

## OBJETO:

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA CRIAÇÃO, DESENVOLVIMENTO, GERENCIAMENTO E MENSURAÇÃO DE **CAMPANHA DE MARKETING DIGITAL** VOLTADA À PROMOÇÃO TURÍSTICA DOS MUNICÍPIOS PERTENCENTES AO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE TURISMO COSTA VERDE E MAR – CITMAR.

## JUSTIFICATIVA DE CONTRATAÇÃO

O mercado turístico passa por profundas transformações. O comportamento do turista é uma dessas transformações e acaba impactando fortemente nos destinos e regiões turísticas. O turista está cada vez mais exigente, informado, conectado.

Para garantir a sua sobrevivência, as regiões e destinos turísticos precisam estar presentes no ambiente virtual. Precisam usar de estratégias digitais que sejam capazes de atrair a esse turista.

Aliada a essa tendência mundial, a pandemia do novo coronavírus (SARS-COV-2) trouxe impactos negativos extremos para a atividade turística. O advento da Covid-19 fez com que países, estados, regiões e cidades vissem sumir da noite para o dia os turistas e visitantes. Após cerca de dezoito meses de pandemia, com o advento da vacinação em massa, o mercado vem se mostrando otimista em relação à retomada do turismo.

A Costa Verde & Mar é uma das mais importantes regiões turísticas de Santa Catarina. O fluxo turístico gerado principalmente na alta temporada de verão é o mais expressivo do Estado. Diante das dificuldades apresentadas pela pandemia de covid-19, é imperante que a região faça uma ação focada na retomada da atividade turística.

A estratégia de criação de uma campanha de marketing digital é uma ferramenta importante e viável para essa retomada. É preciso mostrar a esse turista conectado, exigente e informado que a Costa Verde & Mar está preparada para recebe-lo, pois dispõe de atrativos, recursos, infraestrutura, produtos turísticos para os mais diferentes públicos.

No contexto digital, as mídias sociais desempenham um papel importante na decisão de escolha pelo destino de férias pelos turistas. Elas possibilitam que empresas, entidades e destinos possam divulgar seu produto/serviço com baixo custo, ao contrário dos meios tradicionais. Ainda, a vantagem delas é que na web é muito mais fácil mensurar os resultados.

## TERMO DE REFERÊNCIA

Para a compreensão do escopo dos serviços que o CITMAR pretende contratar, apresenta-se a seguir, um briefing com informações acerca da Região Turística Costa Verde & Mar, dos Municípios que o compõem e do Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde e Mar – CITMAR.

Em seguida, apresenta-se o escopo da futura contratação e suas especificidades.

### 1. **BRIEFING**

Região Turística Costa Verde & Mar

Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde & Mar - CITMAR

Municípios Consorciados: Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Itajaí, Itapema, Navegantes, Penha e Porto Belo.

#### **Dados sobre a Costa Verde & Mar**

##### **Breve histórico**

Os representantes do poder público dos 11 municípios, apoiados e incentivados pela Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí – AMFRI formaram em 2005, o Colegiado dos Secretários Municipais de Turismo da AMFRI. De acordo com as diretrizes do Plano Nacional do Turismo foi elaborado um planejamento estratégico das atividades a serem desenvolvidas nos anos subseqüentes voltadas à regionalização e ao associativismo entre municípios.

O ano de 2006 e início de 2007 foram dedicados ao Plano Estratégico de Marketing Turístico Integrado (PEMTI), a criação do nome da região, bem como da sua logomarca. “Costa Verde & Mar – A Rota do Sol Catarinense”, foi escolhida como a marca da região para ser utilizada institucional e comercialmente. A partir desse momento, observou-se a necessidade de formação de um Consórcio que integrasse turisticamente os municípios.

Assim, em 17 de agosto de 2007, surge o Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde e Mar – CITMAR quando os Prefeitos dos Municípios em questão, assinaram o Protocolo de Intenções, objetivando ordenar a utilização dos recursos disponíveis e reforçar o papel do município no desenvolvimento do turismo regional.

