



***Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo  
e da Economia Criativa: Circuito do Diamante da Chapada  
Diamantina – BA  
2013 / 2016***

Chapada Diamantina, setembro de 2012.



Copyright© 2012, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

Rua Horácio César, 64 – Dois de Julho

Salvador – Bahia CEP 40060-350

[www.ba.sebrae.com.br](http://www.ba.sebrae.com.br)

**Central de Relacionamento Sebrae: 0800 570 0800**

Proibida a reprodução total ou parcial, por quaisquer meios,  
sem autorização do Sebrae Bahia. Permitida a transcrição, desde que citada à fonte.

**Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**

João Martins da Silva Júnior

**Diretor Superintendente**

Edival Passos Souza

**Diretor Técnico**

Lauro Alberto Chaves Ramos

**Diretor Administrativo e Financeiro**

Luiz Henrique Mendonça Barreto

**Unidade Regional Irecê**

Paulo Andrade – Coordenador Regional

**Equipe Técnica**

Magno Calazans Trindade

**Consultoria DAVENTURA**

Carolina Chagas

Tiago Antônio de Aragão Campello Valois Mendez

Tiago Rodrigues Mendes

**Revisão de Ortografia e Linguagem**

DAVENTURA

*“O otimismo é, e deve ser o ânimo dos que combatem e aspiram ao bem comum.”*

*AFRÂNIO PEIXOTO*

**SUMÁRIO**

1.	APRESENTAÇÃO -----	5
2.	METODOLOGIA -----	6
3.	DIAGNÓSTICO -----	8
4.	PLANO ESTRATEGICO -----	13
5.	PRINCÍPIOS E VALORES -----	13
6.	VISÃO DE FUTURO -----	14
7.	SEGMENTAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA -----	14
8.	EIXOS TEMÁTICOS -----	15
9.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS -----	16
10.	PROGRAMAS E PROJETOS -----	17
11.	AGENDA -----	25
12.	PARCEIROS/RESPONSÁVEIS CITADOS -----	26
13.	PROJETOS PRIORIZADOS -----	29
14.	PREMISSAS PARA O SUCESSO -----	42

## **1. APRESENTAÇÃO**

O presente documento tem como objetivo desenvolver um Planejamento Estratégico participativo e integrado do Circuito do Diamante da Chapada Diamantina para o quadriênio 2013-2016, envolvendo os municípios de Andaraí, Ibicoara, Iraquara, Itaeté, Lençóis, Palmeiras, Mucugê, Nova Redenção e Seabra.

Foi demandado devido à necessidade de se pensar o futuro do turismo do destino de uma forma mais integrada, pois diversos trabalhos estavam sendo feitos de forma isolada nos municípios, mas com pouca integração.

A falta de uma estratégia única e a pouca articulação entre as cidades vem provocando sobreposições de trabalhos e conseqüentemente enfraquecimento das ações empreendidas. Além disso, esta dinâmica causa também a desigualdade de desenvolvimento do turismo e da economia criativa entre as cidades, isto é, umas recebem mais investimentos e projetos que as outras.

É fato que a participação dos atores dos municípios influencia nos benefícios trazidos pelo Plano, pois é o ponto de vista dos atores locais que é colocado como norteador das ações. Por isso o trabalho foi construído de forma participativa visando representar ao máximo as necessidades das cidades e, principalmente, do destino como um todo para o desenvolvimento integrado e sustentável do Circuito do Diamante da Chapada Diamantina.

## **2. METODOLOGIA**

A metodologia aplicada foi adaptada do Programa SEBRAE de Promoção do Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável – DLIS e a sua principal característica é o planejamento participativo. Todas as etapas do processo foram construídas e validadas através de entrevistas e oficinas com os atores do turismo (empresários, representantes de classe, associações, ONGs, poder público e entidades parceiras dos municípios de Lençóis, Palmeiras, Andaraí, Mucugê e Ibicoara).

O desenvolvimento do Plano foi feito através das seguintes fases:

### **2.1. ETAPAS DO TRABALHO**

#### **a) Diagnóstico participativo local**

Realizado através de encontros com grupos organizados, levantamento de ações das Instituições atuantes no destino e opiniões dos atores sobre a atual situação do turismo no destino e especificamente nas cidades envolvidas.

#### **b) Visão de futuro e Plano de desenvolvimento local**

Através de oficinas com os atores do turismo foi levantada e chancelada a visão de futuro, isto é, onde o destino deseja chegar. Além disso, também foram determinados em conjunto o macro objetivo, princípios, valores e objetivos específicos.

#### **c) Elaboração de Agenda de desenvolvimento local (2013/2015)**

A agenda é o plano de ação originado do Plano. Nela contem os projetos apontados pelos atores locais como importantes para o desenvolvimento integrado do turismo, bem como os responsáveis pelos projetos compromissados.

## **2.2. O PACTO**

Um dos principais diferenciais do trabalho é o estabelecimento do Pacto que será a assinatura por parte dos envolvidos como responsáveis nos projetos apontados que se comprometerá em realizar no período determinado.

Além disso, inicialmente, as prefeituras das cidades de Lençóis, Palmeiras, Andaraí, Mucugê e Ibicoara assinaram um termo de cooperação com o SEBRAE comprometendo recurso que será destinado para o desenvolvimento das ações propostas.

O pacto visa então dar um passo além da simples confecção do Plano. Visa estabelecer o comprometimento dos responsáveis para que as ações apontadas como necessárias para o turismo de fato sejam executadas.

**Sendo assim, esta metodologia visa:**

---

a) Oferecer uma visão realista do turismo atualmente.

---

b) Definir estrategicamente o posicionamento turístico do destino.

---

c) Deliberar sobre o futuro do turismo no destino e reduzir a superposição de atividades.

---

d) Criar um pensamento unificado sobre o futuro e um único entendimento sobre as necessidades e estratégias para o desenvolvimento.

---

e) Evitar o turismo massivo e desordenado que causa impactos negativos.

---

f) Definir o papel de cada ator do turismo.

---

g) Gerar comprometimento e responsabilidade entre os atores do turismo.

---

h) Facilitar a execução e acompanhamento das ações acordadas.

---

i) Estabelecer e comunicar prioridades de ações.

---

j) Tornar os objetivos desejados em reais.

---

### **3. DIAGNÓSTICO**

O propósito deste capítulo é conhecer o turismo atual na região. Como os atores entendem a atividade e se organizam nas cidades e região, como está a estrutura básica e de apoio ao turismo, analisar qualitativamente os equipamentos e serviços, as estratégias, projetos e políticas públicas existentes nas esferas governamentais e a maturidade empresarial é fundamental para que se construa um trabalho sólido, que retrate a real necessidade e que represente o desenvolvimento de forma sustentável da região.

#### **3.1. DESTINO TURÍSTICO: CHAPADA DIAMANTINA**

O turismo na Chapada Diamantina começou a ser explorado por pessoas interessadas em se aventurar por locais pouco habitados, sem estrutura e de difícil acesso. Na sequência, com a criação do Parque e a proibição da exploração de atividades garimpeiras, muitas pessoas começaram a se envolver com a atividade turística, buscando uma nova forma de sustento na região.

