolocar a cidade e seus atores o mais rapidamente possível na rota do desenvolvimento da atividade turística.

Analizados os ambientes externo e interno do turismo em Salvador, aspectos se destacaram como referenciais para as definições estratégicas propostas no plano.

PONTOS FORTES

- Salvador já vem se estruturando para a era do turismo digital com ações como a presença de startups desenvolvendo aplicativos voltados ao turismo em Salvador. Há também um plano de transformação de Salvador em Cidade Inteligente em andamento. A promoção institucional do destino já usa majoritariamente as mídias digitais e a comercialização dos produtos turísticos já é feita em parte por operadoras digitais. Já existe em uso aplicativo de controle de qualidade de atrativos e meios de hospedagem;
- Existência do Observatório do Turismo com a implantação de aplicativos que permitem monitorar o movimento em atrativos e meios de hospedagem;

- Autonomia da SECULT na gestão do marketing digital do destino Salvador, através da contratação de agência especializada em marketing digital;
- Riquíssima presença de patrimônio histórico-cultural com monumentos, edificações, manifestações culturais, festas e eventos singulares;
- A questão étnica, centrada nos afrodescendentes, é parte essencial do contexto deste patrimônio cultural, sendo reconhecida como cidade mais afro do Brasil;
- Declarada pela UNESCO como Cidade da Música, a cidade conta com artistas de projeção nacional e internacional, considerados embaixadores da Bahia e de Salvador;
- Mais de 60 quilômetros de praias urbanas e nas ilhas, com ricas paisagens marinhas;
- Baía de Todos os Santos com características ambientais e geográficas singulares no mundo;
- Há diversidade da fauna e flora marinha, na costa de Salvador e na Baía de Todos-os-Santos;
- Grande volume de Investimentos em mobilidade urbana, urbanização da orla, remodelação de mercados municipais, transformando a cidade em uma Nova Salvador;
- Aeroporto Internacional reformado com novas ligações e infraestrutura;
- Porto remodelado para cruzeiros marítimos;
- Rede hoteleira e extra-hoteleira grande, variada e com novos projetos de hotéis de luxo;
- Gastronomia singular, sincrética e diversificada com rica oferta de restaurantes, bares e cafés;
- Apoio do SEBRAE ao empreendedorismo de estabelecimentos de A&B e ao processo de alfabetização digital das agências de turismo;
- Sistema de Certificação Sanitária de medidas de prevenção à COVID-19 em implantação em todos os empreendimentos turísticos da cidade;
- Site do destino (Salvadorbahia.com) bem estruturado, atualizado e com apresentação do conteúdo com linguagem moderna.
- Hospitalidade singular do soteropolitano.

PONTOS FRACOS

- Inexistência de marcos regulatórios de novos modelos de negócios;
- População afrodescendente não desfruta dos resultados sociais e econômicos do turismo, o que deverá ser endereçado pela implementação do Plano de Ações para o Desenvolvimento do Turismo Étnico-Afro de Salvador;
- Apesar da criação recente de novos produtos, ainda são poucas as experiências inovadoras a serem oferecidas aos visitantes;
- Ausência de estudos de capacidade de carga e implementação de sistemas de manejo da visitação nos atrativos turísticos;
- Insuficiência de esgotamento sanitário;
- De maneira geral mão-de-obra informal e despreparada e carência de atendimento multi-idiomas em pontos turísticos e nos serviços oferecidos;
- Desconhecimento por parte das operadoras emissivas nacionais sobre melhorias do destino (revitalização urbana do centro, ampliação do aeroporto, novo centro de eventos, novos equipamentos turísticos, dentre outros);
- Há poucas ações de marketing e comercialização voltadas para o turismo de natureza.
- *Ferry-boat* precário;
- Poucas praias com infraestrutura de serviços que melhore a experiência turística.

OPORTUNIDADES

- Incremento constante do fluxo turístico nos últimos anos, que foi interrompido em função da pandemia de COVID-19, mas que, passada essa epidemia, deverá retornar seu ritmo de crescimento;
- Interesse doméstico e internacional pelo Litoral do Nordeste;
- Crescente interesse dos países emissores pelo turismo cultural ofertado em Salvador e região;
- Crescente interesse pela cultura étnico-afro de Salvador;

- Novo Centro de Convenções, inaugurado recentemente, que poderá contribuir com o crescimento do turismo de negócios e eventos;
- Crescente busca pelo Turismo de Experiência, Turismo de Interesse Específico e do Turismo Religioso (igrejas católica e evangélica e religiões de matriz africana);
- O aumento da demanda por viagens de curta duração atrai atenção das regiões circunvizinhas;
- Preço das tarifas aéreas para Salvador mais baratas do que os concorrentes do Nordeste;
- Ampliação da oferta de assentos nos voos internacionais propicia aumento da demanda;
- Novas tecnologias de informação e comunicação aplicadas aos dispositivos móveis conectados ampliarão a demanda e promoverão redução de custos;

AMEAÇAS

- Queda do número de turistas no curto prazo devido ao surto do novo coronavírus, e provável demora para a retomada dos níveis anteriores de fluxo turístico;
- Dificuldades financeiras para a maioria dos prestadores de serviços turísticos em função da pandemia causada pelo novo coronavírus;
- Crise econômica na América do Sul;
- Concorrência do segmento Sol e Praia em outros destinos do Nordeste (Maceió tem crescido);
- Concorrência do Centro de Eventos de Fortaleza cujo custo de locação das áreas é bancado pelo Governo do Estado;
- Forte concorrência da Colômbia, Equador e Caribe na captação de fluxos de americanos e europeus;
- Intolerância religiosa;
- Equívoco nas campanhas institucionais do Governo Federal.

3. OBJETIVOS DE MARKETING

3.1. OBJETIVOS GERAIS:

- Aumentar a relevância do destino Salvador nacional e internacionalmente. Nacionalmente, tornar Salvador o destino mais desejado do Nordeste. Internacionalmente, aumentar a consideração da cidade, elevando-a à posição de must-visit no Brasil;
- Potencializar Salvador como a cidade pioneira em (DTI) Destino Turístico Inteligente no Brasil, aliado às políticas públicas e em apoio à inteligência de negócios do setor produtivo e em prol da experiência dos usuários e visitantes;
- Fortalecer e aprimorar as inovadoras ações de marketing empreendidas pela Secretaria de Cultura e Turismo (SECULT), contribuindo para a competitividade e a sustentabilidade de Salvador no mercado turístico global;
- Contribuir com novo processo de coalizão das partes interessadas no desenvolvimento turístico local, seus processos de inovação e resiliência, curadoria e co-criação na oferta turística e serviços associados;

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reforçar atributos da cidade (sincretismo, história, cultura, gastronomia e Sol & Praia) e fortalecer novos atributos (cidade sustentável, humana, moderna e inteligente), ampliando a percepção de que há muitos motivos para visitar Salvador (cidade de experiências multissensoriais e diversificadas). Essa percepção deve ser estimulada em turistas, operadores e agências nacionais e internacionais;
- Aumentar a relevância de Salvador como destino Sol e Praia, com o bônus de uma experiência integrada em história e cultura;

- Destacar o Centro Histórico enquanto Patrimônio da Humanidade, e Salvador enquanto Cidade Criativa – UNESCO – e sua distinção como metrópole nacional: contemporânea, diversa e responsável;
- Incentivar a oferta de serviços turísticos criativos e focados nas experiências;
- Integrar os visitantes com a população local em troca de experiências verdadeiras e não apenas encenadas para os turistas contemplarem passivamente;
- Valorizar ações coletivas em especial aquelas desenvolvidas pelas comunidades periféricas do núcleo histórico tradicional de Salvador;
- Incrementar o emprego e a renda gerados pelo setor turístico para a população em geral e em especial para a população afrodescendente;
- Incrementar os gastos e a permanência média dos turistas no município;
- Gerar maior demanda nos períodos de baixa estação reduzindo assim a sazonalidade da população flutuante da cidade;
- Priorizar a oferta de produtos turísticos ambientalmente sustentáveis;
- Incentivar o turismo de negócios, recolocando Salvador na rota de feiras, congressos, simpósios, a nível nacional no médio prazo e a nível internacional no longo prazo.

4. ESTRATÉGIAS DE SEGMENTAÇÃO E MERCADOS-ALVO:

A compreensão da origem dos turistas que vêm a Salvador é fundamental para a definição da estratégia de mercados alvo:

SEGMENTO TURÍSTICO	PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES
TURISMO SOL & PRAIA	Centro Sul do Brasil, Argentina, Uruguai, Chile, Europa Ocidental
TURISMO CULTURAL	Centro Sul do Brasil, Europa Ocidental
TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS	Centro Sul do Brasil
TURISMO RELIGIOSO	Bahia, Pernambuco, Sergipe
TURISMO ÉTNICO-AFRO	EUA, Europa, África
TURISMO NÁUTICO	Centro Sul do Brasil

Para relacionar os principais segmentos de turismo com os principais polos emissores de turismo para Salvador foi desenvolvida uma matriz, de forma a identificar os mercados prioritários, secundários e os nichos de mercado para cada segmento de turismo que devem ser explorados nas estratégias de marketing:

SEGMENTOS DE TURISMO / PRINCIPAIS EMISSORES	TURISMO SOL & PRAIA	TURISMO CULTURAL	TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS	TURISMO RELIGIOSO	TURISMO ÉTNICO-AFRO	TURISMO PARA VISITAR AMIGOS E FAMILIARES	TURISMO NÁUTICO
BAHIA SERGIPE PERNAMBUCO	Secundário	Secundário	Secundário	Prioritário	Prioritário	Prioritário	
SÃO PAULO RIO DE JANEIRO MINHAS GERAIS DISTRITO FEDERAL	Prioritário	Prioritário	Prioritário	Secundário	Secundário		Nicho
ARGENTINA CHILE URUGUAI	Prioritário	Secundário					
ESTADOS UNIDOS	Secundário	Prioritário			Nicho		
FRANÇA ALEMANHA ITÁLIA PORTUGAL ESPANHA	Prioritário	Prioritário			Nicho		

5. ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO:

Características singulares e diferenciais de Salvador indicam aspectos que podem, de maneira sustentável, posicionar a cidade de forma única e diferenciada perante os mercados-alvo: Destino Patrimônio Cultural da Humanidade, Cidade Criativa da Música e Capital Afrodescendente no Brasil.

Ser identificada como um destino sustentável do ponto de vista ambiental, social, econômico e institucional, torna-se um fator que tende a se destacar no cenário Pós-COVID-19 no Brasil e no mundo (como por exemplo, em novos padrões de conformidade exigidos pela OCDE e União Europeia – agrupamentos/acordos comerciais aos quais o Brasil intenciona se associar).

A hospitalidade ímpar de Salvador, o jeito de ser e de se relacionar com os visitantes, deve cada vez mais diferenciar a cidade como um destino turístico essencialmente humano, que inclui a ginga, flexibilidade, movimento – reforçando seu caráter dinâmico, fluido e adaptável.

Por fim, alinhado a sua visão de futuro, Salvador também deve reforçar sua imagem como destino resiliente, contemporâneo e inteligente, balizado pela inovação, tecnologia e competitividade globais.

De forma estrutural, são três pilares sustentam a construção deste Destino Salvador – interligados e não excludentes entre si. Estes pilares interligam o diagnóstico deste plano com a formulação de eixos das ações pensadas para o Marketing Turístico soteropolitano.

Os Pilares do Destino Salvador:



A estratégia de posicionamento proposta para a cidade de Salvador permite:

- Alinhamento às tendências do turismo mundial;
- Engajar o turista à população em experiências verdadeiras;
- Reforçar o etos cultural da cidade;
- Propor um turismo criativo e de experiência;
- Reforçar o reconhecimento de seu Centro Histórico da cidade como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO;
- Proporcionar a sensação de pertencimento da população;
- Valorizar ações coletivas;
- Proporcionar maior engajamento entre atores públicos e população;
- Criar ideias originais advindas da troca de conhecimento; e
- Aproveitar a oportunidade de aproximar-se aos preceitos da Declaração Universal dos Direitos Humanos e atuar na vanguarda como valor humano, que será inevitável no futuro.

