

Contrato nº 09/2017

CONTRATO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA
Remuneração Por Preço Global

Entre

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO - SETUR

e

**CONSÓRCIO FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV) & SOCIEDADE
PORTUGUESA DE INOVAÇÃO (SPI)**

Data: 23 de Dezembro de 2017

I. - CONTRATO

REMUNERAÇÃO MEDIANTE PAGAMENTO DE UMA SOMA POR PREÇO GLOBAL

Processo Nº 033.000.00118/2016-6

Este CONTRATO é celebrado em 23 de dezembro de 2017, entre, por um lado, SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO - SETUR (doravante denominado “Contratante”) e, por outro, uma parceria, consórcio ou associação (PCA) formado pelas seguintes empresas, cada uma das quais será responsável solidariamente perante o Contratante por todas as obrigações do Consultor neste contrato, a saber, FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - FGV e SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO - SPI (doravante denominadas “Consultor”).

CONSIDERANDO:

1. Que a Contratante solicitou à Empresa Consultora a prestação de determinados serviços de consultoria definidos neste Contrato (doravante denominados “Serviços”);
2. Que a Empresa Consultora, havendo declarado à Contratante que possui as aptidões profissionais requeridas e que conta com o pessoal e os recursos técnicos necessários, conveio em prestar os Serviços nos termos e condições estipulados neste Contrato; e
3. Que a Contratante recebeu financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (doravante denominado “Banco”) para cobrir parcialmente o preço dos Serviços e se propõe utilizar parte dos fundos deste financiamento para efetuar pagamentos admissíveis nos termos deste Contrato, ficando entendido que (i) o Banco só efetuará pagamentos a pedido da Contratante e com prévia aprovação do Banco, (ii) estes pagamentos estarão sujeitos, em todos seus aspectos, aos termos e condições do Contrato de Empréstimo, e (iii) somente a Contratante poderá ter qualquer direito decorrente do Contrato de Empréstimo e nenhuma outra pessoa terá direito a reclamar fundos do financiamento.

POR TANTO, as Partes por este meio convêm o seguinte:

4. Os documentos anexos ao presente Contrato serão considerados parte integral do mesmo:
 - (a) Condições Gerais do Contrato;
 - (b) Condições Especiais do Contrato;
 - (c) Os seguintes Apêndices:

Apêndice A: Descrição dos Serviços

Apêndice B: Requisitos para a Apresentação de Relatórios

Apêndice C: Pessoal-Chave e Subconsultores

Apêndice D: Discriminação do Preço do Contrato em Moeda Estrangeira – NÃO UTILIZADO

Apêndice E: Discriminação do Preço do Contrato em Moeda Nacional

Apêndice F: Serviços e Instalações Fornecidos pela Contratante – NÃO UTILIZADO

5. Os direitos e obrigações mútuos da Contratante e da Empresa Consultora estarão estabelecidos no contrato, particularmente:

- (a) A Empresa Consultora prestará os Serviços em conformidade com as disposições do Contrato; e
- (b) A Contratante efetuará os pagamentos à Empresa Consultora de acordo com as disposições do Contrato.

EM TESTEMUNHO DO QUE, as Partes assinam este Contrato na data indicada.

Em representação de SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO - SETUR

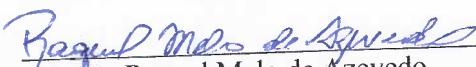

FÁBIO HENRIQUE SANTANA DE CARVALHO

Em representação do CONSÓRCIO FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - FGV & SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO - SPI


CARLOS IVAN SIMONSEN LEAL

Sergio F. Quintella
Vice-Presidente

Testemunhas:


Nome: Raquel Melo de Azevedo

CPF: 992.036.005-82

RG: 1.308.135 SSP/SE


Nome: Rafael Domingues Corona

CPF: 283.203.558-26

RG: 26.363.748-7 SSP/SP


Cesar Junna Campelo
Diretor
3324201 IFP

Página de assinatura do Contrato firmado entre a Secretaria de Estado do Turismo – SETUR e o consórcio formado pela Fundação Getúlio Vargas - FGV e a Sociedade Portuguesa de Inovação – SPI, cujo objeto é a Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-culturais e Ecoturísticos nos Polos dos Coqueirais e Velho Chico.

II - CONDIÇÕES GERAIS DO CONTRATO

1. Disposições Gerais

1.1 Definições	<p>Quando os seguintes termos forem utilizados neste Contrato, terão os significados indicados a seguir, a menos que o contexto exija de outra forma:</p> <p class="list-item-l1">(a) Lei Aplicável significa as leis e quaisquer outras disposições que tenham força de lei no país do Governo ou no país que se especifique nas Condições Especiais do Contrato (CEC) e que periodicamente possam ser aprovadas e estar vigentes;</p> <p class="list-item-l1">(b) Banco significa o Banco Interamericano de Desenvolvimento, Washington, D.C., EUA, ou qualquer outro fundo administrado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento;</p> <p class="list-item-l1">(c) Consultor ou Empresa Consultora significa quaisquer entidades públicas ou privadas, incluindo uma parceria, consórcio ou associação (PCA) que prestará os Serviços à Contratante nos termos do contrato;</p> <p class="list-item-l1">(d) Contrato significa o Contrato assinado pelas Partes e todos os documentos anexos, enumerados em sua Cláusula 1, que são estas Condições Gerais do Contrato (CGC), as Condições Especiais do Contrato (CEC) e os Apêndices;</p> <p class="list-item-l1">(e) Preço do Contrato significa o preço a ser pago pela prestação dos Serviços, de acordo com a Cláusula 6.</p> <p class="list-item-l1">(f) Data de Entrada em Vigor significa a data em que o presente Contrato entrar em vigor conforme a subcláusula 2.1 das CGC;</p> <p class="list-item-l1">(g) Moeda Estrangeira significa qualquer moeda que não seja a moeda corrente no país da Contratante;</p> <p class="list-item-l1">(h) CGC significa estas Condições Gerais do Contrato.</p> <p class="list-item-l1">(i) Governo significa o Governo do país da Contratante;</p> <p class="list-item-l1">(j) Moeda Nacional significa a moeda do país da Contratante;</p> <p class="list-item-l1">(k) Integrante significa quaisquer das entidades que formam uma parceria, consórcio ou associação (PCA); e “Integrantes” significa todas estas firmas;</p> <p class="list-item-l1">(l) Parte significa a Contratante ou a Empresa Consultora, conforme o caso, e “Partes” significam ambos;</p> <p class="list-item-l1">(m) Pessoal significa os empregados contratados pela Empresa Consultora ou Subconsultores para a prestação dos Serviços ou de uma parte dos mesmos;</p> <p class="list-item-l1">(n) CEC significa as Condições Especiais do Contrato por</p>
-----------------------	---

	<p>meio das quais o CGC pode receber emendas ou suplementos;</p> <p>(o) Serviços significa o trabalho que o Consultor deverá realizar conforme este Contrato, descrito no Apêndice A.</p> <p>(p) Subconsultor significa qualquer pessoa ou empresa à qual o Consultor subcontrata a prestação de uma parte dos Serviços.</p> <p>(q) Por Escrito significa qualquer meio de comunicação em forma escrita com prova de recebimento.</p>
1.2 Lei que Rege o Contrato	Este Contrato, seu significado e interpretação, e a relação que cria entre as Partes serão regidos pela lei aplicável.
1.3 Idioma	Este Contrato é assinado no idioma indicado nas CEC , pelo qual se regerão obrigatoriamente todos os assuntos relacionados com o mesmo ou com seu significado ou interpretação.
1.4 Notificações	<p>1.4.1 Qualquer notificação, solicitação ou aprovação que deva ou possa ser enviada nos termos deste Contrato deverá ser efetuada por escrito. Considerar-se-á que se enviou tal notificação, solicitação ou aprovação quando tenha sido entregue pessoalmente a um representante autorizado da Parte a que esteja dirigida, ou quando se tenha enviado a esta Parte no endereço indicado nas CEC.</p> <p>1.4.2 Uma Parte pode mudar seu endereço para estas comunicações informando por escrito à outra Parte sobre esta mudança do endereço indicado nas CEC.</p>
1.5 Local Onde se Prestarão os Serviços	Os Serviços serão prestados nos locais indicados no Apêndice A; quando não estiver indicado o local onde se deve cumprir uma tarefa específica, se cumprirá no local que a Contratante aprove, seja no país do Governo ou em outro local.
1.6 Autoridade da Empresa Líder	Se o Consultor for uma parceria, consórcio ou associação (PCA) formada por várias empresas, os Integrantes autorizam a empresa indicada nas CEC a exercer em seu nome todos os direitos e cumprir todas as obrigações do Consultor frente a Contratante nos termos deste Contrato, inclusive, entre outros, receber instruções e pagamentos da Contratante.
1.7 Representantes Autorizados	Os funcionários indicados nas CEC poderão adotar qualquer medida que a Contratante ou o Consultor deva ou possa adotar nos termos deste Contrato, e poderão assinar em nome destes qualquer documento que conforme este Contrato deva ou possa ser assinado.
1.8 Impostos e Encargos	O Consultor, o Subconsultor e o Pessoal pagarão os impostos indiretos, encargos, gravames e demais tributos que correspondam segundo a lei aplicável conforme indicado nas CEC , cujo montante se estima que foi incluído no Preço do Contrato.

<p>1.9. Práticas Proibidas</p> <p>[cláusula exclusiva para contratos de empréstimo assinados abaixo Política GN-2350-9]</p>	<p>1.9.1 O Banco requer que todos os Mutuários (incluindo beneficiários de doações), Agências Executoras ou Agências Contratantes, bem como todas as empresas, entidades ou pessoas físicas que apresentem ou estejam apresentando propostas ou participando de atividades financiadas pelo Banco, incluindo, entre outros, solicitantes, licitantes, fornecedores de bens, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços e concessionários (incluindo seus respectivos funcionários, empregados e representantes, quer com atribuições expressas ou implícitas) observem os mais altos padrões éticos, e denunciem ao Banco todos os atos suspeitos de constituir Prática Proibida sobre os quais tenham conhecimento ou venham a tomar conhecimento durante o processo de seleção, negociação ou execução de um contrato. As Práticas Proibidas compreendem atos de: (i) práticas corruptas; (ii) práticas fraudulentas; (iii) práticas coercitivas; (iv) práticas colusivas; e (v) práticas fraudulentas. O Banco estabeleceu mecanismos para denúncia de suspeitas de Práticas Proibidas. Qualquer denúncia deverá ser apresentada ao Escritório de Integridade Institucional (EII) do Banco para que se realize a devida investigação. O Banco também estabeleceu procedimentos de sanção para a resolução de casos. Além disso, o Banco celebrou acordos com outras instituições financeiras internacionais visando ao reconhecimento recíproco às sanções aplicadas pelos respectivos órgãos de sanção.</p> <p>(a) Para fins de cumprimento dessa política, o Banco define os termos indicados a seguir:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) Uma “prática corrupta” consiste em oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer coisa de valor para influenciar indevidamente as ações de outra parte; (ii) Uma “prática fraudulenta” é qualquer ato ou omissão, incluindo a tergiversação de fatos ou circunstâncias que deliberada ou imprudentemente engane ou tente enganar uma parte para obter benefício financeiro ou de outra natureza ou para evadir uma obrigação; (iii) Uma “prática coercitiva” consiste em prejudicar ou causar dano ou ameaçar, prejudicar ou causar dano, direta ou indiretamente, a qualquer parte ou a seus bens para influenciar indevidamente as ações de uma parte; (iv) Uma “prática colusiva” é um acordo entre duas ou mais partes efetuado com o intuito de alcançar um propósito impróprio, incluindo influenciar inapropriadamente as ações de outra parte; e (v) Uma “prática obstrutiva” consiste em: <p>(a.a) destruir, falsificar, alterar ou ocultar deliberadamente evidência significativa para a investigação ou prestar declarações falsas aos investigadores com o fim de obstruir materialmente uma investigação do Grupo do Banco sobre denúncias de uma prática corrupta, fraudulenta, coercitiva ou</p>
---	--

	<p>colusiva; e/ou ameaçar, assediar ou intimidar qualquer parte para impedir a divulgação de seu conhecimento de assuntos que são importantes para a investigação ou a continuação da investigação, ou</p> <p>(b.b). todo ato que vise a impedir materialmente o exercício de inspeção do Banco e dos direitos de auditoria previstos no parágrafo 1.9.1(f) a seguir.</p> <p>(b) for determinado que, em conformidade com os procedimentos de sanções do Banco, qualquer empresa, entidade ou pessoa física atuando como licitante ou participando de uma atividade financiada pelo Banco, incluindo, entre outros, solicitantes, licitantes, fornecedores, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de bens e serviços, concessionários, Mutuários (incluindo os Beneficiários de doações), agentes executores ou agentes contratantes (incluindo seus respectivos funcionários, empregados e representantes, quer sejam suas atribuições expressas ou implícitas), tiver cometido uma Prática Proibida em qualquer etapa da adjudicação ou execução de um contrato, o Banco poderá:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) Não financiar nenhuma proposta de adjudicação de contrato para a aquisição de bens ou a contratação de obras ou serviços serviços de consultoria; (ii) Suspender os desembolsos da operação se for determinado, em qualquer etapa, que um empregado, agência ou representante do Mutuário, do Órgão Executor ou do Organismo Contratante cometeu uma Prática Proibida; (iii) Declarar uma contratação inelegível para financiamento do Banco e cancelar e/ou declarar vencido antecipadamente o pagamento de parte de um empréstimo ou doação relacionada inequivocamente com um contrato, se houver evidências de que o representante do Mutuário ou Beneficiário de uma doação não tomou as medidas corretivas adequadas (incluindo, entre outras medidas, a notificação adequada ao Banco após tomar conhecimento da Prática Proibida) dentro de um período que o Banco considere razoável; (iv) Emitir advertência à empresa, entidade ou pessoa física com uma carta formal censurando sua conduta; (v) Declarar que uma empresa, entidade ou pessoa física é inelegível, permanentemente ou por um período determinado, para: (i) adjudicação de contratos ou participação em atividades financiadas pelo Banco; e (ii) designação¹ como subconsultor, subempreiteiro ou
--	---

¹ Um subconsultor, subcontratado ou fornecedor de bens ou serviços designado (utilizam-se diferentes nomes dependendo do documento de licitação) é aquele que cumpre uma das seguintes condições: (i) foi incluído pelo licitante na sua proposta ou solicitação de pré-qualificação devido a que possui experiência e conhecimentos específicos e essenciais que permitam ao cumprir com os requisitos de elegibilidade da licitação; ou (ii) foi

	<p>fornecedor de bens ou serviços por outra empresa elegível a qual tenha sido adjudicado um contrato para executar atividades financiadas pelo Banco;</p> <p>(vi) Encaminhar o assunto às autoridades competentes encarregadas de fazer cumprir a lei; e/ou;</p> <p>(vii) Impor outras sanções que julgar apropriadas às circunstâncias do caso, inclusive multas que representem para o Banco um reembolso dos custos referentes às investigações e processo. Essas sanções podem ser impostas adicionalmente ou em substituição às sanções acima referidas.</p> <p>(c) O disposto nos incisos (i) e (ii) do parágrafo 1.9.2(b) se aplicará também nos casos em que as partes tenham sido temporariamente declaradas inelegíveis para a adjudicação de novos contratos, na pendência da adoção de uma decisão definitiva em um processo de sanção ou qualquer outra resolução.</p> <p>(d) A imposição de qualquer medida que seja tomada pelo Banco conforme as disposições anteriormente referidas será de caráter público.</p> <p>(e) Além disso, qualquer empresa, entidade ou pessoa física atuando como licitante ou participando de uma atividade financiada pelo Banco, incluindo, entre outros, solicitantes, licitantes, fornecedores de bens, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços, concessionários, Mutuários (incluindo os Beneficiários de doações), agentes executores ou agências contratantes (incluindo seus respectivos funcionários, empregados e representantes, quer suas atribuições sejam expressas ou implícitas), poderá ser sujeito a sanções, em conformidade com o disposto os acordos que o Banco tenha celebrado com outra instituição financeira internacional com respeito ao reconhecimento recíproco de decisões de inelegibilidade. Para fins do disposto neste parágrafo, o termo “sanção” refere-se a toda inelegibilidade permanente, imposição de condições para a participação em futuros contratos ou adoção pública de medidas em resposta a uma contravenção às regras vigentes de uma instituição financeira internacional aplicável à resolução de denúncias de Práticas Proibidas;</p> <p>(f) O Banco exige aos solicitantes, licitantes, fornecedores de bens e seus representantes, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços e seus representantes e concessionários permitam que o Banco revise quaisquer contas, registros e outros documentos relativos à apresentação de propostas e ao cumprimento do contrato e os submeta a uma auditoria por auditores designados pelo Banco. Qualquer solicitante, licitante,</p>
--	--

designado pelo Mutuário.

fornecedor de bens e seus representantes, empreiteiro, consultor, membro de pessoal, subempreiteiro, subconsultor, prestador de serviços e concessionário deverá prestar plena assistência ao Banco em sua investigação. O Banco requererá ainda que os contratos por ele financiados com um empréstimo ou doação incluam uma disposição que obrigue os solicitantes, licitantes, fornecedores de bens e seus representantes, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços e concessionários a: (i) manter todos os documentos e registros referentes às atividades financiadas pelo Banco por um período de sete (7) anos após a conclusão do trabalho contemplado no respectivo contrato; e (ii) fornecer qualquer documento necessário à investigação de denúncias de Práticas Proibidas e (iii) assegurar-se de que os empregados ou representantes dos solicitantes, licitantes, fornecedores de bens e seus representantes, empreiteiros, consultores, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços e concessionários que tenham conhecimento das atividades financiadas pelo Banco estejam disponíveis para responder às consultas relacionadas com a investigação provenientes de pessoal do Banco ou de qualquer investigador, representante, – auditor ou consultor devidamente designado. Caso o solicitante, licitante, fornecedor de serviços e seu representante, empreiteiro, consultor, membro de pessoal, subempreiteiro, subconsultor, prestador de serviços e concessionário se negue a cooperar ou descumpra o exigido pelo Banco, ou de qualquer outra forma crie obstáculos à investigação por parte do Banco, o Banco, a seu critério, poderá tomar medidas apropriadas contra o solicitante, licitante, fornecedor de bens e seu representante, empreiteiro, consultor, pessoal, subempreiteiro, subconsultor, prestador de serviços ou concessionário.