#### **O CITMAR é o detentor da marca da Região Turística Costa Verde & Mar.**

Atualmente o CITMAR tem 9 municípios consorciados: Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Itajaí, Itapema, Navegantes, Penha e Porto Belo.

#### **Posicionamento da marca**

## Posicionamento

Localizada em Santa Catarina, sul do Brasil, a Costa Verde & Mar é composta por municípios que decidiram se unir para desenvolver o turismo de forma sustentável. Conhecer a Costa Verde & Mar é contemplar e desfrutar de um destino "multidestinos", onde a exuberância do encontro do sol com o mar se projeta em diversas atividades relacionadas à natureza, cultura, lazer, compras e eventos. Com uma ótima estrutura hoteleira e de comércio e serviços, a região se destaca sobretudo por suas paisagens, repletas de praias reconhecidas internacionalmente, morros, cachoeiras, trilhas e inúmeros atrativos em ecoturismo, esportes e atividades marítimas. Além disso, a região conta com diversas opções de entretenimento, como o Parque Beto Carrero, e um vasto leque de atrações culturais, que incluem gastronomia, museus, festas religiosas, produtos típicos, eventos artísticos e algumas das melhores casas noturnas do país.

## 3 MAPA DA MARCA



## Filosofia Central

Explorar o conceito de "multidestinos", a ser desenvolvido de forma complementar em seis eixos, que emergem simbolicamente a partir do universo relacionado ao sol e às praias:

- 1) **NATUREZA:** mata atlântica, ilhas, montanhas, biodiversidade, aventura, ecoturismo, trilhas, bicicleta, escalada, esportes...
- 2) **EVENTOS:** gastronômicos, esportivos, religiosos, culturais, negócios...
- 3) **MAR:** Rios, cascatas, porto, parques aquáticos, mergulho, surf, pesca, barcos, cruzeiros...
- 4) **CULTURA:** portuguesa e belga, folclore, museus, arte rupestre, gastronomia açoriana e frutos do mar, patrimônio histórico, cachaça, vilas de pescadores...
- 5) **LAZER:** Beto Carrero World, hotéis-fazenda, parques e praças...

## Crenças para impulsionar a marca

- 1) Despertar o senso de cooperação entre os empreendedores, em detrimento da velha premissa de que o outro deve ser encarado como um adversário.
- 2) Os produtos e serviços devem se adaptar aos desejos provenientes do coração dos turistas. É chegado o momento de ofertarmos acontecimentos exclusivos e memoráveis – pela sua forma, seu sentido e pela emoção vivenciada.

### Missão

“Desenvolver e promover a atividade turística de forma integrada e sustentável, visando beneficiar os aspectos ambientais, socioeconômicos e culturais da região da AMFRI, proporcionando bem-estar e satisfação aos turistas e visitantes”

### Visão

“Até o ano de 2022, a Costa Verde & Mar irá desenvolver e promover experiências turísticas únicas para os visitantes, com a natureza e culturas regionais, de forma cooperada e sustentável; ser

referência em destino inteligente, em gastronomia e eventos e buscar excelência em lazer e entretenimento.”

Valores

Diversão / contemplação / descanso / prazer / adrenalina / descobertas / sustentabilidade / ecologia / religiosidade / aprendizado / diversidade / tradição / inovação / plenitude

### Cases de sucesso

Alguns dos mais importantes cases de sucesso e também como a região mais é conhecida no mercado nacional (e na internet) é pelo Circuito de Cicloturismo.

### Informações

A seguir, apresenta-se informações acerca da região turística e suas características e peculiaridades.



No mapa acima vemos as cidades e seus pictogramas, que representam os principais segmentos/atividades turísticas em cada uma das cidades. Nesse mapa, aparece a cidade de Ilhota, que não pertence mais a Costa Verde & Mar, portanto, não será usada no material.