6. ESTRATÉGIA DE DESTINO

Transformar Salvador em Destino Turístico Inteligente - um singular e pioneiro caso brasileiro - seguindo o conceito de que Destino Turístico Inteligente (DTI) está apoiado na inovação, na tecnologia, na sustentabilidade e na ampla acessibilidade para todos os tipos de públicos.

A maior eficiência, eficácia e efetividade de toda a oferta turística local, beneficiará o aprimoramento da qualidade da experiência do público usuário e visitante, contribuindo para a competitividade do destino no mercado turístico globalizado e o desempenho do efeito multiplicador econômico da atividade, contribuindo para a geração de trabalho, emprego, renda e arrecadação.

7. ESTRATÉGIA DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Em consonância com a transformação de Salvador em um destino turístico inteligente, a estratégia de produtos e serviços buscará a caracterização do usuário durante sua visita à cidade, tentando compreender a relação de sua localização no mapa digital, seu tempo de permanência e rotas de deslocamento ao longo de sua estada.

A verificação sistemática com geolocalização contribuirá no aprimoramento da caracterização das

experiências turísticas vigentes, propiciando:

- Customização de massa de vivências de visitação, sejam analógicas, sejam digitais;
- Monitoramento da geolocalização nas áreas conectadas e sensorizadas da cidade; e
- Monitoramento ampliado e aprimorado de satisfação dos usuários (moradores e turistas).

A estratégia de produtos e serviços visa aprimorar a experiência do usuário, bem como a gestão da cadeia produtiva. Em consonância com as estratégias de segmentação e mercados-alvo, os tipos de turismo por motivação prioritária a serem fomentados são: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Étnico-Afro, Turismo Religioso e Turismo Náutico.

8. ESTRATÉGIA DE DISTRIBUIÇÃO E DE COMERCIALIZAÇÃO

A transformação digital vem impactando o mercado de compras de serviços de turismo e aumentando significativamente a importância dos operadores de viagens online na comercialização de pacotes turísticos. Por isso, há a necessidade de um maior estreitamento das estratégias de marketing dessas operadoras com as estratégias de marketing do destino.

Recomendam-se ajustes no site da cidade, já bem estruturado e atualizado, com o objetivo de melhorar a experiência de navegação do usuário e na divulgação dos produtos de Salvador nas redes sociais, que se apresenta bem estruturada e em constante atualização.

Um movimento necessário é o de captação de novos voos para Salvador. A partir da grande ampliação e modernização pela qual o Aeroporto de Salvador passou, a cidade está apta a atrair novos voos domésticos e internacionais tanto de linhas regulares, quanto de *charters*. Assim, deverá ser desenvolvida uma estratégia de negociação com as companhias aéreas para atrair-las a promover voos diretos a Salvador. Adicionalmente, o mercado indica que a demanda internacional para Salvador pode ser ampliada através da promoção de roteiros integrados com Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu e Amazônia.

Fundamental para as estratégias, a capacitação profissional dos profissionais que lidam com a comercialização do destino Salvador demanda investimentos e iniciativas.

9. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO

A estratégia central de Salvador será a de tornar a comunicação mais segmentada visando atingir diretamente os diferentes públicos-alvo, sejam eles turistas (consumidores finais), clientes organizacionais e intermediários. O objetivo é aperfeiçoar as políticas de comunicação já desenvolvidas atualmente, com eficiência para acompanhar as tendências do mercado mundial de turismo focadas em nichos, em Turismo de Experiência, em produtos inovadores.

Importante destacar que a estratégia de marketing digital é transversal a todas as estratégias de comunicação previstas, e integra conteúdo criado e desenvolvido nas redes sociais e site a partir da estratégia digital já implementada. A estratégia de marketing digital é fundamental para a estratégia de destino, de transformar Salvador em um Destino Turístico Inteligente.

10. EIXOS E AÇÕES

O Plano Estratégico de Marketing Turístico de Salvador está equilibrado em três eixos

interdependentes entre si: Marketing Turístico Responsável, Destino Turístico Responsável e Recomendações para o Novo Normal. Alinhado com as tendências mais contemporâneas do turismo sustentável, pensado antes da pandemia de COVID-19, e ampliado para o período atual, inaugurando o chamado "novo normal", o primeiro eixo incorpora a visão crítica do turismo desde o Marketing Turístico – voltado a promover o turismo com consequências, o turismo inclusivo, o turismo protagonista e o "Turismo Responsável".

De forma complementar, consolida-se Salvador como um território onde as informações servem ao ser humano, de forma articulada e imediata, que permitem o atendimento personalizado por meio de ações claramente coletivas - Salvador, o "Destino Inteligente" (segundo eixo). Por fim, todas as propostas constantes no plano referendam as principais "recomendações" focadas a viabilizar o novo modo de fazer negócios, decorrente de nossa convivência com o Sars-CoV-2, especialmente em um setor tão sensível quanto o turismo - a negação do "*business as usual*" (terceiro eixo).

EIXO 1: MARKETING TURÍSTICO RESPONSÁVEL

O Macro Programa de Marketing Turístico Responsável, sob o advento do cenário de convivência e de Pós-COVID-19, deve conciliar as preocupações, tanto sob a ótica do turismo receptivo municipal quanto pela perspectiva do visitante e usuários de forma geral, de "sobrecarga" do processo de visitação (tradicionalmente na alta temporada), seja devido às preocupações sanitárias e vigilância global, seja pelas próprias condições de capacidade de experiências de qualidade desejadas, sob condições de operação em *overtourism*. Para isso, foram priorizados 3 focos de atuação estratégicos:

a. PROMOÇÃO TURÍSTICA - LIVE MARKETING

A promoção turística (Live marketing) se dá pelas ações e eventos promocionais, bem como pelo desenvolvimento de seminários, *workshops*, encontros, congressos, lançamento, criação e desdobramento de campanhas, promoção e ativação de produtos e serviços, participação/organização de feiras e exposições, participação/organização de eventos, ações de relacionamento com públicos estratégicos, eventos turísticos, shows e manifestações culturais, ações em shopping centers, merchandising, *road shows*, *famtrips*, *presstrips* e outras ações voltadas para a promoção turística.

As atividades propostas para a promoção turística são:

- **Marketing de Guerrilha** que consiste na produção de vídeo case para promoção do destino que contará com uma experiência imersiva em realidade virtual realizada em locais fora de Salvador que ao finalizar a experiência se torna real e encanta a pessoa que passou pela ação;
- **Famtours segmentadas com influenciadores:** Organizar viagens de familiarização com grupos de indivíduos que sejam representantes e influenciadores de atividades específicas relacionadas aos segmentos de turismo oferecidos pelo destino turístico Salvador (turismo náutico, turismo de patrimônio cultural, turismo religioso, turismo afro-étnico, turismo de negócios e eventos, turismo gastronômico), para apresentar com profundidade toda a estrutura e possibilidades para o determinado segmento de turismo. Os segmentos de turismo afro-étnico e o turismo de patrimônio cultural devem ser trabalhados para mercados internacionais específicos, enquanto os demais, para grupos nacionais;
- **Promoção de evento para incentivar a digitalização do trade turístico local**, objetivando dotar os prestadores de serviços turísticos de Salvador de habilidades tecnológicas e de modelos de gestão responsivas, alinhadas ao Salvador DTI;

- **Promoção de eventos como *hackathons***, com o objetivo de incentivar a comunidade local para desenvolver eventos de inovação na cidade e contribuir para que empresas de receptivo turístico de Salvador atuais ou novas a serem constituídas ampliem o leque de produtos a serem oferecidos aos visitantes da cidade dentro do moderno conceito de turismo de experiências;
- Participação em **eventos** do calendário turístico nacional e internacional e criação e realização de eventos

b. PUBLICIDADE E PROPAGANDA

As ações de Publicidade e Propaganda tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, tanto no mercado brasileiro quanto do mercado internacional, sobre o destino turístico Salvador.

Dentre as atividades a serem desenvolvidas, destacam-se:

- **Criação, produção e veiculação de campanha para promover a “Nova Salvador”**, em nível nacional e internacional, com o objetivo de comunicar as transformações de infraestrutura vividas por Salvador durante os últimos anos, que afetam a experiência dos turistas. A campanha publicitária para promover a “Nova Salvador” pretende comunicar as mudanças realizadas na cidade de Salvador durante os últimos anos, que afetam a experiência dos turistas e envolver a população local nas atividades turísticas.
- **Desenvolvimento de campanhas publicitárias cooperadas segmentando-as em veículos especializados**, com o objetivo de conquistar a adesão dos principais grupos do setor de turismo, entre os quais redes hoteleiras, companhias aéreas, operadores de turismo e agências de viagem, para reunir um montante financeiro que seja suficiente para viabilizar o planejamento, produção, veiculação e avaliação de campanhas publicitárias cooperadas de Salvador nos mercados-alvo definidos.
- **Criação e disponibilização de um banco de imagens turísticas segmentado** para melhorar a promoção turística da cidade e facilitar a busca por imagens representativas de Salvador que possam retratar os diversos atrativos turísticos para utilização da própria prefeitura e, principalmente, para que os parceiros do trade turístico, nacionais e internacionais, como agências receptivas, operadores de turismo, agências de viagem, companhias aéreas, empresas de cruzeiros marítimos, empreendedores locais do setor de turismo (hospedagem, transporte, guiamento, entretenimento, alimentação etc.), entre outros, possam utilizar essas imagens em seus materiais promocionais visando aumentar a exposição do destino Salvador.
- **Planejamento, desenvolvimento e produção de materiais impressos segmentados e logística para sua distribuição nos pontos turísticos da cidade**, com o objetivo de gerar conteúdos relevantes e específicos para cada uma das principais motivações de viagem a fim de apresentar uma ampla gama de atrativos turísticos de segmento de turismo específicos, sugerir roteiros de visitas, facilitar a localização de atrativos, equipamentos e demais serviços turísticos e indicar fontes de informações complementares, de maneira a melhorar a experiência do visitante em relação ao destino Salvador.
- **Em relação aos materiais voltados ao trade**, estes visam propiciar conteúdos relevantes tanto para a operacionalização de produtos turísticos, quanto para a sua comercialização, mostrando os benefícios de realizarem negócios no destino.

c. COMUNICAÇÃO DIGITAL

A intenção é que as ações propostas de comunicação digital atraiam mais turistas para o destino e beneficiem toda cidade de Salvador com prioridade para os territórios foco do PRODETUR Salvador. A Comunicação Digital compreende as seguintes atividades:

- **Melhoria do site**
- **Implantação de vídeos de realidade virtual nos canais de comunicação:** Produção de vídeos de realidade virtual sobre as experiências mostrando como a cidade está incrível para receber e proporcionar grandes momentos.
- **Concepção e implementação de assistente de voz (chatbot)** com o objetivo de desenvolver um sistema de inteligência artificial que seja responsável pelo atendimento aos turistas, ajudando e orientando-os a qualquer momento de suas viagens, de maneira ininterrupta (24 horas X 7 dias da semana), diminuindo o tempo médio de resposta e gerando maior satisfação aos clientes.
- **Implantação de comunidade gamificada de embaixadores,** através da criação e implementação de uma plataforma online que captura os engajamentos nas publicações oficiais do destino turístico Salvador e pontua os participantes que se cadastraram na plataforma, criando uma competição saudável que estimula a interatividade.
- **Organização de Comitê Digital com os principais influenciadores e personalidades de Salvador** para criar fatos e ativações, darem sugestões de melhorias nas pautas de conteúdo e definição de ações, com os objetivos de criar fatos e ativações; sugerir melhorias nas pautas de conteúdo e ações; ampliar o alcance da marca e seu awareness, com foco em manter a comunicação inovadora e ter produtores de conteúdo e difusores em suas próprias redes de influência, sobre fatos e temas importantes para o turismo de Salvador.

