

2007

*Dinamizar o turismo e os serviços superiores
geradores de emprego e renda*



DINAMIZAR O TURISMO E OS SERVIÇOS SUPERIORES GERADORES DE EMPREGO E RENDA

1. INTRODUÇÃO

Depois de quase 40 anos de existência da Empresa de Turismo da Bahia S.A. – Bahiatursa, e de uma longa e profícua acumulação de cultura técnica no setor, a Bahia passa a ter, pela primeira vez, uma Secretaria de Estado dedicada exclusivamente ao turismo. Resultado da divisão da antiga Secretaria de Cultura e Turismo – SCT, a Secretaria de Turismo – SETUR implanta-se com apenas um acréscimo administrativo em relação à antiga Secretaria da Cultura e Turismo – SCT: uma nova superintendência dedicada a serviços turísticos.

Além da herança positiva da cultura técnica acima referida, e do fato dela decorrente, da Bahia ter-se constituído em referência nacional no turismo brasileiro, recebemos também um orçamento definido no governo anterior, um planejamento estratégico definido desde 2002, alguns projetos em andamento, um conjunto de equipamentos físicos administrados pela Bahiatursa e uma série de problemas estruturais e administrativos que se agravaram nos últimos anos.

2. TURISMO ÉTNICO-AFRO E CULTURAL

A definição conceitual de Turismo Étnico para a Secretaria de Turismo – SETUR acompanha a proposição do Ministério do Turismo – MTur:

“O Turismo Étnico constitui-se das atividades turísticas decorrentes da vivência de experiências autênticas em contatos diretos com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. Busca-se estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais atividades podem articular-se

como uma busca pelas próprias origens do turista, em um retorno às tradições de seus antepassados. O Turismo Étnico envolve as comunidades representativas dos processos imigratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, as comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores em seu modo de vida, saberes e fazeres.”



O Estado da Bahia já possuía um inventário de experiências empresariais relacionando turismo a vivências que envolvem a cultura e territorialidade indígena e afro-brasileira. Anteriores às definições para fins de normatização institucional, estas experiências do mercado buscavam o apoio do Estado para atividades empresariais que contemplassem, principalmente, tentativas que envolviam a matriz afro, pela sua importância para a identidade cultural coletiva, somada à sua expressividade mais ampla junto aos mercados emissores estrangeiros.

O estudo dessas experiências indicou a presença do Estado como parceiro em iniciativas que tinham origem fora do âmbito do governo até 2007. Mesmo considerando a importância do pertencimento étnico-racial e a preponderância da representatividade dos modos de vida e identidade vinculados à herança africana, somente em 2007, com a instituição da SETUR, o Estado passou a exercer governança sobre esse segmento turístico, apresentando um caráter inovador num campo em que o Estado brasileiro, de modo geral, tem pouca atuação.

Para fins turísticos, a matriz afro obteve uma crescente visibilidade no que diz respeito à imagem institucional e à propaganda oficial ao longo dos últimos anos. Esta prática reflete a

força e valor dessa matriz cultural que alimenta um imaginário tanto nacional quanto internacional de que a Bahia é um território que preserva e celebra a identidade baseada na herança africana.

O Turismo Étnico-afro é resultado dessa análise empírica aliada ao desenvolvimento de uma estratégia de segmentação a partir da cultura que permita a organização para fins de planejamento, gestão e mercado – estratégia esta que tem sido uma tendência global. No sentido de desenvolver o segmento como uma atividade econômica sustentável, relevante na dinamização de serviços e geradora de emprego/renda, a SETUR criou uma coordenação específica que iniciou suas atividades em março de 2007.

A primeira providência institucional da coordenação foi a elaboração de um Marco Conceitual. O documento contou com a colaboração de outros técnicos e gestores da SETUR em diversos níveis, além de contar com a contribuição de outros setores da sociedade civil, com ênfase na colaboração das variadas instâncias dos movimentos negros, assim como segmentos de profissionais e empreendedores da área de turismo.





O lançamento do Programa de Turismo Étnico e do Marco Conceitual em 15 de agosto de 2007, na cidade de Cachoeira, coincidiu com as comemorações da Irmandade da Nossa Senhora da Boa Morte.

A difusão do conceito e do Marco Conceitual foi a segunda providência institucional da coordenação. Foram realizadas palestras e representação institucional em eventos locais relacionados ao turismo étnico-afro, indígena e religioso, além da participação em reuniões com entidades representativas da comunidade afrodescendente de Salvador e Recôncavo, assim como empresários, empregadores e trabalhadores do turismo em Salvador e Rio de Janeiro.

O Turismo Étnico-afro tem sido, ainda, alvo de discussão em palestras realizadas para estudantes, trabalhadores e empreendedores. Essas ações aconteceram ao longo de todo o ano de 2007 e tiveram lugar em espaços variados, desde Faculdades, passando por ONGs, atingindo até comunidades indígenas Pataxó e a Prefeitura de Porto Seguro, que solicitou a apresentação do Marco Conceitual na Semana da Consciência Negra do Extremo Sul da Bahia.

Avaliamos que a difusão do conceito de Turismo Étnico-afro é uma ação a longo prazo, que deverá ser implementada continuamente ao longo da gestão. Nesse sentido, foram realizadas reuniões setoriais, a exemplo do 1º Encontro de Lideranças de Templos Religiosos de Matriz Afro para apresentação do Marco Conceitual e discussão de propostas das comunidades afrodescendentes para o turismo.

O Marco Conceitual do Turismo Étnico-afro, em fase de revisão para publicação impressa, propõe uma referência conceitual que amplia as orientações do MTur, detalhando um plano de trabalho para o Estado da Bahia. O plano de trabalho que in-

tegra o documento elege seis eixos estruturantes: Mercado, Produto, Promoção, Qualificação, Investimentos e Parcerias.

Embora exista uma lacuna de pesquisa e dados quantitativos, a projeção possível de ser estabelecida em relação ao mercado do turismo étnico-afro aponta para o turista afro-americano como principal consumidor, já que este é um grupo étnico racial que deseja ativar vínculos subjetivos de identidade com territórios que são valorizados por esta relação diáspórica com o Estado da Bahia. Vale salientar que este mercado é preferencial, mas não exclusivo. As vivências possíveis nas experiências de turismo étnico são abertas a todos os grupos e indivíduos que assim o desejarem.

Em curto prazo, é possível indicar dois produtos já desenvolvidos: calendário e roteiros. Estes dois produtos são respostas imediatas à ampliação da oferta de atividades culturais e de lazer, itens que estimulam a permanência do turista no destino turístico. Ambos os produtos têm como objetivo estimular a organização empresarial e reduzir a informalidade no setor.

A definição de um perfil para o turista, relacionado ao mercado e consumidor dos produtos do turismo étnico-afro que desembarca no Estado da Bahia precisa ser complementada com pesquisas específicas. Estes resultados serão fundamentais para orientar a agenda de investimento em promoção do Estado da Bahia como um destino preferencial no segmento.

A promoção é também um dos eixos estruturantes que tem sua efetivação em curso por meio de ações fomentadoras do turismo étnico-afro nos EUA em novembro de 2007, objetivando a atração de vôos (tanto *charters* quanto regulares) para o Estado da Bahia e da veiculação de calendário do Turismo Étnico, via folheteria específica, no 35º Congresso da Associação Brasileira de Agências de Viagem – Abav, realizado em outubro deste ano no Rio de Janeiro.

Qualificação profissional é um dos eixos estruturantes cuja meta é beneficiar os participantes dessa cadeia produtiva que envolve turistas, parceiros, trabalhadores e empregadores. Este eixo considera a Educação em Serviço como uma ferramenta de redução de risco de desemprego, ou mesmo uma estratégia que possibilita tanto a inserção quanto a permanência no mercado de trabalho e abertura de novas frentes de ocupação.

O programa formativo do turismo étnico-afro deverá abordar dimensões turísticas, sociais, históricas e culturais específicas junto a empresas e profissionais do setor, observando as singularidades das zonas turísticas.