Paralelo a isso, começou a crescer o interesse de mais pessoas pelas práticas de ecoturismo e de turismo de aventura o que despertou o investimento de micro empresários, aumentando assim a estrutura disponível nas cidades. Hoje, o turismo na Chapada Diamantina deixou de ser exclusivo de aventureiros, passando a atrair um público mais exigente que precisa usufruir da estrutura de boas hospedagens, restaurantes, apoio receptivo, dentre outros.

Tendo isso em vista, o Ministério do Turismo definiu Lençóis como destino referência em turismo de aventura visando o fortalecimento da cadeia produtiva e instituições relacionadas com o segmento.

Com relação à competitividade, Lençóis aumentou o seu índice geral de 48,3 pontos (2010) para 50,9 pontos (2011), expressado especialmente pela melhoria nas dimensões de Infraestrutura geral, Serviços e equipamentos turísticos, Marketing e promoção do destino, Cooperação regional, Monitoramento, Aspectos sociais e Aspectos ambientais.

Este índice é especificamente em Lençóis e, mesmo não abrangendo as demais cidades, representa informações importantes para se conhecer o destino. Além de colocar o destino nacionalmente em evidência analisa-o sob o ponto de vista das dimensões de competitividade.

Hoje a Chapada Diamantina como um todo é um destino já conhecido nacionalmente e cultiva a imagem de paisagens extraordinárias, um local conservado onde a integração do homem com a natureza acontece de forma harmônica e proporciona experiências inesquecíveis.



### **3.2. ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Chapada Diamantina apresenta uma variada gama de atrativos histórico-culturais e, especialmente, atrativos naturais. Em relação aos atrativos naturais, a região apresenta um dos mais belos conjuntos de cachoeiras do Brasil, um imenso acervo arqueológico de grande beleza cênica e importância científica e espetaculares formações rochosas, morros, vales e chapadões. Estes atrativos são visitados das mais variadas formas, através de caminhadas, mountain bike, técnicas verticais, observação de aves, dentre outros operados pelas agências de receptivo locais e condutores de visitantes.

Dentre os atrativos naturais mais citados pelos atores locais do turismo e da economia criativa, em oficinas realizadas para este trabalho, estão a Cachoeira da Fumaça, Morro do Pai Inácio, Ribeirão do Meio, Mucugezinho, Serrano, Morrão, Vale do Paty, Gruta da Torrinha, Poço Encantado, Poço Azul, Cachoeira do Buracão, Cânion da Fumacinha, Vila de Igatu, Gruta da Pratinha e Projeto Sempre Viva.

Alguns aspectos relacionados aos atrativos foram analisados pelos atores locais:

Em relação à **facilidade de acesso** aos atrativos naturais, de uma forma em geral, a maioria dos atores locais entendem que ainda é ruim ou péssimo (54%), existindo problemas como estradas de má qualidade, falta de sinalização e a própria localização geográfica dificulta o acesso aos atrativos naturais.

Em relação à **segurança oferecida para o visitante**, 31% considera boa ou ótima, sendo que foi citado especialmente a qualificação e certificação das empresas de receptivo em sistema de gestão da segurança para atividades de turismo de aventura e a existência de brigadas, corpo de bombeiros e outras entidades que apoiam neste quesito. Por outro lado, 39% considera ruim ou péssimo, pois não existe nenhum planejamento pela maior parte dos atrativos e Unidades de Conservação, falta monitoramento da entrada e saída de turistas, falta hospitais/postos de saúde apropriados, falta postos policiais na maioria dos lugares e condutores de um modo em geral, são pouco preparados em casos de emergência.

Já em se tratando de **serviços agregados ao atrativo**, como alimentação, artesanato e produção cultural 77% considera regular, ruim ou péssimo. É nítida a falta de aproveitamento, desenvolvimento e exposição do artesanato local, salvando-se algumas exceções. Foram feitas críticas com relação a este quesito, sendo a principal a falta de uma identidade em alguns produtos e a venda de artesanato de outros lugares. Além disso, foi apontada também a falta de estrutura e qualificação com relação a alimentos e bebidas nestes atrativos.

Apesar dos problemas relatados como dificuldade de acesso, estrutura, qualificação e correta divulgação dos atrativos, os atores locais consideram ótimo e bom (61%) o aproveitamento dos atrativos para o

turismo. Relataram, porém, que alguns atrativos estão bem aproveitados, mas existem outros que o aproveitamento ainda é incipiente.

Os atrativos histórico-culturais, também muito ricos, ainda são pouco trabalhados para agregar valor à visita do turista, especialmente no que diz respeito à história e às manifestações culturais. Os principais citados são edificações e história do garimpo, cemitério bizantino, comunidades quilombolas (ainda pouco aproveitados pelo mercado), cultura hippie e exotérica, patrimônio arquitetônico e filarmônicas.

Os eventos foram bastante citados como Festival de Lençóis, Festival de Jazz, Festival Gastronômico, Reisados, São João, Brasil Ride, Festival de Corais, Festival de Chorinho, dentre outros. De um modo em geral, considera-se que estes eventos são bem aproveitados pelo turismo (63%). A maior parte dos atores locais considera ótimo e bom (91%) os serviços agregados aos eventos como alimentação, artesanato etc.

Porém, percebe-se a necessidade de um melhor aproveitamento das manifestações tradicionais como festas de padroeiras, folclore, história e cultura do garimpo, além do artesanato, como dito acima, que precisa ser melhor trabalhado.

### **3.3. SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS**

Com relação aos **meios de hospedagem** percebeu-se que a oferta é bastante heterogênea entre as cidades, isto é, algumas possuem uma boa oferta quantitativa e outras ainda está em fase inicial. As cidades que apresentam maior oferta são Lençóis, Palmeiras e Mucugê.

Lençóis possui uma diversidade grande de tipos de hospedagens, desde acampamentos e albergues, a pousadas a hotéis. Inclusive possui um dos únicos seis empreendimentos de hospedagem da Bahia participantes do Roteiro de Charme, o que dá um importante destaque ao destino tendo em vista a credibilidade e visibilidade do programa. Além de dois empreendimentos pioneiros com certificação em Sistema de Gestão da Sustentabilidade.

Palmeiras, em especial o Vale do Capão já possui uma variada oferta que atrai não apenas mais o perfil mochileiro, mas também pessoas que valorizam conforto e procuram os meios de hospedagem como forma de relaxamento e descanso. Porém, em alta estação ou eventos, alguns locais como o Vale do Capão não comportam quantitativamente a demanda por hospedagem.

Mucugê é formada por pousadas charmosas e aconchegantes e um hotel responsáveis por absorver pequenos eventos de cerca de 500 pessoas.

Foi apontado como ponto positivo o valor cobrado ao turista sendo considerado compatível com o serviço oferecido por cada tipo de empreendimento. Outro ponto positivo foi a diversidade de tipos de hospedagem apresentada pelo destino. Como principais pontos negativos, a falta de qualificação da mão de obra e pouco empreendedorismo e investimento no setor especialmente nas cidades como Andaraí e Ibicoara.

Com relação aos **meios de alimentação** (bares, lanchonetes e restaurantes) percebe-se a mesma heterogeneidade. Em algumas cidades, oferta variada e em outras, oferta ainda pequena. Esta realidade constatada está diretamente ligada ao fluxo turístico que cada cidade apresenta.

