



Plano Estratégico de Marketing Turístico

Costa do Cacau

2017-2020

Realização:



*Serviço de Apoio às Micro e
Pequenas Empresas Bahia*

**Plano Estratégico de Marketing Turístico
Costa do Cacau 2017-2020**

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – BA

Consultoria: DAVENTURA

Abril, 2017.



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	1
DIAGNÓSTICO	4
Tendências influenciadoras	4
Concorrência	7
Análise interna – dimensões de competitividade	20
Opinião dos turistas sobre os elementos da oferta	22
Análise da demanda	23
Resumo das Potencialidades e Fraquezas	26
ESTRATÉGIA	27
Segmentação turística	30
Diferenciais competitivos	32
Briefing da Marca Turística	33
Diretrizes Estratégicas	35
Estratégias municipais	36
Diretrizes Estratégicas – Produto	39
Diretrizes Estratégicas – Promoção / Comercialização	45
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	50
Prioridade 1	51
Prioridade 2	56
Prioridade 3	58
Prioridade 4	62
Prioridade 5	65
CONCLUSÃO	67

APRESENTAÇÃO

A Costa do Cacau localiza-se no sul da Bahia, tendo como limites a Costa do Dendê ao norte e a Costa do Descobrimento ao sul e é formada pelos municípios de Ilhéus, Itacaré, Una, Uruçuca, Canavieiras, Itabuna e Santa Luzia.

Possui um rico potencial a ser aproveitado pelo turismo sobretudo pela sua diversidade de oferta com praias, mata atlântica conservada, cultura peculiar e a cultura do cacau. Os municípios componentes da Costa do Cacau possuem um grande apelo turístico, pois apresentam belas praias que são a principal motivação dos turistas no destino, belezas naturais preservadas adequadas para a prática do ecoturismo e do turismo de aventura, favorecendo a prática de esportes como o surf, arvorismo e rafting, apresenta também manifestações culturais e contexto histórico de grande relevância, além de, diversas fazendas produtoras de cacau que já praticam o turismo rural.

Esta rica oferta liga o destino à necessidade de se trabalhar um turismo responsável, sustentável e autêntico que enalteça a qualidade de vida como seu maior valor.

Para que o destino se posicione com esta identidade e atraia o público de interesse, diversas ações de mercado devem ser realizadas de forma orquestrada, com estratégia e foco bem deliberados. Para isso, o Sebrae propôs a revisão do Plano de Marketing Turístico da Costa do Cacau que foi criado em 2010. Para tanto, contou com oficinas participativas com o trade turístico de Ilhéus, Itacaré e Una, a base para revalidação e estabelecimento das novas estratégias.

A iniciativa para a revisão deste Plano Estratégico de Marketing Turístico da Costa do Cacau surgiu a partir das necessidades evidenciadas no Projeto Lidera Turismo cujos Mapas Estratégicos dos municípios levantaram a necessidade de haver um direcionamento estratégico para as ações de mercado.



Este Plano propõe, portanto, estratégias de posicionamento mercadológico para o desenvolvimento do destino e dos seus municípios, sendo composto de três etapas:

DIAGNÓSTICO

Análise da situação atual do destino, das tendências do turismo local, nacional e mundial, um levantamento de dados qualitativos sobre oferta e demanda presente, a identificação de segmentos, público-alvo e mercados atendidos atualmente.

ESTRATÉGIA

Composta de Visão de Futuro, Princípios, Objetivos e Metas, o posicionamento estratégico da região, definição de produtos, segmentos, público-alvo e mercados.

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Plano de Ação de curto e médio prazo que envolve ações de desenvolvimento do produto, promoção e comercialização, evidenciando os responsáveis e prazos para cada projeto.

A metodologia aplicada foi baseada na pesquisa de gabinete, atividades de campo, entrevistas e oficinas com os empresários e lideranças locais. O trabalho de gabinete fundamentou-se em documentos com informações e análise do destino como o PDITS Costa do Cacau e os Mapas estratégicos do Programa Lidera Turismo do Sebrae.

As atividades de campo tiveram a finalidade de levantar dados e identificar oportunidades, potencialidades, ameaças e fragilidades que foram comparadas com a realidade do mercado e tendências turísticas no cenário nacional e internacional. Foram realizadas oficinas para identificação das percepções do *trade* turístico, comunidade e representantes do poder público.

Além disso, foi realizada uma pesquisa com a demanda turística atual, nos municípios de Itacaré e Ilhéus, no período de outubro de 2016 a janeiro de 2017. A pesquisa teve como objetivo conhecer o turista que visita as cidades, entender seus hábitos de consumo e sua opinião sobre o destino turístico.

Dessa forma, este Plano Estratégico de Marketing Turístico da Costa do Cacau 2017 – 2020 representa um novo estímulo para o posicionamento no mercado e geração de resultados positivos para o destino.



DIAGNÓSTICO

Tendências influenciadoras

As tendências abaixo permeiam fatores econômicos, demográficos, tecnológicos, político-legais, socioculturais e de mercado que influenciam direta ou indiretamente no desenvolvimento do turismo na Costa do Cacau. Contribuem para a criação de oportunidades de mercado para a região, aproveitando os diferenciais competitivos existentes, alinhando as estratégias do turismo nacional e regional.

Globalização da concorrência

A globalização amplia o conhecimento da oferta de destinos turísticos a nível mundial e influencia significativamente o poder de decisão do turista, tornando o mercado de turismo altamente competitivo e forçando os destinos a criarem novas estratégias para atrair visitantes. A globalização amplia o conhecimento da oferta de destinos turísticos e influencia significativamente os hábitos de consumo, despertando o desejo de visitar outros países.

A Costa do Cacau traz em seu nome um produto comercializado internacionalmente, o cacau, que provoca reações positivas em pessoas do mundo inteiro. Esse fator deve ser capitalizado no momento da divulgação de sua marca turística.

Diferenciação pela inovação

O consumidor tem se tornado cada vez mais exigente e a diversidade da oferta turística faz com que os destinos turísticos precisem inovar em seus produtos, agregando valor e proporcionando experiências que sejam marcantes na vida do visitante. A saturação de alguns destinos tem feito com que operadoras busquem novos destinos, empenhando os países com potencial turístico a inovarem suas estratégias competitivas.

A região deve aproveitar a saturação de destinos consolidados para lançar um produto turístico inovador e com apelos variados conforme seu potencial existente.

Diversificação da Demanda

Observa-se nas últimas décadas um aumento significativo de novos perfis de pessoas que passaram a viajar, como a população da melhor idade, jovens e portadores de necessidades especiais adeptos a diferentes tipos de turismo, como o de sol e praia, aventura e histórico-cultural, gerando uma nova demanda de mercado turístico.

A diversificação da demanda beneficia diretamente a Costa do Cacau, visto que nessa região se pode desenvolver diversos segmentos turísticos como o desportivo, aventura, ecoturismo, rural, negócios, cultural e outros. Por outro lado, a falta de infraestrutura pode ser um entrave.

Aumento das viagens de curta duração

As pessoas têm realizado viagens mais curtas, aumentando a procura por destinos regionais e de curta distância. Essa possibilidade cria a oportunidade de se viajar mais vezes ao ano, desde que para destinos mais próximos.

A Costa do Cacau como possui o aeroporto de Ilhéus e possui um bom acesso rodoviário. Assim, passa a ser uma opção de destino de rápido acesso, tanto para moradores de Salvador e outras regiões da Bahia, como para moradores de grandes cidades brasileiras, como Belo Horizonte, São Paulo e Brasília.

Fomento às políticas públicas brasileiras de turismo – Plano Brasil + Turismo

O Plano Brasil + Turismo apresentado pelo Governo Federal tem como objetivo proporcionar o desenvolvimento regional, o aumento do fluxo doméstico, melhorar o ambiente de negócios e gerar mais emprego e renda. Assim, apresenta ações de melhoria de conectividade aérea, facilidades relacionadas a visto, promoção nacional e internacional, modernização da legislação, elaboração de planos, qualificação profissional entre outros.

A Costa do Cacau deve apresentar, mediante sua Governança, o interesse pelas ações propostas no Plano especialmente relacionado a conectividade aérea, regulamentação dos voos charters, fiscalização de transporte turístico, candidatar-se a ser área especial de interesse turístico visando a atração de investimentos etc.

Crescimento da Economia da Experiência

A busca por informação é crescente nas pessoas que desejam não apenas serem espectadores no turismo, mas também trocar, aprender e crescer com a experiência turística. Com isso, produtos que trazem experiências e aprendizados agregados, como conhecer e vivenciar o cotidiano e a cultural local, levam vantagem em relação aos demais, proporcionando uma vivência única ao visitante, que pode ter influência decisiva no seu retorno ao destino.

Os segmentos de turismo rural, aventura e ecoturismo vão ao encontro dessa tendência, já que os visitantes podem participar de momentos vivenciais que se tornam experiências memoráveis para cada um deles.

Valorização da qualidade de vida

A busca pela qualidade de vida como uma compensação da vida agitada e acelerada é crescente entre as pessoas de todo o mundo, e isso se reflete diretamente nas viagens escolhidas, o contato com a natureza, troca de experiências, esporte e saúde.

A Costa do Cacau com a temática da natureza preservada, sintetiza essa tendência e vai se beneficiar com ela, na medida em que ofereça ao mercado produtos que valorizem a qualidade de vida e tragam em si essa marca.

Aumento de negócios pela internet

O consumidor se tornou independente na busca de informações e compra de produtos com o advento da internet.

A Costa do Cacau precisa ter como umas das principais estratégias de promoção e comercialização o uso da internet para atingir seu público e realizar negócios.

Ações comerciais realizadas em parceria

O trabalho em rede traz diversos benefícios como minimização de custos, através da economia de escala, fortalecimento da marca no mercado e ganhos na promoção de um destino turístico através de acordos com grandes distribuidores. A tendência de parcerias, formação de cadeias, agrupamentos e a união do *trade* em prol do fortalecimento do turismo é uma realidade, que deve ser alcançada pelos destinos turísticos inteligentes e que desejam se consolidar no mercado.

Concorrência

Abaixo estão apresentados quadros comparativos de alguns concorrentes da Costa do Cacau em cada segmento. Foram escolhidos destinos concorrentes de referência nacional no segmento e aqueles que concorrem regionalmente, tendo em vista o grande fluxo de turismo regional que o destino recebe. Em seguida, diante da observação dos pontos fortes e fracos dos concorrentes para o segmento são apresentados alguns apontamentos comparativos com a Costa do Cacau.

Turismo de Sol e Praia

Destino: Ceará

Pontos Fortes

- Grande diversidade de praias.
- Boa oferta de meios de hospedagem, bares e restaurantes.
- Jericoacoara faz parte do considerado melhor roteiro do Brasil pelo Ministério do Turismo.
- Um dos estados mais procurados e divulgados do nordeste brasileiro para este segmento.

Pontos Fracos

- Problemas urbanos originados pelo rápido crescimento do turismo no Estado, principalmente na capital.
- Enfrenta graves problemas sociais como a exploração sexual infantil, o que acaba denegrindo a imagem do destino.
- Distância dos principais polos emissores de turistas.
- Oferta hoteleira da capital já está pequena na alta estação.

Destino: Costa do Dendê – BA

Pontos Fortes

- Grande diversidade de belezas naturais.
- Boa infraestrutura turística.
- Já consolidado como um dos mais importantes destinos de sol e praia da Bahia.
- Recebe um grande fluxo de turistas estrangeiros – Morro de São Paulo, especialmente.
- Algumas praias são bem selvagens devido a questões geográficas, como Moreré e Boipeba.
- Imagem associada ao Dendê, condimento típico da Bahia que está fortemente presente na sua gastronomia.

Pontos Fracos

- Falta de infraestrutura básica em algumas localidades pelo crescimento desordenado e sem planejamento.
- Locais como Morro de São Paulo apresentam problemas como lixo e degradação ambiental.
- Alguns destinos estão massificados, sem renovação.
- Dificuldade de acesso a algumas praias e Ilhas.
- Pouca oferta de passeios estruturados para visitação à produção do dendê.