No ano de 2007, a atuação relacionada a esse eixo se concretizou no apoio a seminários cujo foco principal foi a sensibilização da comunidade negra, além de trabalhadores e empreendedores do turismo. Nesse sentido, podemos citar: Seminário do VI Encontro Internacional de Capoeira Mangangá; Seminário Ética, Religiosidade e Tradição do X Festival Alaiandê Xirê; III Seminário Pela Vida e Pela Liberdade Religiosa realizado pelo Coletivo de Entidades Negras. Nesses eventos, além da apresentação do Marco Conceitual do Turismo Étnico-Afro, foram discutidas propostas de estruturação do segmento.

Devido à especificidade desse programa, é indispensável a colaboração de parceiros, pela vocação interdisciplinar das ações envolvendo outros atores governamentais e instituições educacionais, empresariais e culturais da sociedade civil. O objetivo dessas parcerias tem sido a difusão permanente do conceito e ações do turismo étnico-afro, assim como a atração de investidores e visitantes para o Estado da Bahia.



Em 2007, foram estabelecidas parcerias com organizações não-governamentais, operadores e empreendedores no âmbito nacional e internacional, a fim de divulgar o programa. Desse modo, uma primeira série de reuniões foi realizada por ocasião das comemorações do *Brazilian Day*, em Nova York.

Esses contatos foram ampliados na primeira missão aos EUA em novembro às cidades de Atlanta, Filadélfia e Nova York. Além da promoção da Bahia como destino turístico, tratou-se da promoção junto a investidores e atração de um voo regular, partindo dos EUA, tendo Salvador como destino.

Como resultado dessas ações, informações estão sendo coletadas para um estudo de viabilidade de voo regular a ser enviado para a empresa aérea norte-americana Delta Airlines, sediada em Atlanta, e o recebimento de uma proposta de vôos *charters* regulares, a partir de janeiro de 2008, partindo da Filadélfia com destino à Bahia.

A captação de recursos e assessoria técnica junto ao MTur é parte das ações relacionadas aos investimentos necessários à estruturação dos serviços turísticos. Essa ação resultou na assinatura de convênio de R\$ 1,2 milhão, que serão empregados a partir de 2008, conforme o Quadro 1.

Estão em processo de formulação, no âmbito das parcerias, ações de pesquisa e avaliação interna de infra-estrutura de roteiros do turismo étnico-afro já existentes em Salvador e no Recôncavo. Esses estudos incluem a avaliação de roteiros estruturados a partir de comunidades religiosas de matriz afro em Salvador e a proposta de pesquisa "Turismo Afro-brasileiro, Sustentabilidade, Resgate Étnico e Incremento do Empreendedorismo" apresentada pela Universidade de Brasília – UnB, cujo propósito é a realização de um amplo diagnóstico para orientar as ações nas Zonas Turísticas do Estado da Bahia em 2008.

3. ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS E DO FLUXO TURÍSTICO

O Macro Tema Atração de Investimentos e do Fluxo Turístico se divide em duas grandes vertentes de atuação da SETUR. A atração de investimentos é realizada pela Superintendência de Investimento em Pólos Turísticos – Suinvest e tem sido orientada para um trabalho seletivo quanto aos tipos de investimentos mais adequados para cada uma das zonas turísticas, levando em consideração os segmentos prioritários e a oferta já instalada em cada uma dessas regiões.

QUADRO 1

INVESTIMENTO DE RECURSOS DO MINISTÉRIO DO TURISMO
BAHIA, 2008

ATIVIDADE	PRODUTO	RESULTADO PREVISTO
Elaboração de estudos e planos de desenvolvimento do segmento do turismo étnico-afro	Plano de estudos e diagnóstico	Um plano de estudo elaborado
Capacitação de profissionais e empresários da comunidade do segmento do turismo étnico-afro	Capacitação de pessoas	450 pessoas capacitadas
Sensibilização dos profissionais, empresários e comunidades relacionadas com o turismo étnico-afro no Estado da Bahia	Realização de eventos	11 eventos realizados
Produção de material promocional e de divulgação do turismo étnico-afro no Estado da Bahia	Produção de materiais promocionais	6.000 unidades produzidas
Apoio à participação em feiras, congressos e eventos nacionais e internacionais relativos ao turismo étnico-afro	Participação em eventos	Participação em oito eventos
Construção de equipamentos turístico-culturais em comunidades étnico-afro em Salvador	Construção de equipamentos turísticos	11 equipamentos construídos
Desenvolvimento de produtos turísticos com base na economia da cultura em Salvador	Elaboração de roteiros turísticos étnico-afro	35 roteiros desenvolvidos

Fonte: SETUR

Considera-se ainda que a atração qualificada de investimentos se constitui em diretriz estratégica que propiciará, também, a atração qualificada de fluxos turísticos, sendo a segunda vertente deste macrotema a principal atribuição da Bahiatursa.

A atração qualificada de investimentos privados é constituída das seguintes atividades:

- Participação em eventos nacionais e internacionais especializados em investimentos e eventos do calendário turístico que abrigam esta temática;
- Realização de conferências, encontros, seminários e reuniões empresariais direcionadas ao segmento empresarial propenso a investir em turismo;
- Atendimento e orientação empresarial individualizada por empresa ou potencial investidor, geralmente na sede da SETUR, com posterior acompanhamento da realização desses investimentos;
- Articulação com outras Secretarias e entidades estaduais, federais e municipais, visando à orientação e encaminhamento de processos de licenciamento ambiental e/ou provimento da infra-estrutura básica necessária aos novos investimentos;
- Atendimentos a pedidos de informações, pelos empresários e consultores, quanto da elaboração dos estudos e projetos de novos investimentos em turismo;
- Preparação de materiais e impressos a serem utilizados nos eventos de captação de investimentos.

Vale ressaltar a captação de 12 novos vôos regulares semanais para Salvador, atendendo ao macroobjetivo estratégico de qualificar o fluxo turístico. A conquista de cada novo voo regular internacional depende de esforços continuados e articulações institucionais e empresariais que estão sendo realizados junto aos mercados emissores dos Estados Unidos (turismo étnico), Santiago do Chile, Frankfurt e Londres.

Vôos regionais para Lençóis, Vitória da Conquista e Barreiras também foram estabelecidos e esforços estão sendo empreendidos para ativar os aeroportos de Valença, Caravelas e Paulo Afonso.

3.1 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS INTERNACIONAIS DE CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Em 2007, a SETUR, por intermédio da Suinvest, realizou as seguintes atividades correspondentes às atribuições de captação de investimentos:

3.1.1 Bolsa de Turismo de Lisboa – BTL, Lisboa – Portugal

A SETUR e a Bahiatursa participaram conjuntamente da Bolsa de Turismo de Lisboa – BTL 2007, compartilhando o espaço Bahia no *stand* Brasil, coordenado pelo Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur. Foram realizados contatos e reuniões no *stand* e fora da Feira, buscando fortalecer e ampliar a presença da Bahia no mercado português. Ocorreram 14 atendimentos sobre investimentos, além de 12 contatos com parceiros e empresários participantes do *stand* Brasil.

Em paralelo à BTL, foi organizada uma Conferência, seguida de Encontro com os associados da Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil-Bahia e empresários que já investem ou têm interesse em investir na Bahia. Este evento foi organizado pela própria Câmara Portuguesa. Apesar de o tema central ter sido *Investimentos em Turismo na Bahia*, registrou-se a presença de interessados de outros setores produtivos. Após a Conferência, foram realizadas seis reuniões individuais.

Ressalte-se também o número expressivo de profissionais da imprensa especializada em busca de conteúdos para realização de matérias, assim como a demanda por anúncios institucionais dirigidos à Bahiatursa e à SETUR.

3.1.2 World Property Market – Mipim, Cannes – França

Considerado o mais importante evento de negócios da Europa, a 18ª edição Mipim atraiu um total de 26.210 participantes e 8.537 empresas de 83 países. A SETUR foi o único expositor institucional brasileiro com *stand* próprio, tendo realizado 88 atendimentos e nove visitas a *stands* de outros expositores. Durante os encontros, ouviu-se por diversas vezes congratulações com a decisão do Governo da Bahia em se fazer presente em um evento dessa natureza, além do reconhecimento pelo trabalho de atendimento e apoio aos empresários que investem na Bahia.