A gastronomia já se apresenta bem trabalhada com pratos que aproveitam os recursos e costumes culinários locais de forma diversificada e inovadora. Inclusive, a região apresenta o festival gastronômico que estimula o empreendedorismo e inovação dos empreendimentos locais.

Pontuou-se a dificuldade de contratação de mão de obra qualificada e falta de associativismo, empreendedorismo e investimento no setor. Além disso, foi relatada a falta desse serviço qualificado nas comunidades rurais e próximo aos atrativos.

Com relação ao **receptivo**, 61% dos atores participantes da oficina consideraram ótimo ou bom. Constatou-se empresas qualificadas e certificadas em segurança para atividades de aventura pela ABNT INMETRO em algumas cidades, especialmente em Lençóis e Mucugê. Estas acabam atendendo toda a região. As demais cidades são representadas pelas associações de condutores que atendem a demanda.

Os pontos de melhoria do receptivo foram a falta fiscalização com relação aos receptivos não oficiais, a faltam de empresas de receptivos em algumas cidades, a necessidade de melhor qualificação e equipamentos das associações de condutores de visitantes e a necessidade de medidas implementadas para que o turista se sinta seguro.

Os **espaços para eventos** geradores de fluxo turístico são absorvidos pelos hotéis, pois praticamente não existem locais fechados para eventos de plenária, o que prejudica a atração de eventos de maior porte, ficando limitado à capacidade desses espaços.

### **3.4. SINALIZAÇÃO E INFORMAÇÃO TURÍSTICA**

A **sinalização turística** foi analisada majoritariamente como regular e ruim. De um modo em geral, a sinalização para o turista se locomover dentro das cidades é insatisfatória, praticamente não há sinalização indicativa de acesso aos atrativos. Existe um comportamento por parte de alguns condutores de serem contrários à colocação de placas indicativas de acesso aos atrativos pois acreditam que isto poderá excluir a necessidade do turista de contratar um condutor. É necessário desmistificar este assunto, pois o condutor possui e deve possuir muitos mais atributos do que apenas indicar o caminho que reforça a necessidade do turista contrata-lo, aspectos como segurança e informações que agregam valor à visita são alguns dos diferenciais que o turista terá ao contratar este serviço.

A sinalização turística do destino, entre as cidades, é satisfatória. Porém, nos atrativos, poucas são as sinalizações interpretativas que estimulam a experiência e o conhecimento do turista. Além disso, os portais de entrada das cidades quando existem são considerados pouco atraentes.

Com relação à **informação prestada ao turista**, na maior parte das cidades estas são prestadas nas empresas de receptivo. Existe material promocional integrado, mas considera-se que este não é bem distribuído nas cidades. Com relação à internet, considera-se que o portal institucional na internet ([www.chapada.org](http://www.chapada.org)) precisa representar melhor o destino como um todo.

### **3.5. ACESSO**

O acesso **aéreo** é considerado hoje razoável com a existência dos voos regulares entre Salvador e Lençóis.

Com relação ao acesso **rodoviário**, a qualidade de estrada pelo principal portal de entrada – Salvador hoje é considerado bom, porém a rodovia federal já apresenta buracos na estrada. Já a oferta de linhas entre Salvador e as cidades e entre estas cidades é considerado insuficiente, o que dificulta o turista em circular pelo destino, ficando dependente de fretamentos que encarecem a viagem.

Alguns atrativos apresentam fácil acesso, apesar da existência de pouca sinalização. Já outros, pelas próprias características geográficas dificultam o acesso dos turistas.

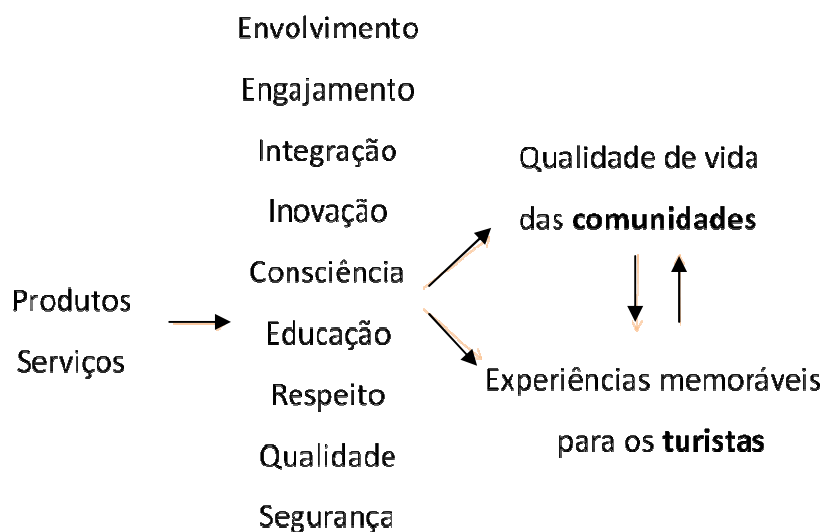
#### **4. PLANO ESTRATÉGICO - MACRO OBJETIVO**

Desenvolver o turismo e a economia criativa no **Circuito do Diamante da Chapada Diamantina** como importante atividade econômica da região, pautado na **integração, qualidade, segurança e sustentabilidade**, gerando benefícios para as **comunidades e turistas**.

#### **5. PRINCÍPIOS E VALORES**

- Integração, união e ação de interesse coletivo.
- Sustentabilidade.
- Educação, desenvolvimento e inclusão social.
- Preservação e valorização do patrimônio natural, histórico e cultural.
- Ética, segurança e qualidade.

Diante dos valores definidos ficou nítido que o destino Circuito do Diamante da Chapada Diamantina apenas se desenvolverá se for baseado na sustentabilidade, tendo como premissa benefícios para ambos os lados: a comunidade que vive no destino e o turista. Para os atores do turismo e da Economia Criativa do Circuito do Diamante da Chapada, o turismo não é apenas uma atividade econômica, focada apenas satisfazer o turista, o mercado, mas sim, uma oportunidade de valorização, envolvimento e preservação do povo, da cultura e natureza da região.



## **6. VISÃO DE FUTURO - 2016**

O destino **Circuito do Diamante da Chapada Diamantina** será referência mundial em turismo de natureza pautado na sustentabilidade.

## **7. SEGMENTOS DA OFERTA TURÍSTICA**

Foco no segmento de ecoturismo e turismo de aventura, pois os atrativos que compõe seus principais diferenciais competitivos estão relacionados com esta motivação.

Os demais segmentos devem ser trabalhados em paralelo para se ampliar os perfis de demandas, o tempo de permanência e a geração e distribuição das divisas.



O perfil de demanda de turistas desejado é:

Diversificado: terceira idade, GLBT, estudantes, esportistas, etc.

Turista mais adulto, alcançando a terceira idade.

Fisicamente apto para realizar as atividades.

Interessado também em cultura, história, gastronomia, interação com as comunidades, em busca de atividades noturnas, festas populares, estudo da fauna e flora, artesanato local.

De todos os lugares do planeta.

## **8. EIXOS TEMÁTICOS**

Os objetivos específicos, programas e projetos foram organizados nos eixos temáticos abaixo, adaptados das dimensões de competitividade do turismo do Ministério do Turismo.