## Mapa iconográfico





## Características da região

Todos os municípios que integram a região tem similaridades, turismo de sol e mar, área com verde abundante, clima, gastronomia diversificada, ranchos de pescadores e cultura com base açoriana.

### Diferenciais

Região oferece turismo diversificado. É possível ter contato com o rural mar e verde, transmite segurança para os visitantes e possui potencialidades a serem desenvolvidas como o Turismo Náutico e esportes aquáticos, turismo de natureza, turismo cultural

### Prós e contras

+ Diversidade de oferta turística

+ Novos equipamentos turísticos

- Na alta temporada o fluxo de veículos é intenso dificultando o acesso de turistas aos equipamentos turísticos e as praias.

### Percepção do mercado sobre a região:

Falta de conhecimento como um todo da Região Turística, unificada enquanto região. As pessoas conhecem os municípios.

## Conhecendo o público-alvo

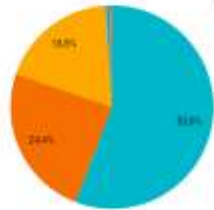
O público-alvo da Costa Verde & Mar está apresentado abaixo, tendo por base a pesquisa de demanda turística realizada na alta temporada de verão.





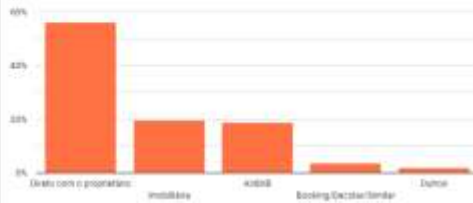
### PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA TEMPORADA 2021

PERMANÊNCIA MÉDIA EM DIAS 6,0  
DIÁRIA MÉDIA NAS CASAS DE ALUGUEL R\$ 362,79  
DIÁRIA MÉDIA NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM R\$ 375,86



- Aluguel de casa/apto
- Hotel
- Pousada
- Camping
- Albergue/hostel

#### COMO SE DEU A RESERVA DA CASA ALUGADA ?



#### FILTRE RESULTADOS POR ...

MUNICÍPIO

#### OU POR PROCEDÊNCIA ...

Estado/Provincia

#### E/ OU POR TIPO DE ACOMODACÃO ...

Tipo de acomodação esta ficam...

#### E / OU PELA ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM ...

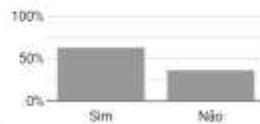
Como organizo a viagem [Res...]

Bairro em que está hospedado ?	%
1. Centro	36,83%
2. Meia Praia	10,11%
3. Armação	8,77%
4. Bombas	7,61%
5. Penequá	7,11%
6. Graatá	4,96%
7. Bombinhas	4,5%
8. Cabeçudas	3,25%
9. Praia Brava	2,83%
10. Itacolmi	2,04%
11. Praia Alegre	1,48%
12. Praia Estanislau	1,07%
13. Quatro Ilhas	0,97%
14. Canto Grande	0,88%
15. Praia Zimbrão	0,83%



### PESQUISA DEMANDA TURÍSTICA TEMPORADA 2021

#### JÁ ESTEVE NO MUNICÍPIO ANTES ?



#### E SE FOSSE A PRIMEIRA VEZ ...

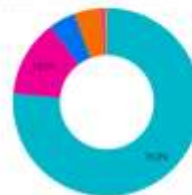
-> MARQUE "NÃO"

#### COMO FICOU CONHECENDO O MUNICÍPIO ?



- Dicas de amigos/parentes
- Internet
- Por suas atrações turísticas
- De passagem
- Outros
- Excursão
- Televisão
- Faixas
- Outdoor/folder/revistas
- outros

#### COMO ORGANIZOU A VIAGEM ?



- Por conta própria
- Consulta e internet
- Dicas de amigos/parentes
- Agência de viagens
- Outros
- Consulta de guias de informações turísticas

#### QUANTAS VEZES ESTEVE NA CIDADE ?

(RESULTADO DE MEDIANA) ...