3.1.3 Feira Internacional de Turismo de Madri – Fitur, Madri – Espanha

A SETUR e a Bahiatursa participaram conjuntamente da Fitur-2007, compartilhando o espaço Bahia no *stand* Brasil, coordenado pela Embratur. Foram realizados atendimentos e reuniões com empresários espanhóis interessados em investir na Bahia. Durante a feira, foram realizados 12 atendimentos a empresários e potenciais investidores, além de 26 contatos relacionados à solicitação de informações sobre a Bahia, profissionais de imprensa, contato com empresas brasileiras, dentre outros, inclusive os participantes do *stand* Brasil.

É relevante ressaltar a importância da presença da Bahia nesse evento, que atualmente congrega grande número de empresas componentes do mercado do turismo, mas que, especialmente nesta última edição, atraiu também interessados em investimentos no setor de turismo. A grande freqüência ao espaço Bahia, visivelmente percebida durante a feira, confirma a importância do público final e do investidor espanhol para a Bahia.

3.1.4 III Salão Imobiliário do Porto – Imobitur, Porto – Portugal

A participação da SETUR no III Imobitur aconteceu com a instalação de *stand* próprio, dentro do espaço denominado Live & Invest in Brazil – Salão Europeu do Investimento Imobiliário no Brasil. A participação da Bahia, pela terceira vez consecutiva, representou a oportunidade de realizar 28 atendimentos e contatos com potenciais investidores dispostos a investir na Bahia.

3.1.5 Salão Imobiliário de Madri – Sima, Madri – Espanha

O Salão de Madri é realizado há nove anos e hoje é considerada uma das principais feiras de investimentos turísticos e imobiliários da Europa, com a presença de investidores, incorporadores, instituições financeiras, fundos de investimento, redes hoteleiras e profissionais de cerca de 50 países. Na edição de 2007, foi criado um espaço dedicado ao Brasil, do qual participou o Governo da Bahia, com a SETUR e a Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração – SICM.

O Espaço Brasil organizou um café da manhã para jornalistas europeus, momento em que os participantes brasileiros (governos estaduais, empresas e entidades de classe) tiveram a oportunidade de apresentar seus respectivos programas e informações relevantes. O evento contou com um total de 159.827 visitantes e a SETUR realizou 59 atendimentos individuais, além da distribuição de material promocional e contatos com empresários no próprio *stand*. Durante o evento, ocorreu a apresentação de dois novos projetos a serem construídos na Bahia, o Fazenda Costa Azul Golf Resort e Condomínio e o Projeto Itacaré.

3.1.6 Nordeste Invest, Salvador – Bahia

Na sua segunda edição, o Nordeste Invest foi realizado na Bahia, tendo como entidade promotora a Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Nordeste – Adit, e o Governo do Estado da Bahia como principal patrocinador da edição. Considerado o principal evento internacional de investimento turístico e imobiliário no Brasil, teve como objetivo reunir empresas brasileiras e estrangeiras interessadas no potencial de investimento do Nordeste brasileiro.

A SETUR se fez presente no *stand* central da área de exposições, em conjunto com a Adit Nordeste. Foi montada estrutura de atendimento aos investidores interessados, à imprensa e aos participantes do evento em geral. A equipe técnica da SETUR, por meio do Gabinete do Secretário, da Suinvest e da Bahiatursa, esteve presente durante todo o período do evento, prestando informações sobre investimentos em turismo na Bahia, distribuindo material técnico e promocional e apresentando o filme de 12 minutos direcionado a investidores. O *stand* também se constituiu em ponto de encontro entre empresários e as entidades governamentais, o que contribuiu para maior aproximação entre o Governo e o setor privado.

Com o intuito de ampliar a visibilidade das oportunidades de investimento em alguns nichos de mercado e regiões prioritárias, a SETUR instalou um *stand* principal e quatro balcões de informações na área de exposições, os quais foram dedicados à Baía de Todos os Santos, ao segmento de Golfe, Investimentos em Golfe, ao Bahia Film Commission – com o apoio de técnicos da SECULT e um balcão de informações turísticas da Bahiatursa.

Foram realizados 79 atendimentos individuais durante o evento. Cabe destacar que desses atendidos, 29 são interessados em investir no turismo da Bahia, dos quais seis participaram de visitas técnicas, como programação integrada ao Nordeste Invest. Foram realizadas duas visitas à Baía de Todos os Santos, sendo um sobrevôo com extensão à Costa do Dendê e uma visita rodo-marítima. Em conjunto com a Adit Nordeste, foi também realizada visita à Costa dos Coqueiros.

Com mais de 700 participantes inscritos, além de convidados, palestrantes e cerca de 60 jornalistas nacionais e internacionais, 43 *stands* de empresas e dos Estados nordestinos, foram também agendadas cerca de 430 reuniões para as Rodadas de Negócios, nas quais empresas locais, nacionais e internacionais se encontraram para discutir parcerias e projetos no Nordeste brasileiro.

A avaliação final do Nordeste Invest 2007 confirma o êxito do evento, bem como a sua importância para a Bahia. Diversos investidores atendidos nas últimas Feiras de Investimento (Mipim, Fitur e Sima) estiveram presentes e puderam visitar e conhecer de perto as oportunidades de negócios do Estado. Houve a presença de 60 jornalistas da imprensa especializada, com a respectiva geração de matérias e reportagens sobre o evento e sobre as oportunidades de investimentos turísticos na Bahia.

3.1.7 Barcelona Meeting Point – BMP, Barcelona – Espanha

A SETUR participou pela primeira vez do Barcelona Meeting Point – BMP com um *stand* próprio do Governo do Estado (40 m²), em conjunto com a SICM. Este ano o Brasil foi escolhido como o “país destaque” no evento, com um espaço exclusivo, onde estava localizado o *stand* Bahia, denominado *Live & Invest in Brazil*. A equipe da SETUR realizou, durante os seis dias do evento, cerca de 200 atendimentos entre potenciais investidores e visitantes.

O Barcelona Meeting Point contabilizou, ao final de sua 11^a edição, um total de 200.523 visitantes. Foram 22 mil visitantes profissionais (um crescimento de mais de 10% em relação a 2006), 652 empresas expositoras, 8.715 empresas participantes (um acréscimo de mais de 19% em relação ao ano anterior) sendo 2.505 empresas estrangeiras (número 23,6% maior que 2006), 23 países expositores e 66 países partici-

pantes. O *Live & Invest in Brazil* esteve aberto tanto nos dias profissionais quanto nos dias de grande público.

3.2 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS DE CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Bahia – Abrindo as Velas do Savelro, Oportunidades de Negócios, Investimentos e Parcerias – São Paulo

A Secretaria de Turismo da Bahia – SETUR e a Bahiatursa participaram conjuntamente da programação de painéis expositivos sobre Oportunidades de Investimentos na Bahia, evento realizado pelo Governo do Estado (Secretaria do Planejamento – SEPLAN e SICM), na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – Fiesp, em São Paulo.

Dentre os 14 participantes registrados, havia empresários paulistas que já adquiriram áreas na Bahia e estão programando seus investimentos, além de outros que estavam buscando informações para futuros investimentos. Outros presentes se identificaram como consultores que buscam informações sobre oportunidades para novos investimentos.

3.3 ATENDIMENTO E ORIENTAÇÃO EMPRESARIAL INDIVIDUALIZADA POR EMPRESA OU POTENCIAL INVESTIDOR

Em 2007, a SETUR recebeu significativo número de empresários e potenciais investidores. Além dos atendimentos a demandas de informações por e-mail, destacam-se 36 atendimentos presenciais de empresários que já adquiriram áreas ou estão realizando estudos para futuros investimentos. Ressaltam-se ainda a grande incidência de consultas a distância, decorrentes dos atendimentos efetuados nos eventos.

Concretamente, foram registrados, em 2007, os seguintes projetos como os mais novos investimentos a serem realizados na Bahia nos próximos anos. Cabe assinalar que apesar de alguns deles já terem sido registrados em 2006 (Canavieiras Resort, Sol Meliá – antes Hotel Tivoli e o Hotel Salvador – Solar dos Azulejos), somente neste ano é que os referidos projetos foram confirmados e atualmente se encontram em preparação dos respectivos projetos executivos. A Tabela 1 apresenta a relação desses novos investimentos, distribuídos por região turística.