O componente marketing foi destacado do turismo devido o momento de maturidade que se encontra o destino e a necessidade de atenção para esse tema.



## 9. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 
- |                       |                                                                                                                                                      |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Infraestrutura</b> | a) Oferecer facilidades de acessos ao destino e entre os municípios.<br>b) Oferecer infraestrutura básica satisfatória para a comunidade e turistas. |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
- 
- |                |                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Turismo</b> | c) Oferecer um sistema de informações e apoio turístico que atenda aos turistas e comunidade.<br>d) Oferecer serviços com excelência em qualidade no turismo.<br>e) Fomentar e diversificar os atrativos e atrações turísticas. |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
- 
- |                  |                                                                                                   |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Marketing</b> | f) Posicionar o destino no mercado mundial e aumentar o fluxo turístico nacional e internacional. |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
- 
- |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Política Pública</b> | g) Aumentar o comprometimento, investimento, qualificação e execução de ações por parte do governo em prol do turismo.<br>h) Fomentar e garantir a formalização dos empreendimentos e o atendimento à legislação.<br>i) Aumentar a integração e representatividade dos atores envolvidos com o turismo. |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
- 
- |                 |                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Economia</b> | j) Aumentar a oferta de atividades econômicas da cadeia produtiva que dão apoio e associadas ao turismo.<br>l) Aumentar a competitividade e a oportunidade para o desenvolvimento dos empreendimentos e empreendedores. |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
- 
- |                         |                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sustentabilidade</b> | m) Desenvolver o destino de forma sustentável, aumentando o bem estar e a qualidade de vida da população, garantindo a proteção e valorização do patrimônio natural, histórico e cultural. |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
-



## 10. PROGRAMAS E PROJETOS

Para cada eixo temático, foram desenvolvidos objetivos específicos e para estes, programas e projetos necessários para o desenvolvimento do turismo.

### EIXO TEMÁTICO: INFRAESTRUTURA

#### OBJETIVO ESPECÍFICO:

a) Oferecer facilidades de acessos ao destino e entre os municípios.

PROGRAMAS:	PROJETOS:
<b>1. Ampliação das formas de acesso</b>	<p>Fomento ao aumento das opções de transporte rodoviário intermunicipal.</p> <p>Melhoria das Estradas Vicinais das cidades para os povoados.</p> <p>Melhoria da Rodovia BA-142 (Vitória da Conquista/Barra da Estiva).</p> <p>Asfalto da estrada ligando Mucugê – Guiné – Palmeiras.</p> <p>Estação de transbordo na BR-242.</p> <p>Fomento ao aumento da malha aérea (vôo charter).</p> <p>Reforma e Ampliação do Terminal Rodoviário de Palmeiras.</p> <p>Criação de nova Rodoviária em Mucugê.</p> <p>Criação de nova rodoviária em Andaraí.</p> <p>Criação de nova rodoviária em Ibicoara.</p> <p>Asfaltar a Rodovia de Mucugê para Boninal (BA-245).</p> <p>Manutenção e acostamento da Rodovia BR-242.</p>

**EIXO TEMÁTICO: INFRAESTRUTURA**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

b) Oferecer infraestrutura básica satisfatória para a comunidade e turistas.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>2. Gestão dos resíduos sólidos</b>	Coleta seletiva e destinação para reciclagem. Aterros Sanitários e Usinas de Reciclagem.
<b>3. Melhoria da comunicação</b>	Ampliação e Melhoria do sistema de telefonia móvel e Internet com Banda Larga e 3G.
<b>4. Saúde pública</b>	Hospital Regional. Melhoria dos equipamentos e qualificação dos profissionais nos Postos de Saúde e hospital. Criação de novos Postos de Saúde. SAMU na região.
<b>5. Urbanização e acessibilidade</b>	Requalificação dos imóveis do Centro Histórico das cidades - PAC Cidades Históricas. Urbanização e acessibilidade das cidades.
<b>6. Segurança</b>	Implantação de sistemas de segurança pública. Guarda e Brigada Municipal.

**EIXO TEMÁTICO: TURISMO**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

c) Oferecer um sistema de informações e apoio turístico que atenda aos turistas e comunidade.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>7. Gestão da informação turística</b>	Melhoria da sinalização turística em vias secundárias. Implementação dos Centros de Atendimento aos Turistas nos municípios. Cartilhas Informativas (turista seguro e consciente).
<b>8. Segurança prestada ao turista</b>	Qualificação e equipamentos para as Associações de condutores de visitantes e Brigadas. Aeronave para busca e salvamento, prevenção e combate a incêndio.

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

d) Oferecer serviços com excelência em qualidade realizados pelos equipamentos turísticos.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>9. Qualificação profissional</b>	Capacitação/reciclagem nas ocupações do turismo. Qualificação em competências profissionais transversais (hospitalidade, inglês, informática, etc).
<b>10. Qualificação empresarial</b>	Qualificação empresarial (gestão, empreendedorismo, planejamento, finanças, qualidade, redução de desperdício, inovação e marketing, formação de preços etc). Realização de viagens de benchmarking. Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem.
<b>11. Qualificação e Certificação em sistemas de gestão de turismo</b>	Ampliação e manutenção da qualificação em turismo de aventura (ABNT NBR 15331). Ampliação e manutenção da certificação em turismo de aventura (ABNT NBR 15331). Ampliação e manutenção da qualificação em sustentabilidade para meios de hospedagem (ABNT NBR 15401). Ampliação e manutenção da certificação em sustentabilidade para meios de hospedagem (ABNT NBR 15401).

**EIXO TEMÁTICO: TURISMO**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

e) Fomentar e diversificar os atrativos e atrações turísticas.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>12. Gestão de eventos programados</b>	<p>Criação e atração de eventos no destino.</p> <p>Formatação e divulgação do calendário regional integrado de eventos.</p> <p>Construção e gestão de Centro de Convenções e eventos regional (de 1000 a 2000 pessoas).</p> <p>Construção e Gestão de Salão de Convenção e Eventos no município (até 500 pessoas).</p>
<b>13. Gestão de produtos turísticos</b>	<p>Estudo de visitação nos atrativos (análise da capacidade de carga, infraestrutura, equipamentos, segurança e intervenções).</p> <p>Interpretação do patrimônio cultural e ambiental (desenvolvimento de produtos e roteiros, sinalização interpretativa, integração dos produtos existentes etc).</p> <p>Classificação de percurso das trilhas e atrativos turísticos (ABNT NBR 15505-2).</p> <p>Regulamentação e fiscalização da visitação aos atrativos públicos e privados (instalações, serviços, segurança, taxas de resgate, critérios mínimos de visitação etc.).</p>
<b>14. Investimento nos atrativos e equipamentos turísticos</b>	<p>Acessibilidade nos atrativos turísticos.</p>

**EIXO TEMÁTICO: MARKETING**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

f) Posicionar o destino no mercado mundial e aumentar o fluxo turístico nacional e internacional.

**PROGRAMAS:**

**PROJETOS:**

**15. Estudos e pesquisas**

Plano de Marketing da Chapada Diamantina.