(g) Quando um Mutuário adquire bens e contrata obras ou serviços distintos dos de consultoria ou serviços de consultoria diretamente de uma agência especializada no âmbito de um acordo entre o Mutuário e a respectiva agência especializada, todas as disposições do parágrafo 1.9.1 relativas às sanções e Práticas Proibidas sejam aplicadas integralmente aos solicitantes, licitantes, fornecedores de bens e seus representantes, empreiteiros, consultores, pessoal, subempreiteiros, subconsultores, prestadores de serviços e concessionários (incluindo seus respectivos funcionários, empregados e representantes, quer suas atribuições sejam expressas ou implícitas), ou qualquer outra entidade que tenha firmado contratos com essa agência especializada para fornecer os bens, obras e serviços, que não os de consultoria, em conformidade com as atividades financiadas pelo Banco. O Banco se reserva o direito de obrigar o Mutuário a lançar mão de recursos tais como a suspensão ou a rescisão. As agências especializadas deverão consultar a lista de empresas ou pessoas físicas declaradas temporária ou permanentemente *01*

	<p>inelegíveis pelo Banco. Caso alguma agência especializada celebre um contrato ou uma ordem de compra com uma empresa ou um pessoas física declarada temporária ou permanentemente inelegível pelo Banco, o Banco não financiará os gastos correlatos e poderá tomar as demais medidas que considere convenientes.</p> <p>1.9.2 Os Consultores, ao apresentar uma proposta declaram e garantem:</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Que leram e entenderam as definições de Práticas Proibidas do Banco e as sanções aplicáveis à comissão das mesmas que constam neste documento, e se obrigam a observar as normas pertinentes; (b) Que não incorreram em nenhuma Prática Proibida descritas neste documento; (c) Que não adulteraram nem ocultaram nenhum fato substancial durante os processos de Seleção, aquisição negociação e execução do contrato; (d) Que nem eles nem os seus agentes, pessoal, subempreiteiros, subconsultores ou quaisquer de seus diretores, funcionários ou acionistas principais foram declarados inelegíveis pelo Banco ou outra Instituição Financeira Internacional (IFI) e sujeito às disposições dos acordos celebrados pelo Banco relativos ao reconhecimento mútuo de sanções à adjudicação de contratos financiados pelo Banco, nem foram declarados culpados de delitos vinculados a práticas proibidas; (e) Que nenhum de seus diretores, funcionários ou acionistas principais tenham sido diretor, funcionário ou acionista principal de qualquer outra empresa ou entidade que tenha sido declarada inelegível pelo Banco ou outra Instituição Financeira Internacional (IFI) e sujeito às disposições dos acordos celebrados pelo Banco relativos ao reconhecimento mútuo de sanções à adjudicação de contratos financiados pelo Banco ou tenha sido declarado culpado de um delito envolvendo práticas proibidas; (f) que declararam todas as comissões, honorários de representantes ou pagamentos para participar de atividades financiadas pelo Banco; (g) Que reconhecem que o descumprimento de qualquer destas garantias constitui fundamento para a imposição pelo Banco de uma ou mais medidas descritas na Cláusula 1.9.1 (b).
1.10 Elegibilidade	<p>Os Consultores e seus Subconsultores deverão ser originários de países membros do Banco. Considera-se que um Consultor ou subconsultor tem a nacionalidade de um país elegível se cumprir os seguintes requisitos:</p> <p style="text-align: right;">04</p>

(a) Uma pessoa física tem a nacionalidade de um país membro do Banco se satisfaz um dos seguintes requisitos:

- (i) é cidadã de um país membro; ou
- (ii) estabeleceu seu domicílio em um país membro como residente de boa fé e está legalmente autorizado para trabalhar neste país.

(b) Uma empresa tem a nacionalidade de um país membro se satisfaz os dois seguintes requisitos:

- (i) está legalmente constituída ou formada conforme as leis de um país membro do Banco; e
- (ii) mais de cinqüenta por cento (50%) do capital da firma é de propriedade de pessoas físicas ou empresas de países membros do Banco.

Todos os sócios de uma PCA e todos os subconsultores devem cumprir os requisitos acima estabelecidos.

Se o Contrato de Prestação de Serviços de Consultoria incluir o fornecimento de bens e serviços conexos, estes bens e serviços conexos devem ser originários de países membros do Banco. Os bens se originam em um país membro do Banco se foram extraídos, cultivados, coletados ou produzidos em um país membro do Banco.

Um bem é produzido quando, mediante manufatura, processamento ou montagem o resultado é um artigo comercialmente reconhecido cujas características básicas, sua função ou propósito de uso são substancialmente diferentes de suas partes ou componentes. No caso de um bem que consiste de vários componentes individuais que devem ser interconectados (pelo fornecedor, comprador ou um terceiro) para que o bem possa operar, e sem importar a complexidade da interconexão, o Banco considera que este bem é admissível para seu financiamento se a montagem dos componentes individuais for feita em um país membro, independente da origem dos componentes. Quando o bem é uma combinação de vários bens individuais que normalmente são empacotados e vendidos comercialmente como uma só unidade, considera-se que o bem provém do país onde foi empacotado e embarcado com destino ao comprador. Para fins de determinação de origem dos bens identificados como “fabricado na União Européia”, estes serão admissíveis sem necessidade de identificar o correspondente país específico da União Européia. A origem dos materiais, partes ou componentes dos bens ou a nacionalidade da firma produtora, montadora, distribuidora ou vendedora dos bens não determina a origem dos mesmos.

2. Início, Cumprimento, Modificação e Rescisão do Contrato

2.1 Entrada em Vigor do Contrato	Este Contrato entrará em vigor na data em que for assinado por ambas as partes ou outra data posterior indicada nas CEC . A data em que o contrato entrar em vigor é definida como a Data de Entrada em Vigor.
2.2 Começo da Prestação dos Serviços	A Empresa Consultora começará a prestar os Serviços a mais tardar no número de dias depois da Data de Entrada em Vigor indicada nas CEC .
2.3 Expiração do Contrato	A menos que se rescinda antes, conforme disposto na Cláusula 2.6 destas CGC, este Contrato vencerá no final do prazo especificado nas CEC , contado a partir da data de entrada em vigor.
2.4 Modificações ou Mudanças	Os termos e condições deste Contrato, incluindo o escopo dos Serviços, somente poderão ser alterados mediante acordo por escrito entre as Partes. Não obstante, cada uma das Partes deverá dar a devida consideração a qualquer modificação ou mudança proposta pela outra Parte.
2.5 Força Maior	
2.5.1 Definição	Para os fins deste Contrato, “força maior” significa um acontecimento fora do controle de uma das Partes que faz com que o cumprimento das obrigações contratuais dessa Parte resulte impossível ou tão pouco viável que pode ser considerado impossível sob tais circunstâncias.
2.5.2 Não Violação do Contrato	O descumprimento por uma das Partes de quaisquer de suas obrigações nos termos do Contrato não será considerado como violação do mesmo nem como negligência, quando este descumprimento se deva a um evento de força maior, desde que a Parte afetada por tal evento (a) tenha adotado todas as precauções possíveis, tomado o devido cuidado e adotado medidas alternativas razoáveis a fim de cumprir os termos e condições deste Contrato; e (b) tenha informado à outra Parte tão prontamente quanto possível acerca da ocorrência desse evento.
2.5.3 Prorrogação do Prazo	O prazo dentro do qual uma Parte deva realizar uma atividade ou tarefa nos termos deste Contrato será prorrogado por um período igual àquele durante o qual esta Parte não tenha podido realizar tal atividade como consequência de um evento de força maior.
2.5.4 Pagamentos	Durante o período de incapacidade para prestar os serviços como resultado de um evento de força maior, a Empresa Consultora terá direito a continuar recebendo os pagamentos nos termos deste contrato, assim como a ser reembolsada por gastos adicionais razoáveis e necessários ocorridos em função dos serviços e reativação dos mesmos depois do final deste período.

2.6 Rescisão	
2.6.1 Pela Contratante	<p>A Contratante poderá dar por rescindido este Contrato se suceder quaisquer dos eventos especificados nos parágrafos (a) a (f) desta Cláusula 2.6.1 das CGC. Nesta circunstância, a Contratante enviará uma notificação de rescisão por escrito à Empresa Consultora pelo menos com (30) dias de antecedência à data de rescisão, e com sessenta (60) dias de antecedência no caso referido na subcláusula (e).</p> <p>(a) Se a Empresa Consultora continuar inadimplente em relação às obrigações contratadas nos termos deste Contrato, dentro de trinta (30) dias depois de haver sido notificada ou dentro de outro prazo maior que a Contratante aceite posteriormente por escrito;</p> <p>(b) Se o Consultor for declarado insolvente ou em estado falimentar;</p> <p>(c) Se a Contratante vier a concluir que a Empresa Consultora participou em práticas corruptas ou fraudulentas durante a concorrência ou a execução do contrato;</p> <p>(d) Se a Empresa Consultora, como consequência de um evento de força maior, não puder prestar uma parte importante dos Serviços durante um período de não menos de sessenta (60) dias;</p> <p>(e) Se a Contratante, a seu critério e por qualquer razão, decidir rescindir este Contrato;</p> <p>(f) Se a Empresa Consultora não cumprir qualquer sentença definitiva adotada como resultado de um procedimento de arbitragem ou de um processo judicial conforme seja o caso, de acordo com a Cláusula 8 destas CGC.</p>
2.6.2 Pela Empresa Consultora	<p>A Empresa Consultora poderá rescindir este contrato, mediante uma notificação por escrito a Contratante com não menos de trinta (30) dias de antecedência, se suceder um dos eventos especificados nos parágrafos (a) a (c) desta Cláusula 2.6.2 das CGC:</p> <p>(a) Se a Contratante deixa de pagar um valor devido à Empresa Consultora nos termos deste Contrato, não sendo tal valor objeto de controvérsia conforme a Cláusula 7 destas CGC, dentro de quarenta e cinco (45) dias depois de haver recebido a notificação por escrito da Empresa Consultora sobre a mora no pagamento.</p> <p>(b) Se a Empresa Consultora, como consequência de um evento de força maior, não puder prestar uma parte importante dos Serviços durante um período não inferior a sessenta (60) dias.</p> <p>(c) Se a Contratante deixar de cumprir qualquer decisão final resultante de um procedimento de arbitragem ou processo</p>

	judicial conforme o caso, de acordo com a Cláusula 8 destas CGC.
2.6.3 Pagamentos ao Rescindir-se o Contrato	<p>Quando da rescisão deste Contrato, conforme estipulado nas Cláusulas 2.6.1 ou 2.6.2 destas CGC, a Contratante efetuará os seguintes pagamentos à Empresa Consultora:</p> <p>(a) Pagamentos nos termos da Cláusula 6 destas CGC a título de Serviços prestados satisfatoriamente antes da data de entrada em vigor do término; e</p> <p>(b) Salvo no caso de término conforme os parágrafos (a) a (c) e (f) da Cláusula 2.6.1 destas CGC, o reembolso de qualquer despesa razoável inerente à rescisão rápida e ordenada do Contrato, incluídos os gastos de viagem de regresso do Pessoal e de seus familiares dependentes admissíveis.</p>

3. Obrigações da Empresa Consultora

3.1 Generalidades	
3.1.1 Qualidade dos Serviços	A Empresa Consultora prestará os Serviços e cumprirá suas obrigações nos termos do presente Contrato com a devida diligência, eficiência e economia, de acordo com normas e práticas profissionais geralmente aceitas; observará práticas eficientes de administração e empregará tecnologia apropriada e equipamentos, maquinaria, materiais e métodos eficazes e seguros. A Empresa Consultora atuará em todos os assuntos relacionados com este Contrato ou com os Serviços como assessor leal da Contratante, e sempre deverá proteger e defender os interesses legítimos da Contratante em todas suas negociações com Subconsultores ou com terceiros.
3.2 Conflito de Interesses	Os Consultores devem outorgar máxima importância aos interesses da Contratante, sem consideração alguma a respeito de qualquer trabalho futuro, e evitar rigorosamente todo conflito com outros trabalhos ou com seus próprios interesses corporativos.
3.2.1 Proibição à Empresa Consultora de Aceitar Comissões, Descontos, etc.	A remuneração da Empresa Consultora nos termos da Cláusula 6 destas CGC constituirá o único pagamento em conexão com este contrato ou Serviços e a Empresa Consultora não aceitará em benefício próprio nenhuma comissão comercial, desconto ou pagamento similar em relação com as atividades estipuladas neste Contrato ou serviços, ou no cumprimento de suas obrigações; além disso, a Empresa Consultora fará todo o possível para prevenir que o Subconsultor, o Pessoal e os agentes da Empresa Consultora ou do Subconsultor recebam pagamentos adicionais deste tipo.
3.2.2 Proibição à Empresa Consultora e a suas Filiais de	A Empresa Consultora convém que, durante a vigência deste Contrato e depois de seu término, tanto a Empresa Consultora e suas associadas, bem como qualquer Subconsultor e suas associadas

Participar em Certas Atividades	serão desqualificados para fornecer bens, construir obras ou prestar serviços (com exceção de Serviços de consultoria) como resultado dos serviços prestados pela Empresa Consultora para a preparação ou execução do projeto ou diretamente relacionado a eles.
3.2.3 Proibição de Desenvolver Atividades Conflitivas	A Empresa Consultora não poderá participar, nem tampouco poderão fazê-lo seu pessoal, seus Subconsultores ou respectivo pessoal, direta ou indiretamente, em qualquer negócio ou atividade profissional que esteja em conflito com as atividades atribuídas a eles neste Contrato.
3.3 Confidencialidade	A Empresa Consultora e seu Pessoal, exceto com prévio consentimento por escrito da Contratante, não poderão revelar em nenhum momento a qualquer pessoa ou entidade nenhuma informação confidencial adquirida no curso da prestação dos serviços. Nem a Empresa Consultora nem seu pessoal poderão publicar as recomendações formuladas durante a prestação dos Serviços ou como resultado desta.
3.4 Seguros que Deverá Contratar a Empresa Consultora	A Empresa Consultora: (a) contratará e manterá assim como fará com que todos os Subconsultores contratem e mantenham, à sua custa (ou do Subconsultor, conforme o caso) e nos termos e condições aprovados pela Contratante, seguros contra os riscos e nas coberturas indicadas nas CEC ; e (b) a pedido da Contratante, apresentará comprovante de que estes seguros foram contratados e mantidos e que os prêmios vigentes foram pagos.
3.5 Ações do Empresa Consultora que Requerem a Aprovação Prévia da Contratante	A Empresa Consultora deverá obter por escrito aprovação prévia da Contratante para tomar quaisquer das seguintes ações: <ul style="list-style-type: none"> (a) assinatura de um subcontrato para a execução de qualquer parte dos Serviços; (b) nomeação de membros do pessoal não incluídos por nome na Apêndice C; e (c) qualquer outra ação que possa estar estipulada nas CEC.
3.6 Obrigação de Apresentar Relatórios	<ul style="list-style-type: none"> (a) A Empresa Consultora apresentará à Contratante os relatórios e documentos especificados no Apêndice B, na forma, na quantidade e dentro dos prazos estabelecidos neste Apêndice. (b) Os relatórios finais deverão ser apresentados em CD-ROM, além das cópias impressas indicadas no apêndice.
3.7 Propriedade da Contratante dos Documentos Preparados pela Empresa Consultora	<ul style="list-style-type: none"> (a) Todos os planos, especificações, desenhos, relatórios, outros documentos e programas de computação apresentados pela Empresa Consultora nos termos deste Contrato passarão a ser de propriedade da Contratante, e a Empresa Consultora entregará à Contratante estes documentos acompanhados de um inventário pormenorizado, a mais tardar na data de

	<p>expiração do Contrato.</p> <p>(b) O Consultor poderá conservar uma cópia destes documentos e dos programas de computação. Qualquer restrição acerca do uso futuro destes documentos, se houver, será indicada nas CEC.</p>
3.8 Contabilidade, Inspeção e Auditoria	<p>A Empresa Consultora: (i) manterá contas e registros precisos e sistemáticos a respeito dos Serviços, de acordo com princípios contábeis aceitos internacionalmente, em tal forma e pormenor que identifique claramente todos as mudanças por unidade de tempo e custos, e o fundamento dos mesmos; e (ii) permitirá que a Contratante, ou seu representante designado e/ou o Banco periodicamente os inspecione, até três (3) anos para contratos de empréstimo assinados de acordo com a Política GN-2350-7 [e até 7 (sete) anos para contratos de empréstimo assinados de acordo com a Política GN-2350-9] depois da expiração ou rescisão deste Contrato, obtenha cópias e os submeta ao exame de auditores nomeados pela Contratante ou pelo Banco, se assim exigir a Contratante ou o Banco, conforme o caso.</p>

4. Pessoal da Empresa Consultora

4.1 Descrição do Pessoal	<p>A Empresa Consultora contratará e designará Pessoal e Subconsultores com o nível de competência e experiência necessários para prestar os Serviços. O Apêndice C descreve os cargos, funções e qualificações mínimas individuais de todo o Pessoal-chave da Empresa Consultora, assim como o tempo estimado durante o qual os Serviços serão prestados. A Contratante aprova por este meio o pessoal-chave e os Subconsultores enumerados por cargo e nome no Apêndice C.</p>
4.2 Remoção e/ou Substituição do Pessoal	<p>(a) Salvo que a Contratante acorde o contrário, não se efetuarão mudanças na composição do pessoal chave. Se, por qualquer motivo fora do alcance do Consultor, como aposentadoria, morte, incapacidade médica, entre outros, for necessário substituir um integrante do Pessoal, o Consultor o substituirá por outra pessoa com qualificações iguais ou superiores às das pessoas substituídas.</p> <p>(b) Se a Contratante descobrir que qualquer integrante do Pessoal: (i) cometeu um ato sério de má conduta ou foi acusado de haver cometido um ato criminoso ou, (ii) se a Contratante tiver motivos razoáveis para ficar insatisfeita com o desempenho de qualquer quadro do Pessoal, mediante solicitação por escrito da Contratante expressando os motivos, a Empresa Consultora deverá substituí-lo por outra pessoa cujas qualificações e experiência sejam aceitáveis para a Contratante.</p> <p>(c) A Empresa Consultora não poderá reclamar custos adicionais ou incidentais originados pela remoção e/ou substituição de quadros do pessoal.</p> <p style="text-align: right;">A</p>

5. Obrigações da Contratante

5.1 Colaboração e Isenções	A Contratante fará todo o possível a fim de obter que o Governo conceda à Empresa Consultora a assistência e isenções especificadas nas CEC.
5.2 Modificação da Lei Aplicável Pertinente aos Impostos e Encargos	Se, após a data deste Contrato, houver qualquer mudança na lei aplicável em relação aos impostos e encargos que resultarem no aumento ou redução dos gastos em que incorra a Empresa Consultora na prestação dos Serviços, a remuneração e as despesas reembolsáveis pagáveis à Empresa Consultora nos termos deste contrato serão aumentadas ou diminuídas segundo corresponda por acordo entre as Partes, e se efetuarão os correspondentes ajustes dos montantes estipulados na Cláusula 6.2 (a) ou (b) destas CGC, conforme o caso.
5.3 Serviços e Instalações	A Contratante colocará à disposição da Empresa Consultora, livres de todo encargo, os serviços e instalações enumerados no Apêndice F.