TABELA 1

PRINCIPAIS INVESTIMENTOS PRIVADOS ANUNCIADOS
BAHIA, 2007

EMPREENDIMENTO/GRUPO	ORIGEM	UH	PREVISÃO DE ABERTURA	VALOR TOTAL DO INVESTIMENTO (EM US\$ MIL)
Zona Turística Costa dos Coqueiros		3.300		320.000
Camaçari				
Hotel Gran Meliá Guarajuba + Condo Hotel – 1ª Etapa (Grupo Sol Meliá)	Espanha	450	set/2009	100.000
Bahia dos Coqueiros (Grupo Lena)	Portugal	350	dez/2009	220.000
Jandaíra				
Fazenda Costa Azul (Grupo Invisa)	Espanha	2.500	*	*
Zona Turística Baía de Todos os Santos		2.580		700.000
Salvador				
Catussaba Inn (Dihol Hotéis)	Nacional – Bahia	230	dez/2010	25.000
Hotel Salvador – Solar dos Azulejos (Grupo Imocom)	Portugal	200	jan/2009	25.000
São Francisco do Conde				
Ilha de Cajaíba (Property Logic)	Holanda/ Reino Unido	2.150	*	650.000
Zona Turística Costa do Dendê		33		17.500
Maraú				
Projeto Maraú (Empresas LLC Taguaíba/Sanca)	Nacional – São Paulo	33	dez/2010	17.500
Zona Turística Costa do Cacau		243		85.000
Canavieiras				
Canavieiras Resort (Superclubs)	Nacional – São Paulo	210	dez/2008	30.000
Itacaré				
Itacaré Beach (Praia do Resende) Grupo SVEA	Suécia	*	*	30.000
Projeto Rio de Contas (Empresas LLC Taguaíba/Sanca)	Nacional – São Paulo	33	dez/2010	25.000
TOTAL		6.156		1.122.500

Fonte: SETUR

* Dados não informados pelos proprietários e/ou incorporadores

3.4 PROMOÇÃO TURÍSTICA

Em 2007, foram realizadas diversas ações mercadológicas de promoção turística nos mercados nacional e internacional.

No âmbito do mercado nacional, e juntamente com o *trade* turístico local e nacional, a Bahiatursa promoveu o “Destino Bahia” junto a operadores nacionais e agências de viagens de

diferentes cidades, em todo o País, através da participação em eventos com possibilidades de divulgação do Estado como um dos principais pólos de turismo do Brasil.

Em fevereiro de 2007, ocorreu em São Paulo o *Workshop CVC*, realizado pela maior operadora turística nacional, envolvendo agentes de viagens do Sul e Sudeste, que abrigou o Fórum Nacional de Secretários de Turismo.

A Bahiatursa se fez presente, também, em todos os eventos de destaque, no contexto nacional, a citar:

- Encontro Braztoa em São Paulo;
- Festival de Gramado – RS;
- Congresso Abav – RJ, Associação das Agências de Viagem de Ribeirão Preto e Região – Avirrp em Ribeirão Preto – SP, atingindo importante mercado do interior paulista;
- Associação das Agências de Viagens Independentes do Estado de São Paulo – Aviesp, em Águas de Lindóia – SP;
- TAM Show, evento itinerante em 11 capitais brasileiras;
- Bessitur, BNTM em Recife; e
- MGM em Curitiba – PR.



Em todos estes eventos foi distribuído material promocional impresso de diferentes formatações, alimentos tipicamente baianos, como acarajés e abarás, e contou com a presença de ícones do turismo e da nossa cultura, como baianas e charuteiras.

Estes materiais foram possibilitados aos principais responsáveis pela venda do “Destino Bahia”: Operadores de Turismo e Agentes de Viagens.

3.5 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS TÉCNICO E PROFISSIONAL

O fluxo turístico foi ainda estimulado através de participações em eventos que, embora técnicos e profissionais, determinavam a participação de público final, a exemplo da *Aventure Sports Fair* e a Feiratur, ambos realizados na capital paulista.

3.6 AÇÕES JUNTO AOS ÓRGÃOS DE IMPRENSA

A Bahiatursa realizou ação constante junto aos principais órgãos de imprensa do Brasil, por meio de *Press-Trips* (Viagens para profissionais de imprensa dentro do “Destino Bahia”) que tiveram como resultado uma ampla e insistente divulgação de nossos aspectos positivos (história, geografia, infra-estrutura, aspectos naturais, música e gastronomia) em veículos de comunicação impressa de grande circulação.

3.7 APOIO À REALIZAÇÃO DE EVENTOS

Também apoiou eventos turísticos significativos, no interior do Estado, via Bahiatursa, que tendem a se tornar constantes, determinando uma maior atratividade do “Destino Bahia”, com o enriquecimento do calendário de eventos.

- Carnaval em diversos municípios;
- São João em Amargosa, Lençóis, Mucugê e outras cidades;
- Festival de Inverno em Vitória da Conquista;
- Rally dos Sertões (Barra, Lençóis e Senhor do Bonfim);
- Festival de Lençóis;
- Festa da Boa Morte – Cachoeira;
- Festival de Música de Porto Seguro;
- Festival do Camarão de Ilhéus;
- Campeonato Mundial de Surf Feminino em Itacaré;
- Festival de Mariscos de Salinas da Margarida.

No âmbito do mercado internacional, as ações de promoção estão sendo desenvolvidas por meio da gestão compartilhada com o *trade*, assim como junto às companhias aéreas, para manutenção e captação dos vôos *charters* e regulares, e aos parceiros internacionais e institucionais.

Na área internacional, o desempenho da Bahiatursa foi resultado de um trabalho realizado de forma marcante, promovendo o “Destino Bahia” em países como Portugal, Argentina, Alemanha, Japão, China, França, Chile, Estados Unidos da América, Espanha e Itália.

Em todos esses mercados, a Bahiatursa participou e realizou eventos com o intuito de alavancar o fluxo turístico através da divulgação do nosso destino por meio da distribuição de material promocional, fitas do Senhor do Bonfim, baianas típicas, shows folclóricos e artistas baianos. As ações foram realizadas junto a operadores nacionais e internacionais e agências de viagens de diferentes cidades, de diversos países. Dentre as principais ações estão:

- Mundo Abreu em Lisboa, evento que já é considerado pioneiro e único em Portugal. É um evento extraordinário, pois é uma Feira de Viagens na qual participam os diversos setores das empresas e onde eles apresentam os seus produtos diretamente ao público consumidor;
 - A Bolsa Internacional de Turismo – BIT – Milão, também fez parte do nosso calendário de eventos, por ser o maior e mais prestigiado evento de turismo italiano, devido à possibilidade das inúmeras reuniões e contatos mantidas durante a Feira;
 - Bolsa de Negócios Internacional – ITB – Berlim;
 - Brazil National Tourism Mart – BNTM, que em 2007 aconteceu em Recife e a Bahia foi escolhida para sediar esse importante evento em 2008, de 10 a 13 de abril;
 - Feira Top Resa na França, feira líder do mercado francês e visitada pelos principais profissionais de turismo e formadores de opinião de países como Alemanha, Inglaterra, Espanha e Itália;
 - Na Abav 2007, onde participamos com *stand* próprio para o lançamento da BNTM 2008 em Salvador/BA;
 - WTM, maior Feira de Turismo da Inglaterra, onde a Bahia foi inserida na programação dos opcionais da Emirates Holidays, por consequência do novo vôo Dubai/São Paulo;
 - Bolsa de Turismo de Incentivo de Barcelona – EIBTM, que é a mais importante Feira de Eventos da Espanha;
 - Feira Internacional de Turismo da Argentina – FIT;
 - Archmart – Feira Internacional de Turismo do Chile, grande e importante Feira em Santiago, com a presença dos maiores e mais importantes operadoras do país, além de contatos para um vôo direto semanal com a Lan Chile – Santiago/Salvador;
 - Bolsa Internacional de Turismo de Incentivo – MITM, em Salvador.
- Participou ao mesmo tempo de alguns eventos especiais, como:
- PAN 2007, com *stand* na Praça das Medalhas durante todos os dias dos jogos;
 - 95 Anos de Jorge Amado: evento que celebrou os 95 anos do escritor Jorge Amado, além da comemoração dos 39 anos da Bahiatursa;
 - Brazilian Day – Nova York, Dia Internacional do Brasil em Nova York. Foi uma excelente oportunidade para a promoção do “Destino Bahia”, não só para o público local, mas para milhões de telespectadores, em 104 países;
 - Lavagem de Madeleine – França, festival cultural da Bahia, com apresentação de diversas formas de manifestação cultural e artística, seguindo as principais características das “lavagens” realizadas na Bahia;



- 2º Festival do Brasil em Tokyo: criado pela Câmara de Comércio Brasileira no Japão, para promover o Brasil no Japão, é o maior evento comercial brasileiro na Ásia;
- Regatas Clipper Round the World Yacht Race e Regata Transat 6.50. A Bahiatursa manteve um posto de informação para atender aos turistas na Marina, além da realização de diversos *Press Trips*, *Famtours* e *Roadshows*.