Pesquisa do perfil empresarial da oferta do mercado interno.

**16. Gestão da promoção e comercialização**

Participação em eventos de turismo.

Marketing digital.

Fortalecimento e continuidade de *famtour* e *presstrip*.

Eventos promocionais e de capacitação da Chapada Diamantina nos mercados-alvo.

**EIXO TEMÁTICO: POLÍTICA PÚBLICA**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

g) Aumentar o comprometimento, investimento, qualificação e execução de ações por parte do governo para o turismo.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>17. Planejamento municipal para o desenvolvimento do turismo.</b>	Comunicação e acompanhamento da gestão municipal para o turismo. Sala do empreendedor. Implantação da taxa de turismo para o Fundo Municipal.
<b>18. Qualificação da gestão pública municipal.</b>	Qualificação para o turismo da equipe de gestão municipal (temas: políticas públicas, planejamento estratégico, projetos, roteirização turística, marketing de destinos turísticos etc).
<b>19. Monitoramento de dados turísticos.</b>	Pesquisa continuada de demanda turística (perfil da demanda, fluxo turístico e percepção do visitante em relação ao destino). Desenvolvimento de inventários turísticos. Sistema Integrado e Informatizado para controle de visitação (identificação do perfil da demanda, satisfação, agendamento e fluxo turístico nos atrativos).

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

h) Fomentar e garantir a formalização dos empreendimentos e o atendimento à legislação.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>20. Formalização de empreendimentos turísticos.</b>	Formalização empresarial (informação, sensibilização e fiscalização com relação à formalização e atendimento à legislação).

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

i) Aumentar a integração e representatividade dos atores envolvidos com o turismo.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>21. Integração e fortalecimento dos atores do destino.</b>	Fortalecimento do associativismo e da Câmara Técnica de Turismo (qualificação em associativismo, cultura da cooperação, reativação, fortalecimento, planejamento e gestão). Plano Estratégico do Chapada Convention. Realização de convênios municipais público-privados para os projetos.

**EIXO TEMÁTICO: ECONOMIA**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

j) Aumentar a oferta de atividades econômicas da cadeia produtiva que dão apoio e associadas ao turismo.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>22. Desenvolvimento da produção associada ao turismo.</b>	<p>Produção associada ao turismo (produção agropecuária, artesanato, cultura e turismo).</p> <p>Capacitações em ocupações de serviços gerais de apoio e integração com os equipamentos turísticos (ex. hidráulica, elétrica, construção civil e manutenção em geral).</p>

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

l) Aumentar a competitividade e a oportunidade para o desenvolvimento dos empreendimentos e empreendedores.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>23. Competitividade empresarial.</b>	<p>Incentivos fiscais e facilidades financeiras para micro e pequenas empresas e empreendedores individuais (ex. acesso a crédito, bancos 24 h, caixas eletrônicos, novas bandeiras etc).</p> <p>Central de Negócios.</p> <p>Diagnóstico de oportunidades de negócios para investidores.</p>

**EIXO TEMÁTICO: SUSTENTABILIDADE**

**OBJETIVO ESPECÍFICO:**

m) Desenvolver o destino de forma sustentável, aumentando o bem estar e a qualidade de vida da população, garantindo a proteção e valorização do patrimônio natural, histórico e cultural.

<b>PROGRAMAS:</b>	<b>PROJETOS:</b>
<b>24. Fomento às boas práticas ambientais</b>	Disseminação e fomento ao mínimo impacto ambiental para empresas e residências (ex: Gestão da água, resíduos sólidos, efluentes líquidos, eficiência energética, reutilização de materiais etc).  Qualificação e fomento à bioconstrução.
<b>25. Sensibilização e educação para o turismo, patrimônio cultural e ambiental</b>	Campanha educativa para a comunidade de sensibilização sobre seu patrimônio e a importância do turismo (ex: Palestras, folheteria, veiculação em canais de comunicação local - rádios, internet, folheteria, cinema e palestras em praças públicas etc).  Inserção curricular em escolas municipais de temas como turismo, patrimônio cultural e natural.
<b>26. Desenvolvimento social</b>	Fomento da inserção de jovens no mercado de trabalho (Qualificação e inserção de jovens no mercado de trabalho turístico e de apoio ao turismo / Criar Banco de Empregos).



## **11. AGENDA**

A partir da definição, por parte dos atores do turismo e da economia criativa do Circuito do Diamante da Chapada Diamantina dos objetivos, programas e projetos necessários para o desenvolvimento integrado do turismo foi desenvolvida a agenda de trabalho, isto é o plano de ação, contendo os projetos, seus respectivos responsáveis/parceiros e prazos.

A proposta inicial era que houvesse um cruzamento dos projetos planejados pelos parceiros para o destino com as necessidades apontadas pelos atores locais. Porém, houve dificuldade em coletar este planejamento futuro dos parceiros, pois a maior parte deles absteve-se em apresentar recurso orçamentário disponível ou definição de política de investimento para a região.

Diante disso, optou-se por levantar junto ao trade do destino, todas as necessidades para o desenvolvimento integrado do turismo. Assim, posteriormente, foram convidados os parceiros citados como responsáveis por determinados projetos a tomarem conhecimento e assinarem o Termo caso haja concordância e real disponibilidade e recurso para executar o solicitado.

Após o levantamento de todos os programas e projetos apontados como necessários, houve uma análise dos projetos de acordo com o cruzamento dos critérios gravidade, urgência e tendência. Assim, tornou-se mais claro quais são as prioridades de investimento para o destino.

Além disso, percebeu-se que alguns projetos atendem ao destino como um todo e outros são específicos à necessidade de cada cidade, portanto, criou-se uma classificação dos projetos como regional ou municipal.

## **12. PARCEIROS/RESPONSÁVEIS CITADOS**

Abaixo segue a relação das Instituições citadas como articuladores (responsável por conseguir a realização do projeto), executores (responsável por operacionalizar, por em prática o projeto) ou parceiros (responsável por apoiar a realização do projeto) na Agenda do Pacto.

### **INSTITUIÇÕES LOCAIS**

<b>Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura – Coordenação Chapada Diamantina</b>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Chapada Convention</b>
---------------------------

<b>Parque Nacional da Chapada Diamantina</b>
----------------------------------------------

<b>Câmara Técnica de Turismo da Chapada Diamantina</b>
--------------------------------------------------------

<b>Associações de Condutores de Visitantes dos municípios envolvidos</b>
--------------------------------------------------------------------------

<b>Brigadas dos municípios envolvidos</b>
-------------------------------------------

<b>Companhia Independente de Policiamento de Proteção Ambiental – CIPPA Lençóis</b>
-------------------------------------------------------------------------------------

<b>Prefeituras dos municípios envolvidos</b>
----------------------------------------------

<b>Proprietários de Atrativos privados</b>
--------------------------------------------

### **SISTEMA “S”**

<b>Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE</b>
--------------------------------------------------------------------------

<b>Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC</b>
-----------------------------------------------------------

<b>Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI</b>
------------------------------------------------------------

<b>Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR</b>
-------------------------------------------------------