6. Pagamentos à Empresa Consultora

6.1 Pagamento por Preço Global	O pagamento total à Empresa Consultora não deve exceder o preço do contrato, que é um preço global que inclui todos os gastos requeridos para executar os Serviços descritos no Apêndice A. Salvo o estipulado na Cláusula 5.2, o Preço do Contrato somente poderá ser aumentado acima dos montantes estabelecidos na Cláusula 6.2 se as partes acordarem pagamentos adicionais nos termos da Cláusula 2.4.
6.2 Preço do Contrato	<p>(a) O preço pagável em moeda(s) estrangeira (s) está estabelecido nas CEC.</p> <p>(b) O preço pagável em moeda nacional está estabelecido nas CEC.</p>
6.3 Pagamentos por Serviços Adicionais	Os Apêndices D e E apresentam uma discriminação do preço por preço global com o fim de determinar a remuneração pagável por serviços adicionais, acordados segundo a Cláusula 2.4.
6.4 Prazos e Condições de Pagamento	Os pagamentos serão efetuados na conta da Empresa Consultora e de acordo com o cronograma de pagamentos estabelecido nas CEC. O primeiro pagamento será efetuado contra a apresentação pela Empresa Consultora de uma garantia bancária por adiantamento, na mesma quantia, salvo indicação em contrário nas CEC, e esta deverá ser válida pelo período estabelecido nas CEC. Esta garantia deverá ser apresentada na forma indicada no Apêndice G, ou em outra forma que a Contratante tenha aprovado por escrito. Qualquer outro pagamento será efetuado depois que se tenham cumprido as condições enumeradas nas CEC para este pagamento, e os consultores tenham apresentado à Contratante as faturas

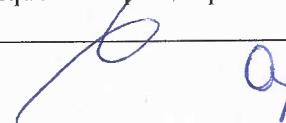
	especificando o montante devido.
6.5 Juros Sobre Pagamentos Atrasados	Se a Contratante atrasar os pagamentos mais de quinze (15) dias depois da data estabelecida na Cláusula 6.4 das CEC, deverá pagar juros à Empresa Consultora por cada dia de atraso à taxa estabelecida nas CEC.

7. Boa Fé

7.1 Boa Fé	As Partes se comprometem a atuar de boa fé quanto aos direitos de as ambas as partes nos termos deste Contrato e a adotar todas as medidas razoáveis para assegurar o cumprimento dos objetivos do mesmo.
-------------------	---

8. Solução de Controvérsias

8.1 Solução Amigável	As Partes acordam que evitar ou resolver prontamente as controvérsias é crucial para a execução fluida do contrato e o êxito do trabalho. As partes farão o possível para chegar a uma solução amigável de todas as controvérsias que surjam deste Contrato ou de sua interpretação.
8.2 Solução de Controvérsias	Toda controvérsia entre as Partes relativa a questões nos termos deste Contrato que não tenha podido ser solucionada de forma amigável dentro dos trinta (30) dias seguintes ao recebimento por uma das Partes do pedido da outra parte referente a esta solução amigável, poderá ser apresentada por qualquer das partes para sua solução conforme disposto nas CEC .



III - Condições Especiais do Contrato

<i>Número da Cláusula das CGC</i>	<i>Modificações e Complementos das Cláusulas das Condições Gerais do Contrato</i>
{1.1 (a)}	A expressão “no país do Governo” muda para “Brasil”
1.3	O idioma é o português.
1.4	<p>Os endereços são:</p> <p>Contratante: SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO - SETUR Avenida Marieta Leite, 301, Bairro; Grageru, Aracaju/SE, CEP.: 49027-190</p> <p>Contratada: CONSÓRCIO FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV) & SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO (SPI) FGV Projetos Praia de Botafogo, nº 190, 6º Andar – Botafogo, Rio de Janeiro/RJ – CEP 22250-900</p>
{1.6}	A Empresa Líder é: FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (FGV)
1.7	<p>Os representantes autorizados são:</p> <p>No caso da Contratante: FÁBIO HENRIQUE SANTANA DE CARVALHO, Secretário de Estado do Turismo.</p> <p>No caso da Empresa Consultora: CARLOS IVAN SIMONSEN LEAL, representante legal da Contratada.</p>
1.8	<p>A empresa Consultora e o Pessoal pagarão os impostos diretos, indiretos, gravames e demais tributos que correspondam segundo a lei aplicável entre eles, da seguinte forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV COFINS: 3,00% sobre o total da NF TOTAL: 3,00% sobre o total da NF • SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO - SPI ISS: 5,00% sobre o total da NF PIS/COFINS Importação: 9,25% sobre o total da NF IRPJ: 15,00% sobre o total da NF IOF: 1,1% sobre o total da NF CIDE: 10,0% sobre o total da NF TOTAL: 40,35% sobre o total da NF <p style="text-align: right;"><i>6</i> <i>01</i></p>

2.2	A data para o inicio da prestação dos serviços é a data da emissão da ordem de serviço pelo Contratante.
2.3	O prazo será de 11 (onze) meses .
3.4	A cobertura de seguro contra os riscos será como se segue: (a) Seguro de responsabilidade profissional, com uma cobertura mínima no valor equivalente ao montante do contrato, estabelecido na subcláusula 6.2 (b).
{3.7(b)}	A Empresa Consultora não poderá utilizar estes documentos nem programas de computação para fins alheios a este Contrato sem o consentimento prévio por escrito da Contratante.
{5.1}	NÃO SE APLICA
6.2 (a)	O valor em moeda estrangeira ou moedas estrangeiras é de: NÃO SE APLICA
6.2 (b)	O valor máximo em moeda nacional é de R\$ 1.768.935,68 (um milhão, setecentos e sessenta e oito mil, novecentos e trinta e cinco reais e sessenta e oito centavos), incluindo todos os impostos.
6.4	<p>Os números das contas são:</p> <p>Para pagamentos em moeda(s) estrangeira(s): NÃO SE APLICA</p> <p>Para pagamentos em moeda nacional:</p> <p>Os pagamentos ao CONSÓRCIO FGV/SPI serão feitos separadamente para cada uma de suas empresas, cada qual responsável solidariamente perante este contrato:</p> <ul style="list-style-type: none"> • FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV CNPJ 33.641.663/0001-44 Banco do Brasil (001) Agência 3519-X – Rua da Passagem Conta Corrente 113554-6 • SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO - SPI Banco BPI Beneficiário: Sociedade Portuguesa de Inovação, CEFI, S.A. Conta nº 7-70825320001 IBAN: PT50 0010 0000 70825320001 61 SWIFT Code: BBPIPTPL <p>Os pagamentos serão feitos de acordo com o seguinte calendário, contados da data de emissão da Ordem de Serviço pelo Contratante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primeira Parcada: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil

	<p>e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 15 (quinze) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 1 (Plano de Trabalho), conforme detalhamento constante do Apêndice A;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segunda Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 30 (trinta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 2 (Levantamento/Estudode iniciativas anteriores), conforme detalhamento constante do Apêndice A; • Terceira Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 60 (sessenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 3 (Pré-teste de pesquisa de demanda atual e potencial), conforme detalhamento constante do Apêndice A; • Quarta Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 210 (duzentos e dez) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 4 (Estudo de demanda turística atual), conforme detalhamento constante do Apêndice A; • Quinta Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 210 (duzentos e dez) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 5 (Estudo de demanda turística potencial), conforme detalhamento constante do Apêndice A; • Sexta Parcela: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 210 (duzentos e dez) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 6 (Calendário de pesquisas e transferência de conhecimentos), conforme detalhamento constante do Apêndice A; • Sétima Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 210 (duzentos e dez) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 7 (Relatório de conclusão).
--	--

	<p>Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 7 (Estudo de oferta e levantamento de roteiros), conforme detalhamento constante do Apêndice A;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oitava Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 240 (duzentos e quarenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 8 (Diagnóstico da oferta e dos roteiros), conforme detalhamento constante do Apêndice A; e • Nona Parcela: 10,00% (dez por cento) do valor contratado, R\$ 176.893,57 (cento e setenta e seis mil e oitocentos e noventa e três reais e cinquenta e sete centavos) aos 270 (duzentos e setenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 9 (Plano Interpretativo), conforme detalhamento constante do Apêndice A. • Décima Parcela: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 270 (duzentos e setenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 10 (Plano de Investimentos), conforme detalhamento constante do Apêndice A. • Décima Primeira Parcela: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 270 (duzentos e setenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 11 (Desenho do modelo para a criação da Rede de Gestão de cada polo), conforme detalhamento constante do Apêndice A. • Décima Segunda Parcela: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 270 (duzentos e setenta) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 12 (Desenho de um Plano de Ações estratégicas para a qualificação dos serviços turísticos), conforme detalhamento constante do Apêndice A. • Décima Terceira Parcela: 5,00% (cinco por cento) do valor contratado, correspondente a R\$ 88.446,78 (oitenta e oito mil e quatrocentos e quarenta e seis reais e setenta e oito centavos) aos 300 (trezentos) dias da emissão da Ordem de Serviço, mediante a entrega e aprovação do Produto 13
--	---

	<p>(Planejamento Integrado do Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo e do Turismo Histórico-Cultural), conforme detalhamento constante do Apêndice A.</p> <p>Os valores acima serão rateados na seguinte participação nominal para cada empresa, conforme Termo de Constituição de Consórcio registrado sob nº 1099563 no 2º Ofício Regristro de Títulos e Documentos, cidade do Rio de Janeiro/RJ:</p> <ul style="list-style-type: none">• FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV 60% (sessenta por cento)• SOCIEDADE PORTUGUESA DE INOVAÇÃO - SPI 40% (quarenta por cento)
6.5	A taxa de juros é de: 1% ao mês
8.2	Qualquer controvérsia decorrente do presente contrato que não seja resolvida por acordo entre as partes, será submetida incondicional e irrevogavelmente, ao procedimento e juízo de um árbitro designado por acordo entre as partes ou, na ausência dessa acordo, conforme as cláusulas da Comissão Interamericana de Arbitragem Comercial. A arbitragem terá lugar na cidade de Aracaju/Sergipe. O idioma a ser aplicado no processo de arbitragem será o português. A legislação aplicável será a do Brasil.

IV - APÊNDICES

Apêndice A – Descrição dos Serviços

A - ENFOQUE TÉCNICO E METODOLOGIA

Como princípio básico desta proposta, o consórcio (FGV e SPI) entende que o processo metodológico de organização de um estudo de mercado deve seguir critérios técnicos e operacionais que permitam o correto uso dos dados e das informações resultantes, como também o uso de tais informações em futuras avaliações. Tendo em vista que o projeto a ser desenvolvido por esta proposta busca, dentre outros trabalhos, conhecer a oferta e a demanda atual e potencial do turismo nos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico, no Estado de Sergipe.

Do ponto de vista metodológico o trabalho de composição de estudos de mercado e estratégias para o produto turístico pode ser conduzido por 3 grandes módulos de coleta, análise e proposição de dados, com os seguintes objetivos:

- Realização e levantamento primário de informações sobre demanda turística atual e potencial
 - Caracterizar a demanda atual recebida pelos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico;
 - Caracterizar a demanda turística potencial dos Polos de modo a identificar sua propensão ao consumo de produtos relacionados com os segmentos enfocados pelo programa - turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo histórico-cultural;
 - Dimensionar a demanda turística atual e potencial dos Polos.
- Realização de levantamento de oferta turística estratégica
 - Identificar e analisar a oferta atual e potencial de forma a priorizar, a partir do cruzamento com os dados da demanda, os investimentos a serem financiados pelo Prodetur Nacional Sergipe;
 - Identificar e sugerir os subsegmentos e tipos de produtos a serem trabalhados nos Polos, a partir da análise dos resultados dos estudos conduzidos.
- Proposição de estratégias de governança do produto turístico
 - Elaborar um calendário de pesquisas e realizar treinamento da equipe da **SETUR-SE** com vistas a torná-la apta a dar continuidade ao processo de coleta de dados de demanda e oferta nos anos seguintes;
 - Planejar espacialmente uma nova roteirização e/ou propor uma requalificação da roteirização existente que integre os atrativos relacionados ao turismo de sol e praia.

- ecoturismo e turismo cultural no rio São Francisco e Costa marítima atendida pelo programa;
- Promover inclusão e empreendedorismo na cadeia produtiva do turismo regional para o desenvolvimento de produtos criativos e inovadores capazes de organizar o destino e promovê-lo a públicos diversos.

O Produto 1 será representado pelo Plano de Trabalho, documento a ser entregue no início do projeto, que apresentará todos os processos técnicos a serem executados.

1. Plano de Trabalho

Metodologicamente o plano de trabalho proposto pelo consórcio seguirá a estrutura de gerenciamento de projetos, conforme modelo apresentado internacionalmente pelo *Project Management Institute (PMI)*. Esta taxonomia permite maior controle das etapas e auxilia os gestores de cada produto na condução de ações técnicas que cumpram os prazos de entregas e as exigências dos Termos de Referência.

O plano de trabalho sugerido pelo consórcio será detalhado no bloco (B) – Plano de Trabalho, deste TEC-4.

2. Levantamento/Estudo de Iniciativas Anteriores

Esta etapa do processo será regida pelo levantamento de informações secundárias que possam dar subsídios para os processos de pesquisa de demanda seguintes.

Para fins de metodologia de coleta de informações, o consórcio executará busca em fontes de publicações nacionais e internacionais sobre o turismo no Brasil, no mundo e em Sergipe, avaliando as temáticas ligadas principalmente aos segmentos de Sol e Praia, Ecoturismo e Cultura, marcantes nos polos em análise.

Para compilação das informações, serão produzidas Fichas de Metadados, por publicação, indicando a tipologia do documento e, os objetivos e a função de uso que ele terá para composição dos projetos de planejamento do turismo em Sergipe.

OBSERVAÇÕES SOBRE A UTILIZAÇÃO DOS DADOS PARA SERGIPE:

Adicionalmente ao proposto na SDP, o consórcio FGV SPI fará um levantamento teórico de conceitos de demanda em turismo que possam subsidiar a composição dos questionários e das análises de demanda potencial. A proposta de investigação secundária acadêmica de alto padrão se baseia em revisão bibliográfica de periódicos internacionais. De acordo com Dencker (2002), o que

diferencia a demanda turística dos demais tipos de demanda é o fato de ser motivada por uma necessidade cultural, social, de lazer. Esta característica amplia a gama de fatores que precisam ser investigados para que se conheça a demanda turística. Conhecê-la, defende Dencker (2002), implica a segmentação do mercado, e esta pode ocorrer a partir de diferentes critérios - como a distância do mercado consumidor, renda e consumo e motivação de viagem.

A motivação dos turistas, aliás, é uma das principais informações para se entender a demanda e o processo de decisão que envolve a viagem. Neste processo, o perfil do turista (nacional ou internacional) irá influenciar diretamente tal processo. O turista chamado “de massa” (aquele que consome pacotes vendidos em larga escala pelas operadoras de viagem) terá um comportamento e um processo de decisão diferente dos turistas com perfil mais explorador e aventureiro, conhecido como alocêntrico.

3. Pré-teste de Pesquisa de Demanda Atual e Potencial

Esta etapa inicia o processo de coleta de dados primários, realizando uma atividade piloto de teste de questionários. Esta etapa cumprirá todos os requisitos da SDP, como por exemplo:

- O pré-teste em segmentos sol e praia, ecoturismo e histórico-cultural, desde que sejam estabelecidos em um único ponto de coleta por polo;
- O pré-teste deve ser realizado com prestadores de serviços turísticos e turistas em visita aos destinos selecionados;
- Número de entrevistados nesta etapa juntamente com indicativo dos locais em que o pré-teste será realizado;
- Amostras robustas do ponto de vista estatístico.

