



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

 **Bahia**
TERRA DE TODOS NÓS

GOVERNO DO ESTADO

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

A Bahia começa a verificar com mais nitidez os resultados do planejamento e dos investimentos realizados nos últimos três anos. Ocupando a primeira colocação no ranking dos destinos mais desejados do país, segundo pesquisa do Ministério do Turismo – MTur encomendada ao Instituto Vox Populi, o Estado se consolida no cenário nacional não só pela diversidade turística como também pela oferta de infraestrutura de padrão internacional.

A desconcentração da atividade turística do litoral em direção ao interior tem possibilitado o aumento da permanência do turista no Estado. No caso do turismo internacional, o número médio de pernoites cresceu para 19,5 dias, segundo dados revelados na pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe. A formatação do São João como produto turístico e a atração de grandes eventos esportivos, como o GP Bahia de Stock Car, vêm minimizando os efeitos da sazonalidade, proporcionando demanda turística nos períodos de baixa estação.

A inserção do turismo na matriz econômica do Estado já é uma realidade facilmente verificada pelo montante de recursos que está sendo aplicado pela iniciativa privada em toda a Bahia. Além de qualificar os destinos, esses investimentos incrementam as economias locais e regionais e permitem a geração de trabalho e renda para as populações do entorno. O desempenho verificado na atração de investimentos vem confirmar a eficiência das políticas públicas e o acerto das estratégias adotadas para elevar a Bahia à condição de principal destino de lazer do país.

Para isso, a nova estrutura governamental vinculada exclusivamente ao setor de turismo, a Secretaria de Turismo – SETUR e a Empresa de Turismo da Bahia – Bahiatursa, vêm trabalhando de forma integrada, articulando a implantação de políticas

públicas com a promoção e divulgação do destino Bahia dentro dos três grandes eixos estratégicos de sustentabilidade: inovação, qualificação dos serviços e do destino e integração econômica, que se constituem na base do turismo sustentável, conforme estabelece o Plano Plurianual - PPA 2008–2011.

Um dos objetivos dessa nova política é incrementar a participação do turismo no Produto Interno Bruto estadual, tornando a Bahia destino modelo e preferencial no cenário nacional e internacional, com práticas sustentáveis, aproveitando e valorizando a diversidade do Estado.

DESEMPENHO DO SETOR

Desempenho

O desempenho do setor turístico na Bahia está sendo dimensionado desde 2008 pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe, que realizou uma pesquisa minuciosa para caracterizar os turistas que vêm conhecer a Bahia. Assim, os dados referentes ao ano de 2009 estarão disponíveis nos primeiros meses de 2010. De acordo com a pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Receptivo na Bahia, contratada pela SETUR junto à Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe, iniciada em 2008 e tabulada em 2009, a Bahia registrou um fluxo global de nove milhões de turistas no ano de 2008. Desse total, 94,3% são turistas domésticos, enquanto o fluxo internacional representou 5,7%.

No fluxo global, a Bahia responde por 7% dos turistas do Brasil. Mas quando computado somente o fluxo internacional, o Estado é responsável pela atração de 10,2% dos visitantes estrangeiros ao país. No turismo doméstico, a Bahia foi o destino principal de 6,9% de todas as viagens realizadas em 2008. A receita turística da Bahia registrou, em

2008, mais de R\$ 5 bilhões de recursos provenientes da atividade turística, como referido na Tabela 1 e no Gráfico 1.

TABELA 1

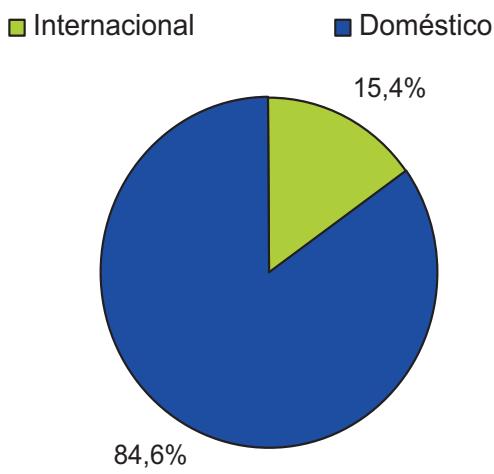
**FLUXO X RECEITA
BAHIA, 2008**

FLUXO	Nº DE TURISTAS (MIL)	RECEITA TURÍSTICA (R\$ Milhão)
Internacional	514	779,8
Doméstico	8.538	4.290,0
TOTAL	9.052	5.069,8

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

GRÁFICO 1

**RECEITA TURÍSTICA
BAHIA, 2008**



Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

O fluxo turístico internacional da Bahia acompanha a tendência nacional. Em 2008, o Brasil registrou um fluxo total de turistas de 128,5 milhões, sendo 123,4 milhões de turistas domésticos (96,1%) e cerca de cinco milhões de turistas internacionais (3,4%).

O fluxo global de turistas na Bahia superou todas as expectativas, inclusive as projeções feitas no documento Século XXI Consolidação do Turismo – Estratégia Turística da Bahia 2003 – 2020, elaborado em 2005. Tendo por base o número de 4,9 milhões de turistas, registrado em 2004, e como referência os indicadores dos últimos 13 anos, o documento

estabelecia como meta a ser alcançada até 2010 um fluxo global de 7,7 milhões de visitantes.

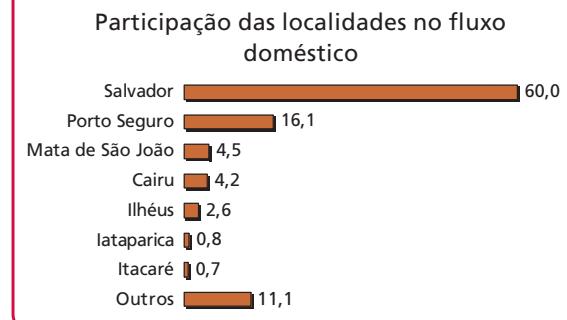
Entretanto, a diversidade da procedência dos turistas manteve-se igual. O fluxo turístico receptor internacional da Bahia é distribuído entre um grande número de países emissores. Não há um país que apresente destacada posição no ranking de principais mercados.

As pesquisas realizadas entre 2001 e 2005 já apontavam esta tendência. Os dez principais países emissores alternam-se, a cada ano, no ranking. Os principais em 2008 foram Estados Unidos (12%), França (10,4%), Itália (10%), Portugal (10%), Alemanha (9%), Espanha (8%) e Argentina (8%). Entretanto, no período de 1991 a 2004, os Estados Unidos mantiveram-se entre a quarta e a sexta posição no ranking. A ascensão deste país ao primeiro lugar deve-se à inauguração dos vôos diretos com freqüência diária entre Salvador e Miami, operados pela companhia American Airlines, negociados, em 2008, pelo Governo da Bahia.

O principal destino turístico internacional do Estado é Salvador. Porto Seguro também se destaca como grande destino receptor de turistas internacionais. Entre os destinos turísticos, os mais relevantes são Caiuru (Morro de São Paulo), Ilhéus, Itacaré, Mata de São João (Praia do Forte, Sauípe e Imbassaí) e Itaparica, como se observa no Gráfico 2.

GRÁFICO 2

**LOCALIDADES NO FLUXO DOMÉSTICO
BAHIA, 2008**



Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

As principais regiões emissores de turistas domésticos para a Bahia são o Nordeste (59,2%), e o Sudeste (33,8%). Juntas, essas duas regiões totalizam 93% do total de turistas atraídos pelo Estado. A

receita turística da Bahia é proveniente principalmente das regiões Sudeste e Nordeste, as quais respondem, respectivamente, por 53% e 29% da receita turística doméstica do Estado. As regiões Centro-Oeste, Norte e Sul em conjunto somam apenas 18% desse total. Vale destacar que a participação do Nordeste na receita turística da Bahia é consideravelmente menor do que no número de turistas. O inverso ocorre com a região Sudeste, como mostram a Tabela 2 e o Gráfico 3.

TABELA 2

**REGIÕES EMISSORAS DE
TURISMO DOMÉSTICO
BAHIA, 2008**

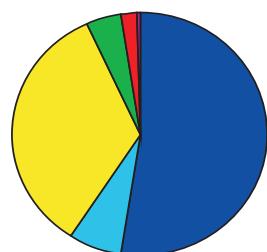
REGIÃO	FLUXO (%)	RECEITA (%)
Nordeste (com a Bahia)	59,2	29,4
Sudeste	33,8	53,4
Centro -Oeste	4,7	10,6
Sul	1,9	5,7
Norte	0,4	0,9

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE

GRÁFICO 3

**FLUXOS POR REGIÃO
BAHIA, 2008**

Fluxo Por Região



Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

A própria Bahia é o maior emissor de turistas para o Estado, representando 52,2% do receptivo total. Os Estados de São Paulo e Minas Gerais também representam importantes mercados consumidores do turismo baiano. Somados, Bahia, São Paulo e Minas Gerais respondem por 81,3% do receptivo

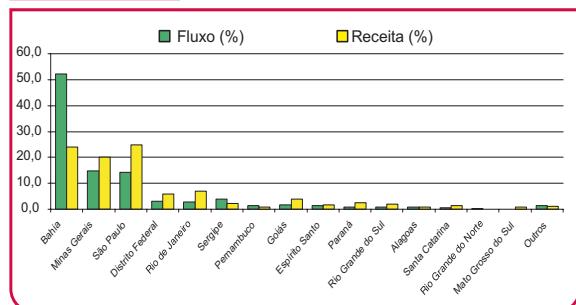
doméstico total. Entretanto, quando analisada a participação dos estados na receita turística, a ordem de importância dos mercados consumidores da Bahia é alterada.