4,0

O que mais gostou ?	%
1. Praia/mar/água do mar	53,51%
2. Tranquilidade/ sossego	8,02%
3. Paisagens/natureza	4,37%
4. Hospitalidade	4,01%
5. Infraestrutura/tudo próximo	3,11%

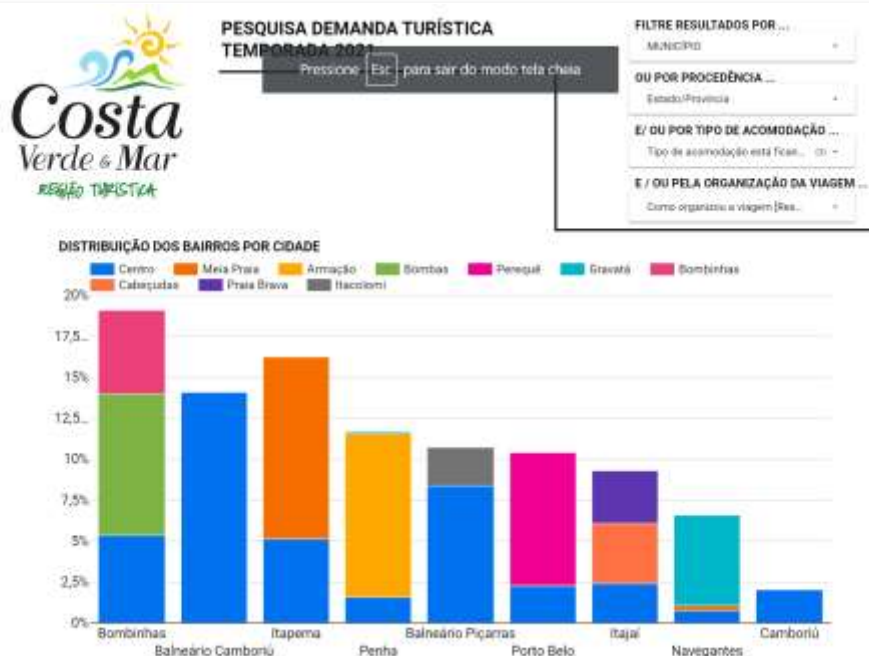
#### PRETENDE RETORNAR ?



#### RECOMENDARIA O MUNICÍPIO ?







## Informações sobre a concorrência

Tendo em vista a intangibilidade do turismo é complexo definir o que torna um destino concorrente de outro. Algumas impressões acerca do mercado e do conhecimento do nosso turista é que ele tem um alto grau de fidelidade e retorno.

Do ponto de vista da escolha do turista por um destino tem-se algumas variáveis: (1) a localização/distância a ser percorrida; (2) os acessos; (3) o preço do destino; dentre outros. Considerando essas três variáveis, acredita-se que a Região tenha vantagem competitiva, pois atende aos critérios para o público brasileiro, especialmente focado na Região Sul e Sudeste. Ainda, considerando o mercado do Mercosul, também atende aos 3 critérios, principalmente no que tange a Argentina, Paraguai e Uruguai.

Assim, pode-se afirmar os destinos que “competem” com a Costa Verde & Mar:

Florianópolis e Região;

Encantos do Sul;

São Francisco do Sul e entorno;

Serra Gaúcha e Serra Catarinense

## **Marketing Digital e a Costa Verde & Mar**

O Marketing Digital é o conjunto de atividades que uma empresa/entidade/pessoa executa online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca. Ele é uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o público de forma direta, personalizada e no momento certo.

### **Redes sociais**

Redes sociais são facilitadores de conexões sociais entre pessoas, grupos ou organizações que compartilham dos mesmos valores ou interesses, interagindo entre si. Atualmente mais de 3,8 bilhões de pessoas em todo o mundo estão conectadas ao mundo virtual.