EIXO 2: DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Os programas e projetos necessários para a transformação de Salvador em Destino Turístico Inteligente, devidamente articulado com o PDCTI - Plano Diretor de Tecnologias da Cidade Inteligente e integrado ao Observatório de Turismo de Salvador está estabelecido em cinco focos de atuação:

- **Criação e Implementação de Plataforma de Inteligência Turística, Integrada Ao Observatório de Turismo De Salvador – OTS:** O objetivo é implementar uma plataforma digital horizontal que integre, no mínimo, ferramentas tecnológicas e modelos de gestão de destino turístico inteligente, inserção digital das PME's do setor turístico, website 3.0 (semântica integrativa), empreendedorismo digital para setores que atuem direto e indiretamente no setor turístico e conversão com as ações com marketing.
- **Implantação de integração de marketplace no site do Visit Salvador e Criação e Implantação de Programa de Digitalização das Unidades Empresariais,** com o objetivo de fortalecer a manutenção das organizações prestadoras de serviços turísticos e contribuir com sistema de distribuição digital e integrado com o Visit Salvador, apoiando o movimento de transformação digital dos atores locais.
- **Criação e Implantação de Programa de Equipamentos Turísticos Inteligentes,** que consiste em prover as atrações turísticas de Salvador com as tecnologias habilitadoras de IoT e de plataforma SaaS, visando aprimorar as experiências de visitação e interpretação ambiental e/ou de base histórica em cada atrativo, e, simultaneamente e em tempo real, propiciar

subsídios de BI desses locais de visitação, de maneira integrada na Plataforma de Inteligência Turística da SECULT.

- **Criação e Implantação de Programa de Praias Inteligentes**, com soluções tecnológicas para dotar as praias e áreas adjacentes de novos produtos e serviços turísticos baseados na sustentabilidade, acessibilidade e segurança. Esta ação visa também implementar, em parceria com o setor privado e alinhada ao Salvador DTI, tecnologias e ferramentas para obtenção de dados dos usuários (turistas), da infraestrutura (qualidade água do mar, lixo produzido em tempo real, segurança, trânsito, certificação sanitária, acessibilidade, outros) e dos prestadores de serviços turísticos, e converter os dados obtidos em inteligência para tomada de decisões entre gestor público, trade turístico e comunidade.

EIXO 3: RECOMENDAÇÕES

- Elaboração de sistema de mensuração de resultados das ações promocionais: campanhas publicitárias, roadshows, viagens de familiarização, eventos, relações públicas
- Estudo de remodelagem dos equipamentos nas praias, tais como quiosques de qualidade e estacionamentos.
- Estímulo às empresas de receptivo a desenvolverem produtos voltados para o turismo de experiências, com o objetivo de propiciar aos visitantes de Salvador vivenciar novas experiências que tornem sua viagem mais enriquecedora do que um turismo unicamente contemplativo. Os produtos baseados em novas experiências para os visitantes podem contribuir para a ampliação do gasto e da permanência média dos turistas em Salvador. A ação também tem por objetivo estimular uma maior participação da população local na formatação destes produtos.
- Estímulo às instituições credenciadas para ministrar cursos de guias de turismo, facilitando a transformação das lideranças comunitárias em guias locais.
- Participação em eventos nacionais e internacionais do setor turístico e especializados em outros segmentos, considerando mercados emergentes (Chile, Estados Unidos, região Centro-Oeste do Brasil, etc.), alternando a participação em mercados emissores ano a ano visando atingir mais mercados emissores, e priorizando eventos especializados em segmentos (Boat Show no segmento do turismo náutico, Congresso Mundial de Arquitetos da UNESCO no segmento do turismo cultural, Festival Feira Preta no segmento do turismo étnico-afro, etc.).
- Estabelecimento de parcerias com atores relevantes, atuando em conjunto com cada um dos parceiros, unindo esforços em termos de recursos financeiros, humanos, materiais e operacionais que possibilitem o aumento do número de eventos que utilizem o novo centro de convenções, a ampliação do número de voos e rotas aéreas e o crescimento do número de cruzeiros e de outros tipos de embarcações que utilizam o terminal marítimo.
- Fomento de roteiros de estudos do meio, com ênfase nos ativos cênicos e arquitetônicos da cidade, também propiciados no período pós-quarentena por atividades ao ar livre, congregando o reencontro entre estudantes e familiares amigos em atividades extracurriculares de forma lúdica e de confraternização.
- Em sistema de rodízio, propiciar a interdição temporária de vias públicas para atividades recreativas comunitárias, envolvendo serviços de hospitalidade tanto para população quanto para turistas e excursionistas que buscam interação e integração sociocultural.

VISÃO GERAL DO PLANO



11. CRONOGRAMA GERAL E RESULTADOS PRETENDIDOS

2020	Plano de Marketing concluído e aprovado pelos setores público e privado do turismo, devidamente divulgado e legitimado pela comunidade soteropolitana, inclusive sua nova marca turística.
2021	Ampliação em 20% do número de operadoras turísticas nacionais e internacionais que oferecem produtos turísticos de Salvador. Salvador lidera como destino no NE no cenário pós-COVID19.
2022	Ampliação em 100% do número de serviços e atrativos monitorados em termos da satisfação do usuário e de 200% do público atingido pelos vários canais de comunicação digital do turismo de Salvador.
2023	Ampliação em 20% do gasto médio diário dos turistas e de 10% sua permanência média em Salvador. Consolidação do aplicativo de vendas integrado ao site do destino, contribuindo na distribuição plena da oferta turística e na gestão responsiva dos atores locais.
2024	Ampliação em 20% do número de empregos no setor turístico e em 10% do número de afrodescendentes em cargos gerenciais nas empresas do setor turístico. Salvador é referência nacional e internacional como Cidade e Destino Turístico Inteligentes.

OBSERVAÇÃO: Esta é uma versão-resumo do Plano Estratégico de Marketing de Salvador. Para acessar a versão executiva completa, acesse o site: www.marketingturistico.salvador.ba.gov.br

ANEXO B – LISTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES

As tabelas abaixo apresentam apenas alguns exemplos de categorias de produtos e serviços complementares, cabendo à PMS - SECULT a apresentação ao longo do contrato dos produtos e serviços que poderão ser prestados por meio de fornecedores especializados.

1. CATEGORIA INFRAESTRUTURA DE APOIO, MOBILIÁRIO E DECORAÇÃO

INFRAESTRUTURA DE APOIO, MOBILIÁRIO E DECORAÇÃO		
PRODUTO / SERVIÇO	CARACTERÍSTICAS	UNIDADE DE MEDIDA
Ar Condicionado Portátil	Locação de ar condicionado portátil	Diária
Arquibancada	Projeto e execução de estrutura modular e/ou construída para acomodação de público	m²/dia
Arranjo de flores - Flores do Campo (grande)	Flores do campo - mínimo 60 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores do Campo (médio)	Flores do campo - mínimo 40 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores do Campo (pequeno)	Flores do campo - mínimo 20 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Nobres (grande)	Flores Nobres - mínimo 60 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Nobres médio)	Flores Nobres - mínimo 40 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Nobres (pequeno)	Flores Nobres - mínimo 20 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Tropicais (grande)	Flores Tropicais - mínimo 60 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Tropicais (médio)	Flores Tropicais - mínimo 40 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Arranjo de flores - Flores Tropicais (pequeno)	Flores Tropicais - mínimo 20 flores - Para arranjo de mesa, frente de palco, púlpito, etc.	unidade
Balão personalizado, gigante - 30 polegadas – de boa qualidade.	-	unidade
Balão de boa qualidade com impressão colorida, personalizado - Com gás hélio.	-	unidade
Balão de boa qualidade com impressão colorida, personalizado – número 8.	-	unidade

Balão de boa qualidade com impressão colorida, personalizado – número 10.	-	unidade
Balão de boa qualidade - Número 8.	-	pacote com 50 unidades
Balão de boa qualidade - Número 10.	-	pacote com 50 unidades
Banco Bistrô	Locação de banco bistrô com base em alumínio. Revestimentos diversos. Altura mínima 70 cm. Boa qualidade.	diária
Confecção de bandeira com 3 panos, em tecido nobre, bordada ou impressa.	-	unidade
Confecção de bandeira com 4 panos, em tecido resistente, bordada ou impressa.	-	unidade
Banheiro químico luxo	Locação com instalação, manutenção/limpeza, material necessário para utilização e desinstalação de banheiro de polietileno com caixa de dejetos, 250l, vaso, mictório e porta objetos. Dimensão aproximada: 2,30 de altura e profundidade de 1,20 m. Possui descarga no pé. Também conta com um suporte para papel higiênico, um suporte para álcool em gel, com piso antiderrapante e sinalização de livre/ocupado.	Diária
Banheiro químico Standart	Locação com instalação, manutenção/limpeza, material necessário para utilização e desinstalação de banheiro de polietileno com caixa de dejetos, 250l, vaso, mictório e porta objetos. Dimensão aproximada: 2,20 m de altura, 1,20 m de largura, 1,15m de profundidade, com abertura da porta em aproximadamente 180°, com piso antiderrapante e sinalização de livre/ocupado.	Diária
Banheiro químico PNE	Locação com instalação, manutenção/limpeza, material necessário para utilização e desinstalação de banheiro químico PNE, individual e portátil, modelo para Portadores de Necessidades Especiais (PNE); em polietileno de alta densidade, resistente e lavável; com caixa para dejetos; assento sanitário com tampa; teto translúcido, para aproveitamento da iluminação externa; piso antiderrapante acessível com rampa de acesso para	Diária

	cadeirantes; com barras de segurança lateral; entradas de ventilação; trinco resistente à violação e com indicação “livre/ocupado” externo; com porta papel higiênico; higienizador com gel, para lavagem a seco e assepsia das mãos; com identificação externa, através de adesivos (ou outro meio a escolha da Contratada) como PNE; dimensão aproximada: 2,20 m de altura, 1,50 m de largura, 1,50m de profundidade, com abertura da porta em aproximadamente 180°. Equipamentos e dimensões da cabine deverão estar em conformidade com a norma NBR 9050.	
Biombo	Locação de biombo 3 Folhas tamanho mínimo 150x170 cm. Materiais Diversos. Boa qualidade.	Diária
Cadeira de rodas	Locação de cadeira de rodas para portadores de necessidades especiais.	Diária
Caixa de som com amplificador	Locação, com conexão para microfone e RCA.	Diária
Cavalete	Locação de suporte para flip chart em madeira ou ferro.	Diária
Locação de Ventilador grande (mínimo 60cm) com aspersor.	-	Diária
Locação de Ventilador grande (mínimo 60cm).	-	Diária
Locação de Cooler evaporativo	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 100 a 300m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 301 a 500m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 501 a 700m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 701 a 900m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 901 a 1100m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 1101 a 1300m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com dutos para tenda de 1301 a 1500m². Com gerador incluído.	-	Diária
Refrigeração com ar condicionado tipo Split	-	Diária
Cortina de ar para instalação nas portas evitando perda de frio do interior do espaço (módulos 1,2m).	-	Diária
Aquecedor tipo Chapéu Chinês para ambientes externos	, com botijão de gás GLP de 13kg acompanhando o equipamento. Prever botijão de gás sobressalente. Base com rodas.	Diária