4. PRODETUR E INFRA-ESTRUTURA: FORTALECIMENTO DAS ZONAS TURÍSTICAS

4.1 PRODETUR

A SETUR/Suinvest vem coordenando o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste – Prodetur/NE-II, contratado pelo governo brasileiro em dezembro de 2002 junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, por intermédio do Banco do Nordeste do Brasil – BNB, que tem como objetivo geral a melhoria da qualidade de vida das populações residentes nos Pólos Turísticos, que na Bahia são quatro (Pólo de Salvador e Entorno, Pólo da Chapada Diamantina, Pólo Litoral Sul e Pólo do Descobrimento) e, como objetivos específicos aumentar as receitas provenientes da atividade turística e a melhoria da gestão do setor Turismo, por parte dos Estados do Nordeste brasileiro e municípios.





O Prodetur/ NE-II está subdividido em três componentes:

- Fortalecimento da capacidade municipal de gestão do turismo;
- Planejamento estratégico, treinamento e infra-estrutura para o crescimento turístico; e
- Promoção de investimentos do setor privado.

A SETUR, quando da formulação/implantação dos projetos do Prodetur II, vem atuando por meio de um processo interativo, com consultas, análises e aprofundamentos com as comunidades locais, em reuniões com empresários, tanto diretamente quanto através de organizações e associações representativas. Ações desse tipo ajudam a criar laços mais fortes nas comunidades e nos agentes econômicos privados para a formação de um sistema que amplie seus próprios rumos.

As prefeituras municipais destacam-se como parceiras estratégicas da SETUR nesse programa em geral e, em particular, no Projeto de Fortalecimento da Gestão Municipal, que tem como objetivo apoiar e fortalecer a gestão local envolvendo a

sistematização das informações, aquisição de equipamentos e, inicialmente, capacitação das equipes de doze prefeituras de municípios turísticos com ações do Prodetur.

Dessa forma, nesse processo, tem sido fundamental, além de uma ação integrada entre as diversas áreas dos Governos Estadual e Federal, a estruturação de parceria do poder público com a iniciativa privada, universidades, *trade* turístico, entidades culturais e religiosas, organizações não-governamentais etc., para a visualização integrada da questão do turismo, de maneira a promover a sua sustentabilidade e para a composição final dos produtos ofertados que deverão ser, preferencialmente, da própria região, fortalecendo as economias locais.

Na Bahia, o Prodetur/NE-II compromete recursos da ordem de US\$ 89,7 milhões, sendo US\$ 39 milhões de financiamento do BID/BNB e US\$ 50,7 milhões de contrapartida, distribuídos entre o Estado da Bahia e a União, com previsão de desembolso até setembro de 2009. Vale ressaltar a ampliação e celeridade na liberação de recursos do Programa, que passou de R\$ 18,7 milhões, em 2006, para R\$ 37,8 milhões em 2007.

As principais ações do Programa em andamento no Estado envolvem projetos nas áreas de: patrimônio histórico; meio ambiente e recuperação ambiental; infra-estrutura pública (saneamento ambiental, transportes, sinalização turística, urbanização), treinamento e capacitação, além de qualificação dos serviços turísticos.

A Tabela 2 detalha os principais investimentos realizados com recursos do Prodetur II em 2007.

4.2 OUTRAS AÇÕES NA ÁREA DE INFRA-ESTRUTURA

Através de parceria com o Governo do Estado, foram executadas, pela Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia – Coelba, obras de instalação de 1.000 metros de cabos subterrâneos e mais 300 metros de cabos subaquáticos, representando um investimento de R\$ 754 mil, que permitiu a

interligação do Forte de São Marcelo com a rede da concessionária local, eliminando os custos com operação e manutenção dos geradores, além de dispor de energia elétrica com maior confiabilidade e qualidade, viabilizando a iluminação cênica de iniciativa da Prefeitura de Salvador, dando grande realce ao monumento de relevante posição no cenário histórico baiano.

Em Porto Seguro, foram aplicados R\$ 2,9 milhões, custeados pelo Programa Luz para Todos, substituindo 112 grupos de geradores a diesel por energia elétrica convencional, na vila turística de Caraíva, possibilitando o atendimento a 277 consumidores, entre moradias e estabelecimentos comerciais, beneficiando diretamente 1.400 pessoas.

Estas obras mereceram cuidados especiais para não impactar o meio ambiente nem causar a desarmonia e descaracteriza-

TABELA 2

PRODETUR II – PRINCIPAIS INVESTIMENTOS PÚBLICOS
BAHIA, 2007

(EM R\$ 1.000,00)

SUBCOMPONENTE/AÇÃO	INVESTIMENTO
Obras de Infra-estrutura	37.307
Rodovia Itacaré/Camamu	33.876
Recuperação da Nova Sede do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – Ipac – 2ª Etapa	1.123
Plano de Recuperação de Áreas Degradadas da Rodovia Santa Cruz Cabrália/Belmonte	955
Urbanização da Orla de Salvador	885
Urbanização da Orla de Salvador	376
Recuperação e Educação Ambiental na Bacia do Rio dos Mangues	63
Implantação do Plano Diretor de Limpeza Urbana/Aterro/Coleta Seletiva na Península de Maraú	29
Capacitação Profissional e Empresarial	409
Capacitação Profissional da Costa do Descobrimento	236
Capacitação Empresarial da Costa do Descobrimento	155
Certificação da Capacitação Profissional da Costa do Descobrimento	18
Planejamento Estratégico	38
Elaboração do Projeto de Urbanização da Orla de Morro de São Paulo	38
Proteção de Recursos Naturais	47
Área de Proteção Ambiental Baía de Camamu – Plano de Manejo	37
Área de Proteção Ambiental Ponta de Baleia – Plano de Manejo	10
TOTAL	37.801

Fonte: SETUR

ção do local. Foram realizadas travessias subaquáticas, instalações de redes subterrâneas, implantação de cabines transformadoras com projeto arquitetônico compatível com a fachada dos imóveis vizinhos, além da utilização de postes de madeiras nos poucos locais de rede aérea.

Todo o processo teve o acompanhamento arqueológico, de acordo com as exigências do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan, e anuência prévia dos órgãos ambientais públicos competentes, como Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – Ibama, Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEMARH, Prefeitura, Fundação Nacional do Índio – Funai e Marinha.

5. DINAMIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

5.1 FOMENTO À CRIAÇÃO DE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS – APL NAS ZONAS TURÍSTICAS

Foi elaborado Termo de Referência para pesquisas sobre o perfil da demanda e da oferta de bens e serviços nos equipamentos turísticos da Costa dos Coqueiros e do Litoral Sul. Esta pesquisa tem como objetivo principal dimensionar a cesta de consumo dos empreendimentos turísticos localizados na Zona Turística Costa dos Coqueiros e do Litoral Sul e dotar a Secretaria de Turismo de ferramenta necessária para um planejamento voltado ao incentivo da produção associada ao turismo, proporcionando o crescimento da geração de emprego e renda, a partir de oportunidades identificadas e que sejam compatíveis com a vocação produtiva da região.

São dois os territórios a serem contemplados com a pesquisa. O primeiro é composto pelos sete municípios da Costa dos Coqueiros (Lauro de Freitas, Camaçari, Mata de São João, Entre Rios, Esplanada, Conde e Jandaíra) e o segundo, pelos municípios mais representativos do Litoral Sul (Ilhéus, Itacaré, Camamu, Maraú, Uruçuca e Valença).

A contratação de consultoria para realização não só desta pesquisa, mas também para levantar os equipamentos turísticos da região, está em processo de licitação na SETUR.