Vantagens do MKT digital

Interatividade:

O foco está na experiência do usuário em sua jornada de compra, os consumidores podem interagir, opinar e indicar para outras pessoas apenas com alguns cliques, aumentando o engajamento com as marcas, bem como as exigências do público.

Relacionamento:

As redes sociais de relacionamento são aquelas focadas em criar um espaço para que pessoas se conectem, compartilhem experiências cotidianas e criem uma rede de amigos.

Entretenimento:

Plataformas de entretenimento também são de grande interesse do público, afinal, todos querem passar um tempo descontraído e de lazer na internet.

**Alguns números das redes sociais da Costa Verde & Mar**

## FACEBOOK

Mostrando atividade do público dos últimos 7 dias (23 de Ago de 2021 - 29 de Ago de 2021)

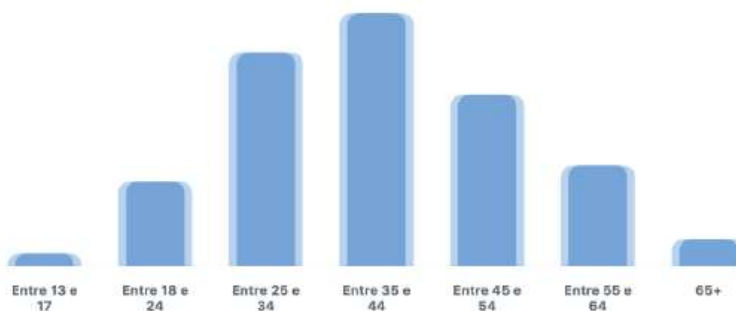
Espectadores envolvidos   Visualizações de 1 minuto   Novos seguidores   **Total de seguidores**

**30,6 mil**

Total de seguidores  
▼ -0% dos 7 dias anteriores

### Idade e gênero dos seguidores

23 de Ago de 2021 - 29 de Ago de 2021 em comparação com o período anterior.



Mostrar por:

- Idade e gênero
- Idade
- Gênero



### Públicos mais relevantes

Selecione dados demográficos para ser plot:

Faixa etária e gênero | Faixa etária | Gênero | Localização | Idioma | Cidade

Detalhamento	Espectadores assistidos +	Visualizações de 1 minuto	Total de seguidores
Entre 13 e 17	-	-	84
Entre 18 e 24	-	-	2.059
Entre 25 e 34	-	-	7.995
Entre 35 e 44	-	-	9.439
Entre 45 e 54	-	-	4.259
Entre 55 e 64	-	-	3.520
65+	-	-	909

### Públicos mais relevantes

Selecione dados demográficos para ser plot:

Faixa etária e gênero | Faixa etária | Gênero | Localização | Idioma | Cidade

Detalhamento	Espectadores assistidos +	Visualizações de 1 minuto	Total de seguidores
Mulheres	-	-	19.855
Homens	-	-	10.588





## Públicos mais relevantes

Escolher dados demográficos para ver por:

Faixa etária e gênero Faixa etária Gênero Localização Idioma Cidade

Detalhamento	Total de seguidores ↓
Curitiba, PR	833
Balneário Camboriú, SC	734
Itajaí, SC	687
Bombinhas, SC	683
Blumenau, SC	599
Rio de Janeiro, RJ	578
São Paulo, SP	544
Itapema, SC	520
Joinville, SC	441
Porto Alegre, RS	401
Navegantes, SC	369
Balneário Piçarras, SC	366
Florianópolis, SC	306
Caxias do Sul, RS	301
Porto Belo, SC	285
Penha, SC	264





Assunção, Paraguai	263
Brusque, SC	245
Manaus, AM	244
Campo Grande, MS	209
Jaraguá do Sul, SC	191
Camboriú, SC	167
Fortaleza, CE	162
Ciudad del Este, Paraguai	151
Luz Alves, SC	142
Londrina, PR	140
Belo Horizonte, MG	139
Novo Hamburgo, RS	133
Brasília, DF	129
Pesso Fundo, RS	127
Ponta Grossa, PR	125
Maringá, PR	125
Salvador, BA	122