Destino: Costa dos Coqueiros – BA

Pontos Fortes

- Próximo à Salvador, com aeroporto internacional.
- Boa oferta de equipamentos hoteleiros.
- Acesso rodoviário privado de excelente qualidade de pista e sinalização.
- Existência de Centro de Informações Turísticas na Praia do Forte.
- Belas e preservadas praias com vastos coqueirais.
- Projetos ambientais: Tamar e Baleia Jubarte.
- Oferta de receptivo e passeios de ecoturismo que agregam valor à visitação.
- Boa culinária, inclusive existindo festivais gastronômicos em algumas localidades.
- Imagem de um local preservado e de grande concentração de resorts de alto padrão.

Pontos Fracos

- Oferta de bares e restaurantes concentrada na Praia do Forte.
- Violência e insegurança em algumas cidades, com notícias de ocorrência assalto na Vila de Praia do Forte e trilhas da Sapiranga.
- Imagem de resorts que modificam e impactam a comunidade e o ambiente.

Destino: Costa do Descobrimento - BA

Pontos Fortes

- Próximo aos principais centros emissores nacionais como São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.
- Aeroporto.
- Política pública municipal fortalecida e voltada para ações de mercado.
- Boa oferta de serviços turísticos, especialmente a hoteleira.
- Forte destino de sol e praia e com grande variedade de segmentações como cultural e aventura.
- Forte trabalho de comercialização através das grandes operadoras nacionais.

Pontos Fracos

- Destino outrora massificado, que pode ainda apresentar esta imagem no mercado.
- Desigualdade social gerada especialmente pelo turismo realizado de forma massificada no passado.

COMPARATIVO: Costa do Cacau x Concorrentes - Turismo de Sol e Praia

A região apresenta uma vantagem frente ao Ceará que, apesar de ter mais força como destino de sol e praia, está mais distante dos principais polos emissores, especialmente São Paulo e Minas Gerais.

No que tange à variedade de equipamentos hoteleiros na Costa dos Coqueiros, com exceção de Itacaré, Una (Ilha de Comandatuba) e Ilhéus, o restante da região tem pouca oferta de meios de hospedagem de qualidade.

Assim como algumas praias da Costa do Dendê, Itacaré apresenta praias bastante preservadas, tendo a vantagem de que é necessário fazer trilhas na mata para chegar a elas, o que torna a experiência mais especial e o local mais preservado ainda.

Ainda comparando com a Costa do Dendê, o fato das praias de Itacaré terem acesso de carro é mais uma vantagem com relação às praias do Arquipélago de Cairu e Maraú.

A Costa do Cacau precisa desenvolver um trabalho forte de promoção e comercialização na internet e junto às operadoras para se destacar frente às Costas do Descobrimento e do Dendê que, regionalmente, representam fortes concorrentes.

Ecoturismo e Turismo de Aventura

Destino: Bonito - MS

Pontos Fortes

- É reconhecido nacionalmente como o símbolo do ecoturismo no Brasil.
- Iniciativa privada com grande consciência coletiva.
- Diversidade de atrativos e sua organização.
- Capacidade de suporte definida de todos os atrativos públicos e privados.
- Sistema voucher único.
- Políticas públicas bem definidas.
- Grande oferta de meios de hospedagem e agências receptivas.
- Participação maciça em feiras com esta temática.

Pontos Fracos

- Distante dos principais polos emissores de turistas como São Paulo, Paraná e Minas Gerais.
- Destino mais seletivo por causa dos valores praticados no mercado.
- Alto valor da passagem aérea.
- Identidade pautada exclusivamente no ecoturismo e turismo de aventura o que pode dificultar o trabalho de outros segmentos.

Destino: Fernando de Noronha – PE**Pontos Fortes**

- Grande oferta de atrativos e passeios especialmente os que envolvem a observação da vida marinha.
- Controle rígido da capacidade de carga.
- Conscientização ambiental do trade turístico e comunidade.
- Opções diversificadas de acesso ao local (aéreo; marítimo: cruzeiro e embarcações particulares).
- Boa oferta de meios de hospedagem de qualidade, inclusive com pousadas de charme.
- Boa oferta de agências de receptivo que operacionalizam passeios ecoturísticos.
- Destino altamente divulgado na mídia nacionalmente e internacionalmente.
- Agrega na sua identidade, além do ecoturismo, o turismo esportivo especialmente o surf e a vela.

Pontos Fracos

- Destino caro, voltado para as classes com poder aquisitivo alto.
- Dificuldade logística de transporte pela distância do continente.
- Distância dos maiores polos emissores como São Paulo e Minas Gerais.
- Dificuldades logísticas de destinação do lixo e demais práticas ambientais.
- Imagem de que é um turismo caro e pouco acessível.

Destino: Chapada Diamantina – BA**Pontos Fortes**

- Aeroporto e Rodovia Federal em bom estado.
- Empreendimentos com um bom padrão de qualidade e para todos perfis de turistas.
- Hotéis com certificação em sustentabilidade.
- Existência de um Hotel de Charme.
- Agência de receptivo certificada pela ABNT em Gestão da Segurança.
- Agências de receptivo organizadas e articuladas através da ABETA.
- Boa variedade de restaurantes.
- Grande diversidade de atrativos que possibilitam a prática da aventura.
- Diversificação da demanda atraindo o aventureiro, famílias, idosos que prezam pela filosofia de vida ao ar livre.
- Destino conhecido em nível nacional e internacional pelo público adepto do eco e turismo de aventura.

Pontos Fracos

- O fato de não existir praia no estado diminui a competitividade frente a destinos litorâneos.
- Vulnerabilidade de voos.
- Distância de importantes polos emissores do sudeste.
- Inexistência de centro de informações turísticas em funcionamento.
- Espaço para eventos limitados às salas dos Hotéis, não comportando um número grande de pessoas.
- Atrativos naturais com pouca estrutura para receber turistas com segurança.
- Infraestrutura básica insuficiente para o fluxo de visitantes.

COMPARATIVO: Costa do Cacau x Concorrentes - Ecoturismo e Turismo de Aventura

Todos os concorrentes acima, figuram na frente no ranking de Melhor Destino de Ecoturismo da revista Viagem e Turismo, o que sugere a necessidade de um maior investimento em divulgação das cidades e produtos ecoturísticos da Costa do Cacau, frente às mídias especializadas como revistas, sites, etc.

Itacaré apresenta algumas vantagens competitivas em relação ao seu concorrente regional – Chapada Diamantina. A principal é que Itacaré é um destino litorâneo e por isso agrega muito valor à experiência, pois oferece a motivação de aventura e sol e praia. Porém, com relação à imagem, está em desvantagem, pois Lençóis é tido pelo Ministério do Turismo como destino referência e prioritário para o turismo de aventura no Brasil, por isso recebeu muito apoio em divulgação nacional e internacional.

Com relação aos concorrentes nacionais é possível analisar que, em se tratando de turismo de aventura, a Costa do Cacau tem pouca qualificação para a operação de atividades de aventura, sendo que, as empresas de Itacaré que realizam estas atividades atuam apenas com treinamentos pontuais e isolados. De um modo geral, as empresas que operam no destino pouco têm investido na implementação das normas de segurança para atividades de aventura.

Ao analisar os concorrentes e o nível de desenvolvimento dos seus produtos, fica mais nítido que as cidades de Uruçuca, Una e Santa Luzia ainda não possuem produto formatado para esta segmentação, apenas existindo potencial para o turismo de aventura.

É possível observar junto aos concorrentes que todos possuem uma identidade muito determinada e específica com relação a segmentação, estando focados em ecoturismo e turismo de aventura. No caso da Costa do Cacau é diferente, pois se trata de uma região muito diversificada, composta por várias motivações turísticas. Portanto, precisa encontrar uma maneira de comunicar corretamente sua variedade de oferta.

Bonito deve servir de exemplo para a Costa do Cacau no que tange ao cooperativismo, à governança e políticas públicas que fortalecem o destino e promovem uma operação organizada e sustentável.

Diante da potencialidade dos atrativos turísticos da Costa do Cacau, fica notório que a região usufrui mal dos atrativos, pois, com exceção de Itacaré, investe-se pouco na formatação de passeios diferenciados baseados na experiência e na valorização da cultura local, assim como fazem Fernando de Noronha e Bonito.

Turismo Cultural**Destino: Minas Gerais****Pontos Fortes**

- Identidade forte relacionada à arquitetura barroca e à gastronomia.
- Grande diversidade de atrativos culturais.
- Bom nível de organização do turismo no estado.
- Elaboração de roteiros integrados, diferencial competitivo do Estado.
- Localização estratégica: Sudeste do país, próximo aos polos emissores de turistas.
- Roteiros capazes de agregar outras motivações turísticas como a Estrada Real que agrega o turismo de aventura e ecoturismo.

Pontos Fracos

- O fato de não existir praia no estado diminui a competitividade frente a destinos litorâneos.
- Falta de renovação nos roteiros.

Destino: Salvador - BA**Pontos Fortes**

- Forte imagem associada à cultura africana, festa e entretenimento.
- Um dos principais destinos de turismo cultural do Brasil.
- Grande oferta de atrativos culturais.
- Boa malha aérea e presença de aeroporto internacional.
- Boa infraestrutura turística na cidade e em destinos próximos como a Costa dos Coqueiros.
- Investimento no turismo náutico agregado ao cultural.

Pontos Fracos

- Falta de conservação de alguns dos principais atrativos turísticos da cidade.
- Violência e insegurança.
- Possui muitos atrativos em que ainda não foram incluídos nos roteiros oferecidos na cidade.
- Roteiros culturais já saturados.
- Poucos roteiros que trabalham a experiência do turista através da interpretação do patrimônio.

Destino: Parati - RJ**Pontos Fortes**

- Imagem associada ao bucolismo.
- O Centro Histórico é considerado pela UNESCO como "o conjunto arquitetônico colonial mais harmonioso"
- É Patrimônio Nacional tombado pelo IPHAN.
- Realização da FLIP – Festa Literária Internacional de Paraty, tida como um dos mais importantes eventos culturais do Brasil.
- Destino bastante visitado por artistas, autores e intelectuais.
- Destino que agrega cultura e natureza.
- Boa oferta de meios de hospedagem, restaurantes e agências de receptivo.
- Proximidade de São Paulo e Rio de Janeiro.
- Imagem atrelada ao navegador Amyr Klink.

Pontos Fracos

- Precariedade de infraestrutura básica como saneamento básico.
- Região bastante sensível ambientalmente.

COMPARATIVO: COSTA DO CACAU X CONCORRENTES - Turismo Cultural

O que mais destaca a Costa do Cacau dos seus concorrentes, em especial Ilhéus que tem como foco trabalhar esta segmentação, é além do seu valor histórico e patrimonial, todo o legado deixado na época áurea do cacau e, principalmente, as histórias dos livros de Jorge Amado que retratam um patrimônio imaterial fantástico que revela os saberes e modo de vida do povo baiano.

Assim como pouco é percebido nos destinos concorrentes, a Costa do Cacau também pouco desenvolve passeios inovadores baseados no turismo de experiência que permita uma maior interação do turista no destino, melhorando assim a qualidade de sua visita e surpreendendo-o.

Apresenta a desvantagem de não estar próximo dos centros emissores de turistas como São Paulo e Rio de Janeiro.

Turismo Rural**Destino: Lages – SC****Pontos Fortes**

- Considerada a Cidade Nacional do Turismo Rural pela Embratur e citada como referência pelo Ministério do Turismo.
- Amplo Parque Ecológico, com mais de oito mil pés de araucária, de onde se extrai o pinhão. Grande diversidade de belezas naturais e clima agradável.
- Apresenta características singulares da forte colonização europeia.
- Os hotéis-fazendas são as principais atrações da cidade, onde o turista pode participar de quase todas as atividades desenvolvidas pelo homem do campo.
- Boa estrutura para realização de eventos.
- Boa estrutura de apoio ao turista.
- Nos meses de inverno atrai turistas por causa das constantes geadas.
- No mês de junho realiza a tradicional Festa Nacional do Pinhão.
- A cidade possui aeroporto e fácil acesso rodoviário.