	Cor preta.	
Locação de Climatizador de Colméia para grandes ambientes	ágil por conta dos rodízios que o torna portátil, controle eletrônico, velocidade ajustável, umidifica, purifica e limpa o ar de áreas fechadas de até 180m ² , sem névoa de água - Capacidade mínima de 180 a 200 m ² e com vazão de ar de 23.000 m ³ /h por equipamento	Diária
Locação de climatizador de ar com aspersão de água em torre	utiliza a água como base da refrigeração. O sistema se encarrega de fazer o processo da evaporação das partículas para que sejam lançadas nos ambientes proporcionando a umidificação do ar e ajuste de temperatura para diferentes condições climáticas e diversos tipos de espaços, fechados e/ou abertos.	Diária
Cone	Locação de cone para organização e gestão de acesso a locais de realização de eventos.	Diária
Contador de acesso manual	Locação de aparelho manual para contagem de pessoas que acessam o evento.	Diária
Contador de acesso eletrônico	Locação de aparelho eletrônico para contagem de pessoas que acessam o evento.	Diária
Leitor ótico de Código de Barras/QR Code	Locação de aparelho de leitura de código de barras/QR Code	Diária
Dispensadores de senhas	Locação de dispensadores de senhas para organização e gestão de acesso a locais de realização de eventos.	Diária
Estande básico	Projeto e execução de montagem de estrutura básica em octanorme, h= 2,20m com iluminação básica, ar-condicionado e pontos de energia dentro dos padrões de segurança nacionais, com piso em madeira e revestido em carpete, testeira com identificação e teto pergolado. Com apresentação de projeto prévio para aprovação, com anotação de responsabilidade técnica. Inclui rampagem máxima de 8º, segundo norma ABNT, quando elevado.	m ²
Estande construído	Projeto e execução de montagem de estrutura especial, construída em madeira com acabamento em pintura e/ou curvim. Cenografia externa, com h=3,70. Com piso em madeira, revestido em	m ²

	carpete, iluminação, ar-condicionado, pontos de energia dentro dos padrões de segurança nacionais. Com apresentação de projeto prévio para aprovação, com anotação de responsabilidade técnica. Inclui rampagem máxima de 8º, segundo norma ABNT, quando elevado.	
Locação de estrutura metálica Box Truss Q15 - com 25 cm, com a lona– interna, personalizada.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q15 - com 15 cm, com a lona– interna, personalizada.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q15 - com 15 cm.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q15 - com 25 cm.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q20.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss w30.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q50.	-	m²/dia
Locação de estrutura metálica Box Truss Q80.	-	m²/dia
Extintor à base de Espuma: espuma mecânica		Diária
Extintor de Gases e vapores inertes: gás carbônico (CO2), Nitrogênio, Vapor d'água	Locação de extintor à base de espuma em tamanho adequado aos mais variados portes de eventos, de acordo com as normas e orientações do corpo de bombeiros, brigada e/ou autoridades competentes.	Diária
Extintor H2O: água na forma líquida (jato ou neblina)	Locação de extintor de gases e vapores inertes em tamanho adequado aos mais variados portes de eventos, de acordo com as normas e orientações do corpo de bombeiros, brigada e/ou autoridades competentes.	Diária
Extintor Pó químico: bicarbonato de sódio	Locação de extintor Pó Químico em tamanho adequado aos mais variados portes de eventos, de acordo com as normas e orientações do corpo de bombeiros, brigada e/ou autoridades competentes.	Diária
Gradil - 1,10m altura X 2,00m comprimento	Locação de gradil de isolamento fabricada em plástico maciço em toda sua extensão, com encaixes machos e fêmeas, tão resistente quanto os gradis de aço - 1,10m altura X 2,00m comprimento (cor branca ou azul).	Diária
Gradil - 1,20m altura x 2,00m comprimento	Locação de gradil de isolamento baixa em aço galvanizado com encaixes laterais e toda reforçada em suas laterais e extremidades, com cantos	Diária

	arredondados, conforme orientação dos bombeiros - 1,20m altura x 2,00m comprimento.	
Gradil - 1,90m altura x 2,00m comprimento	Locação de gradil de isolamento baixa em aço galvanizado com encaixes laterais e toda reforçada em suas laterais e extremidades, com cantos arredondados, conforme orientação dos bombeiros - 1,90m altura x 2,00m comprimento.	Diária
Guarda-chuva	Produção com armação em alumínio fixo, tecido em bagum, seda ou viniflex liso, impermeável, medidas 1,60m, 1,80m, 2,0m, 2,40m. Deverá ser silkado com a marca da PMS-SECULT e que suporte ventos fortes.	unidade
Guarda-sol com base	Produção com estrutura de alumínio esmaltado e teto de poliéster Oxford/PVC, com medidas aproximadas: teto 3m de diâmetro, haste central de 48 mm, altura de 2,7m, peso de 15 kg	unidade
Locação de equipamento de iluminação – tipo 1	Locação de equipamento de iluminação – tipo 1, com os seguintes requisitos mínimos: para ambiente fechado; mesa de iluminação DMX, de 12 canais, com 24 programas; 4 refletores decorativos set light de 500 w; 2 refletores elipsoidais de 1000 w; 2 refletores par 64 de LED; e 4 refletores Fresnel de 1000 w.	Diária
Locação de equipamento de iluminação – tipo 2	Locação de equipamento de iluminação – tipo 2, com os seguintes requisitos mínimos: para ambiente fechado; mesa de iluminação DMX, de 24 canais, com 48 programas; 8 refletores decorativos set light de 1000 w; 4 refletores elipsoidais de 1000 w; 4 refletores par 64 de LED; e 8 refletores Fresnel de 1000 w.	Diária
Locação de Canhão Seguidor	Locação de Canhão Seguidor, com os seguintes requisitos mínimos: potência de 1200 w; 5 cores selecionáveis através de alavanca; tripé completo; lente para zoom de 10 metros a 60 metros; abertura inicial 15°; e íris e ajuste de foco.	Diária
Locação de Mesa de iluminação DMX, de 24 canais, com 48 programas.	-	Diária
Locação de Mesa de iluminação DMX, de 12 canais, com 24 programas.	-	Diária

Locação de equipamento confeccionado em lona de PVC e ou Nylon resinado	Inflável	unidade/m ³ /dia
Kit de primeiros socorros	Medicamentos e equipamentos básicos próprios para atendimento de emergência em posto médico.	unidade kit
Lycra	Lycra de diferentes cores para forração e cenografia, com instalação no evento.	m ²
Malha Tensionada	Malha Tensionada Suplex/Lycra – com instalação no evento	m ²
Locação de mesa para 4 lugares	Locação de mesa para 4 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro ou madeira.	Diária
Locação de mesa para 6 lugares	Locação de mesa para 6 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro ou madeira.	Diária
Locação de mesa para 8 lugares	Locação de mesa para 8 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro ou madeira.	Diária
Locação de mesa para 10 lugares	Locação de mesa para 10 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro ou madeira.	Diária
Locação de mesa redonda com 1,45 m de diâmetro, para até 8 pessoas	Locação de mesa redonda com 1,45 m de diâmetro, para até 8 pessoas. Incluindo conjunto de 8 cadeiras robustas de alto padrão.	Diária
Locação de mesa redonda com 1,6m de diâmetro, para até 10 assentos	Locação de mesa redonda com 1,6m de diâmetro, para até 10 assentos. Incluindo conjunto de 10 cadeiras robustas de alto padrão.	Diária
Locação de mesa de reunião para 4 lugares	Locação de mesa de reunião para 4 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro. Incluindo conjunto de 4 cadeiras robustas de alto padrão.	Diária
Locação de mesa de reunião para 6 lugares	Locação de mesa de reunião para 6 lugares, redonda ou retangular, com tampo de vidro. Incluindo conjunto de 6 cadeiras robustas de alto padrão.	Diária
Locação de mesa bistrô	Locação de mesa bistrô com base em alumínio/metálica cromada tipo disco, tampo de vidro redondo 8mm, com rosca. Dimensões mínimas 0,60m x 1,02 de altura.	Diária
Locação de mesa de apoio (canto)	Locação de mesa de apoio (canto) com base em alumínio//metálica cromada, tampo de vidro. Dimensões mínimas 40x60x60 cm	Diária
Locação de mesa de apoio (centro)	Locação de mesa de apoio (centro) com base em alumínio//metálica cromada, tampo de vidro. Dimensões mínimas 30x120x80 cm	Diária

Locação de pedestal para apoio do microfone, para tribuna/palco.	-	Diária
Locação de pedestal de mesa para apoio do microfone	-	Diária
Instalação de piso Easy Floor de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso vinílico de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso Isoflor de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso tipo Pallet de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso tipo sintética de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso tipo grama de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso tipo Linóleo de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Instalação de piso tipo carpete de diferentes cores para forração e cenografia.	-	m ²
Locação de poltrona Decô	Locação de poltrona Decô, com braços em laminado curvo revestido em madeira natural. Revestimentos diversos.	diária
Locação de poltrona Swan	Locação de poltrona Swan, com base em alumínio giratória. Revestimentos diversos.	diária
Locação de poltrona Urca	Locação de poltrona Urca, com pés de madeira maciça ou de alumínio polido. Revestimentos diversos.	diária
Porta Banner - unidade	Fornecimento de Porta banner Roll Up, 0,80 x 2,0 m.	unidade
Porta Banner - diária	Locação de Porta banner Roll Up, 0,80 x 2,0 m.	diária
Porta banner modelo tripé - unidade	Fornecimento de Porta banner modelo tripé - Base retrátil. Sistema telescópico de ajuste com no mínimo de 02 estágios.	unidade
Porta banner modelo tripé - diária	Locação de Porta banner modelo tripé - Base retrátil. Sistema telescópico de ajuste com no mínimo de 02 estágios.	diária
Locação de estrutura em Box Truss Q50	Locação de estrutura em Box Truss Q50, com os seguintes requisitos mínimos: modulável, acarpetado, com escada e/ou rampa de acesso e acabamento (saia) em tecido.	m ² /dia
Locação de estrutura com 15 cm de altura	Locação de estrutura com 15 cm de altura, com os seguintes requisitos mínimos: modulável, acarpetado, com escada e/ou rampa de acesso e acabamento (saia) em tecido.	m ² /dia

Locação de estrutura com 30 cm de altura	Locação de estrutura com 30 cm de altura, com os seguintes requisitos mínimos: modulável, acarpetado, com escada e/ou rampa e acabamento (saia) em tecido	m²/dia
Locação de estrutura com 60 cm de altura	Locação de estrutura com 60 cm de altura, com os seguintes requisitos mínimos: modulável, acarpetado, com escada e/ou rampa e acabamento (saia) em tecido	m²/dia
Prisma de mesa - 21cm de comprimento, 10cm de altura e 2mm de espessura	Locação de prismas de mesa de acrílico, com os seguintes requisitos mínimos: duas faces; 21cm de comprimento, 10cm de altura e 2mm de espessura.	diária
Prisma de mesa -b. 10,5cm de comprimento, 4,5cm de altura e 2mm de espessura	Locação de mini prismas de mesa de acrílico, com os seguintes requisitos mínimos: duas faces; 10,5cm de comprimento, 4,5cm de altura e 2mm de espessura.	diária
Prisma de estádio	Confecção em lona night and day colorida ou material similar, com quadro auto sustentável para uso em ambientes internos e externos	m²
Púlpito em Acrílico	Locação de púlpito em acrílico com no mínimo 70x40 cm, altura 115 cm. Espaço para personalização com adesivo	diária
Locação de Puff pequeno	Locação de Puff pequeno, redondo ou quadrado, couro ou corino branco ou colorido, ráfia ou outro material a ser definido. Tamanho: 30cm x 30cm x 45cm de altura.	diária
Locação de Puff mole	Locação de Puff mole (almofadão). Diâmetro: 1,20m.	diária
Quadro branco	Locação de quadro branco de tamanho mínimo entre 120x150 cm, para escrita com pincel de tinta removível, resinado, com moldura em alumínio e apagador.	diária
Locação de sofá de 2 lugares	Locação de sofá de 2 lugares de couro ou corino branco ou colorido, ráfia ou outro material similar, em excelente estado de conservação.	diária
Locação de sofá de 3 lugares	Locação de sofá de 3 lugares de couro ou corino branco ou colorido, ráfia ou outro material similar, em excelente estado de conservação.	diária
Tapumes	Locação de tapumes - materiais modulares e/ou construídos para realização de fechamento e	m²/dia

	isolamento de áreas, com a instalação no local do evento.	
Locação de Tenda/cobertura Cristal	Locação de Tenda/cobertura Cristal - suas principais características é a versatilidade, elegância e a praticidade no transporte e na montagem.	m²/dia
Locação de Tenda/cobertura Gel	Locação de Tenda/cobertura Gel - cobertura com moderno sistema modular em liga estrutural de alumínio que permite a adequação exata ao tamanho do projeto.	m²/dia
Locação de Tenda/cobertura Duas Águas	Locação de Tenda/cobertura Duas Águas – ideal para eventos.	m²/dia
Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente 10X10	Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente, em Box Truss, com e sem fechamentos laterais, para diferentes portes de eventos - 10x10 m².	diária
Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente 5X5	Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente, em Box Truss, com e sem fechamentos laterais, para diferentes portes de eventos - 5x5 m².	diária
Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente 3X3	Locação de Coberturas em material fosco e/ou transparente, em Box Truss, com e sem fechamentos laterais, para diferentes portes de eventos - 3x3 m².	diária
Toldo	Locação de Toldo Cristal com estrutura em metalon - produção, montagem e desmontagem.	m²
Unifila	Locação de unifilas com instalação e desmontagem - materiais modulares para realização de fechamento e isolamento de áreas. Modelo misto com mecanismo automático de retração de fita com 2m de comprimento, acabamento cromado, na cor azul ou preta, base CBG com 340 mm.	diária

OBSERVAÇÕES:

- A contratação de estruturas e mobiliários devem incluir os serviços de montagem e instalação, a serem supervisionados pela CONTRATADA.
- No caso de montagem de arquibancadas, estandes, estruturas e instalações elétricas, a CONTRATADA deverá apresentar a respectiva ART (Anotação de Responsabilidade Técnica) registrada no CREA, do profissional legalmente habilitado como responsável técnico pela

execução dos serviços.