CARACTERIZAÇÃO DO FATOR CULTURAL

Ainda que o Termo de Referência deste projeto não faça menção a caracterização dos tipos de turismo cultural é preciso considerá-los nos aspectos metodológicos, principalmente para o caso de Sergipe, pois eles mantêm relação direta com os objetivos dos estudos, com os pontos de pesquisa e com a Estratégia Turística do Estado – a qual este trabalho deve subsidiar.

- **Turismo Cultural**, para fins deste trabalho, compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, voltadas a vivência e apreciação, e valorização e promoção dos bens materiais e imateriais da cultura.

4. Demanda turística atual

O projeto a ser desenvolvido por esta proposta busca conhecer a demanda atual e potencial do turismo na zona turística do Polo Costa dos Coqueirais e do Polo Velho Chico, no Estado de Sergipe. Sem minimizar sua importância, será recomendado que esta avaliação seja ampliada e repetida no futuro mesmo que seja somente para medir a evolução e o resultado das pesquisas realizadas anteriormente. Os segmentos de sol e praia, ecoturismo e histórico-cultural serão tratados conjuntamente.

OS COMPONENTES BÁSICOS DA ESTIMATIVA DE DEMANDA TURÍSTICA

Para efeitos desta proposta, e considerando os aspectos metodológicos, pode-se definir que:

- A **motivação de viagem** será tratada conjuntamente nos segmentos analisados. Portanto, é preciso definir com precisão a relação com o principal motivo da visita e as atividades a serem pesquisadas através da aplicação do questionário.
- Pelo tamanho geográfico da área de estudo – 2 polos – pode-se considerar que há turismo interno com deslocamento dentro da região, transitando em seu entorno habitual.
- É importante, ainda, contemplar os visitantes do tipo turistas que pernoitam e os visitantes do tipo excursionistas que realizam uma visita diurna e não dormem no destino.
- A seleção amostral deve ser efetivamente aleatória, pois tem efeito direto na definição dos universos ou das populações a serem investigadas.

Em uma operação estatística quantitativa como a que se propõe, destaca-se a estimativa de uma demanda por destinos turísticos/municípios segundo dois componentes:

- Estimar o número de visitantes que chegam ao destino;
- Conhecer sua caracterização sócio demográfica, comportamento turístico, consumo, gasto e expectativas da viagem naquele destino, bem como disposição para novos gastos.

Neste sentido, para a correta verificação do fluxo de turismo receptivo dentro de um estado deve-se incluir:

- Residentes em outras áreas do próprio estado;
- Residentes de outros estados do Brasil;
- Residentes do exterior.

Para fins de precificação, o **Consórcio** está estimando uma amostra máxima de 1.500 (um mil e quinhentos) para o somatório das diferentes pesquisas englobadas neste projeto (total nos 2 polos, turistas + prestadores de serviços).

4.1 Entrevistas com prestadores de serviços turísticos

A fim de apoiar as atividades de dimensionamento e caracterização da demanda turística dos dois polos em questão, será realizada uma pesquisa de cunho quanti-qualitativo com prestadores de serviço turísticos. Essa pesquisa terá dois objetivos distintos:

- Auxiliar na ratificação dos destinos/municípios selecionados para aplicação da pesquisa (conforme TDR) com turistas atuais e na definição dos mercados emissores potenciais;
- Fornecer informações sobre os turistas atuais.

Para isso, será imprescindível identificar unidades de produção de serviços turísticos nas unidades localizadas dentro dos municípios componentes dos polos. Para tal será necessário:

- Realização de uma análise de tipologia de atividades e unidades de produção que ajudem no desenho amostral das populações a serem investigadas;
- Organização e coleta de informações das unidades de produção em que se possa considerar os seguintes conteúdos:
 - Identificação da unidade;
 - Tipos de serviços ofertados;
 - Caracterização da demanda.

4.1.1 Definição da amostra da pesquisa com prestadores de serviços turísticos

A definição da amostra da pesquisa tomará por base o segmento de atuação das empresas, sendo obrigatório ser parte integrante do setor de turismo. Para isso, será consultada a publicação do IBGE denominada “Economia do Turismo - Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2009”, que define as Atividades Características do Turismo. A base de dados que subsidiará essas informações é a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho.

As empresas de atividades características do turismo serão selecionadas de acordo com os códigos da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, conforme tabela a seguir:

Tabela 4.1.1.1

Atividades Características do Turismo e os códigos da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE
(versão 2.0)

Descrição	Códigos das Classes da CNAE 2.0
Serviços de alojamento	55.10+55.90
Serviços de alimentação	56.11+56.12
Transportes ferroviário e metroviário	49.50
Transporte rodoviário	49.22+49.29
Transporte aéreo	51.11+51.12
Transporte aquaviário e serviços auxiliares dos transportes	(1) 50.11 + (1) 50.12 + 50.99 + 50.22 + 52.22 + 52.40
Atividades de agências e organizadores de viagens	79.11+79.12+79.90
Aluguel de bens móveis	77.11
Atividades recreativas, culturais e desportivas	59.14 + 90.01 + 90.02 + 90.03 + 91.01 + 91.02 + 91.03 + 92.00 + 93.11 + 93.12 + 93.19 + 93.21 + 93.29

Fonte: Elaborado pela FGV com informações CNAE/2015

Essa etapa será importante para identificar os segmentos das empresas envolvidas nas atividades turísticas, e terá como foco as empresas que atuam nos segmentos náutico e cultural. Porém, será fundamental consultar profissionais atuantes na região, que possam indicar possíveis entrevistados, tais como representantes da SETUR-SE.

4.1.2 Metodologia da pesquisa com prestadores de serviços turísticos

A pesquisa primária realizada com prestadores de serviços turísticos será de cunho quanti-qualitativo. Optou-se pela realização de entrevistas estruturadas, que poderão ser executadas por um ou mais pesquisadores. Nas entrevistas, será utilizada uma lista específica de questões, sem se limitar a essa, permitindo que o pesquisador aborde questões adicionais consideradas relevantes. Será utilizada abordagem exploratória, que busca a definição de problemas em maior detalhe, utilizando questionários estruturados e podendo, inclusive, adotar hipóteses a serem testadas. Sendo assim, poderão ser realizadas perguntas em relação à demanda, com nível de detalhamento satisfatório.

Para análise dos resultados, propõe-se a utilização da técnica de análise de conteúdo. Inicialmente, o estrato com os resultados das entrevistas será sistematizado e, em seguida, passará por processo de redução, a fim de destacar os principais pontos abordados. Em

seguida, deverá ser realizada a categorização com base nesse conteúdo, que pode incluir uma ou mais categorias. Por fim, as categorias serão avaliadas com relação à sua frequência e os resultados da análise serão descritos em um relatório.

4.1.2.1 Roteiros das entrevistas

É importante destacar que esse é um roteiro preliminar, que será alterado quando do início do projeto. O roteiro foi elaborado para ser aplicado para um agente de viagens ou operador, e deverá ser adaptado, em maior ou menor grau, para a aplicação com profissionais de outras áreas. O roteiro sugerido pelo Consorcio encontra-se no **Anexo 3**.

4.2 Pesquisa de Campo - Demanda Atual

4.2.1 Considerações metodológicas

As atividades metodológicas são validas para ambos os polos.

Para investigar a demanda turística receptiva nos polos em questão no estado de Sergipe, esta proposta considera as seguintes atividades:

- Compilação e análise de informação de fontes secundárias existentes na Região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais e do conjunto de pesquisas de turismo doméstico do Brasil, ainda que se saiba de antemão que as informações existentes não são totalmente atualizadas – tais como caracterização do turismo nacional e internacional, anuário de estatísticas (MTUR), dentre outros;
- Investigação da demanda por meio da aplicação de entrevistas a turistas em visita aos destinos/municípios turísticos de entrevista da **região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais** sugeridos conforme TDR.
- Cabe ressaltar que as entrevistas com prestadores de serviços turísticos (conforme previsto no item anterior deste documento) deverão servir de ratificação tanto aos destinos turísticos sugeridos quanto aos pontos de coleta que devem ser preferenciais mais representativos.

Os questionários a serem utilizados para a coleta dos dados de demanda atual deverão conter os seguintes elementos comuns:

- Identificação dos pontos de pesquisa;
- Características básicas de usuários (compondo filtros de pesquisa);

- Informação sócio demográfica, tais como idade, gênero, renda, local de residência e de procedência, dentre outras;
- Informação sobre a viagem e perfil psicográfico, tais como motivação principal da viagem, tempo de permanência, tipos de atrativos visitados, fontes de informações utilizadas, aspectos de influência para a tomada de decisão (canais de reserva, preferências e características de consumo), aspectos de visitação e de consumo que caracterizam a segmentação desejada;
- Serviços consumidos e gastos totais, tais como o montante dedicado à viagem e ao destino e as atividades características do turismo (tipos de atividades, alojamento, transporte etc); propensão para novos gastos (produtos e segmentos potenciais);
- Grau de satisfação com a visita e propensão a repetição; e
- Demais quesitos que forem apontados como relevantes na etapa do pré-teste.

Vale reforçar que a abordagem terá como intenção principal a identificação primária dos turistas com interesses e motivações relacionados aos segmentos Sol e Praia, Ecoturismo e Cultural. Tem-se o intuito de garantir que os questionários possuam pontos específicos para a caracterização de cada segmento. Além das considerações sobre o questionário, há de se pesquisar dois itens de grande importância para a maximização dos resultados da pesquisa de demanda turística atual:

- i. O período de viagem, ou seja, se o visitante realiza somente aquela atividade ou se está no meio de um período de várias atividades;
- ii. Se houve outros pontos de visita na mesma região, para que se tenha certeza de que não se investiga o mesmo turista várias vezes.

Para alcançar objetivos de eleição de preferências dos produtos turísticos, quando possível, entre consumidores nacionais, será utilizado o método de preferências declaradas, como descrito a seguir:

Os métodos de Preferência Declarada ou *Conjoint Analysis*, referem-se a uma família de técnicas que emprega declarações de indivíduos acerca de suas preferências pessoais, considerando um conjunto de opções apresentado, e que tem o objetivo de estimar funções utilidade (Kroes e Sheldon, 1988).

Identificam-se as preferências das pessoas com base em duas abordagens: (I) a decomposicional; e (II) a composicional. Nesta, a abordagem se baseia em modelos de valores esperados, ou seja, são indagados os valores das parcelas significativas dos atributos estudados. Naquela, parte-se de uma regra de composição em que são estimadas parcelas significativas de um conjunto de alternativas em que são consideradas avaliações subjetivas.

A prática de aplicação da metodologia sugere que a abordagem decomposicional tem se mostrado mais eficiente. Isso se dá em virtude de ser mais confiável que indivíduos julguem suas preferências em relação a uma alternativa do que atribuir valores para cada um dos atributos apresentados no instrumento elaborado para os casos concretos de aplicação da metodologia. Existem diversas denominações para os métodos de obtenção de preferência declarada. As mais difundidas são (FREITAS, 1995):

- Análise Conjunta;
- Medição Funcional;
- Análise de "Trade-off" (Trocas Alternativas);
- Método de Transferência de Preço.

Tais métodos lidam com complexos modelos de decisão, baseando-se na avaliação dos aspectos de produto e serviços considerados importantes para o processo de escolha.

Após a obtenção dos dados e estudá-los, os pesquisados estabelecem um conjunto de atributos determinantes no processo de avaliação os quais receberão valores que dependem das necessidades do usuário (FREITAS, 1995). Este processo de combinação e integração é o ponto chave do estudo das técnicas de preferência declarada.

4.2.2 Amostra

Para fins metodológicos propostos para o sucesso deste trabalho, a amostra deve representar:

- O somatório dos destinos turísticos englobados como objeto de pesquisa (2 polos);
- Os turistas atuais e disponibilidade potencial para as atividades nos segmentos Sol e praia, Ecoturismo e Cultural.

Para a definição da amostra da pesquisa com turistas atuais, o Consórcio utilizará a amostragem aleatória simples. O processo de amostragem será realizado com base em alguns critérios, como apresentado a seguir.

Uma amostra aleatória simples de dimensão n , de uma variável aleatória X , com dada distribuição, é o conjunto de n variáveis aleatórias independentes X_1, X_2, \dots, X_n , cada uma com a mesma distribuição de X .

Isso quer dizer que a amostra será a n -upla ordenada (X_1, X_2, \dots, X_n) , onde X_i sugere a observação do i -ésimo elemento sorteado.

Para as fórmulas (Cochran, 1965), definiu-se:

- μ = média amostral;
- \bar{X} = média populacional;
- n = tamanho da amostra;
- N = tamanho da população;
- $Z^{\alpha/2}$ = valor da distribuição Normal padronizada associado ao nível de confiança adotado. No presente estudo usou-se $\alpha = 0,05$;
- ε = erro relativo máximo admitido na estimativa da média da variável dimensionante da amostra.

Para o cálculo do tamanho da amostra, será utilizado 95% de nível de confiança e erros amostrais de 2 a 8 pontos percentuais.

Para definição do tamanho da amostra, a ser escolhida de uma população, de maneira tal a obter um erro de estimação antecipadamente estipulado, com determinado grau de confiança, o **Consórcio** estimará a média populacional μ e, para tanto, usa-se a média amostral \bar{X} , baseada numa amostra de tamanho n . Supondo que se queira determinar o valor de n de modo que com $0 < \gamma < 1$ e ε é o *erro amostral* máximo que se pode tolerar, ambos valores fixados.

$$P(|\bar{X} - \mu| \leq \varepsilon) \geq \gamma$$

Sabe-se que $\bar{X} \sim N(\mu, \sigma^2/n)$, portanto $\bar{X} - \mu \sim N(0, \sigma^2/n)$ e, portanto, pode ser escrita

$$P(-\varepsilon \leq \bar{X} - \mu \leq \varepsilon) = P\left(\frac{-\sqrt{n}\varepsilon}{\sigma} \leq Z \leq \frac{\sqrt{n}\varepsilon}{\sigma}\right) \approx \gamma,$$

com $Z = (\bar{X} - \mu) / \sqrt{n}/\sigma$. Dado γ , pode-se obter z_γ da $N(0,1)$, tal que $P(-z_\gamma < Z < z_\gamma) = \gamma$, de modo que

$$\frac{\sqrt{n}\varepsilon}{\sigma} = z_\gamma,$$

do que obtemos finalmente

$$n = \frac{\sigma^2 z_{\gamma}^2}{\varepsilon^2}$$

Na fórmula descrita acima, é conhecido z_{γ} e ε , porém σ^2 é a variância incógnita da população. Para ser possível ter uma ideia sobre n , deve-se ter alguma informação prévia sobre σ^2 , que no caso terá tal condição satisfeita, devido à realização de uma pesquisa pré-teste, que será feita com no mínimo 30 questionários válidos, de acordo com o Teorema do Limite Central.

4.2.3 Organização da pesquisa

Para fins de organização da pesquisa nos polos de pesquisa (Costa dos Coqueirais e Velho Chico), propõe-se que a pesquisa seja realizada:

- Em pontos de produção de serviços dos segmentos de pesquisa – tais como píer de embarcações de rio do tipo lazer, locais de maior concentração de estabelecimentos e de serviços turísticos como alojamentos e alimentação, entorno dos principais atrativos turísticos de cunho cultural e natural e pontos de maior circulação de visitantes do tipo turistas e excursionistas;
- A partir da separação das subatividades envolvidas como, por exemplo, no turismo cultural para que sejam considerados ou não os meios (festas, eventos, costumes locais).

Cabe ressaltar que se espera a colaboração de unidades locais de gestão local pública e privada do turismo e de entidades representativas da produção de serviços culturais.

4.2.4 Tratamento dos dados

Por referência, as letras maiúsculas representam as características da população e as letras minúsculas representam as da amostra.

Os valores totais e médios podem ser definidos, para ambos, como as fórmulas abaixo:

População:

- Total:
$$Y = \sum_{i=1}^N y_i = y_1 + y_2 + \dots + y_N$$

- Valor Médio:
$$\bar{Y} = \frac{y_1 + y_2 + \dots + y_N}{N} = \frac{\sum_{i=1}^N y_i}{N}$$



Amostra:

- Total: $\sum_{i=1}^n y_i = y_1 + y_2 + \dots + y_n$

- Valor Médio: $\bar{y} = \frac{y_1 + y_2 + \dots + y_n}{n} = \frac{\sum y_i}{n}$

O erro-padrão do valor médio da amostra é dado pela fórmula:

$$\sigma_{\bar{y}} = \frac{s}{\sqrt{n}} \sqrt{(N-n)/N} = \frac{s}{\sqrt{n}} \sqrt{1-f}$$

A variância do valor total da população, como estimativa do valor total da população \hat{Y} , é dada pela fórmula:

$$V(\hat{Y}) = E(\hat{Y} - Y)^2 = \frac{N^2 S^2}{n} \frac{(N-n)}{N} = \frac{N^2 S^2}{n} (1-f)$$

O erro-padrão do valor total da população é calculado pela fórmula:

$$\sigma_{\hat{Y}} = \frac{NS}{\sqrt{n}} \sqrt{(N-n)/N} = \frac{NS}{\sqrt{n}} \sqrt{1-f}$$

É importante destacar que, para fins de confirmação das informações desta proposta, há necessidade de se medir *a posteriori* os cálculos amostrais com os próprios dados resultantes, garantindo que haja um erro amostral para cada uma das variáveis e agregados que sejam.

5. Estudo de Demanda Potencial

O estudo de demanda turística potencial deverá ser feito em pelo menos 6 mercados emissores, sendo 1 desses mercados no âmbito estadual (Sergipe), 3 no âmbito nacional (Bahia e dois adicionais a serem sugeridos) e 2 internacionais (a serem definidos junto à contratante).

5.1 Definição dos mercados potenciais

A definição dos mercados potenciais será realizada a partir de metodologia que irá considerar critérios geo demográficos, logísticos e de demanda. Além disso, também serão analisadas questões macroeconômicas dos mercados potenciais internacionais a fim de identificar possíveis impactos na definição destes mercados.