Destino: Recôncavo Baiano**Pontos Fortes**

- Presença de hotéis-fazenda com razoável infraestrutura.
- Grandes áreas rurais com potencial para desenvolver o segmento.
- Fácil acesso rodoviário e marítimo a partir de Salvador.
- Grande riqueza cultural e histórica.

Pontos Fracos

- Pouca divulgação e comercialização pelas agências de viagem.
- Pouca oferta de roteiros que envolvam essa temática.
- Baixa representatividade institucional do segmento nas políticas públicas estruturadas.

COMPARATIVO: COSTA DO CACAU X CONCORRENTES - Turismo Rural

Assim como em Lages, a Costa do Cacau deve pautar o turismo rural em revelar o seu principal símbolo e diferencial competitivo que é a produção do Cacau.

A Costa do Cacau já apresenta a produção para produzir o próprio chocolate que agrega bastante valor à visitação.

O destino se destaca pelo fato de ter mata preservada, devido a própria necessidade da cultura do cacau.

Em Una, além do plantio do Cacau, existe uma grande diversidade de frutas exóticas como o mangostim, rambutão, bacupari, sapoti, entre outras.

Turismo Esportivo**Destino: Santa Catarina****Pontos Fortes**

- Considerado um dos estados brasileiros de melhor qualidade de vida, um dos melhores IDH.
- Diversidades de praias para o surf, wind surf e kite surf.
- Está próximo aos polos emissores de turistas com essa motivação.
- Está próximo da Argentina, o principal país emissor de turistas para o Brasil.
- Promoção internacional em feiras com esta segmentação.
- Sede da Mormaii, empresa que trabalha a sedimentação da cultura do surf.
- Identidade bem forte relacionada aos esportes radicais e qualidade de vida.

Pontos Fracos

- Clima desfavorável para a prática do surf em outras épocas do ano que não o verão.
- Ainda não apresenta grande força no turismo nacional e sim no regional (RS e PR).

Destino: Litoral Norte Paulista**Pontos Fortes**

- Praias com ondas favoráveis para o surf o ano inteiro.
- Próximo da capital paulista e carioca.
- Possibilidade de prática de outras atividades como os esportes de aventura na Serra do Mar.
- Boa oferta de meios de hospedagem, bares e restaurantes.
- Bastante conhecido pelos eventos de corrida na natureza.
- Forte identidade com o surf.

Pontos Fracos

- Não recebe muitos turistas nacionais, trabalha mais o turismo estadual.
- Alta estação curta por causa das chuvas ao longo do ano.
- Poucas agências de receptivo.
- Carência de roteiros estruturados para compor a oferta turística local.
- Grandes congestionamentos nas vias de acesso ao destino na alta estação.
- O destino é mais visto como um local de veraneio do que turístico, mesmo tendo muito potencial, recebendo um fluxo maior de turistas em eventos.

Destino: Litoral do Piauí**Pontos Fortes**

- Conhecido internacionalmente para a prática do Kite e Wind surf.
- Possui águas mornas e ventos o ano inteiro sendo um bom convite especialmente para os estrangeiros e sulistas do país.
- Apresenta turistas com esta motivação o ano inteiro e não apenas nos eventos.
- Próximo de Jericoacoara e Fortaleza que acaba sendo o principal portão de entrada de turistas
- Estrada de Teresina ao litoral de excelente qualidade e com sinalização turística.
- Alguns empreendimentos hoteleiros de boa qualidade e que trabalham a linha de pousadas rústicas e charmosas.
- Faz parte de um dos melhores roteiros do Brasil, Rota das Emoções, segundo o Ministério do Turismo.
- Imagem de um local ainda intocado, exclusivo e que abriga o Delta do Parnaíba, único no Brasil.

Pontos Fracos

- Acesso pela capital piauiense difícil, pois Teresina é distante do litoral.
- Infraestrutura básica deficitária na alta estação.
- Infraestrutura turística limitada, que não suporta o fluxo na alta estação.
- Certa insatisfação dos ambientalistas que acham que os esportistas não respeitam as áreas para a prática e que o esporte impacta na zona estuarina.
- Apresenta uma identidade formada muito restrita ao público que realiza esta prática esportiva, não sendo de conhecimento do público geral.

Destino: Litoral Capixaba**Pontos Fortes**

- Vasta extensão para a realização do esporte (Todo o litoral é propício à pesca).
- Próximo aos polos emissores nacionais de turistas com essa motivação.
- Variada oferta de peixes de água salgada durante todo o ano.
- Oferta de agências receptivas para operação da atividade.
- Considerado um dos principais destinos para a modalidade.

Pontos Fracos

- Atividade turística ainda incipiente.
- Pouca divulgação institucional do governo sobre a pesca oceânica como atividade turística e esportiva, havendo uma divulgação mais privada.
- A imagem atrelada à pesca oceânica é incipiente e pouco reforçada nas principais fontes de divulgação do destino, ficando apenas restrita ao público específico.

COMPARATIVO: COSTA DO CACAU X CONCORRENTES - Turismo Esportivo

Em se tratando de surf, Itacaré desponta na Costa do Cacau e ao analisar comparativamente com os principais destinos concorrentes é possível perceber que o mesmo apresenta características muito semelhantes a eles no que tange à observação de uma forte cultura do surf.

Diferente do Litoral Norte Paulista, Itacaré cultiva uma forte intenção de viagem especialmente nos paulistas, cariocas e catarinenses pois não é um local de visita frequente, representando um grande potencial no mercado.

Itacaré apresenta infraestrutura hoteleira similar os destinos concorrentes, apresentando meios de hospedagem para todos os poderes aquisitivos.

Canavieiras e Una precisam ainda fortalecer sua imagem de destino de pesca oceânica que não é tão conhecida do público em geral, apenas pelas pessoas que já praticam.

Canavieiras e Una apresentam desvantagem com relação ao Litoral do Espírito Santo que é a proximidade de polos emissores do sudeste.

Pouca oferta de agências especializadas para passeios com esta motivação.

Assim como o Espírito Santo, existe pouca divulgação institucional do governo do estado sobre a pesca oceânica como atividade turística e esportiva, havendo uma divulgação mais pelas empresas privadas.

Turismo de Negócios e Eventos**Destino: São Paulo – SP****Pontos Fortes**

- Imagem ligada ao segmento, tido como o maior centro de negócios e eventos do país.
- Facilidade de acesso aeroviário.
- Grande oferta de espaços para eventos, sendo que 75% das feiras do país são realizadas nos centros de exposição disponíveis na cidade.
- Grande oferta de meios de hospedagem com perfil executivo, maior e mais moderno centro hoteleiro do país.
- Grande oferta gastronômica, cultural e noturna.

Pontos Fracos

- Destino já costumeiro para eventos, sendo necessário apresentar inovação.
- Insegurança inerente a uma grande capital.
- Trânsito, dificuldade de circulação e estacionamento.
- Sinalização turística insuficiente.

Destino: Porto Seguro – BA**Pontos Fortes**

- Um dos destinos de Sol e Praia mais procurado pelos turistas brasileiros.
- Centro Cultural e de Eventos da Costa do Descobrimento, capacidade para 2.200 pax.
- Possui um dos maiores parques hoteleiros do Brasil, com mais de 37 mil leitos.
- Aeroporto de nível internacional para aviões de grande porte, boa malha aérea e está a pouco mais de uma hora de voo das principais capitais emissoras nacionais.
- Boa estrutura turística.

Pontos Fracos

- Desenvolvimento desordenado ou escala de turismo não apropriada para a área.

COMPARATIVO: COSTA DO CACAU X CONCORRENTES - Turismo de Negócios

A principal vantagem da Costa do Cacau frente aos concorrentes é que, diferente por exemplo de São Paulo, é um destino pouco explorado pelo segmento, portanto desperta interesse dos organizadores por apresentar novas opções de cultura e lazer que agregam valor à experiência do turista de negócios no seu tempo livre.

É preciso que o destino tenha uma estratégia de mercado específica, foque neste segmento, organize-se, estabeleça uma estrutura e seja capaz de provar que pode comportar eventos com qualidade, pois a falta de qualificação do serviço e infraestrutura adequada é uma desvantagem.

As limitações que o aeroporto de Ilhéus apresenta um entrave à competição por eventos, e acabam perdendo especialmente para as capitais.

O Centro de Convenções precisa de uma revitalização.

O Transamérica Ilha de Comandatuba também apresenta capacidade para eventos de porte médio (até mil pessoas) e sugere um turismo de eventos para um público bastante seletivo, pelo próprio perfil do empreendimento.

Os demais espaços para eventos da Costa do Cacau são essencialmente de empreendimentos hoteleiros que comportam um número limitado de participantes e dificulta também a concorrência com grandes destinos de eventos.

A existência do porto é vantagem para as cidades da Costa do Cacau, em especial a cidade de Ilhéus, o que o diferencia de locais como São Paulo.

Uma vantagem em relação a Porto Seguro foi a inauguração da rodovia que dá acesso à Itacaré pela Costa do Dendê, pois beneficiou o destino aproximando-o da capital Salvador.

Ilhéus em particular, ainda deixa a desejar em relação à qualidade na prestação de serviço voltada para este público.

Análise interna - dimensões de competitividade

Integração Turística entre os Municípios

Os municípios da Costa do Cacau possuem realidades turísticas bem distintas e isso faz com que estejam em diferentes níveis de preparação para o turismo. Alguns deles têm integração bastante relevante, enquanto que outros se encontram isolados turisticamente. O maior fator de integração turística entre eles é o aeroporto de Ilhéus e dessa forma, esse município se integra com quase todos e mais fortemente com Itacaré e Itabuna. A estrada BA-001 também é um fator de integração e faz com que os municípios de Itacaré e Uruçuca estejam integrados, assim como Uruçuca e Ilhéus. Os municípios de Una e Canavieiras, em menor nível, integram-se a Ilhéus pela estrada litorânea.

Vale ressaltar que os municípios de Itabuna, Canavieiras e Santa Luzia tem apresentado pouca adesão a este planejamento estratégico de mercado desenvolvido. Além disso, Itabuna apresenta características bastante diferentes das demais cidades e suas motivações/segmentações. Assim, estará desalinhada com a estratégia de mercado proposta nesse plano.

Infraestrutura básica

A região tem duas cidades de maior porte, Ilhéus e Itabuna, mais bem estruturadas em aspectos de saneamento, saúde, educação e transporte público. No que diz respeito à saúde, as cidades possuem postos de saúde municipais que encaminham os pacientes graves para os hospitais de Itabuna ou Ilhéus. A falta de infraestrutura pública é um dos principais entraves para o desenvolvimento do turismo. Inclusive, na pesquisa de demanda turística realizada em Ilhéus e Itacaré entre novembro/2016 e janeiro/2017, foram os itens de pior avaliação, segundo os visitantes das duas cidades, especialmente, a limpeza pública.

Formas de acesso

O acesso à região pode ser rodoviário, aéreo ou marítimo. O acesso rodoviário à região é satisfatório, tanto com rodovias federais como com rodovias estaduais. A região fica a 266 km de Salvador, via Itacaré, pela rodovia BA-001, em bom estado de conservação, apesar de bastante sinuosa.

A região é servida por dois Aeroportos, um em Ilhéus e outro em Comandatuba. O de Comandatuba atende praticamente apenas aos hóspedes do Resort de Comandatuba, enquanto que o de Ilhéus atende toda a região. O Aeroporto de Ilhéus necessita, assim como a maioria dos Aeroportos do Brasil, de urgente ampliação da pista e da estação de passageiros e melhoria de suas condições de pouso e decolagem. De qualquer

forma, tem atendido à demanda durante a maior parte do ano. No período de alta estação, o Aeroporto não atende plenamente.

O acesso marítimo é feito através de cruzeiros marítimos, que chegam todos os anos no período do verão, ficando apenas um dia na localidade.

Políticas Públicas

A região carece de políticas públicas integradas de turismo. Especialmente a Prefeitura de Itacaré vem realizando algumas ações importantes de mercado e ordenamento interno da atividade. Além disso, o Sebrae é importante parceiro em ações como Lidera Turismo, este plano de mercado e a nova consultoria em Políticas Públicas.