São Paulo é a fonte da maior fatia da receita turística doméstica baiana (24,8%). O Estado da Bahia vem em segundo lugar com 24%, seguido por Minas Gerais, com 20%. O Rio de Janeiro e o Distrito Federal também representam importantes mercados emissores de receita turística para a Bahia, com cerca de 7% e 6%, respectivamente. Os Estados do Rio de Janeiro, Distrito Federal e Goiás respondem relativamente mais pela receita do que pelo número de turistas enviados à Bahia.

O grande fluxo interno da Bahia constitui-se em um aspecto muito positivo, uma vez que a receita turística fica no próprio Estado, como demonstrado no Gráfico 4.

GRÁFICO 4

**FLUXO E RECEITA TURÍSTICA
POR ESTADO
BAHIA, 2008**



Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

Estudos e Pesquisas

Além das pesquisas e estudos contratados junto a institutos especializados, os técnicos da SETUR desenvolvem pesquisas próprias para aferir a qualidade dos serviços turísticos durante os eventos e realizam ações relacionadas a registros estatísticos sobre a movimentação nos aeroportos e nos portos e a movimentação operacional de vôos regulares e charters. O trabalho de supervisão e apoio estende-se às empresas terceirizadas que fornecem suporte para as pesquisas realizadas na Bahia pelo Instituto Brasileiro do Turismo – Embratur.

A Tabela 3 mostra o número de passageiros e de atracções de cruzeiros marítimos na Bahia ao longo dos últimos seis anos. Entretanto, como a maioria dos cruzeiros não pernoita na Bahia, os seus passageiros não são, tecnicamente, considerados turistas. Para a Organização Mundial de Turismo – OMT, esses passageiros são considerados excursionistas e não são contabilizados nas pesquisas de fluxo, embora somem mais de 200 mil, como aconteceu na última temporadas. Esse acompanhamento permite cálculos de estimativas do número de excursionistas, que são utilizados para consumo interno dos órgãos de turismo governamentais.

TABELA 3 NÚMERO DE PASSAGEIROS E ATRACÇÕES DE CRUZEIROS MARÍTIMOS NO PORTO DE SALVADOR – BAHIA, 2003 – 2009

TEMPORADA	ATRACÇÕES	PASSAGEIROS
2003/2004	71	52.042
2004/2005	57	54.810
2005/2006	71	70.715
2006/2007	86	115.548
2007/2008	94	105.199
2008/2009	104	213.064

Fonte: SINDETUR

Foram realizados três tipos de pesquisa durante as festas momescas. Duas delas foram feitas em Salvador e Porto Seguro pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – Fipe: Pesquisa de Contagem de Fluxo Turístico e Pesquisa de Turismo Receptivo, ambas dentro da pesquisa Dimensionamento e Caracterização do Turismo Receptivo na Bahia.

No mês de fevereiro, em Salvador e Porto Seguro, durante o período de Carnaval, foi feito o levantamento censitário em hotéis e a estimativa do fluxo turístico no evento. Esse levantamento incluiu a forma como os turistas chegaram à Bahia, conforme a Tabela 4.

TABELA 4

FLUXO DE VISITANTES - PERÍODO DE CARNAVAL
BAHIA, 2008

CIDADE	VIA AÉREA	HIDROVIA	RODOVIA	RODOVIÁRIA	TOTAL
Salvador	324.995	55.609	35.567	78.590	494.761
P. Seguro	36.206	-	49.745	20.912	106.862
TOTAL	361.201	55.609	85.312	99.502	601.623

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE

EIXO ESTRATÉGICO INOVAÇÃO

As atividades desenvolvidas pelo Governo da Bahia nessa área tiveram como objetivo ampliar o calendário turístico e elevar a qualidade do destino turístico Bahia. Além de promover eventos nos períodos considerados de baixa estação, atendendo a uma reivindicação do setor para minimizar os efeitos da sazonalidade, foram dinamizados segmentos capazes de cumprir os objetivos mencionados.

Nesse sentido, eventos como o São João da Bahia, o Espicha Verão e o GP Bahia de Stock Car constituíram-se em oportunidades de geração de emprego e renda para o trade turístico e os trabalhadores do setor. Foi necessário, no entanto, buscar ainda mais inovação. O turismo étnico-afro, o enoturismo, o turismo náutico, turismo de gays, lésbicas e simpatizantes – GLS e o turismo religioso são exemplos desse esforço.

Todas essas ações visaram inserir a Bahia como opção turística em períodos de baixo fluxo, interiorizar a oferta turística, fomentar a geração de emprego e renda e oferecer nível de excelência no atendimento ao turista, inclusive com a personalização de alguns serviços, como eventos técnico-científicos com grande número de participantes, a exemplo do 64º Congresso Brasileiro de Cardiologia, realizado pela Sociedade Brasileira de Cardiologia - SBC. Nesse sentido, a SETUR e a Bahiatursa têm assegurado apoio institucional e material aos Convention Bureau do Estado.



Turismo

Rita Barreto

Novos Produtos

Em 2009, os produtos lançados em 2007 e 2008 apresentaram saltos qualitativos consideráveis, consolidando-se como ações prioritárias da atual gestão. Este cenário favorável pode ser verificado, por exemplo, no que concerne ao São João da Bahia e ao Espicha Verão – Praia 24 Horas, que representam, hoje, fortes alternativas aos produtos tradicionais.

São João da Bahia – O São João pode ser considerado a maior festa típica da Bahia, envolvendo praticamente todos os municípios do Estado que, ao longo do mês de junho, realizam os festejos em homenagem aos santos católicos Santo Antônio, São João e São Pedro.

Em 2008, o Governo da Bahia resolveu investir no São João como um novo produto turístico. A edição de 2009 do São João da Bahia representou a consolidação deste já importante produto do portfólio do turismo baiano. Os resultados foram ainda mais expressivos para os 13 dias de festa realizados em Salvador – na tradicional e bela área do Centro Histórico – e nas cidades que são os principais portões de entrada de turistas para o Estado. Foram firmados convênios com 89 municípios, para apoio à realização dos festejos, o que representou um volume de recursos repassados de R\$ 2,5 milhões. A ocupação média dos hotéis teve incremento de 35% em relação ao mesmo período do ano passado.

Durante os 13 dias de festa em Salvador, os turistas que visitaram a cidade puderam contar com o serviço do Ônibus do Forró, que fez o traslado entre os principais hotéis e o Centro Histórico. Durante o percurso, os turistas eram animados por trios de forró que promoveram um verdadeiro “arrasta-pé itinerante”, além do serviço de bordo composto de licores típicos do interior.



São João no Pelô



Ônibus do Forró



Espicha Verão 2009

Rita Barreto

Rita Barreto

Espicha Verão – Praia 24 Horas - O Espicha Verão é um produto lançado pela SETUR e a Bahiatursa, em 2008, que tem como objetivo principal o prolongamento do tempo de permanência do turista na Bahia, após o Carnaval, fomentando a cadeia produtiva do turismo, através da geração de emprego e renda, e a promoção de talentos locais, agregando, desta forma, novos valores ao turismo baiano. O projeto rendeu à Bahiatursa o Prêmio Top de Marketing da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil – ADVB. Pesquisa de satisfação realizada pela SETUR durante o evento apontou um índice de satisfação do público de 95%.

A principal ação do Projeto Espicha Verão é o Praia 24h, que acontece no Porto da Barra, em Salvador, e em praças públicas no interior do Estado, durante os fins de semana posteriores ao Carnaval. São

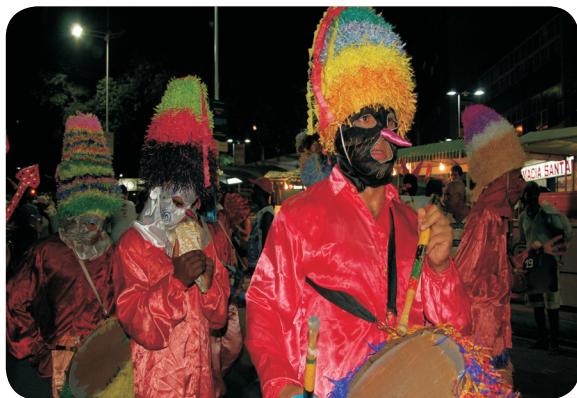
shows, exposições, feiras de comidas, bebidas típicas e artesanato e uma série de eventos esportivos e culturais, culminando com shows musicais à noite.

Na edição de 2009, o Espicha Verão obteve ainda mais sucesso que a edição passada, acontecendo nos três sábados seguintes ao Carnaval, atraindo um público estimado em 120 mil pessoas.



Palco flutuante do Espicha Verão 2009

Rita Barreto



Zambiapunga no Espicha Verão 2009

Rita Barreto

Foram mais de 50 horas de música, com a participação de cerca de 35 atrações baianas. Os eventos foram marcados ainda pela participação de representantes de algumas das mais significativas manifestações culturais da Bahia, como a Zambiapunga, os Mascarados de Maragogipe, as Caretas do Acupe, além de grupos de samba, cheganças, reisados e ganhadeiras.