Sendo assim, a metodologia para determinação dos emissores **potenciais** será composta pelo levantamento e análise de dados secundários, tais como:

- População dos mercados emissores potenciais;
- Renda média familiar dos mercados emissores potenciais;
- Ligações aéreas e marítimas;
- Oferta de assentos;
- Distância percorrida até o mercado receptor (para o caso de viagens com uso do modal rodoviário e também aéreo e/ou marítimo);

Para a determinação dos mercados emissores **potenciais internacionais** serão considerados dados, tais como:

- Tamanho de cada emissor no mundo e para o Brasil,
- Peso relativo do mercado emissor para o turismo na região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais;
- Ligações aéreas com o Brasil, e especificamente com o Nordeste e a região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais;
- Perfil do *outbound* desses mercados, considerando número de viagens realizadas e perfil de gasto
- Questões macroeconômicas dos possíveis mercados prioritários que podem impactar a definição destes mercados, como questões políticas e econômicas.

Utilizando-se da metodologia exposta, os dados dos mercados potenciais nacionais e internacionais serão levantados. O método será aplicado por etapas, ou seja, a cada etapa um número de mercados elegíveis serão elencados e, a partir daí, serão aplicados cortes para delimitação desses mercados. Se necessário, outros dados, além dos mencionados, podem ser incluídos no modelo. Vale lembrar também que a definição desses mercados irá considerar ainda as informações levantadas com os prestadores de serviços turísticos.

Conforme determinação do Termo de Referência, serão abordados turistas potenciais em no máximo (nove) mercados emissores, distribuídos em mercados em âmbito estadual (região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais), âmbito nacional e âmbito internacional.

5.2 Considerações metodológicas

A pesquisa potencial nos **mercados emissores nacionais** será realizada face a face com os turistas, em locais de grande movimentação, definidos previamente na etapa de planejamento. Já a pesquisa nos **mercados emissores internacionais** será realizada por meio de entrevistas ao telefone, a domicílios, nos mercados potenciais definidos previamente.

Os questionários aplicados nos mercados nacionais e internacionais deverão ser o mais similar possível, possibilitando comparações. No entanto, ajustes pertinentes devem ser realizados a fim de possibilitar a sua aplicação e entendimento por parte dos entrevistados. Serão captados dados para identificar o perfil sócio demográfico e psicográfico dos turistas potenciais, englobando na investigação:

- A disponibilidade que o respondente tem de viajar para um destino distante de seu local de residência, e mais especificamente, no Brasil e na região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais. Pode-se deduzir esta disposição para aquisição da viagem por meio das experiências anteriores de viagens similares e, neste caso, concretamente, para os destinos objetivo sobre os quais se espera investigar;
- Mensurar o nível de conhecimento, percepções existentes e imagem associada à oferta de segmentos na região em questão, em comparação com o restante do Brasil e com outros competidores;
- A identificação de concorrentes, do ponto de vista dos visitantes potenciais;
- Os fatores determinantes da demanda que podem influenciar a efetivação ou não de uma visita à região turística do Velho Chico e Costa dos Coqueirais, tais como: renda familiar, taxas de câmbio, tempo livre disponível, distância a ser percorrida, oferta existente e atividades disponíveis, modas, imagem de marca;
- Perfil sócio demográfico e psicográfico da demanda potencial, incluindo motivação principal de suas viagens, gastos associados e principais segmentos de viagens;
- Padrões de comportamento e consumo em função dos principais segmentos identificados, incluindo processo de planejamento da viagem e busca de informações, época de realização das viagens, comportamento e necessidades, nível de gasto no destino e comportamento após a viagem (redes sociais, etc);
- Buscar conhecer o grau de recorrência com que se realiza viagens tendo como motivação o consumo de produtos e de serviços culturais ou náuticos.

B - PLANO DE TRABALHO

Para o desenvolvimento dos serviços previstos pela **SDP nº 002/2017**, é apresentado o presente Plano de Trabalho, que inclui as etapas e atividades principais do projeto, seu escopo, duração e as datas de entrega dos relatórios.

O projeto foi dividido em etapas e, em cada etapa, descritas as principais atividades. São elas:

- 1) Plano de Trabalho
- 2) Levantamento/Estudo de iniciativas anteriores
- 3) Pré-teste de pesquisa de demanda atual e potencial
- 4) Estudo de Demanda Atual
- 5) Estudo de Demanda Potencial
- 6) Calendário de pesquisas e transferências de documentos
- 7) Estudo de oferta e levantamento de roteiros
- 8) Diagnóstico de oferta e dos roteiros
- 9) Plano interpretativo
- 10) Plano de investimentos
- 11) Desenho do modelo para criação da rede de gestão de cada polo
- 12) Desenho de um Plano de Ações estratégicas para qualificação dos serviços turísticos

6. Plano de Trabalho

O plano de trabalho terá 13 etapas de execução. Cada uma com um produto resultante correspondente.

6.1 Etapa 1 –Elaboração do Plano de Trabalho

O Plano de Trabalho visa estabelecer o planejamento de todas as etapas subsequentes, descrevendo as atividades, metodologia, instrumentos de pesquisa, cronograma físico-financeiro, produtos, entre outros.

A primeira etapa do projeto contará com a realização das seguintes atividades:

- Planejamento de reuniões a serem realizadas com contratante ao longo do projeto e definição de esquemática de comunicação;
 - Reunião de lançamento do projeto com a **SETUR-SE**;
 - Definição da equipe de trabalho e suas atribuições;
 - Validação do cronograma das macro atividades;

- Identificação da expectativa das principais partes interessadas;
- Verificação da sugestão, por parte da **SETUR-SE**, de estudos, pesquisas e dados que possam auxiliar a realização do projeto, além de coletar possíveis dados e informações de posse da **SETUR**;
- Identificação de possíveis respondentes das entrevistas (prestadores de serviços turísticos náuticos e culturais), sugeridos pela **SETUR-SE**, que tenham atuação e engajamento nas atividades turísticas, ou nos segmentos de turismo estudados.
- Definição de etapas de trabalho e atividades a serem realizadas;
- Identificação de metodologias a serem empregadas em cada etapa do projeto;
- Ferramentas de pesquisa a serem empregadas ao longo da execução do projeto;
- Identificação de riscos e medidas mitigadoras dos mesmos;
- Apresentação de cronograma de entregas parciais e finais;
- Definição de cronograma de execução;
- Análise inicial de fontes secundárias que forneçam informações quantitativas e qualitativas sobre a demanda turística náutica e cultural em diferentes regiões do Brasil e do mundo;
- Coleta de dados e informações que caracterizem a demanda turística local e sua relação com o turismo náutico e cultural.

Como modelo de apresentação de produto sugere-se a seguinte estrutura:

- Declaração de Escopo:** Definição das condições básicas do projeto, entre elas: Objetivo, Etapas, Metodologia (incluindo desenho amostral, instrumentos de pesquisa, municípios e prestadores de serviços que serão pesquisados/entrevistados), Produtos, Premissas, Delimitação e Cronograma.
- Termo de Abertura:** serve como linha de base para o trabalho do coordenador do projeto, e inclui: Equipe do projeto e suas atribuições, Recursos e necessidades básicas do trabalho e Expectativa das principais partes interessadas.
- Plano de Gerenciamento da Comunicação:** documento que descreve os processos de comunicação do projeto, responsáveis e formas que serão utilizadas para manter a boa comunicação entre as equipes.
- Plano de Gerenciamento de Riscos** - definição dos riscos associados ao trabalho e as formas propostas para sua administração são pontos chave no processo de planejamento do trabalho e fundamentais para o sucesso do projeto em questão.

- **Gerenciamento e Monitoramento do Projeto** – documento que define os principais marcos de monitoramento do projeto, como as reuniões de *kick off* e de gestão, além das solicitações e aprovações de mudança.
- **Estrutura Analítica do Projeto (EAP)** - ferramenta de decomposição do trabalho do projeto em suas partes, isto é, uma estrutura hierárquica orientada aos produtos que serão elaborados e às atividades que devem ser realizadas para se atingir o objetivo final do projeto.
- **Atividades executadas** - descrição das atividades executadas nessa etapa de trabalho, conforme apresentado anteriormente.

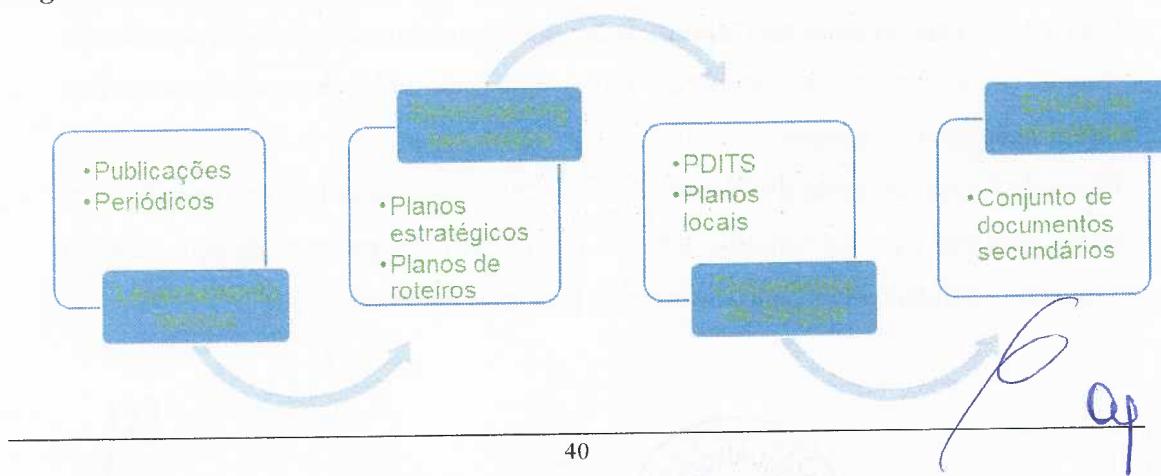
Ao final desta etapa de trabalho será encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 1 – Plano de Trabalho**, no prazo estipulado no cronograma, a contar após emissão da ordem de serviço.

Entrega adicional: propomos que adicionalmente ao TDR, seja entregue um modelo de atividades baseado na metodologia do PMI. A do escopo do Plano de Trabalho do Projeto será organizada usando como base os conceitos e boas práticas da metodologia do *Project Management Institute* (PMI) para gerenciamento de projetos – Gráfico de GANTT.

6.2 Etapa 2 – Levantamento / Estudo de iniciativas anteriores

Nesta etapa será feita uma vasta avaliação secundária de informações referentes ao turismo em Sergipe, no Brasil e iniciativas de planejamento para o setor de viagens. A avaliação de informações deverá extrapolar as búsquedas de projetos de roteirização turística e identificar, adicionalmente, modelos teóricos e práticos de investigação de planejamento e roteirização de destinos. Para tal, sugere-se a adoção de Benchmarking secundário de planos estratégicos e levantamento de revisão acadêmica sobre os principais itens ligados a roteirização. Como modelo de estrutura para o produto de iniciativas anteriores, propõe-se a seguinte estrutura:

Figura 6.2.1: índice tentativo do documento que será resultado dessa etapa de trabalho



Esta etapa cumprirá todos os requisitos do TDR, incluindo:

- Levantamentos em fontes secundárias;
- Identificar e traçar uma análise crítica de projetos anteriores;
- Fichamento dos planos estratégicos e documentos avaliados;
- Análise dos resultados de Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS - Costa dos Coqueirais e Velho Chico, 2013) assim como do Diagnóstico do Sistema de Informações e Estatísticas do Turismo (SIET).

Ao final desta etapa de trabalho será encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 2 – Relatório de Análise Crítica das Iniciativas de Planejamento e Roteirização Turística já Realizados nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico**, no prazo estipulado no cronograma, a contar após emissão da ordem de serviço.

6.3 Etapa 3-Pré-Teste de pesquisa de demanda atual e potencial

Esta etapa consiste na realização de pré-testes, que serão realizados com o objetivo de validar os questionários dos estudos de demanda atual e potencial e avaliar o treinamento dos pesquisadores. Para isso, os testes serão feitos a partir de uma simulação do ambiente real de pesquisa, com a aplicação de questionários a turistas atuais e potenciais, identificando possíveis necessidades de adequação. Serão realizados, no máximo, 40 pesquisas, incluindo turistas e prestadores de serviços.

Para isso, o Consórcio realizará as seguintes atividades:

- Validação dos questionários e roteiros de entrevista com a SETUR-SE;
- Seleção de pesquisadores de campo;
- Elaboração de material para treinamento (incluindo Manual da Pesquisa);
- Realização de treinamento dos pesquisadores;
- Planejamento das entrevistas com prestadores de serviço;
- Planejamento das pesquisas com turistas (atual e potencial);
- Realização das entrevistas pré-teste;
- Aplicação das pesquisas pré-teste (atual e potencial);
- Tabulação e tratamento dos dados coletados;
- Análise dos dados;
- Identificação de necessidades de ajustes das pesquisas, nos seguintes quesitos:
 - Ferramenta de pesquisa (questionário): mudanças como formato, redação, ordem, inclusão ou exclusão de perguntas;

- Estratégia de pesquisa: alterações dos pontos de coleta, das datas ou horários de pesquisa, por exemplo;
- Treinamento: adequação das orientações, se for o caso.
- Validação dos pré-testes por parte da **SETUR-SE**.

Convém ressaltar que o **consórcio** deve apresentar os resultados do pré-teste para a aprovação da **SETUR-SE** e, caso esses resultados não sejam aprovados, o **consórcio** deve realizar as modificações necessárias e aplicar novos pré-testes, com diferentes turistas/prestadores de serviços, com vistas a atender as sugestões e superar possíveis problemas identificados.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 3 – Relatório Técnico Pré-teste de Pesquisa de Demanda Atual e Potencial**.

6.4 Etapa 4-Estudos de Demanda Turística Atual

Esta etapa se refere à realização das pesquisas de demanda atual, conforme metodologia definida pelo TRD. As pesquisas de demanda atual com turistas serão aplicadas em, no máximo 10 (dez) destinos de Sergipe, a serem definidos de acordo com os pré-testes e as investigações secundárias. Os destinos serão definidos de acordo com seu grau de influência para o turismo e histórico de recepção de visitantes.

Entre as pesquisas atuais e potenciais serão realizados até 1.500 questionários, acatando distribuição mínima de:

- 600 questionários com turistas locais (2 polos),
- 300 questionários totais em destinos emissores nacionais (incluindo o Estado da Bahia) (potencial);
- 100 questionários com prestadores de serviços;
- 100 questionários com emissores locais (potencial);
- 100 questionários com emissores internacionais (potencial);
- 300 questionários distribuídos nos grupos anteriores.

Os locais em que serão aplicadas as pesquisas de demanda atual são:

- Principais destinos de turismo dos 2 polos (a serem definidos a partir das pesquisas secundárias e pré-testes).

Os segmentos serão tratados conjuntamente dentro das amostras de pesquisas, legando a preferência por cada segmento à aleatoriedade da investigação. Os principais objetivos a serem atendido com a pesquisa são:

- Atuação conjunta dos distintos segmentos enfocados pelo Programa (sol e praia, ecoturismo e histórico-cultural), contemplando amostra mínima suficiente que possibilite a análise individualizada de cada um deles;
- Entrevistas qualitativas com prestadores de serviços turísticos relacionados aos segmentos estudados;
- Em princípio, os pontos de entrevistas serão locais de transito e áreas de visitação turística dos principais destinos receptores de cada polo, ou representativos de determinado segmento. Por exemplo: rodoviária, aeroporto, estradas, atrativos turísticos, etc. A definição deve ser finalizada a partir dos resultados de investigação da documentação secundária e das reuniões com a SETUR;
- Os prestadores de serviços serão definidos por composição da tipologia de serviço turístico atrelada à composição de pesos, de acordo com a distribuição da RAIS nas regiões de pesquisa;
- A pesquisa de demanda, somada a outras informações secundárias, poderá estimar o número de visitantes internacionais e nacionais ao estado de Sergipe;
- Dentre as perguntas do questionário, serão captadas informações sobre fatores determinantes na seleção final do destino e no orçamento total dedicado à viagem.
- O questionário caracterizará o perfil sócio demográfico e psicográfico da demanda atual, identificando e analisando de forma desagregada os principais segmentos de demanda: a motivação principal da viagem, fontes de informação utilizadas pelos consumidores, canais de reserva utilizados, atitudes, preferências e comportamento de consumo em relação aos segmentos-foco, nível de repetição da visita e grau de satisfação em relação aos produtos mais relevantes na atualidade;
- Por meio da junção de informações atuais e potenciais será possível estimar o potencial para o consumo de novos produtos turísticos dos segmentos foco do programa, diferentes daqueles já consumidos atualmente;
- O estudo irá determinar os gastos totais da viagem dos entrevistados, assim como o seu nível de gastos no destino e nos segmentos identificados (desagregados pelo menos em função da motivação da viagem).

Para atender às necessidades da pesquisa de demanda, serão cumpridas as seguintes atividades:

- Seleção de pesquisadores de campo;

- Planejamento do treinamento (definição do local e hora, impressão do material);
- Realização de treinamento dos pesquisadores;
- Planejamento das entrevistas com prestadores de serviço. Para tanto, serão realizadas as seguintes tarefas:
 - Seleção de possíveis entrevistados;
 - Elaboração de fichas com informações dos entrevistados;
 - Agendamento das entrevistas.
- Planejamento das pesquisas com turistas (atual):
 - Definição do cronograma;
 - Definição da amostra;
 - Definição dos pontos de coleta;
 - Preparação da logística de viagem, quando for o caso.
- Realização das entrevistas com prestadores de serviço;
- Aplicação das pesquisas;
- Tabulação e tratamento dos dados coletados;
- Análise dos dados.