A região necessita urgentemente de planos de desenvolvimento turístico, planos para o desenvolvimento da produção associada ao turismo, para o desenvolvimento do turismo rural e outros, visando se posicionar em relação às políticas públicas e pleitear projetos e financiamentos para seus projetos. Além de planos, a região necessita fortalecer a instância regional de governança e integrar os órgãos municipais de turismo.

Economia local

A economia da região é baseada na agricultura, com ênfase para a lavoura cacauzeira. Além disso, o comércio e os serviços são impactantes na economia, sobretudo de Itabuna, cidade economicamente mais desenvolvida da região. O turismo tem entrado na pauta da economia da Costa do Cacau.

Marketing

O turismo na Costa do Cacau se apresenta de forma tímida diante de sua potencialidade. A falta de planejamento turístico que envolva toda a Costa, ausência de criação e desenvolvimento de novos produtos e roteiros integrados e de esforço conjunto para a promoção e comercialização do destino, compromete substancialmente a sua oferta turística e seu desempenho no cenário turístico nacional.

Capacidade empresarial

A classe empresarial da Costa do Cacau precisa estruturar e fortalecer as associações que já existem. Pela importância empresarial da região e para o poder que poderia ter, as associações estão enfraquecidas e a responsabilidade recaindo sobre poucos empresários. Algumas associações, no entanto, despontam na Costa do Cacau, sobretudo em Ilhéus e Itacaré, mas isso ainda não contagiou o empresariado de toda a região. As empresas, em geral, micro e pequenas, são geridas de forma personalista e familiar.

Opinião dos turistas sobre os elementos da oferta

Pesquisa com turistas de Ilhéus e Itacaré, realizada entre os meses de novembro de 2016 e janeiro de 2017 identificou a opinião dos turistas com relação ao produto turístico. Abaixo os principais apontamentos:

Com relação a Ilhéus, os elementos da oferta melhores avaliados, ficando com nota 4 – bom, foram: Atrativos naturais, Hospitalidade, Praias e Gastronomia.

Os itens pior avaliados, ficando com a nota 2 – ruim foram: Limpeza pública, Acessibilidade, Centro de Informação Turística, Diversão noturna, Infraestrutura da cidade, ônibus e Guias de turismo.

Com relação a Itacaré, os elementos da oferta melhores avaliados, ficando com nota 4 - bom, foram: Atrativos naturais, Praia, Hospitalidade, Gastronomia, Hospedagem.

Os itens pior avaliados, ficando com a nota 2 – ruim foram: Rodoviária, Acessibilidade e Limpeza pública.

Percebe-se que os itens melhores avaliados são os natos do destino como os atrativos naturais, praias e cultura representado principalmente através da sua gastronomia. Já os piores avaliados estão relacionados com questões públicas da cidade.

Com relação ao atendimento às expectativas, os entrevistados de Ilhéus dividiram opiniões sobre o atendimento às expectativas por parte do destino: 42% atendeu plenamente e 43% atendeu em partes.

Quando questionados se voltariam ao destino, 89% certamente voltaria, 9% voltaria se não tivesse outra opção e 2% não voltaria.

Com relação ao atendimento às expectativas, a maior parte dos entrevistados de Itacaré considera que o destino atendeu às expectativas (53%) e 19% tiveram suas expectativas superadas. Já 26% considera que atendeu em partes.

Quando questionados se voltariam ao destino, 90% certamente voltaria, 8% voltaria se não tivesse outra opção e 2% não voltaria.

A nota de recomendação do Ilhéus foi mediana (7,5) e a de Itacaré foi um pouco melhor (8,3).

Análise da demanda

Entre os meses de novembro de 2016 e janeiro de 2017 foram realizadas cerca de 900 pesquisas nas cidades de Ilhéus e Itacaré. Abaixo alguns resultados que descrevem o perfil dos turistas que visitam estas cidades.

Perfil dos turistas:

	ILHÉUS	ITACARÉ
Origem	56% Nordeste – 54% BA 31% Sudeste 10% Centro-oeste	55% Nordeste – 52% BA 31% Sudeste 9% Centro-oeste
Gênero	53% mulher e 47% homem Bastante equilibrado	54% mulher e 46% homem Bastante equilibrado
Faixa etária	25 a 59 anos	25 a 59 anos
Escolaridade	52% superior 32% médio 13% pós-graduação	54% superior 23% pós-graduação 22% médio
Renda familiar	37% 1 a 3 SM 30% 4 a 5 SM 19% 6 a 10 SM	26% 1 a 3 SM 22% 4 a 5 SM 28% 6 a 10 SM

Percebe-se que a maior parte dos turistas de Ilhéus e Itacaré são advindos da própria Bahia, sendo que em Ilhéus este número é ainda maior.

A faixa etária está bem distribuída entre 25 e 59 anos, mas o maior volume está entre 25 e 34 anos, nas duas cidades.

Hábitos de viagem:

	ILHÉUS	ITACARÉ
Motivação	<p>53% Sol e praia</p> <p>20% Visitar parentes e amigos</p> <p>5% Ecoturismo</p>	<p>54% Sol e praia</p> <p>16% Ecoturismo</p> <p>11% Turismo de Aventura</p>
Companhia de viagem	<p>23% amigos</p> <p>23% cônjuge</p> <p>21% cônjuge e filhos</p>	<p>42% cônjuge</p> <p>19% cônjuge e filhos</p> <p>16% amigos</p>
Quando costuma viajar	<p>77% dezembro a fevereiro</p> <p>23% outros meses</p> <p>55% viaja nas férias</p> <p>32% feriados</p>	<p>75% dezembro a fevereiro</p> <p>25% outros meses</p> <p>57% viaja nas férias</p> <p>33% feriados</p>
Como comprou aéreo	<p>79% internet</p> <p>21% agência emissiva</p>	<p>69% internet</p> <p>31% agência emissiva</p>
Como comprou hospedagem	<p>55% internet</p> <p>25% hotel</p> <p>16% agência emissiva</p>	<p>73% internet</p> <p>13% agência emissiva</p> <p>9% hospedagem</p>
Recorrência ao destino	<p>54% acima de 5 vezes</p>	<p>23% acima de 5 vezes</p>

Hospedagem utilizada	31% casa de parentes e amigos 30% pousada 25% hotel	66% pousada 17% hotel 5% casa de parentes e amigos
Meio de transporte utilizado	55% carro particular 21% ônibus rodoviário 19% avião	52% carro particular 24% avião 15% ônibus rodoviário
Estimativa de gasto por pessoa na viagem	44% até 500 reais 25% de 501 a 1.000 reais 16% de 1.001 a 2.000 reais	32% até 500 reais 33% de 501 a 1.000 reais 22% de 1.001 a 2.000 reais

O Sol e praia é a principal motivação das duas cidades, porém, Ilhéus apresenta a motivação “visita a parentes e amigos” bastante forte também, ficando em segunda colocada.

Neste quesito percebe-se que Itacaré já é bem posicionada com relação ao ecoturismo e aventura já que são as segunda e terceira motivações, respectivamente.

Nas duas cidades, as pessoas costumam viajar nas férias e nos meses de dezembro a fevereiro, demonstrando uma grande sazonalidade. Assim, é necessário investir em ações promocionais e eventos geradores de fluxo turístico para reduzir estes efeitos.

O percentual de recorrência à Ilhéus é alto, o que reforça o grande apelo do turismo regional, especialmente realizado por pessoas que vivem nas cidades próximas. Outro aspecto que demonstra este perfil é que 31% dos turistas entrevistados se hospedam e casa de parentes e amigos.

Uma observação importante a ser feita é o alto percentual (mais em Ilhéus) do baixo gasto com a viagem, sendo que 44% pretende gastar até R\$ 500,00 por pessoa na viagem em Ilhéus. Isso mostra a importância de qualificar e diversificar mais os produtos, investir em atendimento, hospitalidade, também melhorar o seu posicionamento no mercado, conseguindo se comunicar com o público-alvo desejado para que se atraia um turista mais qualificado.

Resumo das Potencialidades e Fraquezas da Costa do Cacau

Potencialidades	Fraquezas
<p>Natureza preservada.</p> <p>Mata Atlântica integrada com praia.</p> <p>História e cultura do cacau, fazendas de cacau produtivas, produção do chocolate e com estrutura para receptivo turístico.</p> <p>Histórias de Jorge Amado.</p> <p>Gastronomia.</p> <p>Acessibilidade – porto, rodovia, aeroporto.</p> <p>Proximidade com Salvador, via Itacaré.</p> <p>Pouca diferença climática entre o verão e o inverno.</p> <p>Várias opções de atrativos e segmentações.</p> <p>Geografia favorece esportes de aventura e ecoturismo.</p> <p>Boa estrutura turística em Ilhéus e Itacaré.</p>	<p>Pouca integração dos atores de turismo da região.</p> <p>Nível de desenvolvimento do produto turístico variado entre as cidades.</p> <p>Maturidade empreendedora heterogênea entre as cidades.</p> <p>Falta qualificação profissional.</p> <p>Falta de produtos da experiência inovadores formatados e preparados para operação.</p> <p>Aeroporto não atende às necessidades da região.</p> <p>Falta Calendário integrado de eventos.</p> <p>Falta de identidade do destino e dos municípios.</p> <p>Falta de foco estratégico para divulgação do destino de forma integrada.</p> <p>Baixo IDH.</p> <p>Infraestrutura pública precária: segurança, pavimentação de vias, etc.</p> <p>Desalinhamento da cidade de Itabuna com relação à motivação mais representativa que irá compor as estratégias desse plano.</p> <p>Baixa participação no processo de planejamento coletivo das cidades de Canavieiras e Santa Luzia.</p>



ESTRATÉGIA

A competitividade do destino Costa do Cacau é definida a partir de dois elementos de análise. O primeiro é aquilo que o destino efetivamente possui, como toda a infraestrutura básica e turística, seus serviços, qualificação e ações empreendidas em prol da atividade turística nas localidades.

O segundo elemento de análise é a forma como o destino é visto e quer ser visto, ou seja, como ele se apresenta no mercado e qual a imagem que ele sustenta junto aos consumidores.

O posicionamento estratégico é a forma como a região se apresenta ao mercado. A estratégia deve ser baseada nas possibilidades apresentadas pelo ambiente interno, aliadas às tendências de consumo apresentadas no ambiente externo.

Assim, para se ter boa representatividade e destaque no mercado, a Costa do Cacau precisa fortalecer internamente os players locais públicos e privados para ter uma atuação de forma integrada. Além disso, precisa desenvolver uma identidade visual única e estratégias de comunicação integradas como portal de internet, assessoria de imprensa, criação, divulgação e comercialização de roteiro integrado, calendário de eventos regional, etc.

Outro aspecto importante, tendo em vista o perfil do seu público atual, dificuldades logísticas e competitividade é que a estratégia deve estar prioritariamente com o foco no mercado doméstico. A atuação no mercado internacional deverá ser desenhada especificamente nos nichos do turismo rural explorando a oferta do cacau e chocolate e a pesca oceânica cuja operação já existe, porém não se percebe estratégia oficial de posicionamento no mercado.

Outro aspecto que deve compor a estratégia de mercado é o desenvolvimento de produtos da experiência criativa. Isto é, passeios que privilegiem a experiência autêntica do turista e potencialize a oferta essencial do lugar. Envolve metodologias como interpretação do patrimônio, integração da produção associada ao turismo e o turismo de base comunitária. O Ecoturismo, o Turismo Rural e o Turismo de Aventura são segmentos importantes do mix do turismo de experiência. Assim, acredita-se que irá se ampliar o ticket médio do turista da Costa do Cacau, já que estes produtos necessariamente exigem operação de um receptivo, envolve diversos serviços como traslados, condutores, etc.

E por fim, é necessário o investimento em ações de qualificação e melhoria contínua dos produtos, empreendedores e profissionais que atuam no turismo. Projetos relacionados com a implementação de boas práticas sustentáveis, implementação de normas de segurança no turismo, empreendedorismo, gestão e qualificações ocupacionais são fundamentais para qualificação do produto “Costa do Cacau” e a boa imagem do destino.