2. CATEGORIA EQUIPAMENTOS:

EQUIPAMENTOS		
PRODUTO / SERVIÇO	CARACTERÍSTICAS	UNIDADE DE MEDIDA
Blu-Ray	Locação de equipamento para reprodução de mídia de altíssima resolução em <i>Blu-Ray</i>	diária
Cabine acústica para tradução simultânea	Cabine com isolamento acústico, devidamente equipada, para trabalho de tradução simultânea.	m²/dia
Caixa de som portátil (locação)	Versão bluetooth: 4.2 Suporte: A2DP 1,3, AVRCP 1,6, HFP 1,6; Transdutores: 2 woofers de 4 polegadas, 2 tweeters de 20 mm - Potência de saída: 2 x 30W RMS (modo AC); - 2 x 20W RMS (modo bateria) - Resposta de frequência: (50 Hz a 20 kHz); - Relação sinal/ruído: 80 dB - Fonte de alimentação: 20V/4A - Tipo de bateria: polímero de íon de lítio (74 Wh) - Tempo de carga da bateria: < 6,5 horas; - Tempo de reprodução de músicas: até 24 horas (varia de acordo com o volume e conteúdo) - Potência do transmissor Bluetooth: 0-9 dBm - Alcance de frequência do transmissor - Bluetooth: de 2,402 GHz a 2,480 GHz; - Modulação do transmissor Bluetooth: GFSK, 8DPSK, /4DQPSK	diária
Computador	Locação de equipamento <i>desktop</i> de última geração, com velocidade de processamento e boa capacidade de armazenamento, para execução de tarefas diversas.	diária
Controle remoto com ponteira laser	Locação de controle remoto para mudança de slides/ PowerPoint e/ou similar, com ponteira laser.	diária
CD Player	Locação de equipamento para reprodução de mídia de áudio em CD.	diária
Detector de metal fixo	Locação de equipamento fixo (do tipo pórtico) para detecção de objetos metálicos.	diária

Detector de metal móvel	Locação de equipamento móvel (do tipo raquete) para detecção de objetos metálicos.	diária
DVD Player	Locação de equipamento para reprodução de mídia em DVD. Para imagem e música, com MI3.	diária
Fotocopiadora	Locação de fotocopiadora de alta capacidade, para cópias em preto e branco, resolução mínima de 600 x 600 dpi e capacidade para, pelo menos, 35 páginas por minuto.	diária
Fragmentadora	Locação de máquina para fragmentação de diversos materiais, tais quais pastas, documentos, CD, DVD, dentre outros.	diária
Impressora Jato de Tinta	Locação de impressora Jato de tinta, colorida, com cartucho e placa de rede mínimo 08 ppm.	diária
Impressora Laser	Locação de impressora a laser com tonner e placa de rede no mínimo 20 ppm.	diária
Impressora térmica	Locação de impressora térmica e transferência térmica de etiquetas, CDs e DVDs, dentre outros.	diária
Impressora de Crachá	Locação de impressora para crachás em PVC rígido, impressão em alta resolução monocromática e colorida, incluir ribbon, com comunicação USB e que inclua o <i>software</i> básico que permita criar, editar e imprimir crachás.	diária
Kit de tradução simultânea	Locação de equipamento comunicador por frequência de rádio para transmissão e recepção de sinal de tradução simultânea.	diária
Leitor de código de barras	Locação de leitor de código de barras e QR Code, com tecnologia com e sem fio.	diária
Microfone Auricular sem fio	Locação de microfone auricular sem fio, com tecnologia atualizada e boa captação, com bateria ou pilha	diária
Microfone Lapela sem fio	Locação de microfone lapela sem fio, com tecnologia atualizada e boa captação, com bateria ou pilha.	diária
Microfone Gooseneck ou Pescoço de Ganso	Locação de microfone Gooseneck ou pescoço de ganso, com tecnologia atualizada e boa captação	diária
Microfone s/ fio	Locação de microfone sem fio, com tecnologia atualizada e boa captação. Peso máximo de 350 g	diária
Microfone multidirecional	Locação de microfone multidirecional, com tecnologia atualizada e boa captação. Ex: para coral.	diária
Monitores	Locação de monitores de vídeo de diferentes dimensões, em resolução HD, <i>Full HD</i> ou superior.	diária

No break	Locação de No break para manutenção de corrente elétrica, em caso de interrupção da tensão, com diferentes capacidades de autonomia.	diária
Notebook	Locação de notebook com processador core i7-8750H (hexa-core, cache de 9 MB, até 4,1 GHz, Min. 16 GB Ram, Min. HD 1 TB, Monitor min 15", WINDOWS atualizado, min. 2 entradas de USB, 1 entrada HDMI, leitor/gravador de CD, leitor de DVD e Kit multimídia (placa de som e auto-falante).	diária
Locação de Cortinas de Led	-	m²/dia
Locação de Display de Led	-	m²/dia
Locação de pedestal para tribuna/palco	-	diária
Locação de pedestal de mesa	-	diária
Locação de Projetor de imagens HD - 3000 ansilumens	Locação de Projetor de imagens HD, <i>Full HD</i> ou superior, com alta capacidade de luminescência, que garanta boa visibilidade em ambientes com diferentes níveis de luminosidade, para apresentações, projeção de material audiovisual, e projeção mapeada, mínimo 3000 ansilumens.	diária
Locação de Projetor de imagens HD - 5000 ansilumens	Locação de Projetor de imagens HD, <i>Full HD</i> ou superior, com alta capacidade de luminescência, que garanta boa visibilidade em ambientes com diferentes níveis de luminosidade, para apresentações, projeção de material audiovisual, e projeção mapeada, mínimo 5000 ansilumens.	diária
Locação de Projetor de imagens HD - 8000 ansilumens	Locação de Projetor de imagens HD, <i>Full HD</i> ou superior, com alta capacidade de luminescência, que garanta boa visibilidade em ambientes com diferentes níveis de luminosidade, para apresentações, projeção de material audiovisual, e projeção mapeada, mínimo 8000 ansilumens.	diária
Rádio Comunicador	Locação de rádio comunicador - requisitos mínimos: portátil, com fones de ouvido e microfone, modelo lapela, completo, bateria extra, carregador para 110v e 220v, 16 CH, 5W, várias faixas de frequência CSQ/PL/DPL, UHF (438 – 470 MHZ), vox integrado e múltiplo, capa com alça e cinto, alcance de 8 km, VHF, antena e clipe para cinto, canais e bateria íons-lítio com duração mínima de 8 horas.	diária

Tablet	Locação de dispositivo móvel/tablet de última geração, com velocidade de processamento e boa capacidade de armazenamento, para execução de tarefas diversas.	diária
Locação de tela de 80" - 1,80 x 1,80 m, para recepção da projeção, com tripé.	-	diária
Locação de tela de 120" - 1,80 x 2,40 m, para recepção da projeção, com tripé.	-	diária
Locação de tela de 3,00 x 2,00 para recepção da projeção	-	diária
Locação de tela de 4,00 x 5,00 para recepção da projeção	-	diária
Locação de tela de 5,00 x 6,00 para recepção da projeção	-	diária
Telefone celular (aparelho e linha)	Locação de aparelho telefônico móvel - como aparelho smartphone do tipo premium, de última geração.	diária
Telefone fixo (aparelho e linha)	Locação de aparelho telefônico fixo, com e/ou sem fio de alto alcance e linha telefônica	diária
Telefone fixo	Locação de aparelho telefônico fixo, com e/ou sem fio de alto alcance.	diária
Teleprompter	Locação de Equipamento para reprodução de textos para oradores, de câmera, e em cristal, para púlpito. Com monitor LCD, com suporte em acrílico, alumínio ou aço, com espelho óptico especial, cabos VGA de 10 metros cada base.	diária
Scanner	Locação de scanner de documentos de alta capacidade, resolução e velocidade, de mesa, com resolução óptica mínima de 1400 dpi.	diária
Videogame	Locação de consoles de execução de jogos eletrônicos de última geração, conforme necessidade apresentada pelo CONTRATANTE, incluindo suporte, monitores, joysticks e jogos variados.	diária
Vídeo Wall	Locação de vídeo wall – agrupamento de diversos equipamentos de TV, com configuração mínima: telas sem borda, telas de alta resolução 46", montagem em box truss ou parede.	m²/dia
Webcam	Locação de câmera para captura de imagens e vídeos com transmissão via streaming, pela internet, com resolução FHD ou superior.	diária

OBSERVAÇÕES:

- Os equipamentos deverão ser entregues, instalados e testados com antecedência mínima

de 24 horas do início da ação, sem custos adicionais.

- Todos os insumos (papel, *tonner*, extensão, bateria e outros) necessários ao funcionamento dos equipamentos e à prestação dos serviços deverão ser supridos pela CONTRATADA e considerados na proposta de custos.
- Todos os dispositivos elétricos deverão possuir capacidade de adaptação de voltagem (bivolt) ou ser acompanhados por adaptadores de tensão.
- Todos os equipamentos de informática deverão operar com os principais sistemas operacionais, quais sejam: Windows, MacOS e soluções de *Software* Livre.

3. CATEGORIA SERVIÇOS

SERVIÇOS		
PRODUTO / SERVIÇO	CARACTERÍSTICAS	UNIDADE DE MEDIDA
Serviço de arquitetura	Elaboração de projetos e acompanhamento de montagem e desmontagem das estruturas de decoração, iluminação, tendas, palcos, estandes. Inclui , materiais, equipamentos, insumos e profissional qualificado e com registro atualizado no conselho profissional.	hora
Serviço de ascensorista	Profissional responsável pelo manejo de elevadores.	diária de 8h
Serviço de assistente de produção	Serviço de assistente de produção para montagem, evento e desmontagem.	diária de 8h
Serviço de assistente de produção	Serviço de assistente de produção para montagem, evento e desmontagem.	diária de 4h
Serviço de decoração com balões	Várias cores, várias formas, incluindo o fornecimento dos balões.	m ²
Serviço de decoração com balões orgânicos	Várias cores, várias formas, incluindo fornecimento do balão.	m ²
Serviço de digitador	-	lauda
Revelação/Ampliação de fotos - tamanho 10 X 15.	Revelação/Ampliação de fotos - tamanho 10 X 15.	unidade
Serviço de recreação/animação	Serviços de animação de torcida e/ou recreação, com equipamentos, profissional e insumos. Ex: Palhaços, malabaristas, covers de artistas, caricaturistas, pintura de rosto, etc	diária de 4h
Serviço de Mediador	-	diária de 8h
Serviço de Mediador	-	diária de 4h
Serviço de auxiliar para pessoas com deficiência	Serviço com funções de acompanhamento e assistência à pessoa com deficiência, incluindo auxílio na realização de rotinas de	hora