## **INSTITUIÇÕES ESTADUAIS**

<b>Bahiatursa</b>
<b>Agência de Fomento do Estado da Bahia - DESENBAHIA</b>
<b>Agencia Estadual de Regulação de Serviços Públicos de Energia, Transportes e Comunicações da Bahia – AGERBA</b>
<b>Casa Civil do Governador</b>
<b>Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado da Bahia - Conder</b>
<b>Conselho Estadual de Proteção Ambiental - CEPRAM</b>
<b>Corpo de Bombeiros da Polícia Militar da Bahia</b>
<b>Departamento de Infraestrutura de Transportes da Bahia – DERBA</b>
<b>Empresa Baiana de Água de Saneamento - EMBASA</b>
<b>Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola - EBDA</b>
<b>Instituto de Artesanato Visconde de Mauá</b>
<b>Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI BA</b>
<b>Secretaria de Educação do Estado da Bahia</b>
<b>Secretaria de Infraestrutura do Estado da Bahia – SEINFRA</b>
<b>Secretaria de Saúde do Estado da Bahia – SESAB</b>
<b>Secretaria de Segurança Pública do Estado da Bahia – SSP BA</b>
<b>Secretaria de Turismo do Estado da Bahia –SETUR BA</b>
<b>Secretaria do Meio Ambiente do Estado da Bahia – SEMA</b>
<b>União dos Municípios da Bahia – UPB</b>
<b>Universidade do Estado da Bahia – UNEB</b>

## **INSTITUIÇÕES FEDERAIS**

<b>Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL</b>
<b>Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES</b>
<b>Banco Nacional de Desenvolvimento do Nordeste do Brasil – BNB</b>
<b>Banco do Brasil</b>
<b>Caixa Econômica Federal</b>
<b>Desenvolvimento Nacional de Infraestrutura de Transportes – DNIT</b>
<b>Fundação Nacional da Saúde - FUNASA</b>
<b>Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBIO</b>
<b>Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN</b>
<b>Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA</b>
<b>Instituto do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – INEMA</b>
<b>Instituto Federal da Bahia – IFBA</b>
<b>Ministério da Saúde</b>
<b>Ministério das Cidades</b>
<b>Ministério da Cultura</b>
<b>Ministério do Meio Ambiente</b>
<b>Ministério do Turismo - Mtur</b>
<b>Universidade Federal da Bahia – UFBA</b>

**INSTITUIÇÕES DIVERSAS**

**Associação Brasileira dos Empresários de Ecoturismo e Turismo de Aventura - ABETA**

**Empresas público-privadas de serviços bancários**

**Empresas privadas de telefonia**

**Empresas privadas prestadoras de serviços relacionados**

**Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE**

**ONGs**

**13. PROJETOS PRIORIZADOS**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
1	(C) MARKETING	15. Estudos e pesquisas	Plano de Marketing da Chapada Diamantina	REGIONAL	CHAPADA CONVENTION	SEBRAE	FORUM ASSOCIADO AO TURISMO
2	(D) POLÍTICA PÚBLICA	21. Integração e fortalecimento dos atores do destino	Fortalecimento do associativismo e da Câmara Técnica de Turismo	REGIONAL		SEBRAE / SETUR BA	FORUM ASSOCIADO AO TURISMO
3	(B) TURISMO	13. Gestão de produtos turísticos	Estudo de visitação nos atrativos	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO PREFEITURA	ICMBIO / INEMA / MTUR	SEBRAE / PROPRIETÁRIOS DAS TERRAS, RESPONSÁVEIS POR EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS / UNIVERSIDADES
4	(D) POLÍTICA PÚBLICA	19. Monitoramento de dados turísticos	Pesquisa de demanda turística.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS / FIPE	TRADE, FACULDADES, ABETA CHAPADA, CHAPADA CONVENTION
5	(B) TURISMO	12. Gestão de eventos programados	Criação e atração de eventos no destino.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION / PREFEITURAS	BAHIATURSA, SEBRAE, SENAC, EMPRESAS DE EVENTOS

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
6	(A) INFRAESTRUTURA	2. Gestão dos resíduos sólidos	Coleta seletiva e destinação para reciclagem.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURA	ONGS
7	(A) INFRAESTRUTURA	2. Gestão dos resíduos sólidos	Aterros Sanitários e Usinas de Reciclagem.	REGIONAL	PREFEITURAS	CONDER	SEPLAN / PREFEITURAS / SEC. DE MEIO AMBIENTE MUNICIPAIS, MMA, M. MUNICÍPIOS
8	(D) POLÍTICA PÚBLICA	18. Qualificação da gestão pública municipal	Qualificação para o turismo da gestão municipal.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS / SETUR BA / MTUR	SENAC / IFBA / UNEB / UEFS / UFBA / SEBRAE /
9	(D) POLÍTICA PÚBLICA	17. Planejamento municipal para o desenvolvimento do turismo	Comunicação e acompanhamento da gestão municipal para o turismo.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS	
10	(E) ECONOMIA	22. Desenvolvimento da produção associada ao turismo.	Produção associada ao turismo.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	SENAC / SETUR BA / PREFEITURAS / INSTITUTO MAUÁ / SECRETARIAS MUNICIPAIS DE AGRICULTURA E TURISMO / EBDA / INCRA / COOPERATIVAS / STR

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
11	(B) TURISMO	10. Qualificação empresarial	Qualificação empresarial.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	
12	(B) TURISMO	8. Segurança prestada ao turista	Qualificação e equipamentos para as Associações de condutores de visitantes e Brigadas.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	ICMBIOINEMA	11º GBPM / DEFESA CIVIL / CIPPA / SEBRAE / SETUR BA / SENAC / PREFEITURAS / ACV'S / BRIGADAS / ABETA CHAPADA / EMPRESAS PRIVADAS
13	(C) MARKETING	16. Gestão da promoção e comercialização	Participação em eventos de turismo.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION	SETOR PRIVADO / PREFEITURAS / MTUR / SEBRAE / BAHIAATURSA
14	(D) POLÍTICA PÚBLICA	19. Monitoramento de dados turísticos	Desenvolvimento de inventários turísticos.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURA / BAHIAATURSA / MTUR	UNIVERSIDADES



**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
15	(D) POLÍTICA PÚBLICA	17. Planejamento municipal para o desenvolvimento do turismo	Sala do empreendedor.	MUNICÍPIOS		SEBRAE / PREFEITURA	BNB / DESEMBAHIA
16	(C) MARKETING	16. Gestão da promoção e comercialização	Marketing digital.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION	TRADE / SEBRAE / PREFEITURA
17	(B) TURISMO	7. Gestão da informação para o turista.	Melhoria da sinalização turística em vias secundárias.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS	BAHIATURSA
18	(B) TURISMO	7. Gestão da informação para o turista.	Implementação dos Centros de Atendimento aos Turistas - CAT nos municípios.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	MINISTÉRIO DO TURISMO	SETUR BA / PREFEITURAS
19	(D) POLÍTICA PÚBLICA	20. Formalização de empreendimentos turísticos	Formalização empresarial	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	SETUR BA / MTUR / SEBRAE