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO COSTA DO CACAU 2017 - 2020

VISÃO DE FUTURO

Estar consolidado como destino turístico nacional que oferece experiências diversificadas de contato com a natureza e sua cultura de forma original, inovadora, sustentável, com qualidade e segurança.

PRINCÍPIOS

União, cooperação e integração
Respeito ao meio ambiente
Transparência e ética
Inovação, qualidade, segurança
Inclusão e valorização cultural
Sustentabilidade e Crescimento ordenado

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

PRAIA # MATA # CULTURA PITORESCA

Diversidades de ambientes e oferta
Natureza conservada e exuberante
Cacau e outros cultivos agrícolas

História e cultura
Inspiração de qualidade de vida

SEGMENTOS TURÍSTICOS

SOL E PRAIA

ECOTURISMO # AVENTURA # CULTURAL # RURAL

NEGÓCIOS E EVENTOS # ESPORTIVO # PESCA

OBJETIVOS e METAS

Ter uma Governança articulada e executiva protagonizando os objetivos da Costa do Cacau.

Uma Governança institucionalizada até 2017 capaz de implementar o plano de ação de marketing turístico dentro dos prazos definidos.

Marca turística integrada da Costa do Cacau reconhecida nacionalmente.

Identidade visual e comunicação integrada do destino (SOL E PRAIA + MIX SEGMENTOS AGREGADOS) criada e sendo trabalhada.

Ampliar o fluxo da demanda doméstica desejada (Bahia e Sudeste).

Aumentar 5% por ano a taxa de ocupação hoteleira, a partir de 2018.

Ampliar o tempo de permanência do turista.

Criar/requalificar 10 produtos nos segmentos trabalhados até final de 2017.

Incrementar o produto em inovação, sustentabilidade, qualidade e segurança.

30 meios de hospedagem com boas práticas de sustentabilidade até 2018.
15 receptivos/atrativos com boas práticas de segurança até 2018.

Reduzir a sazonalidade do destino.

Criação de calendário regional e municipais de eventos até junho de 2017.
Atração de 10 eventos geradores de fluxo turístico até 2018.

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO COSTA DO CACAU 2017 - 2020

EIXOS ESTRATÉGICOS

PRODUTO

PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO.

CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO

QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.

ENVOLVIMENTO E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE PARA A IMPORTÂNCIA DO TURISMO SUSTENTÁVEL.

MELHORIA DA INFRAESTRUTURA.

ESTUDOS TURÍSTICOS / QUALIDADE DA OFERTA

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.

MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS.

REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS.

FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.

PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA

ESTUDOS TURÍSTICOS / MONITORAMENTO DE MERCADO

Segmentação turística

A Costa do Cacau deve trabalhar como segmentação âncora o turismo de sol e praia. Porém, deve ser estratégia do destino agregar importantes segmentos com grandes potenciais de cada município como forma de se diferenciar no mercado, ampliar a permanência do turista e ampliar a sua qualificação.

Quanto mais se trabalhar o diferencial competitivo de um destino, isto é, algo que só tem naquele local ou que é pouco visto em outros locais, mais se consegue ampliar o alcance nacional e internacional dos emissores. Já que, irá se trabalhar no mercado elementos praticamente únicos do destino que motivará a visitação. Por exemplo, Ilhéus tem hoje como principal segmento trabalhado o turismo de sol e praia, porém, esta segmentação é muito mais valorizada pelo público regional, das cidades vizinhas. Assim, Ilhéus precisa trabalhar melhor os produtos relacionados a cultura, renovando seus produtos sobre a história do Brasil, do cacau e de Jorge Amado, elementos originais e exclusivos do local.

Dessa forma, a estratégia de apresentação do produto Costa do Cacau no mercado deve ter o Sol e Praia como central, mas os demais segmentos complementando a oferta e fortalecendo os diferenciais de cada município.

Vantagens dessa estratégia:

- Fortalece a integração da Costa do Cacau.
- Democratiza a participação dos municípios pois valoriza os seus diferenciais.
- Reforça o importante diferencial do destino: diversidade da oferta.
- Amplia a capacidade de atrair público nacional e internacional.
- Ampliar a permanência do turismo e a geração de mais receitas.

COSTA DO CACAU - SOL E PRAIA + MIX DE SEGMENTAÇÕES

ILHÉUS	ITACARÉ	UNA	URUÇUCA	CANAVIEIRAS	S. LUZIA	ITABUNA
SOL E PRAIA + CULTURA	SOL E PRAIA + ECOTURISMO + AVENTURA + ESPORTIVO	SOL E PRAIA	SOL E PRAIA	SOL E PRAIA	ECOTURISMO + AVENTURA	EVENTOS E NEGÓCIOS
RURAL + ECOTURISMO + AVENTURA	RURAL	ECOTURISMO + AVENTURA + RURAL	ESPORTIVO ECOTURISMO AVENTURA	NÁUTICO + ESPORTIVO PESCA		RURAL
EVENTOS E NEGÓCIOS	CULTURAL + EVENTOS E NEGÓCIOS	NÁUTICO + ESPORTIVO PESCA	RURAL			
		EVENTOS E NEGÓCIOS				

Município	Detalhamento dos Segmentos e estratégia de imagem
Ilhéus	<p>Sol e Praia + Cultural: o turista é motivado pelas praias, mas a cultura é o principal diferencial de Ilhéus. A cidade tem a sua cultura, tanto representada pela história oficial quanto por Jorge Amado, o grande elemento que irá marcar a experiência na memória e diferenciar Ilhéus de outros destinos.</p> <p>Rural + Ecoturismo + Aventura: Além disso, o turismo rural, especialmente relacionado à cultura do cacau é um grande potencial. Este deve agregar o ecoturismo e o turismo de aventura no seu mix de oferta para valorizar a experiência do turista. Também é prioritário integrar a Produção Associada ao Turismo (Chocolate).</p> <p>Eventos e Negócios: Trabalhar também o segmento de Eventos e Negócios com estratégias específicas e bem desenhadas.</p>
Itacaré	<p>Sol e Praia + Ecoturismo + Aventura + Esportivo: A proposta é que Itacaré trabalhe o conceito de Praia e aventura integrados, pois este conceito caracteriza e diferencia as praias do destino. Transmitir a ideia de uma praia mais intocada que envolva um certo nível de aventura, assim caracterizado pela necessidade de fazer trilha, sempre convergindo com o contexto da mata atlântica. Além da praia com aventura, ofertas como o rafting e o arvorismo, reforçam esta identidade. Também o Turismo Rural, com a produção de chocolate, como complemento da oferta e ampliação da estada.</p> <p>Cultural + Eventos e Negócios: O segmento de Eventos e Negócios também pode ser trabalhado com a captação de eventos esportivos, gastronômicos e culturais, aproveitando a estrutura de hospedagem e alimentação.</p>
Una	<p>Sol e Praia Ecoturismo + Aventura (com ênfase em cicloturismo), Rural com Inserção da Produção Associada ao Turismo. Trata-se do grande diferencial da cidade, especialmente embasado na cultura agrícola e história da região. Os grupos culturais existentes no município podem agregar ainda mais a experiência turística.</p> <p>Náutico + Esportivo (Pesca) - Deve-se trabalhar com uma campanha específica, unindo-se à oferta de Canavieiras, focando no nicho de mercado, especialmente o internacional.</p>
Uruçuca	Sol e Praia e Esportivo, Ecoturismo, Aventura e Rural.
Itabuna	Negócios e Eventos e Turismo Rural
Canavieiras	Sol e Praia, Náutico + Esportivo (Pesca) - trabalhar com uma campanha específica, unindo-se à oferta de Una, especialmente o internacional.
Santa Luzia	Ecoturismo e Aventura

Diferenciais competitivos

A Costa do Cacau deve revelar o que possui de único e que a diferencia de outros destinos turísticos. Esses diferenciais competitivos que tornam essa região única no turismo brasileiro foram identificados e estão citados abaixo:

Diversidade da oferta e segmentos

A Costa do Cacau possui uma grande variedade de oportunidades para desenvolver o turismo como o turismo de sol e praia, cultural, ecoturismo, aventura, esportivo, rural, negócios etc. Essa variedade de possibilidades deve ser trabalhada no mercado de forma estratégica integrada e complementar. Assim, se conseguirá se diferenciar no mercado, alavancar novos negócios, atrair perfis variados de públicos, ampliar a permanência e reduzir a sazonalidade turística.

Inclusive é crucial se trabalhar de forma integrada os aspectos relacionados à praia, mata e cultura peculiar. Estes três elementos irão posicionar a Costa do Cacau de forma diferenciada no mercado.

Natureza conservada

A região possui diversas unidades de conservação que podem ser aproveitadas para o desenvolvimento de um turismo consciente e em consonância com as tendências atuais de turismo. A Mata Atlântica é bastante conservada especialmente por causa da produção cacaueteira que depende da sombra da floresta nativa para se desenvolver, formando as áreas chamadas de Cabruca.

Cacau e demais cultivos agrícolas

A região da Costa do Cacau impulsionou a economia baiana durante todo o período do apogeu da lavoura cacaueteira. O histórico de pujança econômica e cultural está marcado nos municípios da Costa do Cacau. Hoje, existem fazendas de cacau abertas à visitação, inclusive envolvendo a produção do chocolate. Além disso, no município de Una existe uma grande diversidade de frutas exóticas como o mangostim, rambutão, bacupari, sapoti, entre outras, que podem ser inseridas nos roteiros rurais.

História e cultura peculiar

Com quase 500 anos de existência, possui um vasto patrimônio cultural, histórico e arquitetônico, composto por belíssimos casarões. A história do município de Ilhéus se confunde com a própria história do cacau, que levou ao país e ao mundo a sua riqueza cultural, as potencialidades econômicas e a capacidade do povo de enfrentar e superar crises.

É conhecida por ambientar os romances de Jorge Amado, famoso escritor baiano, como Gabriela, Cravo e Canela e Terras do Sem Fim, o que torna o lugar culturalmente curioso e interessante para a visitação, caso produtos e passeios com esta temática sejam revitalizados.

Inspiração de Qualidade de Vida

Parte dos municípios da Costa do Cacau, como Itacaré e Ilhéus, inspiram qualidade de vida aos seus moradores e visitantes, visto que são cidades pacatas, próximas a praias, com matas e rios, onde se respira ar puro e se pode ter contato com a natureza preservada. Este foi uma das qualidades que apareceu com grande frequência nas pesquisas de demanda turística de Ilhéus e Itacaré.

Briefing da Marca Turística

Uma estratégia importante é a criação de uma identidade integrada do Destino Costa do Cacau. Assim, abaixo são elencadas indicações para a criação de uma marca, identidade visual, sua aplicação nas diversas mídias e a realização de uma comunicação integrada.

A ideia é que haja uma marca âncora da Costa do Cacau e as marcas dos municípios fazendo referência à marca âncora e ao mesmo tempo destacando o diferencial daquela cidade.

A MENSAGEM

A mensagem que será transmitida pela Costa do Cacau, em todos os seus discursos, textos, divulgação e em todas as oportunidades é de que a região é bem diversificada na sua oferta, isto é um destino completo para todos os perfis.

Caracteriza-se pela natureza preservada e bem utilizada do ponto de vista econômico, é um lugar tranquilo para morar e viajar, repleta de opções e emoções.

SEGMENTOS	ABORDAGEM
Sol e Praia	Segurança, belezas naturais, boa infraestrutura, rusticidade e preservação.
Ecoturismo	Belezas naturais, meio ambiente preservado, tranquilidade, riqueza cultural.
Turismo rural	Produção do Cacau, Chocolate, Mata Atlântica, Cabruca, ecoturismo e aventura.
Aventura	Belezas naturais, emoção, desbravamento de novos lugares.
Náutico	Belezas naturais, riqueza marinha, meio ambiente preservado.
Negócios	Mais que um local de trabalho, oportunidade de agregar lazer e descanso na praia.