A programação incluiu ainda atividades esportivas e culturais, como a Praça dos Artistas e o Concurso de Caldos, que mobilizou os bares e restaurantes da região do Porto da Barra.

Em 2009, a proposta do Espicha Verão chegou ao interior, com edições nas cidades de Ilhéus, Porto Seguro, Lençóis e Itacaré. O modelo turístico-cultural do evento voltado para o foco no visitante e no *trade turístico*; o mix cultural com atrativos da região; o estímulo a talentos locais; o espírito de festival e a valorização da gastronomia, do artesanato, das artes plásticas e de grupos de cultura popular locais foram marcas também dos eventos realizados no interior.

GP Bahia de Stock Car – Turismo Esportivo – O Turismo Esportivo se apresentou como o mais novo vetor de inovação da Bahia no ano de 2009. Iniciativas como a realização do GP Bahia de Stock Car, que gerou cerca de três mil empregos, durante o mês de agosto, e será realizado na Bahia pelos próximos cinco anos, constituem-se em indicativos claros do crescimento deste segmento.

Além da Stock Car, realizada na área do Centro Administrativo da Bahia, Salvador sediou outros eventos esportivos ao longo do ano, como campeonatos de surfe e de *mountain bike*, culminando com a realização, no dia 9 de setembro, da partida de futebol entre as seleções do Brasil e do Chile, pelas Eliminatórias da Copa do Mundo de 2010.

Outros destinos da Bahia, a exemplo da Chapada Diamantina e dos canyons do São Francisco, também foram palco de eventos de esporte de aventura, como a canoagem. A escolha de Salvador como cidade-sede para a Copa do Mundo de 2014, bem como a escolha do Rio de Janeiro como sede das Olimpíadas de 2016, sinalizam um horizonte bastante promissor para o segmento.



GP Bahia de Stock Car

Ivan Baldivieso

Bahia Mostra Bahia – O Projeto Bahia Mostra Bahia representa uma excelente oportunidade para as Zonas Turísticas apresentarem e comercializarem seus produtos (artesanato, culinária e cultura) e serviços (hospedagens, passeios).

A promoção, realizada em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, dentro da ação do Projeto de Turismo do Sistema de Gerenciamento Orientado para Resultados – Sigeor, tem como objetivo incrementar o fluxo turístico intra-Bahia; promover os diversos destinos baianos em Salvador; gerar espaço na mídia para os produtos turísticos baianos; promover o intercâmbio comercial entre as agências de turismo de Salvador e as agências de receptivo dos diversos destinos Bahia; propiciar aos gestores das Zonas Turísticas e trade local uma oportunidade de apresentar seus destinos e comercializar seus produtos.

Em 2009 foram realizadas três edições do Bahia Mostra Bahia: Costa dos Coqueiros (17 de dezembro de 2008 a 17 de janeiro de 2009); Baía de Todos os Santos (4 de fevereiro a 8 de março); e Vale do São Francisco (15 a 17 de outubro). Os eventos são realizados no Serviço de Atendimento ao Turista – SAT do Pelourinho e envolvem exposição e comercialização de produtos de artesanato de diversos tipos, de alimentos e bebidas típicos de cada região, distribuição de material promocional, rodada de negócios entre o empresariado dos municípios participantes e o trade local e venda de pacotes para o público final, através de agências de receptivo.

Salão do Turismo – No 4º Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, evento realizado pelo MTur para mobilizar, promover e comercializar roteiros turísticos desenvolvidos a partir das diretrizes e dos princípios do Programa de Regionalização do Turismo, a Bahia lançou 12 roteiros integrados.

Realizada em julho, a quarta edição contou com a participação de cerca de 90 mil visitantes, entre gestores públicos, empreendedores de micro e pequenas empresas, profissionais do setor turístico, professores e estudantes de turismo e hotelaria e a sociedade em geral. No evento,

foram lançados os seguintes roteiros:

- **Volta às Origens:** Porto Seguro e Santa Cruz Cabrália.
- **Mares da Bahia:** Salvador, Mata de São João e Jandaíra.
- **Águas e Vinhos do São Francisco:** Juazeiro e Casa Nova.
- **Trilhas na Chapada:** Lençóis, Palmeiras, Iraquara, Mucugê e Ibicoara.
- **Cacau com Dendê:** Ilhéus, Itacaré e Maraú.
- **Rota das Aldeias:** Porto Seguro e Santa Cruz Cabrália.
- **Baleias, Corais e Florestas:** Porto Seguro, Prado, Alcobaça e Caravelas.
- **Praias do Dendê:** Caiuru e Maraú.
- **Caminhos do Oeste e Chapada Diamantina:** Barreiras, Luís Eduardo Magalhães, São Desidério, Lençóis e Iraquara.
- **Volta ao Parque:** Lençóis, Iraquara, Nova Redenção, Andaraí, Ibicoara, Mucugê e Palmeiras.
- **Farinha com Dendê:** Salvador, Nazaré das Farinhas, Itaparica e Salinas da Margarida.
- **Chapada Norte:** Jacobina, Itaitu, Miguel Calmon, Campo Formoso, Ourolândia e Morro do Chapéu.

Ainda no Eixo Estratégico Inovação, estão sendo elaborados novos roteiros turísticos, priorizando ações de interiorização. Em parceria com o Programa de Regionalização do Ministério do Turismo – MTur e o Instituto de Desenvolvimento Sustentável do Baixo Sul da Bahia – Ides, os órgãos governamentais já começaram a implantar novos roteiros agroecoturísticos nos municípios de Ituberá, Nilo Peçanha e Igrapiúna, todos localizados na Zona Turística Costa do Dendê, no Baixo Sul da Bahia. Além desses, a SETUR trabalha com opções de roteiros históricos, a exemplo da Rota da Independência.

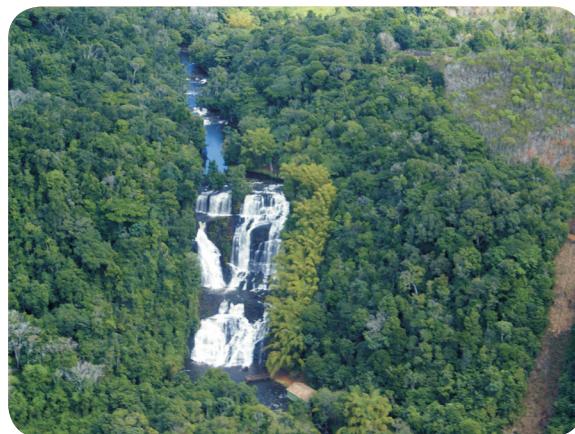
Roteiros Agroecoturísticos – Já foram realizadas visitas técnicas para avaliação dos projetos existentes na região do Baixo Sul. Um deles é o projeto realizado pela Cooperativa das Produtoras e Produtores Rurais da Área de Proteção Ambiental do Pratigi – Cooprap, nas comunidades de Rio do Campo, em Ituberá, e Boitaraca e São Francisco, em Nilo Peçanha, que beneficia diretamente as comunidades de descendentes de escravos da região. Os quilombolas explo-

ram a piaçava, utilizando a fibra na fabricação de vassouras e também no artesanato. Além de melhorar a renda, a união dos cooperados resgata tradições culturais.

A iniciativa compõe o Programa de Desenvolvimento Integrado e Sustentável – DIS Baixo Sul e é apoiada pelo Governo da Bahia, Associação de Municípios do Baixo Sul – Amubs e a Fundação Odebrecht, entre outros parceiros. Os jovens das comunidades quilombolas são atendidos em outro projeto, a Casa Familiar Agroflorestal, cujo trabalho tem por objetivo preparar os jovens para torná-los agentes de desenvolvimento local. A Casa Familiar Agroflorestal e a Cooprap lideram a cadeia produtiva da piaçava na região.

No município de Nilo Peçanha, foram identificados outros dois projetos de forte atratividade turística: as comunidades quilombolas de Jatimane, São Francisco e Boitaraca. Além dos atrativos culturais, essas comunidades reúnem características naturais para a prática do ecoturismo e do turismo de aventura. A economia local se apóia no beneficiamento da piaçava e na produção de farinha, mas a gastronomia exige o envolvimento da prática da pesca, que é meio de sustento para muitas famílias.

Outros locais que poderão ser incluídos na roteirização turística da Bahia se encontram nos municípios de Ituberá e Igrapiúna, onde já funcionam o Museu do Colecionador, a Indústria de Palmito Ambial e o Hotel Paraíso das Águas que, com à Cachoeira Pancada Grande, constituem um conjunto de forte atratividade para visitantes.



Cachoeira Pancada Grande

Rota da Independência – O projeto elaborado em parceria com a Fundação Pedro Calmon – FPC, órgão da Secretaria da Cultura, tem o objetivo de difundir a importância da Independência da Bahia, comemorada no dia 2 de Julho, para todo território nacional, conjugando seus aspectos culturais com o potencial para a prática do chamado Turismo Cívico. Em 2009, foram realizadas diversas palestras sobre a guerra da independência do Brasil na Bahia e o Turismo Cívico, nas cidades de Muritiba, Maramagyipe, Governador Mangabeira e Santo Amaro. Além disso, os órgãos realizaram reuniões de articulação das lideranças locais, a exemplo da Irmandade de Nossa Senhora da Boa Morte.