	higiene pessoal e de alimentação; cuidados preventivos de saúde, auxílio na mobilidade e para convivência social.	
Serviço de digitação	Entrada e transmissão de dados, operando impressoras e microcomputadores, registrando e transcrevendo informações. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de digitação bilingue	Entrada e transmissão de dados, operando impressoras e microcomputadores, registrando e transcrevendo informações. Operação de teclado para registro de informações em um computador. Deverá possuir experiência na atividade e possuir domínio, no mínimo, dois idiomas inglês e/ou francês e/ou espanhol. Inclui equipamentos, insumos e profissional.	hora
Serviços gerais	Atividades de transporte, remoção, movimentação e remanejamento de mobiliário, estandes, tendas, equipamentos, divisórias, caixas diversas, pacotes, material de consumo, papéis, material gráfico e outras atividades correlatas. Inclui equipamentos, insumos e profissional, carregador (uma vez contratado, não poderá exercer os mesmos serviços que o servente e vice-versa).	diária de 8h
Serviço de brigadista	Equipamentos, insumos e profissional especialmente capacitado para atuar numa área previamente estabelecida na prevenção, abandono por parte do público e combate a princípio de incêndio e que também esteja apto a prestar os primeiros socorros a possíveis vítimas.	diária de 6h
Serviço de brigadista	Equipamentos, insumos e profissional especialmente capacitado para atuar numa área previamente estabelecida na prevenção, abandono por parte do público e combate a princípio de incêndio e que também esteja apto a prestar os primeiros socorros a possíveis vítimas.	diária de 8h
Serviço de brigadista	Equipamentos, insumos e profissional especialmente capacitado para atuar numa área previamente estabelecida na prevenção, abandono por parte do público e combate a princípio de incêndio e que também esteja apto a prestar os primeiros socorros a possíveis vítimas.	diária de 12h
Serviço de copeira	Preparo de café, chá ou suco, conforme requerido, observando as normas de	diária de 8h

	higiene pessoal e de serviço, lavagem de louças e utensílios de copa, antes e depois do uso, além de limpeza de geladeiras e outros eletrodomésticos, bem como de piso e balcões da copa, incluindo equipamentos, insumos e profissional qualificado.	
Serviço de eletricista	Instalação e vistoria dos aparelhos elétricos e redes de distribuição de energia elétrica, para o correto funcionamento e reparo, quando for o caso. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	diária de 8h
Serviço de engenharia	Elaboração de projetos e acompanhamento de montagem e desmontagem das estruturas e edificações, a partir de conhecimentos matemáticos, técnicos e científicos na criação, aperfeiçoamento e implementação de utilidades, tais como materiais, máquinas, aparelhos, sistemas ou processos. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado e com registro atualizado no conselho profissional.	hora
Serviço de engenharia de rede	Serviço com equipe capacitada e responsável pelo projeto, operação e manutenção de redes com e sem fio, comunicação interna e externa, de celular e via satélite, além de cabeamentos aéreos e subterrâneos, atuando no desenvolvimento de sistemas e instalações de telecomunicações e seus equipamentos. Aptos para produzir e executar projetos de telecomunicações.	hora
Serviço de estenotipia	Transcrição de depoimentos, audiências, debates e palestras, por escrito e digitalizado, com a mesma velocidade em que é falado e, simultaneamente, utilizando o estenótipo, teclado especial com 24 teclas, conectado a um computador, com o auxílio de software de transcrição. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de fotográfico registro	Serviço de captura de imagens com equipamentos profissionais de alta resolução, realizada por profissionais altamente qualificados, com entrega de arquivo em mídia gravada e/ou em armazenamento em nuvem, no formato JPEG e/ou similar.	diária de 8h
Serviço de fotográfico registro	Serviço de captura de imagens com equipamentos profissionais de alta	diária de 4h

	resolução, realizada por profissionais altamente qualificados, com entrega de arquivo em mídia gravada e/ou em armazenamento em nuvem, no formato JPEG e/ou similar.	
Serviço de simultânea tradução (inglês, espanhol e/ou francês)	Serviço de intérprete/tradução consecutiva incluindo equipamentos, insumos e profissional especializado em traduzir, em cabine e/ou como intermediador de diálogos, consecutiva e oralmente palestras, discursos, reuniões e videoconferências, dominando vocabulário, gramática, gírias e expressões coloquiais do português e de outras línguas, em especial inglês, espanhol e/ou francês.	hora
Serviço de simultânea tradução (línguas definidas no mercado como especiais)	Serviço de intérprete/tradução de idioma especial incluindo equipamentos, insumos e profissional especializado em traduzir, em cabine e/ou como intermediador de diálogos, consecutiva ou simultaneamente, de forma oral, palestras, discursos, reuniões e videoconferências, dominando vocabulário, gramática, gírias e expressões coloquiais do português e de outras línguas definidas no mercado como especiais.	hora
Serviço de intérprete/tradução de libras	Serviço de intérprete/tradução de libras (Língua Brasileira de Sinais) incluindo equipamentos, insumos e profissional especializado na comunicação de deficientes auditivos, observada a legislação de referência.	hora
Serviço de Monitoria	Serviço de acompanhamento e orientação de visitantes a locais de evento, com auxílio na condução de atividades, responsável pela distribuição de material promocional e esclarecimento de dúvidas, além de preparação dos espaços onde a atividade será realizada e outras atividades de apoio às ações/eventos. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado, dinâmico, com habilidade em lidar com pessoas, devidamente trajado e bem informado sobre o local, programação e as atividades que serão desenvolvidas.	diária de 8h
Serviço de Monitoria de Educação Física	Serviço de acompanhamento com profissional qualificado, com conhecimento multidisciplinar e de prática pedagógica, para o planejamento, execução, orientação e avaliação das	diária de 8h

	propostas ligadas as práticas corporais de movimento, com auxílio na condução de atividades físicas e esportivas, responsável pela distribuição de material promocional e esclarecimento de dúvidas, além de preparação dos espaços onde a atividade será realizada. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado, dinâmico, com habilidade em lidar com pessoas, devidamente trajado e bem informado sobre o local, programação e as atividades que serão desenvolvidas como jogos, danças, lutas, ginásticas, esportes, ações culturais e brincadeiras.	
Serviço de vallet/manobrista	Estrutura, insumos e profissional qualificado para recepção, condução e guarda de veículos de terceiros, especificando vagas e preenchendo fichas de identificação.	diária de 8h
Serviço de reprodução áudio visual	Instalação, operação e manutenção de equipamentos de multimídia de áudio e vídeo, como televisores, projetores, retroprojetores, notebooks, tocadores de CD, DVD e de blue-ray, entre outros. Incluindo insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de reprodução de DVD	Serviço de gravação de DVD e cópias.	unidade
Serviço de reprodução de CD	Serviço de gravação de CD e cópias.	unidade
Serviço de roteirista	-	projeto
Serviço de Operação de máquina fotocopidora/ impressora	Serviço com atividade responsável pela operação de máquinas copiadoras, incluindo o profissional capacitado, o abastecimento de material necessário, regulagem e reprodução de desenhos, tabelas, documentos e outros impressos.	diária de 8h
Serviço de Operação de máquina fotocopidora/ impressora (para cópias em preto e branco)	Serviço com atividade responsável pela operação de máquinas copiadoras, incluindo o profissional capacitado, o abastecimento de material necessário, regulagem e reprodução de desenhos, tabelas, documentos, outros impressos e o equipamento (para cópias em preto e branco, resolução mínima de 600 x 600 dpi e capacidade para, pelo menos, 35 páginas por minuto).	diária
Serviço de Sonorização e gravação de áudio	Serviço de som e captura de áudio em alta definição, realizada por profissional qualificado, responsável pela configuração, operação e monitoramento de sistemas de sonorização e gravação, além de edição, mistura, pré- masterização e restauração	hora

	de registros sonoros, além da criação de projetos de sistemas de sonorização e gravação, preparação, instalação e desinstalação de equipamentos de áudio e acessórios. Entrega de arquivo em mídia gravada e/ou em armazenamento em nuvem, nos formatos WAV, M3 e/ou similar.	
Serviço de telemarketing ativo e passivo	Serviço de telemarketing remoto para falar com o público, obter adesão, confirmação de dados, de inscrição, validação de informações, esclarecer dúvidas, comunicar nova ação ou evento, receber e responder dúvidas, corrigir erros apontados e mostrar melhorias sugeridas. Inclui equipamentos e insumos e profissional com experiência em realizar contatos com pessoas, por meio de ligação telefônica.	hora
Serviço de Coordenador	Profissional especializado em coordenação, organização, orientação e acompanhamento das fases da realização de um evento/ação de qualquer tipo. Cabe ao coordenador acompanhar todos as ações necessários para o seu foco de atuação, como por exemplo: iluminação, som, segurança, acomodação, decoração, alimentação, credenciamento entre outros, bem como fazer cumprir o cronograma e resolver eventuais problemas de última hora.	hora
Serviço de Coordenador	Profissional especializado em coordenação, organização, orientação e acompanhamento das fases da realização de um evento/ação de qualquer tipo. Cabe ao coordenador acompanhar todos as ações necessários para o seu foco de atuação, como por exemplo: iluminação, som, segurança, acomodação, decoração, alimentação, credenciamento entre outros, bem como fazer cumprir o cronograma e resolver eventuais problemas de última hora.	diária de 8h
Serviço de Produtor Local	Serviço de profissional especializado em organização, planejamento, orientação e acompanhamento de todas as fases da realização de um evento/ação de qualquer tipo. Cabe ao produtor gerenciar todos os serviços necessários para cada evento, como: iluminação, som, segurança, acomodação, decoração, alimentação,	diária de 8h

	entre outros, bem como fazer cumprir o cronograma e resolver eventuais problemas de última hora.	
Serviço de Produtor Local	Serviço de profissional especializado em organização, planejamento, orientação e acompanhamento de todas as fases da realização de um evento/ação de qualquer tipo. Cabe ao produtor gerenciar todos os serviços necessários para cada evento, como: iluminação, som, segurança, acomodação, decoração, alimentação, entre outros, bem como fazer cumprir o cronograma e resolver eventuais problemas de última hora.	diária de 6h
Serviço de Produtor Local	Serviço de profissional especializado em organização, planejamento, orientação e acompanhamento de todas as fases da realização de um evento/ação de qualquer tipo. Cabe ao produtor gerenciar todos os serviços necessários para cada evento, como: iluminação, som, segurança, acomodação, decoração, alimentação, entre outros, bem como fazer cumprir o cronograma e resolver eventuais problemas de última hora.	hora
Serviço de recepcionista/promotor (bilingue)	Recepcionista/promotor Bilingue: Recepção de visitantes ou clientes, responsável pela orientação e controle da entrada de pessoas em um evento. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado, com domínio do idioma inglês e de uma segunda língua, podendo ser francês ou espanhol.	diária de 8h
Serviço de recepcionista/promotor (bilingue)	Recepcionista/promotor Bilingue: Recepção de visitante ou clientes, responsável pela orientação e controle da entrada de pessoas em um evento. Inclui equipamentos, insumo e profissional qualificado, com domínio do idioma inglês e de uma segunda língua, podendo ser francês ou espanhol.	diária de 6h
Serviço de recepcionista/promotor (trilingue)	Recepcionista/promotor Trilíngue: Serviço de secretariado e atuação em eventos. Inclui equipamentos, insumos e profissional com experiência e domínio do idioma inglês e de mais duas línguas, podendo ser francês e espanhol	diária de 8h
Serviço de recepcionista/promotor (trilingue)	Recepcionista/promotor Trilíngue: Serviço de secretariado e atuação em eventos. Inclui equipamentos, insumos e profissional com experiência e domínio	diária de 6h