AS PALAVRAS-CHAVE

Diversidade, completo, para todos os perfis
 Natureza / Mata Atlântica / Sustentabilidade / Praia preservada, paraíso
 Cacau / Chocolate / Cultura pitoresca / Jorge Amado
 Aventura com segurança / Qualidade de Vida / Tranquilidade / Hospitalidade

AS CORES

As cores que representam a Costa do Cacau são:

Verde da Mata Atlântica, **Amarelo do fruto do Cacau**, **Azul do Mar**

A IMAGEM

A imagem que melhor representa a Costa do Cacau é o mar com a Mata Atlântica ao fundo. Nessa imagem pode ter variações como os esportes da região, a lavoura do cacau, pesca oceânica, o arvorismo ou uma tirolesa e outras variações pertinentes a cada momento.

As imagens de cada município devem estar alinhadas com as segmentações específicas a serem trabalhadas.

Diretrizes Estratégicas

As diretrizes estratégicas são definidas a partir de dois Eixos Estratégicos interdependentes que compõem o marketing: Desenvolvimento de Produto e Promoção/Comercialização do destino.

A partir desses dois Eixos Estratégicos, surgem as Diretrizes Estratégicas que determinam os meios de se alcançar os objetivos e metas do Plano de Marketing.

EIXO ESTRATÉGICO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

Compreende toda a oferta em si, desde infraestrutura pública, serviços de turismo, passeios, qualidade da oferta e como os players estão organizados, integrados e fortalecidos. De um modo em geral, os municípios que compõem a Costa do Cacau encontram-se em diferentes estágios de desenvolvimento da sua oferta. Itacaré é o destino que apresenta a oferta melhor estruturada, Ilhéus precisa revitalizar sua oferta, já Una está em estágio inicial de desenvolvimento dos produtos.

EIXO ESTRATÉGICO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO

Este eixo se refere a como o destino e seus produtos são ofertados, comunicados, promovidos e vendidos no mercado. Novamente Itacaré apresenta um melhor posicionamento no imaginário das pessoas, tendo recebido nota 8,3 de recomendação, segundo pesquisa de janeiro de 2017. Ilhéus precisa ainda inovar na sua oferta para poder promover seus diferenciais, além de realizar mais ações nos canais de comunicação e ampliar seus canais comercialização.

Estratégias municipais

Traçar uma estratégia regional é um grande desafio, tendo em vista a heterogeneidade dos municípios com relação ao ciclo de vida do produto turístico. Assim, mesmo sem perder de vista o objetivo principal do trabalho que é a estratégia macro e integrada da Costa do Cacau, é necessário apontar as necessidades específicas no momento dos principais municípios:

ILHÉUS**PRODUTO**

- Necessidade de revitalização, inovação e requalificação do seu produto, focando no mix sol e praia + cultura.
- Necessário investimento em infraestrutura pública (especialmente revitalização do centro histórico, limpeza e segurança).
- Requalificação dos serviços turísticos – qualificação de mão de obra em hospitalidade.
- Reenergizar a governança, ampliando a força institucional e coletiva.
- Monitorar o desempenho - manter os estudos turísticos relacionados a perfil de demanda e qualidade da oferta.
- Reestruturar a oferta para negócios e eventos.

**PROMOÇÃO /
COMERCIALIZAÇÃO**

- Investir em promoção em meio digital.
- Ampliação das alianças e fortalecimento dos canais de comercialização.
- Investir na promoção internacional da produção do cacau e chocolate.

ITACARÉ

PRODUTO

- Ampliar os produtos de experiência.
- Investir em segurança tanto na operação dos passeios (qualificação empresarial e profissional dos condutores), quanto na segurança pública.
- Melhoria de infraestrutura pública, especialmente obras de pavimentação e rodoviária.

PROMOÇÃO /
COMERCIALIZAÇÃO

- Captar e realizar eventos.
- Ampliar a promoção no mercado nacional.
- Ampliar as alianças com os canais de comercialização.

UNA

PRODUTO

- Desenvolver produtos de experiência com base na produção associada ao turismo.
- Formar condutores.
- Ampliar a oferta de serviços turísticos como meios de hospedagem e alimentação.

PROMOÇÃO /
COMERCIALIZAÇÃO

- Fomentar a promoção da pesca oceânica no mercado internacional.

URUÇUCA

PRODUTO

- Desenvolver produtos de experiência com base na produção associada ao turismo.
- Formar condutores.
- Ampliar a oferta de serviços turísticos como meios de hospedagem e alimentação.

CANAVIEIRAS

PRODUTO

- Desenvolver produtos de experiência com base na produção associada ao turismo.
- Ampliar a oferta de serviços turísticos como meios de hospedagem e alimentação.

PROMOÇÃO /
COMERCIALIZAÇÃO

- Fomentar a promoção da pesca oceânica no mercado internacional.

Os quadros abaixo apresentam as Diretrizes Estratégicas que serão desenvolvidos para cada um dos Eixos Estratégicos, iniciando pelo Desenvolvimento de produtos Turísticos e concluindo com o eixo da Promoção e Comercialização do Destino:

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

1. FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO

Ações de fortalecimento dos players de forma a representar o destino de maneira integrada.

Tem o objetivo de fortalecer as associações empresariais e as instituições públicas ligadas ao desenvolvimento do Turismo na Costa do Cacau. Entre os projetos desenvolvidos estão os treinamentos ligados a associativismo, formação de gestores públicos de turismo, secretários municipais de turismo e suas equipes, membros da Câmara de Turismo, cursos de planejamento e gestão do turismo e marketing turístico.

Projetos/ações:

GESTÃO EXECUTIVA PARTICIPATIVA DO PLANO DE MARKETING DO DESTINO.

FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL DAS ASSOCIAÇÕES MUNICIPAIS E A INTEGRAÇÃO REGIONAL.

FOMENTO DE ALIANÇAS E NEGÓCIOS ENTRE EMPRESAS DO DESTINO.

GRUPO VOLUNTÁRIO DE BUSCA E SALVAMENTO – GVBS.

LEI MUNICIPAL DE TURISMO.

FUNDO MUNICIPAL DO TURISMO.

CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO.

FORTALECIMENTO DO CONVENTION BUREAU.

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

2. CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO

Criação de novos produtos que valorizem a experiência autêntica do turista, integrando segmentos (ex.: aventura, rural), integrando atores (ex.: hospedagem, artesãos, condutores, etc) e metodologias (ex.: base comunitária, produção associada ao turismo, interpretação do patrimônio, etc).

Projetos/ações:

ROTEIRO INTEGRADO DO DESTINO.

CRIAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS INOVADORES COM MOTIVAÇÕES/SEGMENTAÇÕES INTEGRADAS.

FOMENTO AO TURISMO RECEPTIVO – EMPRESAS E/OU ASSOCIAÇÃO DE CONDUTORES.

ATRAÇÃO E CRIAÇÃO DE NOVOS EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS: MUSEUS, LOJAS E PARQUES TEMÁTICOS.

DESENVOLVIMENTO DE SOUVENIRES E PRODUTOS TEMÁTICOS.

FORMATAÇÃO DE PRODUTO DE INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO AO VIVO NO CENTRO HISTÓRICO DE ILHÉUS – JORGE AMADO.

IMPLEMENTAÇÃO DE CAMA & CAFÉ – HOSPEDAGEM DOMICILIAR.

FORMATAÇÃO DE PRODUTO DE TURISMO DE PESCA E ESPORTIVA.

MAPEAMENTO E INTEGRAÇÃO DA PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO.

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

3. QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES: QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.

Alinhado com o valor de qualidade, segurança e sustentabilidade do destino, esta diretriz visa qualificar e diferenciar os equipamentos, através da implementação de boas práticas socioculturais, ambientais, gestão e segurança nas empresas de operação de turismo de aventura e outras.

Projetos/ações:

MEDE TURISMO – SEBRAE.

IMPLEMENTAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS EM EMPREENDIMENTOS DE TURISMO.

IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO DA SEGURANÇA PARA EMPRESAS DE AVENTURA.

CURSO DE FORMAÇÃO DE CONDUTORES DE ATRATIVOS NATURAIS E CULTURAIS E ATIVIDADES DE AVENTURA.

CURSOS DE QUALIFICAÇÕES OCUPACIONAIS DE TURISMO (RECEPCIONISTA, GARÇOM ETC).

CURSO DE MARKETING DIGITAL.

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO**DIRETRIZES ESTRATÉGICAS****4. ENVOLVIMENTO E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE PARA A IMPORTÂNCIA DO TURISMO SUSTENTÁVEL**

Programas de educação patrimonial, ambiental e de sensibilização para a importância do turismo sustentável para o destino, ampliando o sentimento de pertencimento e a participação das pessoas na atividade.

Projetos/ações:

PROGRAMAÇÃO DE EDUCAÇÃO PATROMONIAL.

CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL.

PROJETO DE SENSIBILIZAÇÃO DO TURISMO E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS.

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

5. MELHORIA DA INFRAESTRUTURA

Visa melhorar a infraestrutura básica pública como segurança, urbanização, gestão de resíduos, iluminação, dentre outros e infraestrutura turística da região, como sinalização turística, centro de informações turísticas etc.

Projetos/ações:

criação dos centros de visitantes.

construir pórticos de entrada da região e das cidades.

requalificação do centro histórico – Quarteirão Jorge Amado – Ilhéus.

requalificação da rodoviária de Itacaré

requalificação/ampliação do aeroporto de Ilhéus.

pavimentação de Itacaré.

programa turista seguro Itacaré.

sinalização interpretativa nos atrativos.

revitalização de centros de informações turísticas.

EIXO: DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO**DIRETRIZES ESTRATÉGICAS****6. ESTUDOS TURÍSTICOS – DEMANDA E OFERTA**

Visa identificar a opinião das pessoas (turistas, comunidade, empreendedores e profissionais) sobre a qualidade dos equipamentos, serviços e infraestrutura turística do destino.

Projetos/ações:

PESQUISA DE DEMANDA POTENCIAL NOS MERCADOS EMISSORES.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO PRODUTO – PERMANENTE.

PESQUISA PERIÓDICA DE AVALIAÇÃO DO PERFIL DO TURISTA (NO PRIMEIRO ANO: DE MAI/JUL E NOV/JAN E NO SEGUNDO ANO E 1 VEZ POR ANO).

CRIAÇÃO DE INDICADORES DE DESEMPENHO EMPRESARIAIS E DO DESTINO.

INVENTARIAÇÃO DA OFERTA.

PESQUISAS DE FLUXO TURÍSTICO.

EIXO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

7. IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.

Desenvolvimento de uma identidade visual integrada do destino com os seus municípios para que haja uma comunicação única e fortalecimento do destino e aproveitamento de todo o seu potencial turístico.

Projetos/ações:

criação de identidade visual integrada do destino e seus municípios.

criação de material gráfico do destino.

criar plano de comunicação integrada da Costa do Cacau.

assessoria de comunicação e imprensa permanente.

publicidade em veículos especializados nos mercados alvo.

consultoria empresarial para o desenvolvimento de material publicitário das empresas, como folheteria, vídeos, cartões de visita entre outros.

criar núcleo de comunicação para gerir a comunicação institucional da Costa do Cacau.

realização de FAM TOURS com operadoras regionais e nacionais dos segmentos prioritários.

realização de press-trip com mídias regionais e nacionais.

exposições fotográficas dos atrativos turísticos da região nos principais shoppings centers dos mercados emissores.

EIXO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

8. MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS

Investir em relacionamento com o cliente. O cliente compra a marcar, destino que ele se engaja com o propósito, que ele fica fã. Para tanto serão criadas campanhas que estimulam a interatividade e atuação de influencer com bastante uso de audiovisual.

As mídias digitais são importantes meios de comunicação com o público. Produção e veiculação de conteúdo institucional e de mercado como notícias, atrativos, promoções, pacotes, meios de hospedagens, vida noturna, calendário de eventos em redes sociais como Facebook, Twitter, instagram, Snapchat, tanto perfis próprios como perfis, páginas e grupos de terceiros que se interessem por este conteúdo. Fará também avaliações constantes de publicidades utilizando o google adward e redes sociais.