Chapecó, SC	116
Timbó, SC	115
Recife, PE	112
Cacavel, PR	111
Gravatal, RS	107
Canoas, RS	104
Cuiabá, MT	103
Rio do Sul, SC	103
São José, SC	102
São Leopoldo, RS	101
Foz do Iguaçu, PR	100

## INSTAGRAM

Mostrando atividade do público dos últimos 7 dias (23 de Ago de 2021 - 29 de Ago de 2021)

**3,3 mil**

Total de seguidores

▲ 4 dos 7 dias anteriores

### Idade e gênero dos seus seguidores

As métricas são estimadas.

47% Homens

53% Mull

35% Homens  
29% Mulheres

37% Homens  
40% Mulheres

0% Homens  
0% Mulheres

8% Homens  
7% Mulheres

13% Homens  
15% Mulheres

4% Homens  
4% Mulheres

1% Homens  
1% Mulheres

Entre 13 e  
17

Entre 18 e  
24

Entre 25 e  
34

Entre 35 e  
44

Entre 45 e  
54

Entre 55 e  
64

65+

Mostrar por:

Idade e gênero

Idade

Gênero





A Região Turística possui contas nas seguintes redes sociais: Instagram, Facebook e Youtube.

## 2. ESPECIFICAÇÕES DA CAMPANHA DE MARKETING DIGITAL

### Objetivos da campanha:

A Costa Verde & Mar possui três objetivos principais para a campanha de marketing digital:

- Promover a região turística (e seus municípios) nos principais núcleos emissores de turistas contribuindo para a decisão de escolha pela Região nos seus momentos de lazer;
- Despertar o desejo de querer estar nos municípios da região;
- Ampliar o número de visitantes da Região;

## MATERIAIS/PRODUTOS DISPONIBILIZADOS PARA A CAMPANHA

Para subsidiar a prestação de serviços, o CITMAR irá disponibilizar os seguintes materiais turísticos institucionais:

### Mini vídeos turísticos institucionais (curta duração)

Abrangência: todos os 9 municípios do CITMAR.

Quantidade: 6 (seis) mini vídeos de curta duração (15" a 30").

Formatos para stories e feed das redes sociais (youtube, instagram e facebook) e em .mpeg 4 ou similar em alta e média resolução.



Segmentação dos 6 (seis) mini vídeos:

- **ecoturismo** (mostrando: observação de aves, trilhas, mirantes naturais);
- **cicloturismo** (mostrando o circuito com cicloturistas em duplas e sozinhos);
- **náutico** (mostrando esportes náuticos, estrutura náutica, marinas);
- **aventura** (mostrando voo, escalada, rapel, skate, mergulho);
- **cultura** (mostrando pesca artesanal, tainha, oficinas de cerâmica, museus, gastronomia típica);
- **infraestrutura** (mostrando acessos, como chegar, gastronomia temática e variada, segurança pública, protocolos, saúde)

### **VÍDEO TURÍSTICO INSTITUCIONAL**

Abrangência: todos os 9 municípios do CITMAR

Técnica de vídeo: tipo B-roll (rolo B)

Quantidade: 1 (um) vídeo institucional

Tempo: mínimo de 2'30" (dois minutos e trinta segundo) e máximo de 3' (três minutos)

Formato .mpeg 4 ou similar em alta e média resolução.

### **BANCO DE IMAGENS**

Serão fornecidas aproximadamente 90 imagens em alta resolução dos atrativos dos municípios, nas seguintes temáticas: ecoturismo; cicloturismo; náutico; aventura; cultura; infraestrutura.

### **DURAÇÃO/CRONOGRAMA DA CAMPANHA:**

A campanha terá duração de 4 (quatro) meses com início previsto para meados de outubro de 2021 até meados de fevereiro de 2022.