	do idioma inglês e de mais duas línguas, podendo ser francês e espanhol	
Serviço de revisão de texto	Análise, revisão e adequação gramatical e de estilo dos textos relativos ao evento, em português ou idiomas estrangeiros. Inclui equipamentos, insumos e profissional com formação em Comunicação Social ou Letras.	hora
Serviço de revisão de texto (idioma raro)	Serviço profissional em Comunicação Social ou Letras, profissional com diploma reconhecido, para desenvolvimento de atividades de análise, revisão e adequação gramatical e de estilo dos textos relativos ao evento, em idiomas estrangeiros classificados como raros.	hora
Serviço de segurança diurno	Serviço de segurança diurno: inclui equipamentos, insumos e profissional preparado para o exercício da atividade de segurança em estabelecimentos diversos, para atuação diurna.	diária de 8h
Serviço de segurança diurno	Serviço de segurança diurno: inclui equipamentos, insumos e profissional preparado para o exercício da atividade de segurança em estabelecimentos diversos, para atuação diurna.	diária de 12h
Serviço de segurança noturno	Serviço de segurança noturno: inclui equipamentos, insumos e profissional preparado para o exercício da atividade de segurança em estabelecimentos diversos, para atuação noturna.	diária de 8h
Serviço de segurança noturno	Serviço de segurança noturno: inclui equipamentos, insumos e profissional preparado para o exercício da atividade de segurança em estabelecimentos diversos, para atuação noturna.	diária de 12h
Serviço de limpeza	Limpeza e conservação das áreas internas e externas ao evento, incluindo: limpeza do piso, mobiliário, aparelhos e equipamentos; limpeza e desinfecção de sanitários, lavagem de bacias, assentos e pias, troca de sacos de lixo, bem como reposição de materiais de consumo. Inclui equipamentos, insumos e profissionais qualificados.	diária de 8h
Serviço de taquigrafia	Transcrição simultânea de depoimentos e discursos em audiências, debates e palestras, utilizando método abreviado ou simbólico de escrita, com o objetivo de melhorar a velocidade da escrita ou a brevidade, em comparação a um método padrão de escrita. Inclui equipamentos,	hora

	insumos e profissional qualificado.	
Serviço Técnico computadores de computador	Serviço com equipamentos, insumos e profissionais aptos para manuseio, manutenção e operação de computadores.	diária de 8h
Serviço de iluminação planejamento	Planejamento e desenvolvimento de projetos luminotécnicos em ambientes internos e externos. Inclui insumos e profissional qualificado com conhecimento sobre iluminação de ambientes e eletricidade básica.	diária de 8h
Serviço de iluminação operação	Serviço de operação de mesa de luz e execução do projeto de iluminação. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	diária de 8h
Serviço de informática	Equipamentos, insumos e profissional apto a realizar configurações de sistemas, instalação de equipamentos e verificação e correção de falhas na programação de computadores, capacitado para realização de serviços de informática.	diária de 8h
Serviço de tradução	Serviço de tradução de textos incluindo equipamentos, insumos e profissional especializado em tradução de textos gerais e específicos, do português para outro idioma estrangeiro ou vice-versa.	hora
Serviço de enfermagem	Coleta de informações sobre o estado de saúde do paciente, por meio de exames clínicos e pelo diagnóstico de enfermagem, para estabelecer a conduta a ser seguida, incluindo higiene e administração de remédios e de curativos. Inclui equipamentos, insumos e profissional com registro atualizado no conselho profissional e experiência ambulatorial.	hora
Serviço de maquiagem	Serviço de maquiagem cenográfica, tratamento da pele para ambientes de iluminação, fotos, filmagem, eventos, desfiles e transmissões ao vivo. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de cabelereiro	Serviço de elaboração de penteados e preparação de cabelos, considerando questões como: iluminação de palco, fotos, filmagem, eventos, desfiles, palestras e transmissões ao vivo. Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de mestre cerimônia/ apresentador	Serviço de condução da apresentação de sequência de mensagens, palestras, personagem, prêmios, com pontuação dramática adequada ao público e a meta planejada. Inclui equipamentos, insumos e	diária de 8h

	profissional com domínio de público e presença de palco, carisma, boa imagem, para criar identificação entre o público e a mensagem a ser disseminada.	
Serviço de mestre cerimônia/ apresentador	Serviço de condução da apresentação de sequência de mensagens, palestras, personagem, prêmios, com pontuação dramática adequada ao público e a meta planejada. Inclui equipamentos, insumos e profissional com domínio de público e presença de palco, carisma, boa imagem, para criar identificação entre o público e a mensagem a ser disseminada.	diária de 4h
Serviço de mestre cerimônia/ apresentador	Serviço de condução da apresentação de sequência de mensagens, palestras, personagem, prêmios, com pontuação dramática adequada ao público e a meta planejada. Inclui equipamentos, insumos e profissional com domínio de público e presença de palco, carisma, boa imagem, para criar identificação entre o público e a mensagem a ser disseminada.	hora
Serviço de assessoria de imprensa	Inclui equipamentos, insumos e jornalista ou profissional de relações públicas, com experiência para tratar dos assuntos de comunicação vinculados a um evento específico.	hora
Serviço de redação	Serviço de redação profissional ou jornalística para que os temas apresentados, sínteses de palestras e exposições, assim como outros assuntos de interesse da comunicação do evento tenham tratamento adequado e rapidamente sejam comunicados ao público. Inclui insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de internet	Disponibilização e manutenção de acesso à internet de alta velocidade em banda larga, incluindo equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de telefonia	Disponibilização e manutenção de rede de telefonia, incluindo equipamentos, insumos e profissional qualificado.	hora
Serviço de impressão	Disponibilização e manutenção de serviços de impressão, com equipamentos, profissional e insumos.	diária de 8h
Serviço de filmagem	Captura de vídeo em formato HD, FullHD e/ou superior, realizada por profissionais qualificados, com entrega de arquivo em mídia gravada e/ou em armazenamento em nuvem, nos formatos MPEG, MOV,	hora

	WMV e/ou similar.	
Serviço de edição	Tratamento de material audiovisual, conforme especificação da contratante, realizado por profissional altamente qualificado, com entrega de arquivo em mídia gravada e/ou em armazenamento em nuvem, nos formatos MPEG, MOV, WMV e/ou similar.	hora
Serviço de operação de equipamentos audiovisuais	Serviço de operação, instalação e ajustes de equipamentos de audiovisual com profissional capacitado.	hora
Serviços artísticos/teatrais	Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado, com conhecimento, para o planejamento, execução, orientação e avaliação das propostas ligadas as práticas corporais de movimento e teatrais. Ex: , encenações, dança, atividades circenses, etc.	hora
Serviços musicais planejamento	Inclui equipamentos, insumos e profissional qualificado, com conhecimento musical, para o planejamento, execução, orientação e avaliação das propostas ligadas às atividades musicais. Ex: instrumentistas e cantores professores de atividades musicais, etc.	hora
Serviços musicais execução	Inclui equipamentos, insumos e conjunto de músicos e performers, encarregados da ambientação musical do evento, tanto para festas e comemorações, como para ambientações de refeições ou ambientes especiais, música de fundo, ou criação de dinâmicas voltadas à melhor comunicação do evento.	hora
Serviço de telefonista	Inclui equipamentos, insumos e profissional responsável pelo atendimento telefônico, tendo como atribuições receber e transferir ligações, efetuar chamadas telefônicas nacionais e internacionais, registrar informações, transmitir mensagens e localizar pessoas.	diária de 8h
Serviço de massagem e relaxamento	Serviço executado por profissional qualificado, estudante ou formado em fisioterapia, devidamente trajado, com experiência em massagem, com todos os equipamentos, materiais e insumos para atividades de massagem e relaxamento.	hora
Serviço de motoboy	Serviço de motoboy: Transporte de pessoas e cargas utilizando motocicletas, de acordo com a legislação pertinente. Inclui equipamentos, insumos e	hora

	profissional especializado.	
Serviço de motorista	Serviço de motorista: Condução de veículos automotores, incluindo insumos e profissional com devida habilitação e formação para exercer atividade mediante vínculo empregatício no transporte rodoviário de passageiros ou no transporte rodoviário de cargas.	hora

OBSERVAÇÕES:

- Todos os itens devem considerar remuneração por diária, incluídas despesas com uniforme, transporte, alimentação dos profissionais e de eventuais taxas de serviços.
- No caso de segurança será necessária a apresentação de nada consta da Polícia Civil.
- Para a jornada dos intérpretes simultâneo e consecutivo, de idiomas estrangeiros e de libras, devem ser considerados valores de referência previstos pelo Sindicato Nacional dos Tradutores – SINTRA, além de ser considerada a quantidade correta de profissionais, de acordo com a carga de trabalho previstas pelas normas que regulamentam as atividades.
- Para a contratação dos recursos humanos, a CONTRATADA deverá apresentar nome e currículo dos profissionais previamente à execução do serviço, para análise e aprovação da UCP.

4. CATEGORIA TRANSPORTES

TRANSPORTE		
PRODUTO / SERVIÇO	CARACTERÍSTICAS	UNIDADE DE MEDIDA
Locação de Ônibus Executivo	Min. 50 lugares, com ar condicionado e bagageiro - diária 12 horas - 200 Km livres, com motorista	diária de 12 horas
Locação de Micro ônibus	Micro ônibus com ar condicionado, som ambiente, TV, DVD, micro fone, frigobar com água e capacidade de 22 pessoas com banheiro ou 26 pessoas sem banheiro, com motorista.	diária de 12 horas
Locação de veículo com motorista	Veículo com 4 portas, ar condicionado e direção hidráulica. Com motorista.	diária de 12 horas
Locação de veículo blindado, com motorista	Veículo com 4 portas, ar condicionado e direção hidráulica. Blindado, com motorista.	diária de 12 horas
Locação de Veículo utilitário	Veículo com 4 portas, ar condicionado e direção hidráulica.	diária de 12 horas

OBSERVAÇÕES:

- Serão exigidos veículos com no máximo 2 (dois) anos de fabricação e motoristas uniformizados de acordo com o perfil da ação.
- No caso dos traslados, a CONTRATADA ficará responsável pela recepção e acompanhamento do participante ou palestrante até o veículo que fará o traslado.

5. CATEGORIA PRODUÇÃO DE PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO		
PRODUTO / SERVIÇO	CARACTERÍSTICAS	UNIDADE DE MEDIDA
Adesivo	Confecção de adesivo de vinil, 4/0 cores, papel leitoso.	m ²
Adesivo com instalação	Confecção de adesivos de vinil, 4/0 cores, papel leitoso, com instalação	m ²
Adesivo especial	Confecção de adesivo especial de chão e vitrine.	m ²
Backdrop/Fundo de Palco	Confecção em lona vinílica, com impressão colorida.	m ²
Backdrop/Fundo de Palco com instalação	Confecção em lona vinílica, com impressão colorida, com instalação.	m ²
Banner/faixa com ilhós para gradil	Confecção em lona, impressão colorida.	m ²
Banner sem tripé	Confecção em lona, impressão colorida.	m ²
Banner com tripé	Confecção em lona, impressão colorida, com o tripé.	m ²
Blimp	Confecção de blimp, com arte aplicada.	m ²
Blimp	Locação de blimp com arte aplicada, gás hélio e instalação.	diária
Bloco de anotação Tipo I	Formato A4, com mínimo de 20 páginas, acabamento original (vedada divisão de blocos maiores), impresso papel off-set 75g/m ² .	unidade
Bloco de anotação Tipo II	Formato 15x21cm, com mínimo 20 páginas, acabamento original (vedada divisão de blocos maiores), impresso papel off-set 75g/m ² .	unidade
Bloco anotação ecológico formato A4	Formato A4, capa em Papel Kraft 300g/m ² e miolo com 75 folhas sem impressão em Papel Reciclado 75g/m ² .	unidade
Bloco anotação ecológico formato 15x21	Formato 15x21cm, capa em Papel Kraft 300g/m ² e miolo com 75 folhas sem impressão em Papel Reciclado 75g/m ² .	unidade
Bloco Flip Chart	Bloco com mínimo de 50 folhas.	unidade
Caderno - Tipo I	Capa Mole, revestida em percalux (liso ou escovado) em cores diversas;	unidade