Projetos/ações:

GESTÃO DE REDES SOCIAIS.

CAMPANHA INFLUENCERS.

PORTAL OFICIAL DE TURISMO DA COSTA DO CACAU COM FERRAMENTAS DE GERENCIADOR DE CONTEÚDOS, SALA DE IMPRENSA, INTERATIVIDADE, NOTÍCIAS PERIÓDICAS, FOTOS/VÍDEOS, DEPOIMENTOS.

CONCURSO FOTOGRÁFICO AMADOR E PROFISSIONAL.

LIVE MARKETING.

VLOG DE VIAGEM - CANAL NO YOUTUBE

EIXO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

9. REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS

Investir em eventos buscando reduzir a sazonalidade do destino. Os eventos podem ser das mais variadas temáticas e motivações e podem ser realizados pelos próprios players do destino como haver captação de eventos de fora.

Projetos/ações:

CRIAR E PROMOVER CALENDÁRIO REGIONAL INTEGRADO DE EVENTOS.

CAPTAR EVENTOS TEMÁTICOS GERADORES DE MÍDIA E FLUXO TURÍSTICO (COMPETIÇÕES, FESTIVAIS, WORKSHOP TEMÁTICOS ETC.)

FORTALECER OS EVENTOS EXISTENTES.

CRIAR O CALENDÁRIO DE FESTEJOS JUNINOS INTEGRADO NA REGIÃO.

CAPTAR PRODUÇÕES ARTÍSTICAS GERADORES DE MÍDIA E FLUXO TURÍSTICO (NOVELAS, DOCUMENTÁRIOS, FILMES ETC.)

EIXO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO**10. FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO**

É importante investir esforços na capilarização da venda do destino, realizando uma forte negociação nos diversos canais.

Projetos/ações:

CRIAÇÃO DE BALCÃO DE VENDAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NO AEROPORTO DE ILHÉUS.

CRIAR E GERIR ONLINE TRAVEL AGENCY PRÓPRIA DO DESTINO.

ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS ONLINE TRAVEL AGENCY – OTA.

ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS OPERADORAS E AGÊNCIAS DA BAHIA.

ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS OPERADORAS NACIONAIS.

PARTICIPAR DOS GRANDES EVENTOS NACIONAIS DO TRADE COMO ABAV, BRAZTOA E WTM.

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS DA BAHIA TURSA (CAPACITAÇÕES DE AGENTES DE VIAGENS / WORKSHOPS DA BAHIA).

POSITIVAÇÃO DO DESTINO EM CIDADES DA BAHIA EMISSORAS.

EIXO: PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

11. PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA

Estratégia e ações de mercado específicos para atrair o público interessado pelo cacau e chocolate e pela pesca oceânica.

Projetos/ações:

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS INTERNACIONAIS E RODADAS DE NEGÓCIOS COM OPERADORAS INTERNACIONAIS EMISSIVAS COM FOCO NO TURISMO RURAL.

CRIAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL BILINGUE COM FOCO NA PRODUÇÃO DO CHOCOLATE E CULTURA CACUEIRA.

CRIAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL BILINGUE DO TURISMO DE PESCA ESPORTIVA.

DEFINIÇÃO E PARTICIPAÇÃO DE EVENTOS INTERNACIONAIS DOS SEGMENTOS NOS MERCADOS EMISSORES.



PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

O Plano de Implementação apresenta as Ações definidas para cada Diretriz Estratégica. As ações estão acompanhadas dos executores, parceiros, abrangência (regional ou municipal) e o prazo esperado para sua implementação. Estão priorizadas de acordo com os critérios de urgência, tendência e gravidade, conforme metodologia de priorização de ações GUT – FGV que indica a ordem de implementação dos projetos. As ações foram classificadas em 5 níveis de prioridade, sendo a **Prioridade 1** dada aos projetos mais importantes e imediatos e a **Prioridade 5** aos menos prioritários, mas também importantes para o alcance dos resultados propostos neste plano.

Para a consecução positiva das ações estratégicas é necessário que haja o desenvolvimento e aplicação de uma metodologia de gestão executiva do Plano que deve ser coordenado por uma Instância de Governança regional, sendo indicado para a Câmara de Turismo da Costa do Cacau. É indicado também o acompanhamento do Sebrae no suporte à execução desta metodologia visando a implementação das ações e o alcance dos resultados.

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 1

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	CRIAR METODOLOGIA DE GESTÃO EXECUTIVA PARTICIPATIVA PARA IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO DE MARKETING DO DESTINO.	CÂMARA DE TURISMO	SEBRAE ASSOCIAÇÕES SETUR BA UNIVERSIDADE	COSTA DO CACAU
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	LEI MUNICIPAL DE TURISMO.	SECRETARIAS DE TURISMO	TRADE ASSOCIAÇÕES TERCEIRO SETOR	COSTA DO CACAU
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	FUNDO MUNICIPAL DO TURISMO.	SECRETARIAS DE TURISMO	TRADE ASSOCIAÇÕES	COSTA DO CACAU
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO.	SECRETARIA DE TURISMO	TRADE ASSOCIAÇÕES	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	FORMATAÇÃO DE PRODUTO DE INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO AO VIVO NO CENTRO HISTÓRICO DE ILHÉUS – JORGE AMADO	CONSELHO CULTURA CÂMARA PATRIMÔNIO SEBRAE CONSULTORIA ESPECIALIZADA	CONVENTION TRADE SEBRAE	ILHÉUS

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 1

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	CURSO DE FORMAÇÃO DE CONDUTORES DE ATRATIVOS NATURAIS E CULTURAIS E ATIVIDADES DE AVENTURA	IFBA ICMBIO CONSULTORIA ESPECIALIZADA	SEBRAE COOPERATIVA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	CURSOS DE QUALIFICAÇÕES OCUPACIONAIS DE TURISMO (RECEPCIONISTA, GARÇOM, ETC)	IFBA SUPROF	SEBRAE SETUR BA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	ENVOLVIMENTO E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE PARA A IMPORTÂNCIA DO TURISMO SUSTENTÁVEL.	PROJETO DE SENSIBILIZAÇÃO DO TURISMO PARA A COMUNIDADE	SECRETARIA DE TURISMO SECRETARIA EDUCAÇÃO	ASSOCIAÇÕES SETUR SEBRAE	MUNICIPAL
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	CRIAÇÃO/REVITALIZAÇÃO DOS CENTRO DE VISITANTES	PREFEITURA	TRADE ASSOCIAÇÃO CVB SETUR BA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	REQUALIFICAÇÃO ESTRUTURAL DO CENTRO HISTÓRICO – QUARTEIRÃO JORGE AMADO	PREFEITURA ILHÉUS SETUR	TRADE SEBRAE MTUR	ILHÉUS

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 1

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	REQUALIFICAÇÃO DA RODOVIÁRIA DE ITACARÉ	PREFEITURA ITACARÉ	MTUR SETUR BA SEC INFRA	ITACARÉ
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	PAVIMENTAÇÃO VIAS PÚBLICAS DE ITACARÉ	PREFEITURA ITACARÉ	MTUR SETUR BA SEC INFRA	ITACARÉ
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	PROGRAMA DE SEGURANÇA PARA TURISTAS	PREFEITURA	INFRAERO PM	ITACARÉ
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	SINALIZAÇÃO INTERPRETATIVA NOS ATRATIVOS	SETUR BA	MTUR SETUR BA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	AEROPORTO DE ILHÉUS - MELHORIAS, AMPLIAÇÃO	CÂMARA DE TURISMO SETUR BA GOV FEDERAL	INFRAERO	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 1

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	GESTÃO DE REDES SOCIAIS	CÂMARA, TRADE UESC CONSULTORIA ESPECIALIZADA	UESC SEBRAE	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS	CRIAR E PROMOVER CALENDÁRIO REGIONAL INTEGRADO DE EVENTOS	SETUR MUNICIPAL	SEBRAE CÂMARA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS	CAPTAR EVENTOS TEMÁTICOS GERADORES DE MÍDIA E FLUXO TURÍSTICO (COMPETIÇÕES, FESTIVAIS, WORKSHOP)	PREFEITURAS CONVENTION BUREAU CAMARA	SETUR BA ABIH ORG. DE EVENTOS	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO	CRIAÇÃO DE BALCÃO DE VENDAS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NO AEROPORTO DE ILHÉUS	CONVENTION BUREAU	CÂMARA SETUR BA	ILHÉUS
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS ONLINE TRAVEL AGENCY - OTA	CONVENTION BUREAU	CÂMARA SEBRAE/SEN AR BA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 1

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS OPERADORAS E AGÊNCIAS DA BAHIA	CONVENTION BUREAU CAMARA	CONVENTION BUREAU ABIH CÂMARA SETUR BA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	ESTREITAR RELAÇÃO E AMPLIAR OFERTA ÀS OPERADORAS NACIONAIS	CÂMARA CONVENTION BUREAU CAMARA	SENAR BA TRADE ABIH SETUR BA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	PARTICIPAR DOS GRANDES EVENTOS NACIONAIS DO TRADE COMO ABAV, BRAZTOA E WTM.	PREFEITURA CAMARA	SETUR BA MTUR	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS DA BAHIA TURSA (CAPACITAÇÕES DE AGENTES DE VIAGENS / WORKSHOPS DA BAHIA)	CONVENTION BUREAU PREFEITURAS SETUR MUNICIPAL	TRADE SETUR BA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 2

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	FORTALECER INSTITUCIONALMENTE AS ASSOCIAÇÕES MUNICIPAIS E A INTEGRAÇÃO REGIONAL.	SECRETARIAS DE TURISMO CÂMARA DE TURISMO	ASSOCIAÇÕES TRADE PREFEITURAS	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	FOMENTO AO TURISMO RECEPTIVO (EMPRESAS E/OU ASSOCIAÇÃO DE CONDUTORES)	PREFEITURAS ASSOCIAÇÕES SINDICATOS DE CLASSE INICIATIVA PRIVADA	SEBRAE CONSELHOS COMTUR TRADE	UNA CANAVIEIRAS SANTA LUZIA
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	PROGRAMA EMPRESARIAL MEDE TURISMO	SEBRAE	PREFEITURAS ENTIDADES DE CLASSE DO TURISMO	ILHÉUS ITACARÉ ITABUNA
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	IMPLEMENTAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS EM EMPREENDIMENTOS DE TURISMO	SEBRAE FLORESTA VIVA CONSULTORIA ESPECIALIZADA	ARAPIPU TABOÃ MTUR PREFEITURAS	ILHÉUS ITACARÉ UMA URUÇUCA
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO DA SEGURANÇA PARA EMPRESAS DE AVENTURA	SEBRAE CONSULTORIA ESPECIALIZADA	ABETA PREFEITURAS	ILHÉUS ITACARÉ

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 2

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	ENVOLVIMENTO E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE PARA A IMPORTÂNCIA DO TURISMO SUSTENTÁVEL.	CAMPANHA DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL	SECRETARIA DE MEIO AMBIENTE	ASSOCIAÇÕES LOCAIS	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL INTEGRADA DO DESTINO E SEUS MUNICIPIOS	CONSULTORIA ESPECIALIZADA	SEBRAE	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	CRIAÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO IMPRESSO DO DESTINO	CÂMARA DE TURISMO CONSULTORIA ESPECIALIZADA	EMPRESAS BAHIA TURSA ASSOCIAÇÕES	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	CRIAR PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DA COSTA DO CACAU	SECRETARIAS TURISMO CÂMARA CACAU	SEBRAE EMPRESAS	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 3

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	ESTUDOS TURÍSTICOS	PESQUISA PERMANENTE DE SATISFAÇÃO DO PRODUTO	SEBRAE UESC SETUR BA	IFAL	ILHÉUS ITACARÉ URUÇUCA UNA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	CAMPANHA INFLUENCERS	CÂMARA CONSULTORIA ESPECIALIZADA	TRADE SETUR BA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	MAPEAMENTO E INTEGRAÇÃO DA PRODUÇÃO ASSOCIADA AO TURISMO	SECRETARIA DE TURISMO UNA	SEBRAE SDR SENAR BA	UNA
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	FORMATAÇÃO DE PRODUTO DE TURISMO DE PESCA E ESPORTIVA	SECRETARIAS DE TURISMO ASSOCIAÇÕES DE PESCA EMPRESAS DE OPERAÇÃO	SEBRAE SETUR BA BAHIA PESCA SEC. AGRICULTURA E PESCA	UNA CANAVIEIRAS