A seleção dos pesquisadores de campo irá considerar o banco de pesquisadores já cadastrados na FGV. Os pesquisadores que participaram da pesquisa de pré-teste serão novamente consultados quanto à sua disponibilidade.

As pesquisas de demanda atual serão realizadas nos 7 (sete) destinos da BTS e a pesquisa de demanda potencial nacional nos destinos definidos na Etapa 1. Já a pesquisa potencial internacional será realizada por telefone nos destinos também definidos como potenciais emissores na Etapa 1. As entrevistas com prestadores de serviço poderão ser realizadas por telefone ou de forma presencial.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE o Produto 4–Relatório Técnico Estudo de Demanda Turística Atual** conforme cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.5 Etapa 5–Pesquisa de Demanda Potencial

Esta pesquisa complementa as avaliações de Demanda Potencial e contemplará investigação de preferências sobre produtos inovadores de turismo para o Estado de Sergipe.

Como já definido na Etapa anterior, as atividades aqui presentes estão incluídas no cálculo máximo de 1.500 questionários a serem realizados.

- 600 questionários com turistas locais (2 polos),

- 300 questionários totais em destinos emissores nacionais (incluindo o Estado da Bahia) (potencial);
- 100 questionários com prestadores de serviços;
- 100 questionários com emissores locais (potencial);
- 100 questionários com emissores internacionais (potencial);
- 300 questionários a serem distribuídos nos grupos anteriores.

Assim como no caso do estudo da demanda atual, os segmentos de demanda potencial analisados serão combinados (sol e praia, ecoturismo e histórico-cultural).

O estudo de demanda turística potencial será feito em pelo menos 6 mercados emissores, sendo 1 desses mercados no âmbito estadual (Sergipe), 3 no âmbito nacional (Bahia e dois adicionais a serem sugeridos) e 2 internacionais (a serem definidos com a contratante).

Para justificar a seleção dos mercados emissores o Consórcio realizará um estudo de mercado, utilizando metodologia da FGV para composição de principais países emissores. Caso haja dados, será feito também o estudo de mercado nacional, para eleição dos emissores brasileiros além do Estado da Bahia. Os seguintes mercados são prioritários de investigação:

- Nacional: Região Sudeste e Região Sul
- Internacional: Principais emissores europeus, EUA, principais emissores da América Latina.

Uma vez definidos os mercados emissores, serão realizadas entrevistas telefônicas ou por outra via (que pode ser proposta e justificada pela empresa proponente em sua proposta técnica) a domicílios dos mercados selecionados. Essas entrevistas vão determinar:

- O nível de conhecimento, percepções existentes e imagem associada à oferta dos Polos nos segmentos específicos, em comparação com o restante do Brasil e com outros competidores;
- A identificação de concorrentes nos segmentos estudados, desde o ponto de vista dos visitantes potenciais;
- O volume de demanda potencial existente em cada um dos mercados analisados e a frequência de viagens dos mesmos;
- Os fatores determinantes da demanda que podem influenciar a efetivação ou não de uma visita aos Polos, tais como: renda familiar, taxas de câmbio, tempo livre disponível, distância a ser percorrida, oferta e atividades disponíveis, imagem de marca, etc.;

- Perfil sócio demográfico e psicográfico da demanda potencial, incluindo a motivação principal de suas viagens e gastos associados, assim como identificação de principais segmentos de viagens;
- Padrões de comportamento e consumo em função dos principais segmentos identificados, incluindo processo de planejamento da viagem e busca de informações, época de realização das viagens, comportamento e necessidades, nível de gasto no destino e comportamento após a viagem (redes sociais, etc.);
- Disposição a pagar em função de distintas tipologias de produtos e destinos Ecoturísticos e histórico-culturais.

Para as atividades de preferências declaradas no Brasil, serão realizadas 3 sessões de *Focus Group* de até 10 pessoas cada.

- Realização de *focus group* a fim de identificar os segmentos prioritários e produtos turísticos culturais e náuticos nos quais se devem centrar os esforços de investimento posteriores. Para realização do *focus group*, serão realizadas as seguintes tarefas:
 - Seleção dos participantes;
 - Preparação de material para sua realização;
 - Realização do *focus group*;
 - Sistematização dos resultados;
 - Análise dos resultados visando identificar os produtos ou características de produtos litorâneos, de ecoturismo e culturais prioritários, tendo em vista os resultados dos estudos previamente elaborados.
- Preparação e entrega dos bancos de dados, em formato “MSExcel”, contendo todos os dados e micro dados coletados.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE o Produto 5 - Relatório Técnico Estudo de Demanda Potencial**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.6 Etapa 6 – Calendário de Pesquisas e Transferência de Conhecimentos

Esta etapa resultará na entrega do conjunto de resultados das pesquisas conjuntamente com um planejamento de execução das mesmas. O consorcio propõe que a etapa seja executada em conjunto com os contratantes, permitindo ajustar a metodologia de composição das entregas às necessidades da SETESP-SE.

Para as entregas propõe-se a seguinte estrutura:

- Desenho de sistemática de pesquisa que mais se adeque à realidade local, incluindo um (1) treinamento com equipe de 15 pessoas da SETESP para que

tenha pleno conhecimento e entendimento da metodologia e ferramentas desenhadas e possa implementá-las adequadamente;

- Proposição de questionário;
- Entrega de manuais utilizados nas pesquisas para adequação as atividades futuras;

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE o Produto 6 - Calendário de Pesquisas e Transferência de Conhecimentos**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.7 Etapa 7 – Estudo de Oferta e Levantamento de Roteiros

Esta Etapa vai analisar os principais recursos e atrativos turísticos relacionados aos segmentos de sol e praia, ecoturismo e turismo cultural nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico. A etapa será desenvolvida através da realização de tarefas 5 tarefas, conforme apresentado a seguir:

Tarefa 7.1. Definição dos procedimentos metodológicos adotados

Esta tarefa define os procedimentos metodológicos a serem desenvolvidos no âmbito da etapa 7 do estudo de oferta e levantamento de roteiros dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico. Serão abordadas estratégias de coleta de dados tanto quantitativas, como qualitativas, baseadas em 3 dimensões:

- Análise bibliográfica;
- Entrevistas;
- “Mergulho no território”.

Quanto à primeira dimensão, serão analisados, em particular, documentos desenvolvidos no âmbito do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Estado de Sergipe, além de outros como o Sistema de Informações e Estatísticas do Turismo (SIET).

Em complemento à análise bibliográfica, serão também levadas a cabo entrevistas semiestruturadas com indivíduos e entidades locais (20 no máximo). Sem prejuízo de eventuais proposições adicionais que possam surgir por parte da SETUR, a entrevista aos seguintes atores chave afigura-se fundamental, cujas perspectivas distintas poderão acrescentar valor à posterior definição estratégica de produtos e circuitos turísticos nos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico:

- Companhias aéreas;
- Empresas de transporte rodoviário e ferroviário;

- Touring turístico (agências de viagem e companhias aéreas).
- Entidade gestora das áreas naturais - Administração Estadual do Meio Ambiente (ADEMA);
- Responsáveis da Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMARH);
- Responsáveis da Associação de Desenvolvimento Turístico do Estado do Tocantins (ADTUR);
- Responsáveis dos 30 municípios incluídos nos dois polos turísticos;
- Representantes dos Conselhos Municipais de Turismo e Meio Ambiente.

Estas entrevistas serão realizadas nos principais mercados geográficos e segmentos alvo atendidos por cada tipologia de estabelecimento, de modo a mapear, de forma global, números sobre a quantidade, capacidade, nível de ocupação, tendências de crescimento, caracterização geral dos equipamentos turísticos e infraestrutura, localização geográfica, entre outros.

As entrevistas serão realizadas de forma flexível, adaptando-se ao entrevistado. Está prevista a contribuição de uma empresa especializada, subcontratada pelo consórcio, para a realização destas entrevistas.

Buscando uma perspectiva mais abrangente, uma pesquisa qualitativa também será desenvolvida com os mesmos segmentos e públicos-alvo, atendidos por cada tipologia de estabelecimento, segundo categorias, localização geográfica, tipos e níveis de serviço prestado, contemplando elementos como o grau de diversificação dos serviços, possibilidade ou não de melhorá-los com novas instalações, níveis de qualidade, entre outros.

Finalmente, a equipe de projeto pretende executar “mergulhos no território” para complementar o trabalho de análise bibliográfica e das entrevistas. Estes “mergulhos” consistem numa metodologia específica de coleta de informação, baseada na observação direta, que permitem à equipe de projeto obter conhecimento in loco sobre os atrativos turísticos dos dois polos, apurando a sua sensibilidade e compreensão sobre o respectivo potencial turístico, sobre os desafios que enfrentam e sobre as oportunidades de que dispõem. Neste contexto, estes “mergulhos” implicarão visitas e experimentação dos principais atrativos turísticos dos polos, conjugados com registros fotográficos e anotações realizadas a partir de uma matriz de observação previamente delineada pela equipe. Ainda, estas visitas permitirão que os atrativos e roteiros identificados sejam georreferenciados pela equipe de projeto.

Tarefa 7.2. Avaliação dos equipamentos e serviços turísticos

As atividades de recolha de informação acima descritas deverão permitir perceber a

evolução do turismo na área de ação do PDITS, bem como descrever o quadro atual no que respeita aos pontos seguintes:

- Caraterização dos principais atrativos naturais e culturais de cada polo (tipologia, grau de proteção e conservação, etc.);
- Identificação e caraterização de outros recursos com potencial turístico;
- Caraterização dos segmentos turísticos dominantes em cada polo;
- Caraterização das infraestruturas de apoio à visitação em cada polo;
- Caraterização do tecido produtor local;
- Caraterização das empresas ligadas ao turismo (alojamento, gastronomia, oferta de atividades de lazer, artesanato, guias de turismo, operadoras turísticas, etc.);
- Caraterização dos recursos humanos das empresas ligadas ao turismo;
- Caraterização dos acessos a cada polo (incluindo análise das infraestruturas e dos serviços de transporte);
- Caraterização dos produtos oferecidos e comercializados por cada polo (canais comerciais, instrumentos de promoção, etc.);
- Caraterização dos serviços e infraestruturas de apoio ao turismo local na Região (segurança, limpeza, telecomunicações, etc.);
- Caraterização da moldura legal relativa a cada polo;
- Caraterização do grau de envolvimento da comunidade local na atividade turística;
- Caraterização do grau de articulação entre a entidade gestora dos parques, o tecido produtor local e as empresas ligadas ao turismo;
- Caraterização do grau de articulação institucional entre os principais atores sociais do turismo na Região.

Tarefa 7.3. Levantamento das rotas turísticas existentes

Será desenvolvido um estudo de levantamento das rotas turísticas existentes, com a finalidade de avaliar quais as rotas mais relevantes, que serão definidas também com base na pesquisa de demanda, efetuada nas etapas 2 a 5.

Este levantamento será complementado pela visita de campo de especialistas durante o “mergulho no território” proposto nesta etapa.

Inicialmente, foram definidas as rotas turísticas a serem analisadas de acordo com o PDITS2 em cada polo. Enquanto o Polo Costa dos Coqueiros conta com 13 municípios e 70 atrativos identificados, o Polo Velho Chico tem 17 municípios com 132 atrativos turísticos

²Revisão do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Polo Costa dos Coqueirais, 2013.
Revisão do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) do Polo Velho Chico, 2012.

ressaltados.

Para o desenvolvimento desta tarefa, serão considerados os seguintes aspectos, sem o prejuízo de incluir outros que ainda possam surgir:

- Organização e gestão local;
- Estrutura econômica;
- Promoção das rotas temáticas;
- Comercialização das rotas temáticas;
- Desenho conceitual e interpretativo;
- Características físicas e ambientais;
- Grau de integração da oferta e da cadeia de valor turística na economia local;
- Identificação dos estabelecimentos que operam em rede;
- Identificação de quantas empresas de turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo cultural operam de maneira integrada nas várias frentes da atividade: transporte, gastronomia, operação terrestre, hotéis etc.;
- Identificação de temas interpretativos que possam dar coerência à combinação de recursos e atrativos turísticos do destino.

Tarefa 7.4. Estruturação das rotas turísticas potenciais

Além da análise das rotas existentes citadas acima, um estudo de levantamento das rotas turísticas potenciais será desenvolvido, com a finalidade de avaliar quais as rotas mais potenciais para exploração e desenvolvimento do setor turístico como um todo. Esta análise vai também considerar o levantamento realizado pelo estudo da demanda potencial da Etapa 3.

Serão considerados os seguintes elementos para a realização desta análise, sem prejuízo de outros que possam surgir:

- Proposição do desenho conceitual e interpretativo;
- Características físicas e ambientais;
- Estratégias de organização e gestão local;
- Estrutura econômica a ser impactada;
- Estratégia de promoção das rotas temáticas propostas;
- Comercialização das rotas temáticas propostas;
- Possibilidade de integração da oferta e da cadeia de valor turística na economia local dos destinos;
- Identificação dos estabelecimentos que possam operar em rede;

- Identificação de quantas empresas de turismo de sol e praia, ecoturismo e turismo cultural existem nas várias frentes da atividade: transporte, gastronomia, operação terrestre, hotéis etc.;
- Identificação de temas interpretativos que possam dar coerência à combinação de recursos e atrativos turísticos do destino.

Tarefa 7.5. Análise SWOT dos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico

Tendo como base os resultados obtidos nas tarefas anteriores, será realizada uma análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) para cada polo, em que serão destacados:

- Os pontos fortes característicos da região e de cada um dos polos, cuja detecção permitirá a cada um dos polos desenvolver a sua capacidade turística;
- As fraquezas associadas a cada um dos polos e que se pretendem eliminar ou mitigar;
- As oportunidades criadas por externalidades positivas, que se devem aproveitar e potencializar;
- As ameaças, que se devem conhecer em profundidade, no sentido de as prevenir.

O cruzamento analítico dos elementos da SWOT possibilitará também determinar um conjunto de diretrizes complementares:

- Potencialidades – Conjugando as forças internas com as oportunidades externas, conseguir-se-á definir as potencialidades nas quais os esforços devem ser concentrados;
- Constrangimentos – O desperdício das oportunidades externas que pode ter lugar caso se subestimem as fraquezas internas. A identificação prévia das fraquezas internas permitirá debelar as fraquezas identificadas e, por sua vez, antecipar os constrangimentos;
- Vulnerabilidades – O risco a que estão submetidas as forças internas com as ameaças externas, resulta na definição de vulnerabilidades que deverão ser minimizadas;
- Problemas – As ameaças externas que podem efetivar-se como problemas maiores para cada um dos polos, mediante a persistência das fraquezas internas.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE o Produto 7 - Estudo de Oferta e Levantamento de Roteiros**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.8 Etapa 8 – Diagnóstico da Oferta e dos Roteiros

O objetivo desta Etapa é identificar os principais produtos turísticos a serem desenvolvidos, através da concentração de esforços para preencher as lacunas existentes entre a oferta atual.

o mercado e a demanda.

A presente etapa será desenvolvida através da realização de 5 tarefas conforme indicado a seguir:

Tarefa 8.1. Definição dos procedimentos metodológicos adotados

Os procedimentos metodológicos adotados incluem a adoção de técnicas, apresentadas abaixo, voltadas ao público alvo previamente definido na etapa 7, tais como:

- Entrevistas semiestruturadas: Trata-se de uma tipologia de entrevista que se caracteriza pela existência de um roteiro previamente estruturado que serve de eixo orientador no desenvolvimento da entrevista. Ela assenta em um modelo flexível, que, por um lado se vai adaptando ao entrevistado, e, por outro, permite explorar as questões com maior ou menor profundidade ou detalhe, dependendo da informação que se pretende obter;
- *Focus groups*: É uma estratégia qualitativa de coleta de dados, onde um grupo pré-definido de pessoas discute o tema subjacente ao objeto de pesquisa, num processo que é orientado por um moderador. É um método valioso para conseguir informação sobre como as pessoas pensam acerca de determinado assunto e, também, como elas reagem às ideias e informações lançadas pelos parceiros de debate.

Será ainda aplicada uma metodologia chamada *Gap Analysis*, que tem como objetivo comparar a performance atual com o plano futuro, o cenário desejado no futuro, tal como a Figura apresenta:

Figura 6.8.1: Gap Analysis



Tarefa 8.2. Análise de benchmarking internacional de promoção de rotas e destinos

Esta tarefa terá como objetivo assinalar boas práticas e casos bem-sucedidos de polos turísticos nos planos nacional e internacional, que possam servir de padrão no desenvolvimento do projeto.

Critérios, estabelecidos em conjunto com a SETUR, permitirão a seleção de 4 estudos de caso exemplares, dois nacionais e dois internacionais. Poderão ser considerados:

- Destinos de ecoturismo, turismo cultural e turismo de sol e praia;
- Exemplos de sucesso no Brasil e exemplos de sucesso internacionais;

- Exemplos de sucesso ao nível de: (i) infraestruturas de apoio à visitação, tanto públicas como privadas; (ii) oferta de produtos; (iii) promoção e comunicação; (iv) estrutura de gestão.

Deste modo, sem prejuízo de outros exemplos que possam ser identificados posteriormente, prevê-se desde já uma análise do caso de Portugal, onde tem-se o desenvolvimento de uma estratégia integrada baseada na valorização do território nacional e na potencialização do conhecimento do potencial turístico regional.

Importa ressaltar que o turismo em Portugal vem tornando-se o principal motor da economia. Segundo aponta o documento Estratégia do Turismo 2027, os resultados obtidos em 2016 confirmam a importância de um forte investimento e de um trabalho estratégico articulado entre entidades públicas e privadas, iniciado há mais de uma década.