5.2 FORMAÇÃO DE COMPETÊNCIAS PARA A “VERDADE ESTATÍSTICA DO TURISMO”

A SETUR identificou a necessidade e importância da real mensuração do fluxo e do perfil dos visitantes do Estado da Bahia, incluindo-se, além das pesquisas tradicionais realizadas periodicamente, aquelas específicas decorrentes das festas juninas e do segmento religioso, objetivando a um levantamento estatístico atualizado, de forma qualitativa e quantitativa confiável, para subsidiar as políticas públicas e o planejamento estratégico do setor turístico do Estado da Bahia.

Conta Satélite de Turismo Regional – CSTR, é a agregação dos números que impactam na economia do Estado. Busca identificar como a economia do turismo repercute na economia geral do Estado.

Resultados parciais alcançados:

- A Secretaria Geral Ibero-americana – Segib, está analisando a proposta da SETUR tanto para a Conta Satélite de Turismo Regional, quanto para o Observatório Turístico;
- Processo licitatório sendo analisado pela Procuradoria Geral do Estado para deflagrar o lançamento da licitação da Pesquisas de Turismo Receptivo; e
- Em avaliação a metodologia da Conta Satélite Nacional pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

5.3 ATUALIZAÇÃO DO PORTAL DE TURISMO

Muito mais do que um simples *site*, o Portal de Interatividade significa uma estratégia integrada de comunicação – que envolverá ações focadas tanto no contato pessoal quanto o emprego dos mais recentes recursos em tecnologia da informação – estabelecendo novas formas e canais de interação entre o Destino Bahia e seus principais públicos de interesse.

Para tanto, pretende-se fortalecer o portal www.bahia.com.br, que passará a contar com serviços como diários de viagem (*travel-blogs*), divulgação georreferenciada de equipamentos turísticos, planejamento de roteiros (*travel planner*), divulgação de estatísticas e realização de reservas e transações, dentre outros. O Portal de Interatividade irá, ainda, permitir aos visitantes se expressarem e conhecerem as expressões de outros turistas, inserindo ainda mais a Bahia no contexto do turismo

de experiência e vivencial, em linha com a marca Viver Bahia. Além disso, o portal irá possibilitar, pelo lado da demanda, o registro da interação entre os atores da cadeia do turismo; e pelo lado da oferta, a divulgação pelo empresário – seja ele micro ou grande – de seu produto turístico.

Essa ferramenta, após a sua ampliação e consolidação da Plataforma de Interatividade entre visitantes e destino, servirá como base para :

- Facilitar a atração de um fluxo turístico mais qualificado;
- Apoiar o desenvolvimento de novos negócios;
- Captar investimentos qualificados;
- Consolidar a Marca Bahia, que terá um imediato impacto na mídia nacional e internacional;
- Fidelizar turistas.

Resultados parciais alcançados:

- Identificação e contatos mantidos com instituições privadas que detêm a tecnologia necessária para viabilizar a implantação da plataforma. Haverá necessidade de adequações às necessidades da SETUR;
- Prospecção de recursos via revisão das matrizes do Prodetur NE II, além da proposta feita ao MTur, que ainda não se pronunciou; e
- Modelo da plataforma em discussão entre membros da Suinvest.

5.4 QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS

A Diretoria de Qualificação e Certificação da SETUR tem como objetivo desenvolver ações de qualificação dos profissionais e empresários do setor de turismo, visando contribuir para tornar os destinos turísticos do Estado competitivos e diferenciados, com a preocupação de preservar a identidade local. As suas ações estão vinculadas à estrutura programática do governo e são pautadas na Diretriz Estratégica – Dinamizar o Turismo e Serviços Superiores Geradores de Emprego e Renda.

Em 2007, na Qualificação Profissional os cursos foram orientados para o desenvolvimento das competências previstas nas normas do Programa Brasileiro de Certificação da Qualidade Profissional para o Setor de Turismo, contemplando os seguintes aspectos:

- Distribuição dos participantes por ocupação profissional e turmas, baseada na previsão de demanda de capacitação contida no relatório de levantamento diagnóstico realizado pelo BID e ajustada à situação real quando da sua execução;
- Turmas constituídas, com grupo variável de 15 a 30 participantes;
- Carga horária média por turma de 320 horas, das quais 32h destinam-se à oficina introdutória, 138h ao evento educacional específico da ocupação profissional e 150h aos eventos complementares (informática, língua estrangeira instrumental e comunicação) e tem duração de aproximadamente quatro meses;
- Conteúdos com orientações sobre a prevenção da exploração sexual no turismo.

Dentro desse formato, em 2007, foram realizados cursos de aperfeiçoamento para profissionais dos segmentos de Alimentos e Bebidas, Meios de Hospedagem, Agências de Viagem e Guias, para os quais foram inscritos, nesse exercício, 393 profissionais do setor de turismo (garçons, cozinheiros, recepcionistas, camareiras, agentes de viagem, guias, taxistas e artesãos) dos municípios de Porto Seguro e Santa Cruz Cabrália. Após a conclusão dos cursos da Qualificação Profissional, 106 participantes foram submetidos a avaliações para certificação.

O Projeto de Artesanato, iniciado em 2007, é a primeira ação do Programa, voltada para a Geração de Emprego e Renda. Tem como público-alvo os artesãos dos três municípios da



Costa do Descobrimento. As oficinas que foram realizadas em 2007 visam apoiar a produção e a sustentabilidade desse bem imaterial; orientar o aprimoramento técnico da produção artesanal, da gestão do negócio, da comercialização e circulação do produto; indicam linhas e possibilidades de financiamento e abordam a importância de se trabalhar de forma associativa.

Ainda em relação à Qualificação Profissional, foi realizado, em parceria com as Prefeituras Municipais de Porto Seguro e Santa Cruz Cabrália e a Faculdade do Descobrimento, uma pesquisa visando ao ajuste da demanda de qualificação profissional na zona turística Costa do Descobrimento. O relatório da pesquisa indica a necessidade de capacitação de mais 2.061 profissionais que estão no exercício da função ocupacional, mas que ainda não tiveram oportunidade de participar de cursos de qualificação.

Em 2007, na Qualificação Empresarial, executada pelo Sebrae, foram realizados oito seminários de "Qualidade Profissional dos Empresários" visando à indicação dos seus profissionais para participar dos cursos de Qualificação Profissional. Estes seminários abordaram temas como: qualidade dos serviços e competitividade do mercado e importância do desenvolvimento de competências dos profissionais que atuam no setor de turismo. Neste evento participaram 178 pessoas, representando 144 empresas.

O Clube da Excelência, outra ação da Qualificação Empresarial, contou com a participação de 110 empreendimentos e desenvolveu conteúdos direcionados ao turismo estratégico, finanças, *marketing* e gestão de pessoas.

Através do curso Empretec, que prepara candidatos para monitorar empreendimentos ou melhorar a gestão de empreendimentos já existentes, 30 empresários selecionados entre os participantes do Clube de Excelência tiveram oportunidade de capacitação.

Por este Programa, estão previstas 130 turmas do Projeto Operação Verão – convênio com o Ministério do Turismo, para pessoas direta ou indiretamente ligadas ao setor de turismo, como: monitores turísticos, trabalhadores informais que atuam nas praias (comerciantes de água de coco, cervejas e similares, picolés, cadeiras e sombreiros de praia, entre outros), baraqueiros de praias, motoristas e cobradores de ônibus,

baianas de acarajé, comerciantes do Mercado Modelo, pessoas que trabalham em operadoras de eventos (seguranças, caixas, *barman*, apoio) e frentistas de postos de gasolina. O mesmo projeto vai desenvolver, a partir de dezembro, cursos direcionados a policiais que atuam nos circuitos turísticos de Salvador e taxistas, vinculados a associações em Salvador, totalizando 18 turmas. Este convênio prevê ainda a realização, em 2008, de sete turmas do curso Turismo de Aventura, em Paulo Afonso.

5.5 FISCALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO

A Superintendência de Serviços Turísticos, por intermédio da Coordenação de Fiscalização e Certificação, desenvolve as ações do Ministério do Turismo no Estado, realizando atividades de cadastramento, classificação, controle de qualidade, arrecadação de receitas e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos e de suas empresas, empreendimentos e equipamentos.