Festa da Boa Morte

Rita Barreto

Novos Segmentos

Turismo Náutico – A vocação da Bahia para o Turismo Náutico, reconhecida internacionalmente, ganhou corpo com a execução do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Náutico na Baía de Todos os Santos, que está sendo desenvolvido pela SETUR e o MTur. Trata-se do primeiro plano piloto do Brasil, que deve impulsionar o segmento. O plano foi elaborado em 2009, com o objetivo principal de identificar as necessidades de captação de recursos, em investimentos públicos e privados, para o desenvolvimento do turismo náutico na região.

Nos primeiros meses, a SETUR, juntamente com a Fundação Escola de Administração – FEA, instituição contratada para confecção do plano, realizou reuniões com representantes dos municípios, empresários e sociedade civil nas cidades de Cachoeira, Itaparica, São Francisco do Conde e Salvador. Por outro lado, o Governo da Bahia tem investido na

promoção e apoio de eventos desse segmento turístico. Um bom exemplo é a regata Transat 6.50, realizada pela companhia francesa Charente-Maritime, que reúne 84 embarcações percorrendo o trajeto de La Rochelle, na França, a Salvador, com duração média de 40 dias. Além de mídia espontânea, este tipo de promoção gera e atrai turistas náuticos para o Estado.

Em 2009 foi apoiada também a 14ª edição do Rally Les Îles du Soleil, no período de 14 de dezembro de 2008 a 13 de janeiro de 2009, evento de caráter esportivo-turístico e não competitivo, que tem como objetivo divulgar o Brasil, mais precisamente a Bahia, contribuindo para o desenvolvimento do setor náutico no Estado. O rally contou com a participação de 32 barcos da França, Reino Unido, Austrália e Luxemburgo, entre outros países, que cumpriram um roteiro incluindo a Ilha da Madeira, Ilhas Canárias, Senegal, Cabo Verde, Salvador, Fernando de Noronha e João Pessoa.

Outro importante evento náutico apoiado pela SETUR e a Bahiatursa foi a Regata Heineken Cape to Bahia Yacht Race 2009, realizada no período de 14 de janeiro a 5 de fevereiro de 2009. A regata contou com a participação de 44 barcos de Portugal, Brasil, Estados Unidos, Alemanha, França, Grã-Bretanha, Canadá, Rússia, África do Sul, Nova Zelândia, Estônia e Zâmbia.

A Bahiatursa apoiou ainda a tradicional Regata Aratu-Maragogipe, um dos maiores e mais tradicionais eventos náuticos da América Latina, que este ano foi realizada, em sua 40ª edição, no dia 28 de agosto.



Regata Aratu Maragogipe

Turismo Étnico-Afro – A Bahia foi o primeiro Estado brasileiro a estruturar o segmento do turismo étnico. O projeto foi apresentado ao MTur, em 2007, por iniciativa do Governo do Estado, através da SETUR. A idéia de desenvolver a vertente do turismo étnico-afro partiu da compreensão da ancestralidade do povo baiano. A Bahia é o lugar que possui a maior população negra fora da África. Por isso, o Estado atrai o interesse da população negra norte-americana, que aqui encontra um viés de suas raízes, mas também do europeu e asiático, que se interessa por história, cultura e arquitetura.

Na área de qualificação, o projeto tem por objetivo realizar pesquisa de demanda e promover a capacitação de profissionais e empresários de Salvador e da região do Recôncavo com foco no Turismo Étnico-Afro, no mercado de trabalho e na identificação de iniciativas empreendedoras com potencial para se constituir em roteiros turísticos e que necessitem de orientação do setor público estadual.

A SETUR pretende investir na qualificação da população afrodescendente envolvida nos empreendimentos turísticos. A área de abrangência desse projeto é constituída pelos municípios de Salvador, Cachoeira, Maragogipe, São Francisco do Conde e Santo Amaro. Neste momento, o projeto encontra-se em fase de licitação, na Comissão de Licitação – Copel da SETUR.

Os investimentos realizados pelo Governo da Bahia, nesse segmento, já começaram a apresentar resultados em meados de 2008. Segundo dados do MTur, 15 mil visitantes dos Estados Unidos desembarcaram em Salvador no ano passado. O estudo indica que o número é 330% maior do que o medido no ano anterior, quando os turistas norte-americanos somaram apenas 3,4 mil. O principal fator de tal incremento é atribuído à implantação do vôo direto de Miami para Salvador.

Outra importante atividade desenvolvida nesse segmento foi a produção do livro turismo étnico-afro na Bahia, a ser lançado em 2010. A publicação reúne aspectos históricos e culturais da herança africana na Bahia, propõe conteúdos para elaboração de circuitos e roteiros e disponibiliza o calendário Dia-a-Dia da Negra Bahia, com roteiros literários, musicais, desportivos, etnopolíticos e gastronômicos.

Rita Barreto

cos, abrangendo também as festas populares fixas e móveis anuais.

Cabe destacar ainda a divulgação do turismo étnico em eventos internacionais, como o Festival Hollywood on the Beach e o 40º Festival de Música e Herança Africana de Nova Orleans, nos Estados Unidos, bem como o apoio a eventos nacionais e locais, como o VIII Encontro Cultural e Internacional de Capoeira Mangangá e a Festa da Irmandade da Boa Morte, em Cachoeira.



Festa da Boa Morte

retornam às suas academias de origem na Bahia, trazendo consigo seus novos discípulos, em períodos que variam de 15 a 30 dias.

O Projeto Capoeira da Bahia visa estabelecer um novo e potencial eixo de divulgação e captação de fluxo turístico para a Bahia, transformando as academias de capoeira espalhadas pelo mundo em promotoras de viagens culturais de grupos visitantes ao Estado.

Nesse sentido, foi iniciado um mapeamento completo dos grupos de capoeira nos âmbitos estadual, nacional e internacional. O produto da pesquisa será disponibilizado no portal e nos sites institucionais da SETUR.

Paralelamente, estão sendo empreendidas ações para instalação do Escritório Internacional da Capoeira e Turismo. O Grupo de Trabalho da Capoeira já estabeleceu o modelo de gestão e o plano de ação bianual do Escritório, que funcionará no Forte de Santo Antônio Além do Carmo, denominado Forte da Capoeira.

Enoturismo – As ações focadas no desenvolvimento do Enoturismo, na região do Vale do São Francisco, foram iniciadas em outubro de 2008, a partir da inauguração do receptivo da Vinícola Ouro Verde, no município de Casa Nova.

Os benefícios dessa iniciativa já foram percebidos em janeiro de 2009, quando foi registrado o significativo número de 602 visitantes à vinícola. Ao longo do ano, esse número cresceu de forma animadora, chegando a um total de 9,4 mil visitantes, como pode ser verificado no Gráfico 5, abaixo.



Forte da Capoeira

Projeto Capoeira da Bahia – A capoeira está presente em mais de 150 países, sendo ministrada em grande parte por capoeiristas baianos. Atualmente, as academias, escolas e grupos de capoeira realizam encontros anuais, com duração média de sete dias. Nesses encontros, mestres das academias do exterior

GRÁFICO 5 NÚMERO DE VISITANTES EM VINÍCOLA BAHIA, 2009



Fonte: Vinícola Ouro Verde

Diversas ações promocionais e de sensibilização foram realizadas na região desde então, muitas delas em parceria com o Sebrae, com as vinícolas e com o apoio do *trade* local. Vale destacar também a integração entre os Estados da Bahia e de Pernambuco que, juntos, vêm empreendendo esforços para a consolidação do Enoturismo naquela localidade. Esta integração culminou com o lançamento, no mês de agosto, durante a Feira Nacional da Agricultura Irrigada – Fenagri, em Juazeiro, do Roteiro Integrado Águas e Vinhos do São Francisco.

Para identificar o perfil do turista desse segmento, o Governo da Bahia, através da SETUR, em parceria com a Vinícola Ouro Verde, realizou uma pesquisa, avaliando, principalmente, a procedência dos visitantes e os meios de hospedagem preferenciais, com vistas a analisar se a infraestrutura turística da região está adequada ao tamanho que o projeto vem adquirindo nos últimos meses.



Enoturismo

Jota Freitas

Turismo Rural – Os investimentos realizados pela SETUR e a Bahiatursa no segmento turismo rural, em 2009, integram-se às ações do Comitê Gestor e da Câmara Técnica do Turismo Rural do Estado da Bahia.

Para inserir o segmento no Programa Roteiros do Brasil, promovido pelo MTur, a SETUR integrou a comissão organizadora da 4ª Edição do Salão Brasileiro de Turismo – Roteiros do Brasil. Paralelamente, o órgão contribuiu para comercialização de artesanato, produtos da agricultura familiar e de gastronomia típica, além de apresentação de manifestações culturais e de palestras relacionadas a esse segmento.