Observação: Em razão do estado de calamidade pela pandemia de Covid-19, essa campanha poderá sofrer alterações no seu cronograma original.

### **DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS A SEREM PRESTADOS**

Os serviços a serem prestados pela vencedora do certame estão divididos em dois itens:

- 1) Criação, Desenvolvimento, Gerenciamento e Mensuração da Campanha de Marketing Digital; e
- 2) Administração da Campanha de Marketing Digital quanto ao tráfego pago/anúncios patrocinados.

### Item 1) Criação, Desenvolvimento, Gerenciamento e Mensuração da Campanha de Marketing Digital

Deverá englobar os seguintes serviços (mínimos):

- Apresentar o plano de ação/trabalho da campanha global;
- Criação e desenvolvimento da identidade visual da Campanha com layouts pré-definidos, conforme as especificidades de cada rede social. Para o instagram: formato em imagem e capa para os vídeos em formato Reels e IGTV. Para o Facebook: capa em carrossel, mostrando os municípios da região (9 destinos); Para o Google: Postagem com imagens/vídeos dos 9 municípios; Para o Youtube: Capa para os vídeos.
- Criação, edição e finalização dos layouts dos posts da campanha nas diferentes redes sociais;
- Definição de no mínimo 10 hashtags segmentadas;
- Otimização das postagens com conteúdo para redirecionamento no blog/site da Costa Verde & Mar;
- A empresa vencedora do certame deverá programar as postagens de forma semanal e apresentá-las com antecedência mínima de 5 dias para a aprovação do CITMAR;
- Previsão de alteração de capa e avatar mensal das redes sociais;
- Planejamento e produção dos textos;
- Monitoramento do engajamento;
- Mensuração dos resultados mensais;
- Apresentação de relatórios mensais com todos os resultados obtidos;
- Explicação/participação e apresentação dos resultados mensais em reuniões do colegiado de secretários municipais de turismo da AMFRI;
- O quadro a seguir mostra as quantidades mínimas de publicações inéditas que a empresa vencedora do certame deverá produzir para a campanha.

## Planejamento e Cronograma de Postagens (Mínimas)

O quadro abaixo mostra a quantidade mínima de postagens (feed e stories) a serem publicadas em cada uma das redes sociais (Facebook, Instagram, Google e Youtube) considerando a duração de 4 meses de campanha, divididos em 4 semanas por mês.

	Mês 01				Mês 02				Mês 03				Mês 04			
	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04	Semana 01	Semana 02	Semana 03	Semana 04
Instagram	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35
Facebook	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35	Feed: 7 Stories: 35
Google	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7	Feed: 7
Youtube	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3	Videos: 3

A empresa vencedora do certame deverá programar as postagens de forma semanal e apresentá-las com antecedência mínima de 5 dias para a aprovação do CITMAR.

## **Item 2) Administração da Campanha de Marketing Digital quanto ao tráfego pago/anúncios patrocinados**

Para impulsionar a campanha digital e ganhar mais força perante os turistas potenciais, o CITMAR deseja destinar uma verba específica para o pagamento de tráfego pago ou, como mais comumente conhecido, os anúncios patrocinados.

Isso significa dizer que a empresa vencedora do certame deverá adquirir perante as plataformas Instagram Ads, Facebook Ads, Youtube Ads e Google Ads um montante total de **R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais)** que serão utilizados no decorrer dos quatro meses da duração da campanha.

A comprovação da utilização da verba destinada ao tráfego pago dar-se-á pela emissão de boletos pagos diretamente pela empresa vencedora do certame às plataformas (Instagram Ads, Facebook Ads, Youtube Ads e Google Ads) em nome da Costa Verde & Mar.

Além da comprovação acima mencionada, a empresa vencedora deverá apresentar todos os relatórios comprobatórios de utilização dos recursos disponibilizados.