Os objetivos são:

- Orientar e fiscalizar para garantir o cumprimento da legislação em vigor;
- Levantar a oferta hoteleira;
- Controlar a qualidade dos meios de hospedagem;
- Atender e orientar o turista quanto a seus direitos de consumidores;
- Fiscalizar de forma integrada e descentralizada; e
- Transferir a Regional para os municípios turísticos, com o objetivo de implantar normas municipais para ordenar e regulamentar a atividade.

Durante o ano de 2007, foram realizados encontros técnicos de qualificação em diversas regiões do nosso Estado. O objetivo dos encontros é orientar e sensibilizar o prestador de serviços turísticos. Nos encontros são abordados temas concernentes aos prestadores de serviços turísticos, tanto nos aspectos legais como éticos, para suprir as demandas já diagnosticadas.

Participam desses encontros técnicos como palestrantes e parceiros nesse projeto de sensibilização e orientação ao prestador de serviços turísticos: Superintendência de Proteção ao Consumidor – Procon; Agência Estadual de Regulação de Serviços Públicos de Energia, Transportes e Comunicações da Bahia –

Agerba, Capitania dos Portos, Polícia Militar e Banco do Nordeste. Tem sido de grande importância a realização desses encontros, pois é uma oportunidade para os prestadores dirimiram dúvidas e solicitar apoio dos órgãos presentes.

5.5.1. Programa de Certificação da Qualidade dos Serviços Turísticos

Setor reestruturado sob orientação do MTur, para implantação do selo único para os Estados brasileiros. É uma moderna e eficaz ferramenta especialmente formatada para que as empresas possam desenvolver boas práticas de gestão em seus negócios e qualificar a sua mão-de-obra e representa a busca pela exceléncia na qualidade, com o objetivo de proporcionar uma maior satisfação ao cliente, bem como maior rentabilidade aos negócios e ao Estado.

O Programa de Certificação da Qualidade dos Serviços Turísticos tem como objetivo:

- Estabelecer um sistema de certificação para o setor de turismo seguro, isento e rígido;
- Estimular boas práticas de gestão e capacitação profissional das empresas do setor;
- Valorizar a imagem das empresas participantes do Programa;
- Aumentar a satisfação dos turistas que visitam o Estado, com o incremento de qualidade nos serviços oferecidos;
- Aumentar a competitividade do Estado e, com isso, gerar maior receita para as empresas e para o Estado.

O Programa encerra sua fase piloto com a participação de 192 empresas localizadas em Salvador e entorno, Costa dos Coqueiros e Costa do Descobrimento. Cerca de 161 destas empresas foram recomendadas pelo organismo certificador credenciado, o Bureau Veritas Quality International – BVQI, das quais 24% são nível ouro e 76% nível prata. Destas empresas, cerca de 44% são do segmento de agências e operadoras, 25% do segmento de meios de hospedagem, 19% são do segmento de bares e restaurantes, e 12% são do segmento de meios de transporte. Seguindo o regulamento do Programa, a certificação tem validade anual e 60% destas empresas devem realizar auditorias de manutenção.

O Quadro 2 apresenta as atividades realizadas em 2007 no Programa de Certificação da Qualidade dos Serviços Turísticos.

QUADRO 2		PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS ATIVIDADES REALIZADAS BAHIA, 2007
ATENDIMENTOS EMPRESARIAIS		1.227
Cadastro de Empresas		569
Veículos e Embarcações		304
Guias de Turismo		162
Outros		120
Reclamações		36
Condutores		19
Habilitação de Empresas		8
Enquadramento de Projetos		5
Bacharéis de Turismo		3
PRESTADORES DE SERVIÇOS CADASTRADOS		533
Agências de Turismo		198
Meios de Hospedagem		158
Guias de Turismo		109
Transportadoras Turísticas		35
Organizadora de Eventos		30
Bacharéis de Turismo		3
Organizadora de Feiras		-
Parques Temáticos		-
Condutores		-
EQUIPAMENTOS CLASSIFICADOS		230
Veículos		228
Embarcações		2
CANCELAMENTO DE CADASTRO		73
Equipamentos de Turismo		51
Empresas		22
FISCALIZAÇÃO E DILIGÊNCIAS		869
Meios de Hospedagem		409
Agência de Turismo		326
Guias de Turismo		52
Transportadora Turísticas		35
Parques Temáticos		20
Outros		14
Bacharéis de Turismo		7
Organizadora de Eventos		6
Organizadora de Feiras		-
LEVANTAMENTO DA OFERTA HOTELEIRA		370
ENQUADRAMENTO DE PROJETOS		6
INFORMES PROCESSADOS		2.015
1. BOHS		1.055
2. FNRHS		960
VIAGENS REALIZADAS		16
VISTORIAS E FISCALIZAÇÃO		11
ENCONTROS TÉCNICOS E TRANSREGIONAIS		5

Fonte: SETUR

5.6. IMPLANTAÇÃO DO SERVIÇO DE INFORMAÇÃO DE MÃO-DE-OBRA TURÍSTICA – SIMTUR

A implantação do Serviço de Informação de Mão-de-Obra – Simtur é um marco importante no turismo baiano. É uma iniciativa que tem como função intermediar mão-de-obra para o setor. O turismo na Bahia é a atividade econômica com maior potencial de crescimento. Sendo assim, torna-se necessário estreitar o caminho entre os empregadores e os desempregados, bem como qualificar a mão-de-obra para este setor, pois no momento em que esta estiver qualificada, serão oferecidos melhores serviços e, por consequência, clientes mais satisfeitos, que retornarão ao nosso destino trazendo mais recursos para o Estado.

O primeiro posto foi implantado em Salvador e posteriormente serão implantados nos demais municípios integrantes das 11 Zonas Turísticas do Estado da Bahia. O Simtur conta com um banco de vagas disponíveis no mercado de trabalho, que serão destinadas aos trabalhadores, por meio de unidades de atendimento, nas quais os trabalhadores desempregados se cadastrão. O Simtur também disponibiliza cursos de capacitação e qualificação profissional, para ajudante de cozinha, cozinheiro, camareira, *maître*, mensageiro, recepcionista de hotel, agente de viagem, inglês e espanhol para turismo.

Para as empresas com vagas cadastradas, o programa oferece, caso seja solicitado, a realização da pré-seleção, além da Sala do Empresário, destinada para a empresa que não possuir espaço físico para realização da seleção.

Todas as atividades são gratuitas, sem nenhum ônus financeiro para as empresas ou para os trabalhadores.

5.7 SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO TURISTA – SAT

É um novo conceito de atendimento ao turista, concentrando em um só local a prestação dos serviços mais demandados pelo visitante, e tem como objetivos:

- Ampliar os serviços oferecidos nos Postos de Informações Turísticas;
- Prestar serviço de receptivo de excelência;
- Aumentar o grau de satisfação e motivação do turista;
- Ampliar do tempo de permanência do turista e garantir seu retorno e/ou recomendação a amigos;

- Promover a culinária, música, artesanato e cultura baiana; e
- ações de educação ambiental voltadas para o turista.

São oferecidos os seguintes serviços:

- Balcão Informativo, com folheteria, mapas e informações sobre o Destino Bahia;
- *Bureau de Serviços*, com venda de passagens aéreas e terrestres, *ferry-boat*, catamarã, lanchas, ingressos para shows/eventos e pacotes para o Destino Bahia; além de reservas para hotéis e pousadas no Estado e restaurantes na capital.
- Internet Café;
- Espaço para leitura/pesquisa;
- Exposição de DVDs;
- Cabine Telefônica – DDD e DDI;
- Disk turista;
- Ações de educação ambiental;
- Exposição permanente de artesanato;
- Exposições temporárias sobre as Regiões Turísticas da Bahia;
- Auditório para eventos relacionados ao turismo.

6. INTERIORIZAÇÃO E REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

Este macrotema está voltado para o interior dos municípios baianos detentores de atrativos turísticos físicos e materiais, patrimoniais e simbólicos, e para as suas populações. Por meio de um planejamento estadual focado em uma gestão compartilhada, a ser construído a partir das especificidades locais e com enfoque no desenvolvimento regional, deverão ser criadas condições que propiciem a contribuição e a participação das várias esferas da sociedade, de modo a se chegar à oferta de produtos e serviços diversificados, qualificados e complementares entre municípios e regiões baianas. Trata-se de uma forma de superar obstáculos e divergências entre regiões heterogêneas, desenvolvendo políticas que promovam a interiorização dos investimentos turísticos, sensibilizando, mobilizando e orientando atores regionais sobre a importância da interiorização e regionalização do turismo.