Em parceria com órgãos e entidades, ocorreram visitas técnicas às propriedades de turismo rural instaladas no Recôncavo baiano e participação na I e II Oficina de Direcionamento Estratégico da Câmara de Turismo Rural da Bahia, que reuniram aproximadamente 100 participantes. A partir da segunda edição dessa oficina, foram instalados Grupos de Trabalho para criação do Estatuto da Câmara de Turismo Rural, criação de Indicadores de Desempenho das Ações da Câmara e Organização do Seminário Estadual de Turismo Rural. Em parceria com o Sebrae e a Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola – EBDA, a SETUR realizou visitas técnicas a propriedades rurais nos municípios de Amélia Rodrigues, Conceição do Almeida, Saubara, Conceição do Jacuípe e Santo Antônio de Jesus.



Turismo Rural

Rita Barreto

Turismo Religioso – Aliado ao turismo étnico-afro, o turismo religioso desenvolve-se de forma complementar, já que um dos principais elementos da cultura religiosa baiana é o sincretismo. Além dos períodos festivos e das 365 igrejas, e independentemente da sazonalidade, a Bahia pode contar com excepcional atrativo turístico.

Na capital, além das igrejas, o ponto de grande atratividade de turistas é o Memorial de Irmã Dulce. Em janeiro de 2009, o Vaticano concedeu à Irmã Dulce o título de Venerável Dulce, ato que sinaliza para a possível beatificação da freira. Desde aquele período foi identificado um significativo aumento no número de visitantes ao Memorial Irmã Dulce.

A Bahiatursa tem colaborado, significativamente, com ações de preparação daquela instituição para

a recepção de um grande número de visitantes, funcionando como articuladora entre os operadores de receptivo e a direção das Obras Sociais Irmã Dulce. Os resultados dessa iniciativa já começam a aparecer. Informações do Memorial apontam que seis grupos de turistas internacionais visitarão o local no verão de 2010.

No interior, os destaques são a Festa de Nossa Senhora da Boa Morte, em Cachoeira; Festa de Nosso Senhor Bom Jesus, em Bom Jesus da Lapa; Romaria de Canudos, em Canudos; e a Romaria da Serra de Piquaraçá, em Monte Santo. Juntas, essas festas são responsáveis pela atração de aproximadamente 1,5 milhão de turistas. Mas somente a Festa da Boa Morte, pelos seus aspectos étnicos, recebe visitantes estrangeiros, principalmente dos Estados Unidos.



Turismo Religioso

Turismo GLS – Pesquisas mostram que o segmento GLS é um dos mais promissores para o turismo. É um público que viaja, em média, quatro vezes ao ano, com uma taxa de permanência maior e gasto médio cerca de 30% superior ao dos heterossexuais. Cerca de US\$ 54 bilhões são movimentados anualmente pelo segmento nos Estados Unidos. O Ministério do Turismo considera Salvador um destino natural desse segmento.

Assim, a partir de parceria firmada com o Grupo Gay da Bahia – GGB, foram estabelecidas as primeiras discussões para formatação do novo produto, que resultaram em ações positivas, como a capacitação para qualidade no atendimento ao público GLS, cuja turma piloto atendeu 44 pessoas – entre taxistas, funcionários de hotéis e restaurantes e agentes da Dele-

gacia de Proteção ao Turista – num curso de 40 horas, realizado em maio.

Dando continuidade à estratégia de fortalecimento desse novo segmento, a Bahiatursa e a Empresa de Turismo de Pernambuco – Empetur realizaram, em setembro, o lançamento de um roteiro integrado voltado ao público GLS, nas cidades americanas de São Francisco e Miami. A International Gay & Lesbian Travel Association – IGLTA, a American Airlines e a operadora Prime Travel foram parceiras da iniciativa.

Novos Serviços

Sistema Integrado de Informação Turística –

Depois de implantar, em 2007 e 2008, o Serviço de Atendimento ao Turista – SAT e o Disque Bahia Turismo, e reformular o Portal de Internet, o Governo da Bahia lançou em 2009 o Sistema Integrado de Informações Turísticas, que visa oferecer um atendimento amplo ao turista que visita a Bahia, abrangendo os níveis presencial, eletrônico e digital.

Atuando de forma integrada, o sistema fornece des- de informações sobre infraestrutura turística, como localização, hotéis, bares e restaurantes até números indicadores e estatísticos dos 154 municípios turísticos do Estado. O sistema atende ainda à demanda por informações acadêmicas, solicitada por estudan- tes, professores e pesquisadores da área.

No nível presencial, estão à disposição dos visitantes quatro postos de informação na capital e cinco no interior, além das unidades do SAT, que concentram em um só local a prestação dos serviços mais procura- dos pelos visitantes. O Disque Bahia Turismo – DBT, o maior *call center* de turismo do país, oferece ao turista informações por telefone, 24 horas, em três idiomas, enquanto no nível digital, o portal www.bahia.com.br e os sites institucionais da SETUR e da Bahiatursa possibilitem o fornecimento de informações a distâ- ncia. O Sistema Integrado permite a alimentação de infor- mações por todos os atendentes dos postos, SATs e do DBT, além de unificar e padronizar a informação armazenada no portal e nos sites institucionais.

Disque Bahia Turismo – O Disque Bahia Turismo é um serviço oferecido pela SETUR e pela Bahiatursa, com a finalidade de auxiliar o turista. Através do número (71) 3103-3103, o visitante pode obter infor- mações turísticas, programação de cinemas, te-



Rita Barreto

Serviço de Atendimento ao Turista - SAT

atros, shows, festas populares e ainda telefones e endereços de farmácias, hospitais e outros serviços de saúde e órgãos de segurança pública.

O serviço, que dispõe de informações em português, inglês e espanhol, pode ajudar os turistas na sua localização geográfica e no acesso aos meios de transporte para deslocamentos, dentro e fora do Estado. Oferece também informações de 154 municípios das 13 regiões turísticas. Atualmente, o serviço difunde dados sobre os segmentos turístico, cultural e áreas afins. Além disso, presta informações turísticas de eventos de grande fluxo, lazer e entretenimento, hospedagem, alimentação, navios, farmácias, auxílio policial, meteorologia e pontos turístico, e alimenta o portal www.bahia.com.br para a formação de uma base de dados para consulta por acesso remoto da SETUR e da Bahiatursa. Entre janeiro e setembro de 2009, o serviço atendeu a 13,2 mil solicitações, sendo 40% referentes a informações sobre programação cultural.



Rita Barreto

Disque Bahia Turismo - Call Center

Portal de Internet – Roteiros, hotéis, horários de vôos, eventos, informações turísticas e acadêmicas, tudo isso está disponível, diretamente ou através de *links*, no

portal www.bahia.com.br, reformulado em 2008 e reestruturado em 2009. O novo portal oficial de turismo da Bahia concentra o conteúdo vinculado ao turismo da Bahia. Trata-se de um instrumento de informação, comunicação e *marketing*, com os seus públicos diversos – população local, turistas nacionais e internacionais, investidores, estudantes, pesquisadores e comunidades específicas – que oferece uma grande quantidade de informações. O portal congrega 24 subsites de conteúdos próprios e específicos, agrupados por zonas turísticas, temas, segmentos e serviços, que estão dentro do domínio da SETUR e da Bahiatursa.

Atualmente, a SETUR e a Bahiatursa trabalham com a promoção e divulgação de 13 zonas turísticas, 13 segmentos temáticos e três produtos turísticos especiais: São João, Carnaval e Espicha Verão, além de eventos de forte apelo turístico, como o circuito automobilístico Stock Car.

Os dados estão organizados sob forma de metadados (dados sobre dados), com vistas a garantir que os mecanismos de busca possam oferecer ao usuário, de forma mais precisa, as informações desejadas. Desenvolvido em linguagem de fácil assimilação, o portal possui um grande volume de informações nos idiomas português, inglês e espanhol. Em 2009 houve 1,7 milhão de acessos. Em outubro, o www.bahia.com.br passou a contar com novos recursos multimídia em áudio, slides e fotografias.

Sites Institucionais – Diferentemente do portal www.bahia.com.br, que tem como finalidade principal a promoção da Bahia como destino turístico, os sites institucionais da SETUR (www.setur.ba.gov.br) e da Bahiatursa (www.bahiatursa.ba.gov.br) estão sendo reestruturados para oferecer ao público informações da esfera governamental, baseadas no conceito de comunicação pública.

FIGURA 1

HOME DO PORTAL - www.bahia.com.br
BAHIA, 2009

Fonte: SETUR/Bahiatursa

Sites Temporários – Para segmentar e dar mais visibilidade aos produtos turísticos, como o São João da Bahia, o Carnaval e o Espicha Verão, a SETUR e a Bahiatursa optaram por criar *hotsites* (*sites temporários*) específicos, que podem ser acessados diretamente ou através do portal www.bahia.com.br. Trata-se de uma estratégia que visa possibilitar um relacionamento direto com o público interessado pelo produto e também com os órgãos de imprensa. O resultado positivo alcançado por esse meio de difusão de informação pode ser dimensionado no São João de 2009, quando o *hotsite* www.saojoaobahia.com.br contabilizou 1,2 milhão de acessos. O mesmo aconteceu durante o projeto Espicha Verão, com o *hotsite* www.espicaverao.com.br e com o GP Bahia de Stock Car, através do blog GP Bahia de Stock Car, que em apenas uma semana de publicado recebeu mais de sete mil acessos. Em dezembro, foi lançado mais um *hotsite*, o Verão Bahia, que somente em 10 dias de funcionamento no mês de dezembro contabilizou 10,7 mil acessos.