O ano de 2016 ficou marcado por resultados históricos para o turismo nacional nos principais indicadores: dormidas, receitas, hóspedes, emprego e exportações. Os dados positivos refletem o alargamento da atividade turística; o aumento do emprego no turismo; o crescimento das receitas turísticas e dos proveitos hoteleiros; a diversificação de mercados internacionais; a dinamização do mercado interno; e o reconhecimento internacional, com aumento significativo de prémios internacionais.

Este crescimento tem um impacto significativo na economia Portuguesa. De acordo com o ranking do Fórum Econômico Mundial, Portugal surge a nível mundial como o 14.º país mais competitivo no setor turístico.

Tendo em vista as especificidades do caso de Sergipe, os seguintes casos em Portugal serão ressaltados: Turismo do Algarve e Turismo do Vale do Rio Douro. Estes casos foram criteriosamente selecionados, uma vez que representam as vertentes turísticas do sol e praia, ecoturismo e turismo cultural.

Sol e Praia

O Algarve localiza-se na área mais a sul de Portugal, com contato privilegiado com o Oceano Atlântico e clima ameno e convidativo para os muitos visitantes que recebe anualmente. Com 16 concelhos e 67 freguesias, a região combina litoral, falésias e serra num toque de diversidade combinada com uma tradição enraizada na sua população local e nos seus costumes.

O clima temperado mediterrânico, as águas mornas e calmas que banham a costa, as paisagens naturais, o património histórico e etnográfico e a gastronomia são atributos que atraem milhões de turistas nacionais e estrangeiros todos os anos para o Algarve. Constitui-se, desta forma, na região turística mais importante de Portugal e uma das mais importantes da Europa.

O setor institucional regional do turismo conta com duas entidades que representam elementos agregadores da visão, expectativas do turismo regional.

Na esfera pública tem-se a Região de Turismo do Algarve que, atua em quatro eixos principais: i) Promoção/Animação Turística; ii) Informação Turística; iii) Estruturação do produto/planeamento estratégico; iv) Gestão da marca Algarve.

Na vertente público-privada, a Associação Turismo do Algarve tem a seu cargo, desde 2004, a promoção e divulgação turística da região e dos seus produtos regionais, em todas as suas vertentes, através do estudo, preparação e desenvolvimento de ações específicas nos mercados externos (exceto Espanha), bem como a

concertação entre entidades públicas e privadas regionais, com vista à definição de políticas, objetivos e estratégias de promoção turística do Algarve.

No seu Plano Estratégico de Turismo, publicado em 2006 e atualizado em 2013, são ressaltadas as seguintes linhas de atuação turística no Algarve: i) Sol e mar; ii) Golfe; iii) Turismo residencial; iv) Turismo de saúde e bem-estar; v) turismo de natureza; vi) turismo náutico; turismo de negócios; vii) touring e viii) gastronomia e vinhos.

Ecoturismo / Rio

A região do Alto Douro Vinhateiro (ADV), classificada como Património Mundial da Humanidade da UNESCO, está localizada no Norte de Portugal e dispõe de um conjunto de recursos turísticos diversificados e diferenciados: i) Turismo histórico-cultural baseado no Vasto e rico Património Histórico-cultural e arqueológico – Touring; ii) - Turismo de Natureza expresso na sua qualidade e diversidade de recursos naturais, designadamente nos Planaltos Montanhosos e no Douro; e iii) Gastronomia & Vinhos – Enoturismo. Fazem parte da região Demarcada do Douro, 22 municípios que perfazem 250 mil hectares de terreno, dos quais 48 mil hectares são vinhas onde são produzidos os vinhos denominados de origem “Porto” e “Douro”. O Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro para o período 2007-2013 e a criação da Estrutura de Missão para a Região Demarcada do Douro, conferem, uma oportunidade relevante para o desenvolvimento da Região.

Este Plano ressalta-se como um instrumento de planejamento estratégico focalizado especificamente no desenvolvimento turístico da Região, contribuindo, deste modo, para a afirmação do Douro como um Polo turístico de projeção internacional, fazendo do turismo uma alavanca para o desenvolvimento socioeconômico da Região. A sustentabilidade é condição sine-qua-non do desenvolvimento turístico do Vale do Douro bem como a valorização do património rural, do padrão tradicional da paisagem.

O Rio Douro constitui um dos principais recursos turísticos da Região, estando as atividades principalmente voltadas para o rio. Consolidado como um dos maiores rios da Península Ibérica, o rio Douro conta com cerca de 900Km – desde a província de Soria até ao Porto.

Tarefa 8.3. Identificação de lacunas entre oferta atual e tendências de mercado

Esta tarefa tem como objetivo identificar o posicionamento atual dos polos turísticos Costa dos Coqueirais e Velho Chico enquanto produto e proceder à definição do posicionamento pretendido. Para uma definição acurada do posicionamento estratégico do turismo nos dois polos, o mesmo deve ser condizente com a proposta de valor que está associada, sendo ela conseguida através da análise conjunta dos estudos de demanda e oferta previamente delineados.

Para tal, será realizada uma *gap analysis* que servirá de base para a definição do posicionamento estratégico a ser adotado, tendo em conta as lacunas entre a oferta atual e o objetivo que se pretende atingir. Para além disso, o posicionamento de mercado deve ser definido em função de uma análise comparativa destinos concorrentiais que sejam, por um lado, modelos interessantes de preservação ambiental, e, por outro, sejam capazes de oferecer produtos e serviços interessantes.

A pesquisa sobre o posicionamento de casos que consubstanciem exemplos de boas práticas permitirá uma definição informada do posicionamento dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico, que esteja de acordo com a maneira como se idealiza que o território seja visto pelos públicos a atingir.

Tarefa 8.4. Priorização dos atrativos, recursos, rotas, destinos e empreendimentos / infraestruturas

Os três segmentos prioritários de classificação de rotas e destinos turísticos a serem desenvolvidos pelo projeto são:

Quadro 6.8.2: Segmentos prioritários



- Turismo de sol e praia
- Ecoturismo
- Turismo histórico-cultural

Estas rotas serão ainda classificadas de acordo com os resultados da *gap analysis* e dos objetivos definidos, enquadrados no posicionamento definido na tarefa 8.3.

Tarefa 8.5. Georreferenciamento dos principais atrativos e áreas geográficas de intervenção

Serão desenvolvidos mapeamentos georreferenciados dos principais atrativos e áreas geográficas definidas para intervenção, de acordo com o enquadramento proposto e respeitando a definição dos três segmentos prioritários referenciados na tarefa 8.4.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 8 - Relatório de Diagnóstico da Oferta e dos Roteiros**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.9 Etapa 9 – Plano Interpretativo

Esta etapa, a ser realizada por meio de duas tarefas descritas a seguir, vai elaborar planos de interpretação para as rotas e destinos selecionados para serem desenvolvidos e direcionados investimentos.

Tarefa 9.1. Criação do modelo de representação espacial das rotas / destinos / atrativos priorizados

Esta tarefa visa a estruturação interpretativa dos roteiros, destinos e atrativos levantados e avaliados nos produtos anteriores (7 e 8), por meio da criação de produtos criativos, inovadores, diferenciados e capazes de proporcionar experiências turísticas com caráter positivo.

A interpretação turística do Polo Costa dos Coqueirais e do Polo Velho Chico será usada como ferramenta essencial para a formatação de Produtos Turísticos relativos às rotas e destinos culturais em que serão concentrados os investimentos. Os planos interpretativos desenhados nesta etapa têm como principal objetivo a proposição de produtos e roteiros prioritários (existentes e potenciais).

Entende-se que os planos interpretativos venham a viabilizar a melhoria da qualidade, o reforço da identidade e notoriedade turística dos polos em questão, uma vez que poderão contribuir para resolução das lacunas identificadas, relativas sobretudo a rede complexa de atividades econômicas envolvidas no fornecimento de alojamento, alimentação e bebidas, transportes, entretenimento e outros serviços para os turistas.

Tarefa 9.2. Desenho de mapas georreferenciados das rotas / destinos / atrativos priorizados

Com base no georreferenciamento dos principais atrativos e rotas turísticas realizado na etapa 8 e considerando os roteiros prioritários e produtos turísticos levantados na tarefa 9.1, deverá aqui ser apresentado um mapeamento georreferenciado destes roteiros, com especial destaque às áreas

passíveis de intervenção.

No sentido de criar uma apresentação espacial dos roteiros sugeridos como produtos turísticos e de contribuir para a promoção dos produtos turísticos elaborados, tem-se o desenvolvimento de modelos de ferramentas cartográficas como mapas, guias turísticos e folhetos. Com o uso do Sistema de Informação Geográfica (SIG) busca-se apresentar a funcionalidade e a dinâmica do espaço geográfico de interesse turístico, por meio de documentos cartográficos visando fornecer subsídios para o desenvolvimento turístico dos dois polos.

Os mapas deverão ter grande cuidado gráfico, apresentando as informações em diferentes hierarquias, conjugadas com uma visão global da área, indicando a tematização de cada roteiro, as intervenções necessárias e a localização geográfica.

No final da presente etapa será elaborado um relatório preliminar com os resultados apurados. Este documento será apresentado e discutido com a SETUR com fins de validação. Tendo por base os comentários recolhidos, será preparada a versão final do relatório **P9**. Plano Interpretativo.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 9 - Plano Interpretativo**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.10 Etapa 10 – Plano de Investimentos

Esta Etapa visa a especificar ações e intervenções a serem desenvolvidas e a elaboração de um plano de investimentos para cada um dos polos, Costa dos Coqueirais e Velho Chico. Será desenvolvida através da realização de duas tarefas apresentadas a seguir.

Tarefa 10.1. Elaboração das fichas de projeto das rotas / destinos / atrativos priorizados

Nesta tarefa serão desenvolvidas fichas de projeto com as intervenções a serem realizadas na rotas, destinos e atrativos que foram priorizadas nas etapas 8 e 9. Para além das ações prioritárias, serão ainda definidas ações complementares no sentido de dar maior coerência ao direcionamento de investimentos e a melhorar a posição competitiva dos polos turísticos. Estas ações complementares poderão incluir, entre outras, a criação de programas estruturados de visitas, com produtos suscetíveis de visitação em rede (abrangendo os 2 polos turísticos) e com produtos de visitação específica (organizados num único polo).

De referir que serão elaboradas, para cada ação, fichas individualizadas de implementação, que deverão conter, entre outros, os seguintes elementos fundamentais:

- Objetivo:
- Justificativa:
- Efeito esperado no desenvolvimento turístico:
- Beneficiários:
- Descrição técnica da ação: Deve incluir memorial descritivo, se existente;

IV – Apêndices – Apêndice A – Descrição dos Serviços

- Responsável pela execução:
- Entidade responsável pela implantação / operação / manutenção da obra ou serviço:
- Custo estimado e fonte de financiamento:
- Mecanismos previstos de recuperação de custos e gestão:
- Normas de licenciamento ambiental exigidas por lei:
- Outras normas aplicáveis:
- Indicadores de acompanhamento e fontes de verificação:
- Cronograma e intervenção de outras ações nesse cronograma:
- Nível de avanço: indicar se existem já projetos básicos, executivos ou mesmo termos de referência já realizados.

A figura seguinte apresenta um exemplo ilustrativo de uma ficha individualizada para cada projeto:

Figura 6.10.1: Ficha por projeto

DESIGNAÇÃO	NOME DA AÇÃO
POLO (S)	Identificação do(s) polo(s) que será(ão) beneficiado(s) com a implementação da ação (inserir fotografias do(s) polo(s) ou a(s) imagem(ns) de marca, p.e. logótipo(s)).
PRODUTO(S)	Identificação do(s) produto(s) que será(ão) beneficiado(s) com a implementação da ação (por exemplo ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, sol e praia,...).
PÚBLICO-ALVO	Identificação do público-alvo da ação (por exemplo potenciais turistas, canais comerciais ou turistas no destino).
MERCADO PRIORITÁRIO	Identificação do mercado prioritário (por exemplo local, regional, nacional ou internacional).
OBJETIVOS	Descrição sucinta dos fins que se pretendem alcançar com a realização da ação.
DESCRÍÇÃO DAS TAREFAS PREVISTAS	Breve descrição das tarefas que conduzirão à realização da ação e à consecução dos seus objetivos.
CALENDÁRIO	Indicação da estimativa da duração temporal de cada uma das tarefas previstas.
RESPONSÁVEL	Designação da entidade responsável pela realização da ação.
ENTIDADES ENVOLVIDAS	Identificação das entidades que poderão apoiar a entidade responsável na implementação da ação.
CUSTO – ESTIMATIVA PRELIMINAR (R\$)	Valor total em Reais

Tarefa 10.2. Elaboração de roadmap para execução dos investimentos

Nesta tarefa será proposto um plano de financiamento para cada uma das ações de marketing que assegure os fundos necessários à sua implementação a curto, médio e longo prazo. À semelhança da tarefa anterior, este plano será desenvolvido com base num trabalho de proximidade com cada um dos stakeholders, públicos e privados, responsáveis pela implementação das ações.

Entre os mecanismos de financiamento que poderão ser propostos destacam-se:

- Financiamento por parte do Banco Interamericano de Desenvolvimento no âmbito do PDITS;
- Financiamento por parte do Governo Estadual e do Governo Federal;
- Financiamento privado.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 10 - Plano de Investimentos**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.11 Etapa 11 – Modelo de Rede de Gestão

Esta Etapa vai desenvolver um modelo para criação de uma Rede de Gestão para os Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico, incluindo a inclusão e empreendedorismo na cadeia produtiva. A presente etapa será desenvolvida através da realização das três tarefas apresentadas a seguir.

Tarefa 11.1. Definição de benchmarking estratégico

Esta tarefa terá como objetivo assinalar boas práticas e casos bem-sucedidos de estratégias e núcleos de gestão e governança de destinos e polos turísticos. Sem o prejuízo de outros exemplos, serão abordados os casos da Serra Gaúcha e das Aldeias do Xisto (Portugal).

Serra Gaúcha

A Atuaserra, fundada em 1985, na Cidade de Caxias do Sul, conta atualmente com 30 associados dos municípios da região. Conta também com a participação da iniciativa privada através das Centros de Indústria e Comércio, Sindilojas e CDLs e os Sindicatos de Hotéis Restaurantes Bares e Similares da Região. A Associação de Turismo da Serra Nordeste coordena as ações de desenvolvimento do turismo regional e mais, a sustentabilidade das comunidades, a manutenção da cultura e do ecossistema em potencial existente na região.

Aldeias do Xisto

A Rede das Aldeias do Xisto é um projeto de desenvolvimento sustentável, de âmbito regional, liderado pela ADXTUR- Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, em parceria com 21 Municípios da Região Centro e com cerca de 100 operadores privados que atuam no território.

A ADXTUR congrega assim as vontades públicas e privadas de uma Região, que se reveem na gestão partilhada de uma marca, na promoção conjunta de um território, na criação de riqueza através da oferta de serviços turísticos e, finalmente, na preservação da cultura e do património do mundo rural beirão. Pelo desenvolvimento integrado do território, contra a desertificação humana e o esquecimento.

A ADXTUR, de acordo com as necessidades do projeto e do território, definiu juntamente com os parceiros públicos e privados modelos de gestão e promoção da marca, que hoje se vêm formalizados em grupos de trabalho setoriais: Praias Fluviais; Ambiente, Caça e Pesca; Ordenamento do Território e Regulamentos Urbanos; Produtos Turísticos; Rede de Lojas Aldeias do Xisto; Formação e Qualidade – Certificação; Comunicação e Marketing; Projetos de Desenvolvimento e Cooperação Estratégica.

Tarefa 11.2. Elaboração do modelo estratégico para governança integrada e gestão participativa

De modo a assegurar a gestão e implementação das estratégias de turismo para os polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico, nesta tarefa será proposta uma estrutura de gestão e coordenação, desenvolvida através da criação de uma Rede de Gestão que será organizada de modo a promover estratégias de desenvolvimento e governança para os dois polos turísticos, objetivando assim desenvolver uma estrutura de governança integrada para atingir o desenvolvimento do turismo regional de forma geral. Mais especificamente, esta estrutura de gestão também deverá preconizar a inclusão social, através de ações voltadas ao desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo

regional.

Em colaboração com a SETUR, serão identificadas as entidades/pessoas que deverão integrar esta estrutura e que poderão incluir os Conselhos Municipais de Turismo e Meio Ambiente, entre outras entidades consideradas como relevantes.

Após a identificação das entidades/pessoas, serão definidos alguns dos parâmetros de funcionamento desta estrutura nomeadamente: distribuição de funções; principais objetivos para o período pós-projeto – objetivos estes que servirão de base para a monitorização do funcionamento desta estrutura; proposta de relacionamento com os restantes atores envolvidos no projeto; e proposta de relacionamento com outros atores a nível estadual e federal como a EMBRATUR ou o Ministério do Turismo.

Tarefa 11.3. Elaboração dos termos de referência

Nesta tarefa serão elaborados os Termos de Referência para licitação das ações previstas para financiamento por parte do BID. Estes Termos de Referência deverão incluir, entre outros elementos, os seguintes:

- Objetivo geral e objetivos específicos da contratação;
- Antecedentes e contexto do PDITS;
- Metodologia prevista;
- Resultados e produtos esperados;
- Prazo de execução;
- Equipa de projeto;
- Bibliografia.

Os termos de referência serão desenvolvidos de acordo com as seções padrão das políticas do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), seguindo neste caso a estrutura de Proposta Técnica Completa, englobando assim:

TEC1: Apresentação da proposta técnica;

TEC2: Organização e experiência do consultor;

TEC3: Observações e sugestões sobre os termos de referência, pessoal de contrapartida, e instalações fornecidas pelo contratante;

TEC4: Descrição do enfoque técnico, metodologia e plano de trabalho e organização e dotação de pessoal para a execução dos serviços;

TEC5: Composição da equipe e atribuição de responsabilidades;

TEC6: Currículos dos profissionais propostos;

TEC7: Calendário de atividade;

TEC8: Plano de trabalho

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da ~~SETUR-SE~~ o **Produto 11 - Relatório Técnico Modelo para Criação da Rede de Gestão**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.12 Etapa 12 – Plano de Ações Estratégicas

O objetivo desta etapa é definir um plano de ações estratégicas para a qualificação dos serviços turísticos associados às rotas / destinos e atrativos turísticos dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico. Para tanto, a realização desta etapa contará com 5 tarefas conforme apresentado a seguir.