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
20	(A) INFRAESTRUTURA	4. Saúde Pública	Hospital Regional.	REGIONAL	PREFEITURAS	SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO	PREFEITURA DE LENÇÓIS
21	(B) TURISMO	13. Gestão de produtos turísticos	Interpretação do patrimônio - desenvolvimento de produtos e roteiros	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	BAHIATURSA / SEBRAE	UNIVERSIDADES / MTUR / PREFEITURAS / ABETA / ONGS / PROPRIETÁRIOS DE TERRA / GARIMPEIROS / ACV'S
22	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Fomento ao aumento das opções de transporte rodoviário intermunicipal.	REGIONAL	PREFEITURAS	SETUR BA / INICIATIVA PRIVADA	UPB / AGERBA
23	(F) SUSTENTABILIDADE	26. Desenvolvimento social	Fomento da inserção de jovens no mercado de trabalho.	REGIONAL		SENAC / IFBA / PREFEITURA	BNB
24	(C) MARKETING	15. Estudos e pesquisas	Pesquisa do perfil empresarial da oferta do mercado interno.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	PREFEITURAS / TRADE / ASS. LOCAIS / ABETA / CHAPADA CONVENTION
25	(B) TURISMO	13. Gestão de produtos turísticos	Classificação de percurso das trilhas e atrativos turísticos (ABNT NBR 15505-2).	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	ABETA	PREFEITURAS / ICMBIO / INEMA / ABETA CHAPADA / PROP. DAS TERRAS / ACV'S

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
26	(E) ECONOMIA	23. Competitividade empresarial.	Incentivos fiscais e facilidades financeiras para micro e pequenas empresas e empreendedores individuais.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS / SEBRAE (Oficinas e Articulação)	BANCO DO NORDESTE, BANCO DO BRASIL, BRADESCO,...
27	(F) SUSTENTABILIDADE	24. Fomento às boas práticas ambientais	Disseminação e fomento ao mínimo impacto ambiental para empresas e residências	REGIONAL	PREFEITURAS	SEMA	PREFEITURAS, INEMA, ICMBIO, ONGS, EMBASA, CETREL, CEPRAM, CIPPA
28	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Melhoria das Estradas Vicinais dos MUNICÍPIOS para os povoados.	MUNICÍPIOS		PREFEITURA	
29	(B) TURISMO	13. Gestão de produtos turísticos	Regulamentação e fiscalização da visitação aos atrativos públicos e privados.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA	PREFEITURAS	TRADE / PROPRIETÁRIOS DE TERRAS / ICMBIO / INEMA / ABETA CHAPADA
30	(B) TURISMO	9. Qualificação profissional	Capacitação/reciclagem nas ocupações do turismo.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SENAC / IFBA	PREFEITURAS / TRADE

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
31	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Melhoria da Rodovia BA-142 (Vitória da Conquista/Barra da Estiva)	REGIONAL	PREFEITURAS	DERBA	
32	(A) INFRAESTRUTURA	3. Melhoria da comunicação	Ampliação e Melhoria do sistema de telefonia móvel e Internet com Banda Larga e 3G.	MUNICÍPIOS	PREFEITURAS	EMPRESAS DE TELEFONIA	ANATEL / UPB / MP
33	(A) INFRAESTRUTURA	6. Segurança	Implantação de sistemas de segurança pública.	REGIONAL	PREFEITURAS	SECRETARIA DE SEGURANÇA DO ESTADO	UPB / GOVERNO DO ESTADO
34	(C) MARKETING	16. Gestão da promoção e comercialização	Fortalecimento e continuidade de famtour e presstrip.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION / TRADE	BAHIATURSA / PREFEITURAS / ABETA CHAPADA
35	(A) INFRAESTRUTURA	4. Saúde Pública	Melhoria dos equipamentos e qualificação dos profissionais nos Postos de Saúde e hospital	MUNICÍPIOS	PREFEITURAS	SECRETARIA DE SAÚDE DO ESTADO	UPB / GOVERNO DO ESTADO
36	(E) ECONOMIA	23. Competitividade empresarial.	Central de Negócios.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	TRADE

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
37	(F) SUSTENTABILIDADE	25. Sensibilização para o turismo, patrimônio natural e cultural	Campanha educativa para a comunidade de sensibilização sobre seu patrimônio e a importância do turismo.	REGIONAL		PREFEITURAS (SECRETARIAS DE EDUCAÇÃO, TURISMO, MEIO AMBIENTE, CULTURA)	SECULT-BA, SEMA, IPHAN, ONGS, BNDES, BNB
38	(D) POLÍTICA PÚBLICA	17. Planejamento municipal para o desenvolvimento do turismo	Implantação da taxa para o Fundo Municipal de Turismo.	MUNICÍPIOS		PREFEITURA	
39	(B) TURISMO	14. Investimento nos atrativos e equipamentos turísticos	Acessibilidade nos atrativos turísticos.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS	SEBRAE (Seminário para Acessibilidade) / MTUR / IPHAN / PROPRIETÁRIOS
40	(D) POLÍTICA PÚBLICA	19. Monitoramento de dados turísticos	Sistema Integrado e Informatizado para controle de visitação.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	TRADE	ABETA CHAPADA / PROPRIETÁRIOS / SECT / BAHIAATURSA / ACV'S / PREFEITURAS / ICMBIO
41	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Asfalto da estrada ligando Mucugê – Guiné – Palmeiras	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	DERBA	PREFEITURAS

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
42	(B) TURISMO	11. Qualificação e Certificação em Sistemas de Gestão de turismo	Ampliação e manutenção da qualificação em turismo de aventura (ABNT NBR 15331)	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	
43	(A) INFRAESTRUTURA	5. Urbanização e acessibilidade	Requalificação dos imóveis do Centro Histórico das MUNICÍPIOS - PAC MUNICÍPIOS Históricas	MUNICÍPIOS	PREFEITURAS	IPHAN	CONPATRI / CAIXA / BNB
44	(E) ECONOMIA	23. Competitividade empresarial.	Diagnóstico de Oportunidades de Negócios para Investidores	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	BNB	SETUR
45	(B) TURISMO	11. Qualificação e Certificação em Sistemas de Gestão de turismo	Ampliação e manutenção da certificação em turismo de aventura (ABNT NBR 15331)	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	ABETA	ABETA CHAPADA
46	(B) TURISMO	12. Gestão de eventos programados	Construção e gestão de Centro de Convenções e eventos regional.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SETUR BA	PREFEITURAS / MTUR
47	(B) TURISMO	10. Qualificação empresarial	Realização de viagens de benchmarking.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	PREFEITURAS / TRADE / SETUR BA / MTUR

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
48	(E) ECONOMIA	22. Desenvolvimento da produção associada ao turismo.	Capacitações em ocupações de serviços gerais de apoio e integração com os equipamentos turísticos.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SENAI / IFBA	PREFEITURAS
49	(B) TURISMO	9. Qualificação profissional	Qualificação em competências profissionais transversais	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SENAC / IFBA	PREFEITURAS
50	(D) POLÍTICA PÚBLICA	21. Integração e fortalecimento dos atores do destino	Plano Estratégico do Chapada Convention.	REGIONAL		SEBRAE	CHAPADA CONVENTION
51	(D) POLÍTICA PÚBLICA	21. Integração e fortalecimento dos atores do destino	Realização de convênios municipais público-privados para os projetos	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	SENAC / SEBRAE / SENAI / SENAR
52	(F) SUSTENTABILIDADE	25. Sensibilização para o turismo, patrimônio natural e cultural	Inserção curricular em escolas municipais de temas como turismo, patrimônio cultural e natural.	REGIONAL		PREFEITURAS	ONGS / ABETA CHAPADA / TRADE / FORUM ASSOCIADO AO TURISMO
53	(B) TURISMO	12. Gestão de eventos programados	Formatação e divulgação do calendário regional integrado de eventos.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION	PREFEITURAS / TRADE / EMPRESAS DE EVENTOS