Redes Sociais – Para atrair a atenção do público para os instrumentos de informação, a SETUR e a Bahiatursa utilizam, como ferramenta de marketing, a inclusão dos espaços virtuais nos principais *sites* de relacionamento, como *Orkut*, *Twitter*, *MySpace*, *Facebook* e *Flickr*.

Essas redes sociais têm se mostrado importantes indicadores do interesse do público, possibilitando o direcionamento e a segmentação cada vez maior da difusão de informações. Além disso, a SETUR e a Bahiatursa utilizam um sistema de *e-mail marketing*, que possibilita ao usuário receber boletins informativos sobre o segmento turístico do seu interesse.

Recursos de Interatividade – O Sistema Integrado de Informações Turísticas da SETUR e da Bahiatursa conta com dispositivos de interatividade. Além das ouvidorias dos dois órgãos, o sistema conta com o Atendimento *On-line*, disponível no portal, nos *sites* e *hotsites*. Trata-se de um Fale Conosco segmentado, que permite ao usuário comunicar-se diretamente com o setor ou departamento de seu interesse.

Observatório Econômico de Turismo – Em fase de implantação, encontra-se o Observatório Econômico de Turismo da Bahia. Trata-se de mais um espaço virtual (www.observatoriodeleturismobahia.com.br) que vai oferecer informações de mercado atua-

lizadas, baseando-se em análise de séries históricas e da previsão de tendências socioeconômicas, subsidiando, desta forma, a gestão pública e privada da atividade turística no Estado.

Trará ainda análises e comparações do movimento de embarques e desembarques dos aeroportos, ocupação hoteleira e comentários sobre editoriais e matérias da imprensa nacional e internacional sobre turismo. Além disso, contará com uma biblioteca virtual, onde poderão ser encontrados artigos, monografias, dissertações e teses sobre o turismo na Bahia e assuntos correlatos.

EIXO ESTRATÉGICO QUALIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E DO DESTINO BAHIA

A Qualificação dos Serviços e do Destino Bahia reúne as ações voltadas tanto para a capacitação profissional e empresarial dos serviços turísticos quanto para a qualificação dos destinos turísticos da Bahia. Os programas foram concebidos com vistas a possibilitar a interiorização da atividade turística e envolvem recursos municipais, estaduais, federais e privados. A captação de empreendimentos privados, estimada em US\$ 5,7 bilhões até 2017, além dos US\$ 160,2 milhões já inaugurados entre 2007 e 2009, aponta para um futuro promissor para a Bahia, principalmente na atração do fluxo turístico internacional.

Qualificação dos Serviços Turísticos

O Programa de Qualificação dos Serviços Turísticos, desenvolvido pela SETUR, tem por objetivo a captação dos recursos humanos envolvidos na atividade turística, criando a cultura do turismo para as localidades turísticas do Estado. As atividades realizadas buscam também enfatizar a importância das ações e a contribuição da comunidade para tornar o destino mais competitivo, diferenciado e propulsor de desenvolvimento econômico e social. Em 2009 foram capacitadas 1,4 mil pessoas e 404 empresas encontraram-se em processo de capacitação.

O programa é desenvolvido em duas vertentes, de acordo com a fonte de financiamento: Programa de Desenvolvimento do Turismo – Fortalecimento das Zonas Turísticas – Prodetur Nordeste II, e o Programa de Qualidade dos Serviços Turísticos – Qualificação Profissional e Empresarial, do MTur.

Programa de Desenvolvimento do Turismo

– Prodetur Nordeste II – O Programa de Desenvolvimento do Turismo – Prodetur Nordeste II iniciou suas ações de qualificação profissional e empresarial em agosto deste ano, com a contratação do Sebrae para executar a qualificação empresarial. Esta vertente do programa corresponde à modalidade Formação de Gestores do Turismo e tem como finalidade capacitar os empresários para tornar o Pólo Salvador e entorno um destino turístico competitivo, diferenciado, capaz de adotar novas ferramentas que vão influir no gerenciamento dos empreendimentos e, consequentemente, na qualidade dos serviços turísticos oferecidos.

O Governo da Bahia, através da SETUR, vem acompanhando, coordenando e analisando as ações do projeto e tem observado um bom desempenho dos executores e participação efetiva do público atendido, que abrange as zonas turísticas Costa dos Coqueiros (Lauro de Freitas, Mata de São João e Camaçari) e Baía de Todos os Santos (Salvador, Cachoeira, Itaparica e Vera Cruz), conforme mostram as Tabelas 5 e 6.

O programa envolve diversas atividades, como pode ser observado na Tabela 7.

TABELA 5

**DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA COSTA DOS COQUEIROS
BAHIA, 2009**

OCUPAÇÃO IDENTIFICADA	NÚMERO DE EMPRESAS	MUNICÍPIO		
		CAMAÇARI (*)	MATA DE S. JOÃO (*)	LAURO DE FREITAS
Empresas	163	49	87	27

Fonte: SUSET - SETUR

* Em Mata de São João, estão sendo atendidos: Praia de Forte e Imbassaí; em Camaçari, com sede em Arembepe, estão participando empresários de Arembepe, Guarajuba, Jauá e Vila de Abrantes

TABELA 6

**DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA BAÍA DE TODOS OS SANTOS
BAHIA, 2009**

OCUPAÇÃO IDENTIFICADA	NÚMERO DE EMPRESAS	MUNICÍPIO			
		SALVADOR*	CACHOEIRA	ITAPARICA	VERA CRUZ
Empresas	241	125	29	38	49

Fonte: SUSET / SETUR

*Em Salvador, estão sendo trabalhadas quatro regiões: Pelourinho/Santo Antônio Além do Carmo; Barra; Rio Vermelho/Pituba; Itapuã/Stella Maris

TABELA 7

**EVENTOS REALIZADOS
BAHIA, 2009**

EVENTO/PRODUTO	NÚMERO DE EVENTOS	NÚMERO DE EMPRESAS	RECURSOS APLICADOS (R\$ 1,00)
Material Didático e Projeto Pedagógico	-----	-----	100.000
Seminário de Lançamento	1	325*	33.421
Seminários de Turismo com Qualidade	13	525	72.000
Programa Clube da Excelência no Turismo – 1º Encontro	13	321	33.600
Programa Clube da Excelência no Turismo – 2º Encontro	13	366	33.600

Continua

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

Conclusão da Tabela 7

Programa Clube da Excelência no Turismo – 3º Encontro	13	366	33.600
Programa Clube da Excelência no Turismo – 4º Encontro	13	345	33.600
Programa Clube da Excelência no Turismo – 5º Encontro	13	328	33.600
Programa Clube da Excelência no Turismo – 6º Encontro	13	309	33.600
Programa Clube da Excelência no Turismo – 7º Encontro	13	302	33.600
Empretec – Costa dos Coqueiros	01	27**	30.000
Empretec – Salvador	01	24**	30.000
TOTAL	107	*	500.621

Fonte: SUSET / SETUR

*As empresas participantes estão contidas no quantitativo dos Seminários Turismo com Qualidade, o que inviabiliza o preenchimento do campo Total

**Os empresários do Embratex foram selecionados das turmas do Clube da Excelência

Os seminários Turismo com Qualidade foram realizados nos sete municípios abrangidos pelo projeto, sendo que, em Salvador, foram realizados quatro seminários, cada um focado em um segmento do programa (A&B, meios de hospedagem, agências de viagens e transportes/operadoras de turismo) e outro específico para a área do Pelourinho e Santo Antônio Além do Carmo, considerando sua importância estratégica para o turismo baiano.

O Clube da Excelência do Turismo contempla a promoção de 12 turmas de empreendedores e gestores de negócios turísticos, que nos 26 encontros temáticos quinzenais, com quatro horas de duração, discutem temas como liderança, gestão de pessoas, legislação trabalhista, gestão de processos, gestão financeira, marketing, responsabilidade social-empresarial, entre outros assuntos. A Qualificação Profissional deste mesmo polo está em fase de contratação da instituição executora, com início previsto para dezembro.

Programa de Qualidade dos Serviços Turísticos – O Programa de Qualidade dos Serviços Turísticos abrange vários projetos e visa ao desenvolvimento das zonas turísticas através da capacitação profissional e empresarial para o turismo: Monitores e Guias do Carnaval, Guias do São João da Bahia, Bahia é Muito Mais Verão – Qualificação, Turismo Étnico-Afro e o Projeto Olá! Turista.

Projeto Bahia é Muito Mais Verão Qualificação – O projeto beneficiará 12 municípios e abrange cursos voltados para polícia turística, taxistas, monitores turísticos, donos e funcionários de barracas de praia, bares e restaurantes, baianas do acarajé, motoristas e cobradores de ônibus, ambulantes, frentistas de postos de gasolina, e pessoas que trabalham em operadoras de eventos (segurança, caixa, barman, apoio) conforme a Tabela 8. Até o final de 2010, o projeto deve atender a 5,8 mil profissionais.