	Formato 20 x 28cm; Personalização na capa em baixo relevo ou em hot-stamping (dourado/prata); Total de 100 páginas; Página de abertura personalizada em impressão 4x0 cores; Miolo em papel branco ou reciclado; Elástico na capa; Lombada com acabamento em wire-o.	
Caderno - Tipo II	Capa dura, revestida em percalux (liso ou escovado) em cores diversas; Formato 14 x 17cm; Personalização na capa em baixo relevo ou em hot-stamping (dourado/prata); Total de 100 páginas; Página de abertura personalizada em impressão 4x0 cores; Miolo em papel branco ou reciclado; Elástico na capa; Lombada com acabamento em wire-o.	unidade
Caderno - Tipo III	Capa dura, em cores diversas; Formato 20x28cm; Personalização na capa em baixo relevo ou em hot-stamping (dourado/prata); Total de 100 páginas; Página de abertura personalizada em impressão 4x0 cores; Miolo em papel branco ou reciclado; Elástico na capa; Lombada com acabamento em wire-o.	unidade
Caderno - Tipo IV	Capa mole, em cores diversas; - Formato 14x18cm; - Personalização na capa em baixo relevo ou em hot-stamping (dourado/prata); - Total de 100 páginas; - Página de abertura personalizada em impressão 4x0 cores; - Miolo em papel branco ou reciclado; - Elástico na capa; - Lombada com acabamento em wire-o.	unidade
Camiseta Pólo - Personalizada	Impressão colorida, tamanhos P, M, G, GG. Várias cores. Malha Piquet - PA (50% poliéster e 50% algodão).	unidade
Caneta hidrocor com 12Unidades	Cores variadas caixa com 12 unidades.	unidade
Caneta esferográfica personalizada	Cores diversas cristal 1.0 mm.	unidade
Caneta laser personalizada (aquisição)	Ponteiro luminoso para uso em projeção.	unidade
Caneta personalizada - Tipo I	Caneta Esferográfica Plástica - Gravação a 1 cor inclusa.	unidade
Caneta personalizada - Tipo II	Caneta Esferográfica de Metal - Gravação a laser.	unidade
Certificado frente	Confecção de certificado colorido, tamanho A4, papel couchê, gramatura mínima 150g, frente.	unidade

Certificado frente e verso	Confecção de certificado colorido, tamanho A4, papel couchê, gramatura mínima 150g, Frente e verso.	unidade
CD Regravável	CD-RW (700 megas) para gravação de arquivos, imagens, músicas etc.	unidade
Copo personalizado	Copo 550 ml personalizado com in mold label 5x0 cores.	unidade
Cordão personalizado para copo	Requisitos mínimos: em poliéster acetinado; personalizado nas duas faces pelo processo de sublimação, multicores; com largura de 2 cm e comprimento mínimo de 140 cm, fechado; com acabamento argola G com jacaré.	unidade
Cordão personalizado para crachá	Requisitos mínimos: em poliéster acetinado; personalizado nas duas faces pelo processo de sublimação, multicores; com largura de 2 cm e comprimento mínimo de 80cm, fechado; com acabamento argola G com jacaré.	unidade
Crachá/cartão de identificação	Crachá em papelão branco, com proteção de plástico transparente, tamanho A6.	unidade
Crachá/cartão de identificação plastificado	Crachá medindo 9x14 cm impresso em papel couchê fosco 250 gr. com laminação BOPP fosco.	unidade
Crachá/cartão de identificação personalizado	Confecção de crachás em papel couchê gramatura mínima 250g com acabamento, plastificado, impressão colorida, tamanho A6.	unidade
DVD Regravável - Virgem	-	unidade
Display	confecção	unidade
Eco Bag Personalizada	-	unidade
Etiquetas adesivas 25x99	Etiquetas ink-jet/laser - tam. aprox. 25x99mm - embal. C/ min 10 folhas.	unidade
Etiquetas adesivas redonda	Etiquetas Redondas – Cores e tamanhos diversos - embal. c/ min 10 folhas.	unidade
Folder/folheto A5 um lado	Confecção de folder tamanho A5, gramatura mínima 150g, papel couche, um lado.	unidade
Folder/folheto A5 frente e verso	Confecção de folder tamanho A5, gramatura mínima 150g, papel couche, acabamento de dobra, frente e verso.	unidade
Folder/folheto A4 frente e verso	Confecção de folder colorido, tamanho A4, gramatura mínima 150g, papel couchê, frente e verso, com acabamento de dobra (duas ou mais	unidade

	dobras).	
Folder/folheto A4 um lado	Confecção de folder colorido, tamanho A4, gramatura mínima 150g, papel couchê, um lado.	unidade
Folder/folheto A3 papel couchê	Confecção de folder colorido em Tamanho A3, papel couchê, gramatura mínima 150g.	unidade
Folder/folheto A2 papel couchê	Confecção de folder colorido em papel couchê, gramatura mínima 150g, tamanho A2.	unidade
Folder/folheto A3 papel glossy	Confecção de folder colorido, com fundo claro em papel glossy, gramatura mínima 150g, tamanho A3.	unidade
Folder/folheto A2 com papel glossy	Confecção de folder colorido, com fundo claro em papel glossy, gramatura mínima 150g, tamanho A2.	unidade
Mala direta 2 dobras	Produção de mala direta personalizada, tamanho A4, com duas dobras, 4x4 cores, com fechamento e endereçamento.	unidade
Mala direta 3 dobras	Produção de mala direta personalizada, tamanho A4, com três dobras, 4x4 cores, com fechamento e endereçamento.	unidade
Mala direta 2 dobras completa	Produção de mala direta completa (envelope, mala e/ou folder), personalizada, tamanho A4, com duas dobras, 4x4 cores, com fechamento e endereçamento	unidade
Marcador de Página 4x4	Produção em papel couchê 250g, tamanho padrão: 18 x 5 cm (refilado), na opção 4x4 cor, com acabamento em laminação fosca (Bopp) com aplicação de verniz localizado tanto na frente como no verso.	unidade
Marcador de Página 4x0	Produção em papel couchê 250g, tamanho padrão: 18 x 5 cm (refilado), na opção 4x0 cor, o acabamento é em verniz u.v total na frente e no verso, só o brilho do papel sem película de acabamento.	unidade
Marcador de Página 4x1	Produção em papel couchê 250g, tamanho padrão: 18 x 5 cm (refilado), na opção 4x1 cor, o acabamento é em verniz u.v total na frente e no verso, só o brilho do papel sem película de acabamento.	unidade
Marcador de Página 4x2	Produção em papel couchê 250g, tamanho padrão: 18 x 5 cm (refilado), na opção 4x2 cor, o acabamento é em verniz u.v total na frente e no verso, só	unidade

	o brilho do papel sem película de acabamento.	
Mochila	Confecção de mochila em poliéster com alças para as costas, alça para as mãos, compartimento para notebook de até 17”, bolsos externos com zíper e 2 bolsos externos em tela.	unidade
Moleskine	Capa - Impresso em papel couché fosco 150g, certificado FSC, impressão 4/0 cores, com laminação Soft Touch, com cantos arredondados nas 04 extremidades, raio de 7mm. Revestimento interno da capa em papelão Panamá com 1,6mm de espessura, debrum e colagem. Formato aberto: 28,1cm x 21,3cm. Formato fechado: 13,3 cm x 21,3 cm Lombada: 1,5 X 21,3 Miolo - 240 páginas, impressão em papel Pólen Soft 80g certificado FSC, 4/4 cores (conforme arte a ser enviada), com cantos arredondados, com acabamento costurado e colagem. Formato fechado: 13 cm x 21cm. Guarda dianteira - Em papel color Plus Marfim 120g, certificado FSC, impresso 4/4 cores, com cantos arredondados nas 04 extremidades, raio de 7 mm. Formato: 26 cm x 21 cm Guarda traseira - Em papel color plus marfim 120g, certificado FSC, sem impressão, com cantos arredondados nas 04 extremidades, raio de 7 mm. Formato: 26 cm x 21 cm. Fita marcadora - Em poliéster com efeito degradê (impressão multicolor/digital), termo soldado (para não desfiar), no formato 30cm x 0,7cm. Contra-capas > Será fixado um elástico tipo “chato” modelo Clívia 8 em cor a ser definida posteriormente, nas medidas de 28 cm x 0,8 cm, sem personalização. Com elástico porta canetas tipo “chato”, medindo 1,5 cm de largura x 54 mm de comprimento, em cor a ser definida posteriormente, 0,30 mm de espessura.	unidade
Painel Pantográfico	Locação de painel modular para cenário de fundo em eventos, ações de merchandising, apresentações, coletivas de imprensa, pódios, dentre	m ²

	outros	
Pasta - Tipo I	Pasta plástica transparente de cores variadas, com elástico.	unidade
Pasta - Tipo II	Pasta plástica transparente de cores variadas, com elástico.	unidade
Pasta PVC	Cor branca, 33 x 26 cm, 4,5 cm de lombada, 2 argolas, revestido, abertura p/ inserção de capa, lombada e 4ª capa	unidade
Pasta Executiva - Tipo I	Pasta, fechamento por zíper, tamanho 18x21cm, porta-bloco ou caderno até 100 folhas, bolsa para folders e/ou sulfites, porta- cartões e porta-caneta. Acabamento em couro sintético preto, azul ou marrom, forro em Nylon 600 e costura. Personalização em baixo relevo - Ótima Qualidade	unidade
Pasta Executiva - Tipo II	Pasta, fechamento por zíper, tamanho 24x32cm, porta-bloco ou caderno até 100 folhas, bolsa para folders e/ou sulfites, porta- cartões e porta-caneta. Acabamento em couro sintético preto, azul ou marrom, forro em Nylon 600 e costura. Personalização em baixo relevo - Ótima Qualidade	unidade
Pasta Executiva - Tipo III	Pasta confeccionada em couro sintético, com acabamento em costura. Disponível nas tonalidades preto, marrom e azul. Tamanho 18x21cm, com porta-bloco ou caderno até 100 páginas, bolsa para folders, porta-cartões e porta-caneta. Forro em nylon 600. Personalização já inclusa em baixo relevo - Ótima Qualidade	unidade
Pasta Executiva - Tipo IV	Pasta confeccionada em couro sintético, com acabamento em costura. Disponível nas tonalidades preto, marrom e azul. Tamanho 24x32,5cm, com porta-bloco ou caderno até 100 páginas, bolsa para folders, porta-cartões e porta-caneta. Forro em nylon 600. Personalização já inclusa em baixo relevo - Ótima Qualidade	unidade
Pins/bottons	Medindo 3,0 cm com pino, 02 a 04 cores e personalizado a laser.	unidade
Placa para premiação 16X12	Placa para premiação, com os seguintes requisitos mínimos: Placa de aço, medindo 16x12 cm; impressão em silk screen, em até 5 cores, ou	unidade

	gravação por fotocorrosão em baixo relevo, a critério da PMS-SECULT; fixada em estojo de veludo.	
Placa para premiação 20X14	Placa para premiação, com os seguintes requisitos mínimos: Placa de aço, medindo 20x14 cm; impressão em silk screen, em até 5 cores, ou gravação por fotocorrosão em baixo relevo, a critério da PMS-SECULT; fixada em estojo de veludo.	unidade
Pulseira de identificação	Confeccionada em Tyvek, com tarja holográfica, ideal para controle de acesso e triagem, com lacre adesivo inviolável, ajustável ao pulso, antialérgica e à prova d'água. Com personalização 4x4 cores e tamanho 21 cm x 1,9 cm, com destacável.	unidade
Pulseira em Vinil Plástico	Pulseira em vinil plástico em forma de “L” ou de “banda larga”, diversas cores, incluindo mate e fluorescente, personalizada, sistema de fecho – um lacre plástico, não elástica e à prova d'água, projetada para todos os tamanhos de pulsos	unidade
Sacola ecológica (tipo ecobag)	Feita em Algodão Cru 247g resistente e de boa qualidade. - Medidas: 40x30cm -Alça em: algodão cru 3x50cm	unidade
Bolsa Executiva	Em couro sintético - dimensões 40x30x10cm, alça tiracolo com regulagem de altura, confeccionada em fita 30mm, alça de mão, engates e acabamento tubular em PVC preto, compartimento na aba.	unidade
Tecido (TNT)	TNT, várias cores.	m ²
Tag	Tag para mala medindo 8,5 x 5,5 cm, com impressão 4/4 cores com laminação rígida e cordinha de silicone.	unidade

OBSERVAÇÕES:

- Quando necessária a contratação de itens promocionais, a CONTRATADA deverá encaminhar proposta de acordo com o perfil da ação e dos públicos participantes, para apreciação e aprovação da PMS – SECULT.
- Os produtos e serviços de comunicação devem estar vinculados às ações de marketing promocional, visando a sua divulgação, identificação e sinalização de apoio.