O CITMAR fará o pagamento do tráfego pago de maneira mensal sempre após a sua utilização, juntamente com o pagamento da prestação do serviço.

### **Quanto às demais especificidades da prestação de serviços**

Deverá englobar os seguintes serviços (mínimos):

- A estruturação das campanhas em cada uma das redes sociais é de responsabilidade da empresa vencedora do certame;
- Caberá à empresa vencedora do certame a responsabilidade de obter mais imagens, vídeos e outros materiais que entender necessário, caso não julgue a quantidade disponibilizada pelo CITMAR suficiente, sem ônus para o CITMAR.

- É de responsabilidade da empresa vencedora cumprir todos os requisitos legais e obrigatórios de cada uma das redes sociais, isentando o CITMAR de responsabilização;
- Cabe à empresa vencedora aplicar a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD e a Lei do Direito Autoral (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.) às publicações a serem feitas, isentando o CITMAR de responsabilização;
- O planejamento e a execução das campanhas de anúncios patrocinados (tráfego pago) no Facebook, Instagram, Google e Youtube Ads. deverão ser executadas em *blackposts* para que não haja confronto com a produção orgânica em andamento das redes sociais da Costa Verde & Mar;
- A empresa vencedora do certame deverá criar partições quando, e se, necessário, para que as ações da campanha não interfiram no atual trabalho orgânico realizado nos canais da Costa Verde & Mar. Isso inclui uma Conta de Anúncios no Facebook, uma conta de Anúncios do Google Ads e painéis de gerenciamento dedicados;
- Facebook Ads: Criação de uma conta de anúncios pela licitante, que será vinculada com os perfis (Facebook e Instagram) da Costa Verde & Mar. Ao longo da vigência do contrato de prestação de serviços, a Conta de Anúncios ficará atrelada ao Gerenciador de Negócios da empresa contratada. Ao final do contrato, a Costa Verde & Mar poderá solicitar a transferência da Conta de Anúncios para outro gerenciador.
- Google Ads: Criação de uma Conta de Google Ads relacionada a um e-mail do Gmail da Costa Verde & Mar, na qual será adicionada a empresa licitante com autoridade de administrador. Após o término do contrato a Costa Verde & Mar poderá excluir a conta criada.
- Após o término do contrato todos os logins, senhas e demais códigos de acesso, deverão ser fornecidos ao CITMAR e a empresa vencedora do certame não fará mais nenhuma intervenção.

## Cronograma de Desembolso/Pagamento



O CITMAR fará os desembolsos em 4 (quatro) parcelas de igual valor para o item 1) Criação, Desenvolvimento, Gerenciamento e Mensuração da Campanha de Marketing Digital.

Para o desembolso dos pagamentos do item 2) Administração da Campanha de Marketing Digital quanto ao tráfego pago/anúncios patrocinados o licitante deverá apresentar as comprovações de pagamentos (boletos) pagos e relatórios de utilização dos recursos.

Os pagamentos serão efetuados através de transferência bancária em até 10 (dez) dias após emissão da nota fiscal e entrega dos produtos/relatórios comprobatórios, com o devido aceite do CITMAR.

**a)** Não será aceito boleto bancário para pagamento.

**b)** Não haverá em hipótese algum, pagamento antecipado.

Os preços propostos serão fixos e irremovíveis e devem contemplar todos os custos, como transporte até os locais de destino, mão de obra agregada, todos os boletos gerados nas plataformas (instagram, google, facebook e youtube) todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais e eventuais isenções), leis sociais, administração, lucros e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste **Termo de Referência**.

### ORÇAMENTO ESTIMATIVO

Item	Descrição do material/serviço	Valor total estimado
01	<b>Item 1)</b> Criação, Desenvolvimento, Gerenciamento e Mensuração da Campanha de Marketing Digital.	R\$
02	<b>Item 2)</b> Administração da Campanha de Marketing Digital quanto ao tráfego pago/anúncios patrocinados.	R\$ 80.000,00
-	Total:	