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
54	(A) INFRAESTRUTURA	5. Urbanização e acessibilidade	Urbanização e acessibilidade.	MUNICÍPIOS	PREFEITURAS	MINISTÉRIO DAS CIDADES	IPHAN / FUNASA
55	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Estação de transbordo na BR-242.	REGIONAL	PREFEITURAS	DNIT	AGERBA / INICIATIVA PRIVADA
56	(C) MARKETING	16. Gestão da promoção e comercialização	Eventos promocionais e de capacitação da Chapada Diamantina nos mercados-alvo.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	CHAPADA CONVENTION / TRADE / SEBRAE	MTUR / BAHIAATURSA / PREFEITURA
57	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Fomento ao aumento da malha aérea (voo charter).	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	BAHIAATURSA	INICIATIVA PRIVADA
58	(A) INFRAESTRUTURA	6. Segurança	Guarda e Brigada Municipal.	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	
59	(B) TURISMO	8. Segurança prestada ao turista	Aeronave para busca e salvamento, prevenção e combate a incêndio.	REGIONAL	PREFEITURAS	CASA CIVIL DO GOVERNADOR	CIPPA / UPB / AGERBA
60	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Reforma e Ampliação do Terminal Rodoviário de Palmeiras.	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	CAIXA / MTUR / SEINFRA
61	(B) TURISMO	11. Qualificação e Certificação em Sistemas de Gestão de turismo	Qualificação em sustentabilidade para meios de hospedagem (ABNT NBR 15401)	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	SEBRAE	MTUR / TRADE



**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
62	(B) TURISMO	10. Qualificação empresarial	Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem.	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	ORG CERTIFICADOR (certificação)	MTUR / TRADE
63	(B) TURISMO	11. Qualificação e Certificação em Sistemas de Gestão de turismo	Certificação em sustentabilidade para meios de hospedagem (ABNT NBR 15401)	REGIONAL	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	ORG CERTIFICADOR (certificação)	MTUR / TRADE
64	(B) TURISMO	7. Gestão da informação para o turista.	Cartilhas Informativas (turista seguro e consciente).	REGIONAL		CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	BAHIATURSA / PREFEITURAS / ABETA CHAPADA / CHAPADA CONVENTION / ICMBIO / INEMA / ONGs / TRADE
65	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Criação de nova Rodoviária em Mucugê.	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	CAIXA / MTUR / SEINFRA
66	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Criação de nova rodoviária em Andaraí.	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	CAIXA / MTUR / SEINFRA
67	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Criação de nova rodoviária em Ibicoara.	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	CAIXA / MTUR / SEINFRA
68	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Asfaltar a Rodovia de Mucugê para Boninal (BA-245)	REGIONAL	PREFEITURAS	DERBA	UPB
69	(A) INFRAESTRUTURA	1. Ampliação das formas de acesso.	Manutenção e acostamento da Rodovia BR-242	REGIONAL	PREFEITURAS	DNIT	UPB

**Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa**

**Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016**

	EIXO TEMÁTICO	PROGRAMA	PROJETOS	ABRANGÊNCIA	ARTICULADOR	EXECUTOR	PARCEIROS
70	(B) TURISMO	12. Gestão de eventos programados	Construção e Gestão de Salão de Convenção e Eventos no município.	MUNICÍPIOS	CÂMARA TÉCNICA DE TURISMO	PREFEITURAS	MTUR
71	(F) SUSTENTABILIDADE	24. Fomento às boas práticas ambientais	Qualificação e fomento à bioconstrução.	REGIONAL	PREFEITURAS	SENAI / IFBA	ONGS / SEBRAE
72	(A) INFRAESTRUTURA	4. Saúde Pública	Criação de novos Postos de Saúde	MUNICÍPIOS		PREFEITURAS	SEC. DE SAÚDE DO ESTADO/ MS / SEINFRA / FUNASA
73	(A) INFRAESTRUTURA	4. Saúde Pública	SAMU na região	REGIONAL		PREFEITURAS	MIN. DA SAÚDE / GOVERNO DO ESTADO / MIN. DAS MUNICÍPIOS

#### **14. PREMISSAS PARA O SUCESSO**

Este ranking de prioridades reforça algumas premissas para o sucesso:

- É unânime a necessidade de um Plano integrado de Marketing que posicione o destino no mercado nacional e internacional. O destino precisa desenvolver a sua identidade unificada, estabelecer instrumentos de promoção e comercialização fortes que marquem presença no mercado e estimulem o aumento das vendas.

- Depende dos atores locais para que o turismo e a economia criativa do Circuito do Diamante da Chapada Diamantina aconteçam de forma integrada, por isso, é fundamental o fortalecimento da governança. A atual desarticulação e falta de empoderamento das estratégias e projetos por parte dos empresários, órgãos públicos locais, associações e outros precisa ser substituída pela ação integrada, associada e efetiva de cobrança e execução das ações necessárias. Inclusive, este Plano precisa ter a sua implementação gerenciada, cobrada e acompanhada por este grupo fortalecido e atuante. A sugestão é que se reinicie o processo de associativismo, fomente o grupo, criem-se subgrupos temáticos com representantes de todos os municípios para cuidar dos projetos pactuados.

- Aspectos relacionados com a qualidade de vida da população e do turista, especialmente no que se refere à gestão do lixo são apontados como prioridade, o que reforça o viés da sustentabilidade do destino e a necessidade de se implementar estratégias de via de mão dupla, isto é, bom para a comunidade e para os turistas.

- Os atrativos naturais privados precisam de uma atenção especial, pois vem recebendo um número crescente de visitantes e nem sempre se mostra preparado. Estudos de capacidade de carga, controle de visitação, regulamentação, fiscalização, normas de segurança são alguns dos aspectos de melhoria fundamentais caso se pretenda ampliar a visitação do destino.

- É claro e fundamental o entendimento que o turismo pode ser melhor trabalhado se agregar a ele a produção associada (artesanato, cultura, produção agropecuária). É um grande passo para o desenvolvimento integrado da região de forma que se democratiza e engloba mais a comunidade e se agrega valor à visitação turística.

Os próximos passos agora são contatar e convidar as entidades citadas como responsáveis ou parceiras nos projetos definidos e verificar a real disponibilidade de recurso e execução e qual o referido prazo para a implementação.

***Pacto pelo Desenvolvimento Integrado do Turismo e da Economia Criativa***

***Circuito do Diamante da Chapada Diamantina – BA - 2013/2016***

Cabe, portanto, ao SEBRAE institucionalmente e aos atores locais do turismo e da economia criativa buscar estes contatos e, após isso, realizar a assinatura do Pacto pelo desenvolvimento integrado do turismo e da economia criativa do Circuito do Diamante da Chapada Diamantina.