Tarefa 12.1. Elaboração do sistema de cadastramento dos prestadores de serviços turísticos

Em razão de colocar em prática as ações estratégicas relacionadas na etapa 8 e no consequente plano de investimentos da etapa 10, é necessário o desenvolvimento de uma base de dados permanente e constantemente atualizada do trade turístico dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico. Este sistema de cadastramento deve estar integrado e respeitar as diretrizes do CADASTUR, o Sistema Brasileiro de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo. O CADASTUR é operacionalizado pelo Ministério do Turismo em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo em todos os estados e permite o acesso a diferentes dados sobre os Prestadores de Serviços Turísticos cadastrados. Este sistema visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor.

Esta tarefa visa então aplicar a correta utilização do CADASTUR, incluindo também os segmentos que não são obrigatórios, conforme a Tabela , de modo a fiscalizar e confirmar as informações do sistema, mantendo-as atualizadas.

A partir deste sistema, será também possível o desenvolvimento de um plano de capacitações permanentes em diferentes áreas deficitárias constatadas pelo trade turístico dos polos. Estas atividades de capacitação serão desenvolvidas na tarefa 12.3.

Tabela 6.12.1: Classificação de obrigatoriedade de registro no CADASTUR

Cadastro obrigatório	Cadastro opcional
Agências de turismo	Restaurantes, cafeterias, bares e similares
Meios de hospedagem	Centros ou locais destinados a convenções, feiras, exposições e similares
Guias de turismo	Parques temáticos aquáticos
Transportadoras turísticas	Empreendimentos de equipamentos de entretenimento e lazer
Acompanhamentos turísticos	Marinas e empreendimentos de apoio ao turismo náutico
Organizadoras de eventos	Empreendimentos de apoio à pesca desportiva
Parques temáticos	Empreendimentos de apoio à pesca desportiva
	Casas de espetáculos, shows e equipamentos de animação turística
	Prestadores de serviços de infraestrutura de apoio a eventos
	Locadoras de veículos para turistas
	Prestadores especializados em segmentos turísticos

Fonte: CADASTUR, 2017.

Tarefa 12.2. Elaboração de matriz de avaliação de qualidade dos roteiros turísticos

A avaliação constante é um elemento de garantia de qualidade necessário para o desenvolvimento estratégico do setor turístico nos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico. Esta tarefa tem como objetivo desenvolver uma matriz de avaliação de qualidade abrangente dos roteiros turísticos



priorizados nas etapas 8 e 10, de modo a analisar de forma correlata indicadores sociais, ambientais e econômicos de tais atividades turísticas.

Neste sentido, sem o prejuízo de outros indicadores que possam ser selecionados posteriormente, são indicados os seguintes indicadores para composição da matriz:

Quadro 6.12.1: Indicadores

				
Social ✓ Participação social ✓ Inovação social ✓ Educação ✓ Cultura e patrimônio	Ambiental ✓ Segurança alimentar ✓ Baixa emissão de carbono ✓ Eficiência energética ✓ Proteção de florestas ✓ Preservação de recursos naturais: água, solo	Infraestrutura ✓ Prestadores de serviços de turismo – condições gerais ✓ Resíduos ✓ Mobilidade urbana ✓ Rodovias ✓ Espaços públicos	Econômica ✓ Empreendedorismo ✓ PMEs ✓ Economia circular e solidária ✓ Desenvolvimento da economia local ✓ Empregabilidade ✓ Inovação	Institucional ✓ Planejamento urbano ✓ Planejamento estratégico ✓ Renovação urbana ✓ Construção de capacidades ✓ Políticas de apoio ao desenvolvimento turístico

Esta matriz será revista e analisada anualmente, de modo a manter-se um panorama atualizado e completo da situação global dos roteiros turísticos dos dois polos.

Tarefa 12.3. Identificação de ações estratégicas

Nesta tarefa serão definidas as ações estratégicas prioritárias para a promoção da qualificação dos serviços turísticos dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico e roteiros priorizados, tendo por base os resultados da etapa 8 e 9.

Tais ações estratégicas objetivam desenvolver aspectos como:

- Capacitação gerencial e profissional continuada;
- Certificação dos serviços turísticos;
- Certificações ambientais (como ISO 14000);
- Estudos e pesquisas no âmbito do setor turístico, envolvendo elementos como investimento e inovação;
- Oportunidades de desenvolvimento de parcerias público-privadas (PPPs).

Será desenvolvido um roteiro estratégico de ações prioritárias para a promoção da qualificação dos serviços turísticos através de fichas a serem detalhadas, conforme um exemplo:

Quadro 6.12.2: Ficha de roteiro

DESIGNAÇÃO	NOME DA AÇÃO
POLO (S)	Identificação do(s) polo(s) que será(ão) beneficiado(s) com a implementação da ação (inserir fotografias do(s) polo(s) ou a(s) imagem(ns) de marca, p.e. logótipo(s)).
MERCADO / EMPRESA ALVO	Identificação do mercado prioritário (por exemplo local, regional, nacional ou internacional).
OBJETIVOS	Descrição sucinta dos fins que se pretendem alcançar com a realização da ação.
DESCRIÇÃO DAS TAREFAS PREVISTAS	Breve descrição das tarefas que conduzirão à realização da ação e à consecução dos seus objetivos.
CALENDÁRIO	Indicação da estimativa da duração temporal de cada uma das tarefas previstas.
RESPONSÁVEL	Designação da entidade responsável pela realização da ação.
ENTIDADES ENVOLVIDAS	Identificação das entidades que poderão apoiar a entidade responsável na implementação da ação.
CUSTO – ESTIMATIVA PRELIMINAR (R\$)	Valor total em Reais

Tarefa 12.4. Definição de estratégia de financiamento e investimento

Nesta tarefa será proposto um plano de financiamento para cada uma das ações estratégicas prioritárias para a promoção da qualificação dos serviços turísticos que assegure os fundos necessários à sua implementação a curto, médio e longo prazo. Entre os mecanismos de financiamento que poderão ser propostos destacam-se:

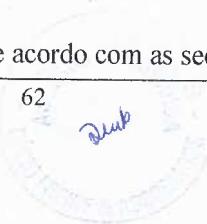
- Financiamento por parte do Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (BID) no âmbito do PDITS;
- Financiamento por parte do Governo Estadual e do Governo Federal;
- Financiamento privado;
- Análise de métodos para a promoção de incentivos fiscais e tributários;
- Avaliação das possibilidades de linhas de crédito e modalidades de financiamento.

Tarefa 12.5. Elaboração dos termos de referência

Nesta tarefa serão elaborados os Termos de Referência para licitação das ações estratégicas previstas para a promoção da qualificação dos serviços turísticos para financiamento. Estes Termos de Referência serão desenvolvidos de modo complementar ao Programa de Capacitação Profissional, incluindo, entre outros elementos, os seguintes:

- Objetivo geral e objetivos específicos da contratação;
- Antecedentes e contexto do PDITS;
- Metodologia prevista;
- Resultados e produtos esperados;
- Prazo de execução;
- Equipa de projeto;
- Bibliografia.

Os termos de referência serão desenvolvidos de acordo com as seções padrão das políticas do Banco



Interamericano de Desenvolvimento (BID), seguindo neste caso a estrutura de Proposta Técnica Completa, englobando assim:

- TEC1: Apresentação da proposta técnica;
- TEC2: Organização e experiência do consultor;
- TEC3: Observações e sugestões sobre os termos de referência, pessoal de contrapartida, e instalações fornecidas pelo contratante;
- TEC4: Descrição do enfoque técnico, metodologia e plano de trabalho e organização e dotação de pessoal para a execução dos serviços;
- TEC5: Composição da equipe e atribuição de responsabilidades;
- TEC6: Currículos dos profissionais propostos;
- TEC7: Calendário de atividade;
- TEC8: Plano de trabalho.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 12 - Relatório de Plano de Ações Estratégicas**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.

6.13 Etapa 13 – Planejamento Integrado do Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo e do Turismo Histórico-Cultural

A Etapa 13 refere-se à finalização do projeto de consultoria com a consolidação de todos os documentos e validação dos resultados finais com atores-chave. A etapa será desenvolvida através da realização de 4 tarefas conforme descrito a seguir:

Tarefa 13.1. Elaboração de relatório consolidado da versão final de todos os produtos entregues

Após o desenvolvimento das versões preliminares e finais de todos os 12 produtos anteriores, será realizada a compilação de todos os produtos finais em um documento integrado.

Tarefa 13.2. Sumário Executivo

Será também desenvolvido um sumário executivo contendo um resumo de todos os principais resultados atingidos com este projeto, contendo todas as etapas delineadas e especificadas, de modo a consolidar um documento de referência para consulta pública do trabalho realizado.

Tarefa 13.3. Reuniões com atores-chave para validação dos resultados

Após a compilação destes documentos em uma versão preliminar, serão realizadas reuniões com atores-chave para a validação dos resultados. Serão realizadas 2 reuniões em cada polo, de modo a conjugar os principais atores públicos e privados do setor turístico para realizar ~~apresentações~~ e discussões exaustivas dos resultados e produtos finais do presente projeto. Pretende-se assim conseguir uma validação ampliada das abordagens, métodos e resultados atingidos, e proporciona ap

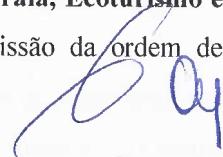
IV – Apêndices – Apêndice A – Descrição dos Serviços

assim o desenvolvimento da sustentabilidade das propostas apresentadas, uma vez que estará nesta reunião assegurada a estratégia de desenvolvimento futuro dos polos turísticos Costa dos Coqueirais e Velho Chico.

Tarefa 13.4. Apresentações

Por fim, esta tarefa compreende o desenvolvimento de uma apresentação graficamente atrativa a ser disponibilizada para o cliente, contendo um resumo de todo o desenvolvimento do projeto e a consequente estratégia de ação para a promoção turística dos polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico.

Ao final desta etapa de trabalho será elaborado e encaminhado à análise e aprovação da **SETUR-SE** o **Produto 13 - Relatório de Planejamento Integrado do Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo e do Turismo Histórico-Cultural**, dentro do prazo do cronograma, após emissão da ordem de serviço.



Apêndice B – Requisitos para a Apresentação de Relatórios

Os produtos da contratação deverão ser escritos em língua portuguesa e apresentados em 02 (duas) vias originais, formatados no editor de texto “Word” da Microsoft, impressos em qualidade “Laserprint” ou similares, em papel formato A4, de acordo com as Normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), encadernados, além de uma cópia em pen-drive. Os mapas, layouts, desenhos e gráficos deverão ser apresentados de modo adequado para sua perfeita compreensão e reprodução, em pen-drive, formatados para CORELDRAW, AUTOCAD ou EXCEL ou outras mídias julgadas relevantes pela Consultora, desde que devidamente autorizado pela Contratante.

Devem ser fornecidas informações detalhadas, em papel e meio eletrônico: descrição geral dos arquivos produzidos, procedimentos adotados para a digitalização de dados cartográficos, escala, data e fonte desses dados, tipo (mapa em papel, imagens de satélite, etc), data da digitalização dos dados cartográficos, problemas existentes nos dados, projeção cartográfica utilizada e todos os parâmetros necessários para sua interpretação (datum, meridiano central, zona). Todos os produtos auxiliares, mapas, tabelas, gráficos ou material necessário para melhor compreensão dos relatórios poderão ser apresentados como Anexos, de forma a manter o corpo principal do relatório mais coeso e sucinto.

Todos os Produtos a serem desenvolvidos e apresentados pela Consultora serão previamente submetidos à avaliação da UCP/PRODETUR-SE e do BID e, se necessário, reformulados.

O prazo para análise e apreciação dos relatórios e produtos gerados em versão preliminar será de 10 (dez) dias úteis, a partir da data de entrega dos mesmos pela Consultora. Ao final deste prazo uma das versões preliminares será devolvida pela Contratante à Consultora, para que sejam feitas as devidas correções e ajustes. Após isto os produtos deverão ser entregues na versão final considerando todas as características descritas neste Termo de Referência.

É requerido das empresas de consultoria a inclusão do processo de aprovação dos produtos em seus respectivos cronogramas de trabalho.

Apêndice C – Pessoal Chave e Subconsultores

Equipe-chave				
Nome	Empresa	Área de Especialidade	Cargo	Atividade Atribuída
Luiz Gustavo Medeiros Barbosa	FGV	Economia, Gestão e Turismo	Coordenador Geral	Coordenação de equipes multidisciplinares; Coordenação Geral dos Trabalhos; Interlocução com diversas instituições; Controle de qualidade e prazos das entregas.
Cristiane Rezende	FGV	Gestão Pública, Planejamento Estratégico e Turismo	Turismólogo	Coordenação e execução de programas e projetos de planejamento e gestão da atividade turística; Análise geral dos trabalhos; Orientação técnica na definição de Pressupostos e diretrizes; Validação dos procedimentos metodológicos do estudo; Consolidação do estudo.
Thays Venturim	FGV	Gestão Pública e Turismo	Especialista em Ecoturismo	Execução de atividades relacionadas aos roteiros temáticos e interpretação turística, análise de informações primárias e secundárias dos destinos e mercados
Natália El-Khoury	FGV	Gestão Pública e Turismo	Especialista em Turismo Cultural	Execução de atividades relacionadas aos roteiros temáticos e interpretação turística, análise de informações primárias e secundárias dos destinos e mercados
Hugo Magalhães	FGV-SPI	Economia e Estudos de Mercado	Especialista em Pesquisas de Demanda e Mercado	Execução de projetos de planejamento estratégico para os setores público e privado; Análise dos dados; Apoio na construção de Cenários; Apoio à coordenação na elaboração de relatórios; Elaboração das estruturas analíticas do estudo.

Equipe de Apoio				
Nome	Empresa	Área de Especialidade	Cargo	Atividade Atribuída
André Meyer Coelho	FGV	Gestão Pública e Turismo	Historiador	Coordenação e execução de projetos de planejamento estratégico para os setores público e privado; Coordenação de pesquisas e eventos de mobilização social; Sistematização de dados coletados; Elaboração dos relatórios.
Nuno Andrade	FGV-SPI	Geografia	Técnico de Georreferenciamento	Apoio nas análises de requalificação urbana e do ordenamento do território; Elaboração dos relatórios.
Luciana de Medeiros F. Vianna	FGV	Gestão Pública e Turismo	Supervisor de campo	Coleta e análise dos dados; Apoio nas atividades relacionadas às pesquisas de campo e ao gerenciamento do projeto; Apoio à coordenação na elaboração de relatórios.
Everson Cardozo Machado	FGV	Economia e Estatística	Estatístico	Análise de documentos e dados qualitativos; Verificação e avaliação da qualidade dos dados; Seleção de dados auxiliares ao estudo; Sistematização de



a)

Equipe de Apoio				
Nome	Empresa	Área de Especialidade	Cargo	Atividade Atribuída
				dados coletados; Apoio à coordenação no controle de qualidade de dados.
Carolina Turcato	FGV-SPI	Ciências Sociais e Desenvolvimento Sustentável	Entrevistador qualitativo	Condução de entrevistas semiestruturadas e na aplicação de questionários e coleta dos dados qualitativos.
Leonel Ferreira	FGV-SPI	Especialista em pesquisa de campo	Pesquisador de campo	Condução pesquisa de campo, coleta e sistematização dos dados do campo.
A definir	FGV	Especialista em pesquisa de campo	Pesquisadores de campo	Coleta dos dados do campo.
Erick A. de Lacerda Abreu	FGV	Administração e Finanças	Auxiliar Administrativo	Apoio financeiro, logístico e administrativo à liderança do projeto e aos especialistas.

Apêndice E – Discriminação do Preço do Contrato em Moeda Nacional

[Não inclui impostos]

RESUMO DE PREÇOS:

Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico

Item	R\$
Remunerações de Pessoal	1.256.478,00
Despesas Reembolsáveis	115.710,00
Valor Total da Proposta de Preço	1.372.188,00



DISCRIMINAÇÃO DE PREÇOS POR ATIVIDADE:

Etapa 1: Elaboração do Plano de Trabalho	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40

Etapa 2: Levantamento/Estudos de Iniciativas Anteriores	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80

Etapa 3: Pré-Teste de Pesquisa de Demanda Atual e Potencial	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80

Etapa 4: Estudo da Demanda Turística Atual	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80

Etapa 5: Estudo da Demanda Turística Potencial	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80

Etapa 6: Calendário de Pesquisas e Transferência de Conhecimentos	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40
Etapa 7: Estudo de Oferta e Levantamento de Roteiros	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80
Etapa 8: Diagnóstico da Oferta e dos Roteiros	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80
Etapa 9: Plano Interpretativo	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	125.647,80
Despesas Reembolsáveis	11.571,00
Valor Total - 10%	137.218,80
Etapa 10: Plano de Investimentos	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40

Etapa 11: Desenho do Modelo para a Criação da Rede de Gestão de cada Polo	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40

Etapa 12: Desenho de um Plano de Ações Estratégicas para a Qualificação dos Serviços Turísticos	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40

Etapa 13: Planejamento Integrado do Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo e do Turismo Histórico-Cultural	Descrição: Elaboração de Estudos de Mercado e Estratégias de Produtos e Circuitos Histórico-Culturais e Ecoturísticos nos Polos Costa dos Coqueirais e Velho Chico
Componentes	R\$
Remunerações	62.823,90
Despesas Reembolsáveis	5.785,50
Valor Total - 5%	68.609,40

EM BRANCO