TABELA 8

**CURSOS DE QUALIFICAÇÃO BAHIA É MUITO MAIS VERÃO
BAHIA, 2009/2010**

LOCALIDADE BENEFICIADA	CURSO	N.º DE TURMAS	POPULAÇÃO BENEFICADA	RECURSOS APLICADOS (R\$ 1,00)
Salvador	Polícia – Mód. I	3	70	40.950
	Polícia – Mód. II	7	170	
	Taxistas – Mód.I	1	16	
	Taxistas – Mód.II	1	16	
	Ambulantes	1	23	

Continua

Conclusão da Tabela 8

	Representantes do Mercado Modelo	1	10	
Camaçari	Monitores do Pelourinho	1	21	
	Motoristas e Cobradores	3	99	
	Eventos	1	20	
	Barraqueiros de Praia, Bares e Restaurantes	2	31	
Lauro de Freitas	Baianas do Acarajé Ambulantes, Frentistas, Barraqueiros, Guardas Municipais/Policiais	4	122	
Entre Rios/ Saubara	Barraqueiros	8	202	
São Francisco do Conde	Quiosque e Restaurantes	3	98	
Santo Amaro/ Saubara	Barraqueiros	7	241	
Amargosa	Barracas de Festas Populares	3	92	
TOTAL		46	1231	247.330

Fonte: Relatórios de Acompanhamento da Diretoria e Qualificação e Certificação da SETUR

Projeto Turismo Étnico-Afro – Este projeto tem por objetivo realizar pesquisa de demanda e promover a qualificação de profissionais e empresários da região do Recôncavo baiano com foco no turismo étnico-afro, no mercado de trabalho e na identificação de iniciativas empreendedoras para orientação do setor de turismo étnico-afro-baiano.

Projeto Olá! Turista – O Projeto Olá! Turista, desenvolvido pelo MTur em parceria com a Fundação Roberto Marinho, tem a finalidade de capacitar 80 mil pessoas para a Copa de 2014, através da oferta de cursos de inglês ou espanhol on-line para quem trabalha diretamente no atendimento ao turista.

O projeto foi dividido em duas fases: a piloto, que está em execução nas cidades de Salvador e do Rio de Janeiro, e a implantação oficial do projeto, cujo início deve acontecer em janeiro de 2010, com a implantação de infocentros nas cidades contempladas. Esses espaços serão colocados à disposição dos alunos, que poderão acessar gratuitamente a escola virtual, com o apoio de monitores treinados.

Outros Projetos – Os projetos de Qualificação de Guias do Carnaval e de Guias do São João



Rita Barreto

Curso para Guias do Carnaval

da Bahia foram realizados para atender a ações de qualificação relativas às demandas emergenciais. Ao todo, foram capacitados 547 guias e monitores, nos mesmos moldes da capacitação realizada em 2007 e 2008.

Em 2009, a SETUR ampliou e aperfeiçoou o trabalho realizado em 2008 no projeto Guias e Monitores do Carnaval, que tem o objetivo de qualificar e estruturar o serviço de receptivo na cidade de Salvador, através do treinamento e contratação de profissionais capazes de fornecer informações seguras e precisas sobre o destino Bahia, o Carnaval e seu funcionamento (acesso,

programação, serviços públicos de saúde e segurança, em especial), localização e acesso aos serviços turísticos disponíveis, entre outras.

Na Tabela 9 é apresentado um resumo dos projetos de qualificação de guias.

TABELA 9

**PROJETOS DE QUALIFICAÇÃO DE GUIAS
BAHIA, 2009**

PROJETO	LOCALIDADE BENEFICIADA	NÚMERO DE TURMAS	POPULAÇÃO BENEFICADA
Guia de Turismo do Carnaval 2009 - Qualificação de Monitores e call center	Salvador	6	517
Seminário do Projeto São João na Bahia para guias de turismo credenciados pela Embratur	Salvador	1	30
TOTAL		7	547

Fonte: Ações desenvolvidas com recursos da Bahiatursa

A SETUR e a Bahiatursa elaboraram, ainda em 2009, diversos projetos de qualificação que deverão ser executados em 2010. Dentre eles, destacam-se: Projeto Diagnóstico do Turismo e Qualificação para artesãos, no município de Maragogipe; Projeto Identificação dos Atrativos Naturais da Chapada Diamantina; Projeto de Qualificação Profissional e Empresarial da Costa dos Coqueiros e implantação do Centro de Qualificação Profissional e Empresarial da Costa

dos Coqueiros; Projeto de Qualificação da Costa das Baleias, do Litoral Sul e para o segmento Náutico.

Fiscalização e Controle de Qualidade – Em 2009, as ações de fiscalização e controle de qualidade priorizaram o cadastramento de equipamentos, veículos e profissionais, registrando a marca de 2,1 mil atendimentos, como mostra a Tabela 10 abaixo.

TABELA 10

**SERVIÇOS DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE DE QUALIDADE
BAHIA, 2009**

ATIVIDADE	TOTAL
ATENDIMENTO GERAL	2.074
Cadastro de Empresas	881
Cadastro de Equipamentos	0
Habilitação de Empresas	0
Reclamações	45
Veículos e Embarcações	659
Guias	164
Bacharéis em Turismo	10
Condutores	12

Continua

Continuação da Tabela 10

Outros	303
PRESTADORES DE SERVIÇOS CADASTRADOS	750
Meios de Hospedagem	218
Agências de Turismo	263
Transportadoras Turísticas	64
Organizadoras de Eventos	37
Organizadoras de Feiras	0
Parques Temáticos	0
Guias de Turismo	140
Condutores	18
Bacharéis em Turismo	10
EQUIPAMENTOS CADASTRADOS	663
Veículos	662
Embarcações	1
ENQUADRAMENTO DE PROJETOS DE MH	0
CONTROLE DE QUALIDADE DE MEIO DE HOSPEDAGEM	81
INFORMES PROCESSADOS	2.114
Boh	1064
Fnrh	1050
RECLAMAÇÕES/DENÚNCIAS	228
Reclamação	45
Processos Instaurados	6
Notificações	6
Reclamações Encaminhadas/PROCON	1
Reclamações Arquivadas	30
Fiscalização/Reclamações	17
Processos em Tramitação	11
Processos Solucionados e Arquivados	6
Orientação: Consumidor/ Prest. de Serv.Turístico	106
CONTROLE DE QUALIDADE	648
Meios de Hospedagem	61
Agências de Turismo	60
Transportadoras Turísticas	16
Equipamentos de Turismo	436
Organizadoras de Feiras	75
Organizadoras de Eventos	0
Parques Temáticos	0
FISCALIZAÇÃO DE DILIGÊNCIA	173
Agência d e Turismo	85
Meios de Hospedagem	59

Continua

Conclusão da Tabela 10

Organizadoras de Eventos	0
Organizadoras de Feiras	0
Transportadoras Turísticas	26
Parques Temáticos	0
Guias de Turismo	3
Bachareis em Turismo	0
Outros	0
LEVANTAMENTO DA OFERTA HOTELEIRA	400

Fonte: Coordenação Regional Mtur - SETUR

Qualificação do Destino Bahia

As atividades desenvolvidas pelo Governo da Bahia na área de qualificação do destino envolvem ações referentes a pesquisas, sondagens e monitoramentos, investimentos em obras de construção e recuperação de infraestrutura turística e de recuperação do patrimônio físico-cultural, além da atração de empreendimentos turísticos privados para as zonas turísticas.

Pesquisas e Sondagens – Além de contratar pesquisas de turismo receptivo e de atração de fluxo a institutos de pesquisas reconhecidos nacional e internacionalmente, o Governo da Bahia investe em pesquisas próprias de avaliação da qualidade dos produtos e serviços e dos índices de satisfação do público que comparece aos eventos e utiliza os serviços turísticos. Essas sondagens têm por finalidade identificar os problemas, para possibilitar ações que qualifiquem os destinos turísticos baianos.

Em 2009, a SETUR fez diversas sondagens desse tipo. No Carnaval, foram realizadas pesquisas em Salvador, Porto Seguro, Ilhéus e Lençóis. No São João, foi aferida a qualidade das festas e da infraestrutura turística em Salvador, Ilhéus, Porto Seguro, Amargosa, Senhor do Bonfim e Cruz das Almas. Nas festividades do Bom Jesus, em Bom Jesus da Lapa e de Nossa Senhora da Boa Morte, em Cachoeira, os técnicos da SETUR realizaram sondagens de perfil e de avaliação das festas e da infraestrutura turística.

Em todas essas localidades foram adotados procedimentos de identificação e procedência dos entrevistados, e a avaliação deles sobre os mais diver-

sos serviços turísticos. Além disso, foi mensurado o grau de conhecimento e nível de satisfação dos serviços oferecidos. Os resultados dessas pesquisas são analisados e encaminhados a todos os setores dos dois órgãos governamentais para balizar as ações desenvolvidas.

Investimentos Públicos em Infraestrutura – As intervenções da SETUR em infraestrutura pública constituem ações importantes para a definição da qualidade dos destinos turísticos baianos e das condições de vida das populações residentes nessas áreas. Em 2009, deu-se prosseguimento aos investimentos já iniciados, tanto por meio de recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste para o Estado da Bahia – Prodetur NE II/BA, como por outros recursos captados junto ao MTur e do Orçamento Geral da União em 2007 e 2008.

O Prodetur NE II/BA está voltado para a melhoria das condições institucionais e de infraestrutura para a expansão e a qualificação da atividade turística no Estado. O programa envolve recursos da ordem de US\$ 78,7 milhões, sendo US\$ 39 milhões provenientes de financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, por meio do Banco do Nordeste do Brasil – BNB, e US\$ 39,7 milhões de contrapartida, distribuídos entre o Estado da Bahia e a União, com previsão de desembolso até junho de 2010.

