



CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE TURISMO COSTA VERDE E MAR - CITMAR

PARECER JURÍDICO E TÉCNICO Nº 02/2023

Processo Administrativo nº 01/2021

Modalidade: Termo de Fomento (Lei Nº 13.019/2014)

Prestação de ações e contas do TERMO DE FOMENTO Nº 01/2021 e Processo Administrativo nº 01/2021 com o Balneário Camboriú Convention & Visitors Bureau.

1. RELATÓRIO

Considerado o Termo de Fomento nº 001/2021 firmado entre o CITMAR e o BC Convention & Visitors Bureau;

Considerado a aprovação da contratação do objeto e seus objetivos específicos junto ao comitê de planejamento, colegiado de Secretários de Turismo e também à assembleia geral de prefeitos;

Considerado a importância e relevância do projeto Visite BC e Costa Verde & Mar para o desenvolvimento do turismo regional;

Diante dos considerandos, vimos expressar que, no que concerne aos objetivos específicos do presente termo, tem-se que:

a) **Capacitar operadores e agentes de viagens para conhecer a região Costa Verde & Mar.**

Esse objetivo foi devidamente alcançado tendo como resultado todas as etapas de capacitação realizadas, tanto on-line quanto presencial, feita para ou nos principais polos emissores de turistas. Os inúmeros eventos realizados foram dotados de profissionalismo no que se refere à organização dos eventos em si, dos locais escolhidos, da qualidade dos profissionais convidados a participar. Outro aspecto a se ressaltar é a possibilidade de capacitar os agentes e operadores a respeito dos atrativos, roteiros turísticos integrados, novidades da região, bem como apresentar os vídeos (segmentados ou não) da Costa Verde e Mar.

b) **Intensificar a divulgação da região e seus atrativos nas rodadas de negócios de lazer e eventos.**

Esse objetivo foi devidamente cumprido pois é possível comprovar que as rodadas de negócios aconteceram (conforme prestação de contas) bem como pela presença de membros do colegiado de secretários de turismo e da própria diretoria executiva do CITMAR. O formato das rodadas de negócios feitas pelo BC Convention & Visitors Bureau possibilitou aproximar





a região turística dos operadores, agentes de viagens e demais membros do trade tanto no segmento de lazer (atrativos naturais, culturais e artificiais), bem como do segmento de eventos (espaços de eventos, hotelaria, etc).

c) Contribuir para a captação de eventos de lazer e negócios.

Inicialmente, esse objetivo foi pensado como sendo um jantar de relacionamento. No entanto, visando atingir com mais êxito e maior taxa de sucesso, tal objetivo foi alterado para a realização de um evento MICE de maior amplitude. Esse objetivo específico pode ser comprovado pela realização do Fórum MICE, cuja sigla em inglês significa: *Incentive, Congress e Events*, abrange o turismo de reuniões, viagens de incentivo, congressos e eventos. O evento denominado: Turismo Mice gerando oportunidades e Conexões, foi realizado no dia 25 de agosto de 2022 na sede do Expocentro Julio Tedesco em Balneário Camboriú, o mais novo, moderno centro de eventos da região. Contou com experientes palestrantes e cerca de 150 pessoas compareceram ao evento. Teve por objetivo central, capacitar os convidados ao novo momento que vive a região e cidade com a inauguração do Expocentro e como se preparar para atender ao público de eventos, bem como captar um evento. A alteração foi salutar para o público presente no evento, uma vez que possibilitou sua capacitação sobre a nova realidade do mercado de eventos, bem como para a captação de futuros eventos para a região, na medida em que trouxe convidados importantes e de renome para conhecer o novo espaço de eventos que atenderá toda a região.

d) Fomentar a economia do destino e consequentemente dos setores turísticos e comércio.

A comprovação desse objetivo específico é de caráter indireto, ou seja, pode ser comprovado pelos números da economia regional nos diferentes índices da economia. Um desses índices é a taxa de ocupação hoteleira durante o ano de 2022, que demonstra um significativo aumento na ocupação. Os resultados divulgados pelo Convention Bureau sobre a média da ocupação mostram que a cidade obteve o melhor índice dos últimos seis anos (média anual de 68,19% em 2022, seguido por 61,86% em 2018, 59,71% em 2017, 55,29% em 2019, 50,73% em 2021 e 37% em 2020). Ademais, os dados do Observatório da FIESC (<https://observatorio.fiesc.com.br/indicadores>) mostram que se considerarmos os empregos gerados no mês de novembro de 2022 pelo setor de serviços, vimos um exponencial aumento de vagas proporcionado pelo setor de serviços (incluindo o comércio). Santa Catarina teve saldo de 4.239 vagas formais no mês de novembro. No acumulado do ano o saldo é de 129.420 vagas formais no estado.

e) Estimular a divulgação na mídia da região em veículos nacional e internacional, de forma orgânica e espontânea.

Esse objetivo pode ser comprovado pela realização dos Press Trip de número 1, realizado no mês de novembro de 2021 com a participação de 5 veículos de imprensa/influencers digitais (Jornal do Comercio, Gáucha Zero Hora, Mercado & Eventos, Eu vou na janela e Márcio no Mundo). Todos os veículos e influencers estiveram na região e percorreram os atrativos e destinos da Costa Verde & Mar, com acompanhamento/guiamento dos técnicos das prefeituras/consórcio. Ao total foram geradas cerca de 440 publicações tanto no decorrer do press trip, quanto nos meses seguintes à vinda. Já em 2022, o segundo press trip foi realizado, entre os dias 07 a 11 de março com 4 influencers digitais/canais nas mídias sociais:





@essemundoenosso, @junioreomundo, @numpulo, @cesarporai. No total, tais influenciencers possuem mais de 620 mil seguidores. Tal como o primeiro, esse press trip visitou vários atrativos da região. Adicionalmente, percebe-se que os resultados apresentados pela assessoria de comunicação contratada para aumentar o número de seguidores nas redes sócias superou a expectativa inicial. Ao longo dos meses, foram criados 241 posts no Face e no Instagram (duplicado) e nos stories e 14 campanhas patrocinadas. Foram mais de 2,4 milhões de pessoas impactadas com o conteúdo gerado, mais de 143 mil pessoas engajadas e um aumento de 8.700% de aumento em relação ao período anterior ao uso das ferramentas. Em relação ao objetivo de conquistar novos seguidores, os resultados mostram que foi possível adicionar 1.688 novas curtidas no facebook e 1.673 novos seguidores no instagram, aumentos de 39,3% e 1,5mil % respectivamente. Já os resultados do tráfego pago (campanhas), com um investimento de R\$ 5.486,85, foi possível chegar a esses resultados: 2.168.270 pessoas alcançadas; 716.589 pessoas engajadas, R\$ 2,53 foi o custo por mil pessoas alcançadas e R\$ 0,007 custo por ação. Esses dados revelam os excelentes resultados atingidos nas ações de comunicação e gerenciamento das redes sociais.

2. CONCLUSÃO

Diante do documento apresentado, bem como da análise da prestação de contas e ainda, pelo acompanhamento das ações *in loco*, tanto a assessoria jurídica, quanto a diretoria executiva mostram-se favoráveis à aprovação do relatório, sem ressalvas.

Itajaí (SC), 14 de fevereiro de 2023.


IASSANA CESCO REBELO
OAB/SC 33.596
Assessora Jurídica


VIVIAN MENGARDA FLORIANI
Diretora Executiva