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 3

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E DE IMPRENSA PERMANENTE	EMPRESA ESPECIALIZADA	CÂMARA DE TURISMO ASCOM PREFEITURAS ASSOCIAÇÕES	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	ESTUDOS TURÍSTICOS	PESQUISA DE DEMANDA POTENCIAL NOS MERCADOS EMISSORES	SEBRAE UESC SETUR BA CONSULTORIA ESPECIALIZADA	IFBA	ILHÉUS ITACARÉ URUÇUCA UNA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	ESTUDOS TURÍSTICOS	PESQUISA PERIODICA DE AVALIAÇÃO DO PERFIL DO TURISTA (NO PRIMEIRO ANO: DE MAI/JUL E NOV/JAN E NO SEGUNDO ANO E 1 VEZ POR ANO)	SETUR MUNICIPAL FIPE ABIH SEBRAE CONSULTORIA ESPECIALIZADA	BAHIATURSA	ILHÉUS ITACARÉ URUÇUCA UNA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	PUBLICIDADE EM VEÍCULOS ESPECIALIZADOS NOS MERCADOS ALVO	PREFEITURAS CÂMARA	TRADE SETUR BA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 3

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	PORTAL OFICIAL DE TURISMO DA COSTA DO CACAU (GERENCIADOR DE CONTEÚDO, SALA DE IMPRENSA, INTERATIVIDADE, NOTÍCIAS PERIÓDICAS, FOTOS/VÍDEOS, DEPOIMENTOS ETC)	CÂMARA DE TURISMO	SEBRAE INI UESC SETUR BA CVB EMPRESAS PATROCINADORAS	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA	PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS INTERNACIONAIS E RODADAS DE NEGÓCIOS COM OPERADORAS INTERNACIONAIS EMISSIVAS COM FOCO NO TURISMO RURAL	CAMARA	TRADE SETUR BA PREFEITURAS SEBRAE	COSTA DO CACAU
PRODUTO	ENVOLVIMENTO E SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE PARA A IMPORTÂNCIA DO TURISMO SUSTENTÁVEL.	PROGRAMAÇÃO DE EDUCAÇÃO PATROMONIAL	SECRETARIA DE CULTURA	IPAC SECULT BA ESCOLAS ASSOCIAÇÕES	COSTA DO CACAU
PRODUTO	ESTUDOS TURÍSTICOS	CRIAÇÃO DE INDICADORES DE DESEMPENHO EMPRESARIAIS E DO DESTINO.	SEBRAE SETUR MUNICIPAL	CAMARA DE TURISMO SETUR BA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 3

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	ESTUDOS TURÍSTICOS	INVENTARIAÇÃO DA OFERTA.	UESC SEBRAE UFSB CONSULTORIA ESPECIALIZADA	SETUR BA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	ESTUDOS TURÍSTICOS	PESQUISAS/MONITORAMENTO DE FLUXO TURÍSTICO	SETUR UESC ABIH	INFRAERO BAHIATURSA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	FORTALECIMENTO E AMPLIAÇÃO DOS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO.	POSITIVAÇÃO DO DESTINO EM CIDADES DA BAHIA EMISSORAS	SETUR PREFEITURA	TRADE CÂMARA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 4

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	FOMENTAR ALIANÇAS E NEGÓCIOS ENTRE EMPRESAS DO DESTINO.	CÂMARA DE TURISMO TRADE	ASSOCIAÇÕES SINDICATO PATRONAL	COSTA DO CACAU
PRODUTO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	CONSULTORIA PARA O DESENVOLVIMENTO DE MATERIAL PUBLICITÁRIO DAS EMPRESAS (ex. FOLHETERIA, VÍDEOS, CARTÕES DE VISITA, ETC)	TRADE	SEBRAE	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS	FORTALECER OS EVENTOS EXISTENTES	SECRETARIA MUNICIPAL	SEBRAE BAHIA TURSA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS	CRIAR O CALENDÁRIO DE FESTEJOS JUNINOS INTEGRADO NA REGIÃO	CAMARA DE TURISMO SETUR BA	SEBRAE BAHIA TURSA	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	ROTEIRO INTEGRADO DO DESTINO	CAMARA DE TURISMO PREFEITURAS SETUR	SENAC SETOR PRIVADO SEBRAE SETUR BA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 4

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS INOVADORES COM MOTIVAÇÕES INTEGRADAS.	TRADE PREFEITURA	SEBRAE SETUR BA PRODUÇÃO ASSOCIADA	UNA URUÇUCA
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	CRIAR GRUPO VOLUNTÁRIO DE BUSCA E SALVAMENTO – GVBS.	ASSOCIAÇÕES DE GUIAS	PREFEITURA AGÊNCIA DE RECEPTIVO	ITACARÉ
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	DESENVOLVIMENTO DE SOUVENIRES E PRODUTOS TEMÁTICOS.	CAMARA DE TURISMO EMPRESA PRIVADA	SEBRAE SENAC CÂMARA TRADE	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	REALIZAÇÃO DE FAM TOURS COM OPERADORAS REGIONAIS E NACIONAIS DOS SEGMENTOS PRIORITÁRIOS - ROTEIRO INTEGRADO	CAMARA DE TURISMO	PREFEITURAS SEBRAE TRADE	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 4

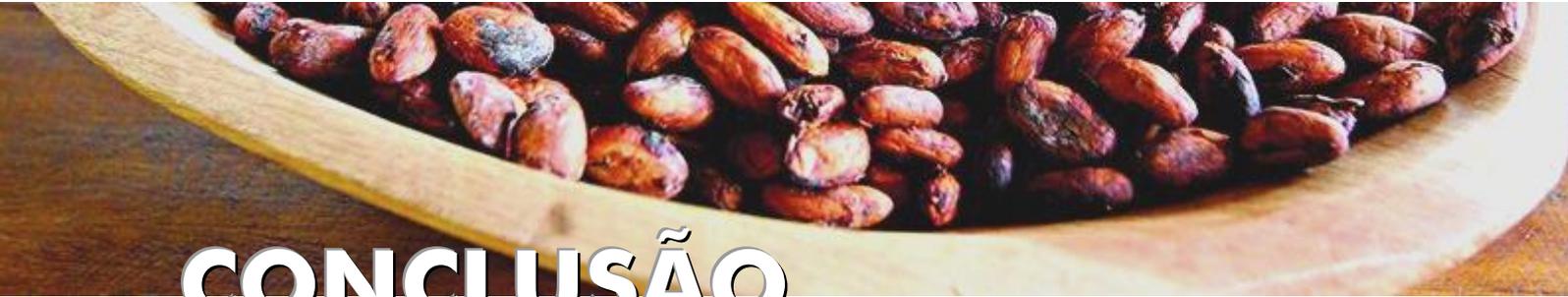
EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	REALIZAÇÃO DE PRESS-TRIP COM MÍDIAS REGIONAIS E NACIONAIS	CAMARA DE TURISMO	TRADE PREFEITURA ASCOM PARCEIROS SEBRAE	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA	CRIAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL BILINGUE DO TURISMO DE PESCA ESPORTIVA	TRADE SECRETARIA DE TURISMO	OPERADORAS DO SEGMENTO	UNA ITACARÉ CANAVIEIRAS
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA	CRIAÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL BILINGUE COM FOCO NA PRODUÇÃO DO CHOCOLATE E CULTURA CACUEIRA	SECRETARIA DE TURISMO	OPERADORAS DO SEGMENTOS	ILHÉUS ITACARÉ ITABUNA
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	CONCURSO FOTOGRÁFICO AMADOR E PROFISSIONAL.	CÂMARA PREFEITURAS	UESC TRADE	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 5

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	FORTALECIMENTO DA REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL E ASSOCIATIVISMO	FORTALECIMENTO DO CONVENTION BUREAU	TRADE PREFEITURA	SETUR BA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	LIVE MARKETING	CÂMARA DE TURISMO	INI, NIT, UESC SEBRAE PRODUTORAS DE CONTEUDO AUDIOVISUAL	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	MARKETING 3.0 E MÍDIAS DIGITAIS	VLOG DE VIAGEM - CANAL NO YOUTUBE	CÂMARA DE TURISMO	INI, NIT UESC/SEBRAE PRODUTORAS DE CONTEUDO AUDIOVISUAL	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	REALIZAÇÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS	CAPTAR PRODUÇÕES ARTÍSTICAS GERADORES DE MÍDIA E FLUXO TURÍSTICO. (NOVELAS, DOCUMENTÁRIOS, FILMES)	CAMARA DE TURISMO SECULT BA E MUNICIPAL	SEBRAE REDE BAHIA TELEFONIA	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	PROMOÇÃO INTERNACIONAL SEGMENTADA	DEFINIÇÃO E PARTICIPAÇÃO DE EVENTOS INTERNACIONAIS DOS SEGMENTOS NOS MERCADOS EMISSORES	CÂMARA BAHIAURSA	CÂMARA BAHIAURSA	COSTA DO CACAU

PRIORIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO – 5

EIXO	DIRETRIZ ESTRATÉGICA	AÇÃO	EXECUTOR	PARCEIRO	ABRANGÊNCIA
PRODUTO	MELHORIA DA INFRAESTRUTURA	CONSTRUIR PÓRTICOS DE ENTRADA DA REGIÃO E DAS CIDADES	SETUR BA	TRADE BAHIA TURSA MTUR	COSTA DO CACAU
PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	IDENTIDADE, PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO DESTINO.	EXPOSIÇÕES DA REGIÃO NOS PRINCIPAIS SHOPPING CENTERS DOS MERCADOS EMISSORES.	PREFEITURAS CÂMARA DE TURISMO	SEBRAE BAHIA TURSA TRADE	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA E A DIVERSIDADE DO DESTINO	IMPLEMENTAÇÃO DE CAMA & CAFÉ – HOSPEDAGEM DOMICILIAR	SENAR BA SETUR BA CONSULTORIA ESPECIALIZADA	SEBRAE COMUNIDADE	UNA
PRODUTO	QUALIFICAÇÃO DOS PRODUTOS EXISTENTES - QUALIDADE, SEGURANÇA E SUSTENTABILIDADE.	CURSO DE MARKETING DIGITAL	PÓLO INOVAÇÃO	REDE BAHIA M2F	COSTA DO CACAU
PRODUTO	CRIAÇÃO DE PRODUTOS INOVADORES QUE PRIVILEGIEM A EXPERIÊNCIA DO TURISTA	ATRAÇÃO E CRIAÇÃO DE NOVOS EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS: MUSEUS, LOJAS E PARQUES TEMÁTICOS.	PODER PÚBLICO INICIATIVA PRIVADA		ILHÉUS



CONCLUSÃO

A proposta do Plano Estratégico de Marketing Turístico da Costa do Cacau é que o destino se desenvolva e se posicione no mercado de forma integrada. O plano, previsto para 4 anos, tem uma abrangência estratégica e tática, determinando as diretrizes e orientando as ações necessárias para se alcançar os resultados, através do Plano de Implementação. O trabalho foi feito de maneira participativa, envolvendo os atores públicos, privados e terceiro setor das cidades de Ilhéus, Itacaré e Una. As demais cidades não estiveram presentes nas oficinas.

O mais importante no momento é que a Instância de Governança regional, idealmente a Câmara de Turismo da Costa do Cacau, tenha este plano como documento de trabalho. Assim, esta deve ser a responsável pela implementação do mesmo, buscando os parceiros específicos e os recursos necessários para cada ação/projeto.

O resultado esperado das ações estratégicas é uma região turística fortalecida institucionalmente, qualificada na sua oferta e consolidada nacionalmente no imaginário dos turistas, trazendo benefícios para todos os atores do turismo e para a comunidade em geral: um Destino Turístico Inteligente!