Durante o ano de 2007 desenvolveram-se as seguintes ações relacionadas ao tema da interiorização e regionalização do turismo:

- Reunião com empresários e prefeitos da Chapada Diamantina;
- Encontro com prefeitos do Litoral Norte;
- Primeiro Seminário Técnico-Empresarial sobre oportunidades de Negócios Turísticos na Baía de Todos os Santos – BTS e Recôncavo;
- Encontro com Órgãos de Governo e Empresários/Investidores;
- Retomada da agenda do Fórum Estadual de Turismo e dos Conselhos dos Pólos Turísticos.

Outras ações que merecem destaque:

**Rede de Integração e Desenvolvimento Econômico –
Ride: Petrolina/Juazeiro**

Localizada no Vale do São Francisco, a Ride de Petrolina e Juazeiro, criada pela Lei nº 113/2001, regulamentada pelo Decreto nº 4.366/2002, abriga quatro municípios do Estado de Pernambuco (Petrolina, Lagoa Grande, Santa Maria da Boa

Vista e Orocó) e quatro do Estado da Bahia (Juazeiro, Casa Nova, Sobradinho e Curaçá). Para a consecução de suas finalidades, os governos Federal, de Pernambuco e da Bahia e as prefeituras municipais, de forma conjunta, deverão planejar e executar ações para o aprimoramento da qualidade e ampliação de serviços públicos essenciais, assim como para o incentivo às atividades de promoção da economia regional, criação de empregos e geração de renda.

Na primeira reunião do Conselho Administrativo da Ride de Petrolina e Juazeiro foi definido como projeto prioritário o incentivo ao desenvolvimento do turismo, em especial do turismo associado à agricultura irrigada e à vitivinicultura ou enoturismo, por ser a região um pólo de desenvolvimento tecnológico da fruticultura irrigada e o segundo pólo da vitivinicultura do Brasil.

No bojo deste projeto, foi assinado, em 30/12/2005, um convênio entre o Ministério da Integração Nacional/Secretaria de





Programas Regionais e o Estado da Bahia/SEDUR/Conder no valor de R\$ 920 mil, cujo objeto é a implantação das seguintes ações para o fortalecimento do turismo nos municípios que compõem a Ride no Estado da Bahia:

- Formulação do Plano de Desenvolvimento Turístico Regional;
- Construção e Urbanização do Porto do Céu, em Casa Nova;
- Construção do Porto de Balsas e de Ancoradouro, em Curaçá;
- Construção de Píer com melhorias urbanísticas e de saneamento, em Juazeiro (Ilha do Rodeadouro);
- Urbanização do Porto Chico Periquito, em Sobradinho.

A sua implantação está na dependência de liberação pela Gerência Regional do Patrimônio da União sobre a transferência de domínio útil das terras da Ilha do Rodeadouro.

Desenvolvimento do Turismo Náutico na Baía de Todos os Santos

Baseada nas discussões realizadas durante o I Seminário Técnico-Empresarial sobre Oportunidades de Negócios Turísticos na Baía de Todos os Santos e Recôncavo, que resultou na "Carta de Inema", já mencionado neste relatório, e das intenções do Governo Estadual e Federal em desenvolver o turismo, utilizando a estratégia de consolidação de variados segmentos, a SETUR/Suinvest encaminhou ao MTur, no segundo semestre de 2007, Plano de Trabalho para Realização do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Náutico da Baía de Todos os Santos, com o objetivo de estabelecer projetos e ações prioritárias, com definição de prazos, atores e instituições responsáveis, além da indicação de recursos necessários à sua efetivação.

Como também mencionado, a Baía de Todos os Santos é prioritária para o turismo neste Governo, não somente por ser a maior baía navegável do litoral brasileiro, que conta com

condições excepcionais para o desenvolvimento do lazer náutico, como ainda por esse segmento do turismo ser capaz de alavancar o desenvolvimento socioeconômico regional, além de agregar diferenciais competitivos ao turismo baiano.

Por outro lado, o Programa de Regionalização do Ministério do Turismo – MTur, também visualizou a BTS como local mais adequado para implementar ação demonstrativa – projeto piloto – visando à consolidação do turismo náutico no Brasil.

Assim, o alinhamento das intenções – ações pretendidas entre Governos Estadual e Federal –, e a convergência de interesses em favor da BTS propiciaram a apresentação pela SETUR do referido plano de trabalho que se encontra em tramitação naquele Ministério.

Fortalecimento do Turismo Cultural em Salvador e Baía de Todos os Santos

O Turismo Cultural é outro segmento eleito como mais uma das ações iniciadas em 2007, e que tem a BTS como território

a ser beneficiado, por ter vocação natural de grande parte dos municípios da Baía de Todos os Santos e de Salvador.

O fortalecimento do segmento Turismo Cultural tem como objetivo promover o desenvolvimento e o reforço mútuo entre esses dois eixos produtivos, Cultura e Turismo, sabendo-se que a cultura fornece conteúdo à atividade turística, que utiliza a singularidade e a riqueza cultural baiana como importante diferencial para o seu *marketing*, enquanto o turismo se constitui em demanda efetiva à atividade cultural, criando uma relação de sinergia entre os dois setores.

Em 2007, a Bahia foi contemplada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, com a doação de estudo, por meio de uma consultoria Italiana, visando à realização de diagnóstico e plano de ação que tem como resultado contribuir ao desenvolvimento de um programa de integração do Turismo e da Cultura para o Estado da Bahia. Este estudo está em fase de finalização e servirá de base para um possível programa de financiamento do próprio BID.



Essa ação se constitui em parte do Programa Interiorização e Regionalização do Turismo que vai materializar o objetivo de atrair investimentos e fluxos mais qualificados para o turismo da Bahia. Pretende-se, assim, alavancar iniciativas de produção e difusão cultural, de forma integrada à política de desenvolvimento do turismo e segundo demandas do mercado emissor de turismo que a Bahia pretende atingir.

Ainda sobre esse tema, a Bahiatursa desenvolveu as seguintes atividades:

O Programa de Regionalização do Turismo na Bahia está de acordo com as diretrizes do Programa Nacional do Turismo, formulado pelo Ministério do Turismo, visando promover a cooperação e a parceria dos segmentos envolvidos com o

turismo, por intermédio do Fórum Estadual do Turismo e suas Câmaras Temáticas, priorizando atingir os seguintes objetivos: dar qualidade ao produto turístico; diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional; ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional e internacional; além de aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.

Em 2007, a Secretaria de Turismo, com apoio da Bahiatursa, realizou e participou de 21 seminários e oficinas de regionalização em cinco regiões turísticas, eleitas como prioritárias para a continuação dos trabalhos de regionalização e roteirização, conforme convênio com o Ministério do Turismo (Quadro 3).

QUADRO 3

REGIONALIZAÇÃO – LOCALIDADES E PRINCIPAIS AÇÕES
BAHIA, 2007

ATIVIDADE	QUANTIDADE EVENTOS PARTICIPADOS	MUNICÍPIOS	QUANTIDADE MUNICÍPIOS	QUANTIDADE PARTICIPANTES
Participação em reuniões dos Conselhos dos Pólos, Câmaras Temáticas e Conselhos Regionais	15	Rio de Contas, Piatã, Palmeiras, Morro do Chapéu, Porto Seguro, Prado, Alcobaça, Luis Eduardo Magalhães, Barreiras, Tucano, Taperoá, Mutuípe, Vera Cruz, Salvador e Lauro de Freitas	15	750
Supporte aos turistas durante o Festival de Lençóis	1	Lençóis	1	5.000
Participação em reuniões dos interlocutores estaduais com vistas ao planejamento do Salão de Turismo 2008	1	Rio de Janeiro	5	60
Participação em reuniões dos Conselhos do PARNACD	2	Palmeiras e Andaraí	2	40
Participação em Seminários Viaja Mais, voltados para formação de nichos	3	Salvador, Porto Seguro e Ilhéus	3	75

Fonte: Bahiatursa - DST/2007