No biênio 2007/2008 foram aplicados US\$ 46,2 milhões, sendo US\$ 21,6 milhões em 2007 e US\$ 24,5 milhões no ano de 2008, o que sinaliza um bom ritmo na implementação desse programa. Entre janeiro e dezembro deste ano foi investido um total de US\$ 14,4 milhões. Para 2010, calcula-se um investimento em torno de US\$ 18,1 milhões.

Os recursos do programa, no entanto, não se mostraram suficientes para atender às demandas. Isto levou à busca de mais R\$ 91,1 milhões de recursos oriundos do Orçamento Geral da União – OGU, repassados através do MTur para investimentos em ações de apoio ao turismo na Bahia, tendo como agente financeiro a Caixa Econômica Federal – CEF.

As ações estão distribuídas em programas que constam do PPA 2008–2011 e visam contribuir para o desenvolvimento social, econômico e cultural das áreas turísticas. O maior aporte de recursos está voltado para o fortalecimento do turismo no Estado, beneficiando municípios localizados em 11 zonas turísticas. Entre as ações em curso, destacam-se:

- **Rodovia Itacaré-Camamu** – Com extensão de 48 quilômetros e investimento de R\$ 87 milhões, a rodovia foi concluída em outubro e inaugurada em 3 de novembro. A estrada, integrante da rodovia BA-001, possibilita a união de duas importantes zonas turísticas: Costa do Dendê e Costa do Cacau. A partir de Salvador, via Bom Despacho, na Ilha de Itaparica, o novo trecho reduzirá a distância até Itacaré em aproximadamente 200 km. A partir de Ilhéus, a nova rodovia permite ainda a redução da distância do aeroporto da cidade até a Península de Maraú, que é um dos cinco destinos turísticos indutores de desenvolvimento da Bahia.
- **Projeto de Requalificação da Feira de São Joaquim** – O projeto está sendo implantado com recurso da ordem de R\$ 32 milhões e beneficia cerca 3,1 mil feirantes, através da instalação de redes de esgoto sanitário, drenagem, abastecimento de água, iluminação pública, construção de galpões para comercialização de carnes e vísceras, peixes e mariscos, e produtos hortifrutigranjeiros; estacionamento e outras intervenções significativas na enseada de São Joaquim. O projeto executivo encontra-se em análise final na CEF, com previsão de abertura do processo licitatório da execução das obras em janeiro de 2010.
- **Recuperação do Patrimônio Físico-cultural** – As obras de restauração de importantes imóveis localizados no Centro Histórico

de Salvador demandaram investimentos da ordem de R\$ 21 milhões e devem estar concluídas em meados de 2010. No rol dos imóveis restaurados encontram-se o Palácio Rio Branco, a Igreja e o Cemitério do Pilar, a Igreja do Boqueirão, a Casa das 7 Mortes, o Oratório da Cruz do Pascoal e a Igreja de N.S. do Rosário dos Pretos.

- **Cais de Camamu** – No projeto de ampliação do cais de Camamu foram investidos R\$ 2 milhões, que permitirão também obras de melhoria do cais situado no rio Orobó, na cidade de Camamu. Além de beneficiar os moradores da região, a obra possibilitará um acesso mais qualificado à Baía de Camamu, contribuindo, juntamente com a rodovia Itacaré – Camamu, para o incremento do fluxo turístico nesse importante polo turístico. O processo encontra-se em finalização no Derba.
- **Sinalização Turística do Litoral Sul** – A implantação da Sinalização Turística do Litoral Sul já está em andamento. O projeto envolve a aplicação de R\$ 2,6 milhões e prevê a colocação de 2.400 placas de sinalização turística, beneficiando 18 municípios localizados nas zonas turísticas da Costa do Dendê e da Costa do Cacau, além de parte da Baía de Todos os Santos.
- **Urbanização de Morro de São Paulo** – Com orçamento de R\$ 3,3 milhões, o projeto teve sua licitação concluída pela Conder em novembro e as obras iniciadas em dezembro de 2009.
- **Urbanização e Sistema de Esgotamento Sanitário de Imbassaí** – As obras na localidade de Imbassaí, em Mata de São João, iniciadas em 2008, envolvem recursos da ordem de R\$ 9 milhões e serão concluídas em junho de 2010.
- **Requalificação Urbana da Fonte da Bica e do Centro Histórico de Itaparica** – Serão aplicados R\$ 700 mil no projeto, e as obras foram iniciadas em novembro deste ano.

As obras financiadas pelo Prodetur NE II e a aplicação dos seus recursos constam do Anexo I.

Prodetur Nacional – A SETUR elaborou carta-consulta, priorizando a zona turística Baía de Todos os Santos, tendo como propósito principal a preparação dessa região para o desenvolvimento de diversos segmentos do turismo e sua consolidação como destino competitivo nos mercados nacional e internacional. O pleito totaliza aproximadamente US\$ 63 milhões, compostos por um elenco de ações de infraestrutura, fortalecimento da governança local, qualificação profissional e empresarial para o turismo e proteção do patrimônio histórico, cultural e ambiental.

Atração de Investimentos Privados – Dando prosseguimento à estratégia de gestão em atrair investimentos mais adequados para cada uma das zonas turísticas, levando em consideração os segmentos prioritários – náutico, golfe, aventura e étnico – e a oferta já instalada em cada uma dessas regiões, o Governo da Bahia vem desempenhando atividades voltadas para a promoção das potencialidades de investimentos privados no Estado, além de apoio institucional aos investidores.

Para isso, intensificou-se a participação em eventos nacionais e internacionais de captação de investimentos e de segmentos de turismo diversificados de interesse da Bahia. Essas promoções são de fundamental importância para a manutenção do Estado na liderança da captação de investimentos no setor turístico brasileiro, bem como para despertar a atenção de potenciais visitantes.

A partir do relacionamento estabelecido nesses eventos, a SETUR passa a manter com os visitantes dos estandes uma comunicação personalizada, através da troca de e-mails, de acordo com o tipo de evento e/ou do potencial investidor. Vale registrar que, entre os primeiros contatos e a concretização dos investimentos, com a aquisição das áreas, elaboração de planos e início da implantação dos empreendimentos, decorrem entre dois e três anos. Em 2009, merece destaque a participação nos seguintes eventos realizados no exterior, conforme a Tabela 11.

TABELA 11

EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS
BAHIA, 2009

PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS DE CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS:

Participação em Eventos Internacionais

Evento	Período	Local	Nº de Atendimentos
MIPIM – World Property Market	10 a 13 de março de 2009	Cannes/França	37
SIMA 2009 – Salão Imobiliário de Madrid	27 a 30 de maio de 2009	Madri/Espanha	68
SIL 2009 – Salão Imobiliário de Portugal	17 a 20 de setembro de 2009	Lisboa/Portugal	30
OPP Live 2009	22 a 24 de outubro de 2009	Londres/Reino Unido	23
BMP 2009 – Barcelona Meeting Point	27 de outubro a 01 de novembro de 2009	Barcelona/Espanha	50

Participação em Eventos Nacionais

Evento	Período	Local
IV Nordeste Invest	31 de março a 02 de abril de 2009	Maceió/AL

Continua

Conclusão da Tabela 11

Participação no Evento da Embaixada dos Estados Unidos SAHIC - 2nd South American Hotel & Tourism Investment Conference	10 e 11 de junho de 2009 14 a 15 de setembro de 2009	Cabo de Santo Agostinho/PE Rio de Janeiro/RJ	
Realização/Participação em Eventos Locais			
Evento	Período	Local	Nº de Atendimentos
II Seminário "O Desenvolvimento Sustentável do Turismo: O estudo de caso da África do Sul"	20 de março de 2009	Salvador/BA	
Encontro com empresários franceses da Indústria Náutica	12 e 13 de janeiro de 2009	Salvador/BA	

Fonte: SUINVEST - SETUR

Atendimento e Orientação Empresarial ao Investidor

ao Investidor – Em 2009, foi recebido através da SETUR um significativo número de empresários e potenciais investidores interessados em instalar empreendimentos turísticos na Bahia. Além dos atendimentos a demandas de informações por e-mail, destacam-se atendimentos presenciais de empresários que já adquiriram áreas ou estão realizando estudos para futuros investimentos.

Ressalta-se ainda a grande incidência de consultas à distância, decorrentes dos atendimentos realizados nos eventos. Durante o ano foram registrados cerca de 50 atendimentos presenciais e registrados três novos projetos, como os mais novos investimentos anunciados para a Bahia nos próximos anos.

A Tabela 12 apresenta o resultado dos novos investimentos anunciados em 2009.

TABELA 12

**PRINCIPAIS INVESTIMENTOS PRIVADOS
BAHIA, 2009**

EMPREENDIMENTO	UHS	PREVISÃO DE ABERTURA	VALOR EM US\$	SITUAÇÃO	EMPREGOS DIRETOS
Zona Turística Costa dos Coqueiros	500		100.000.000		500
Camaçari					
Camaçari Lagoon Resort	500	dez/12	100.000.000	Planejamento	500
Zona Turística Costa do Descobrimento	71		15.000.000		130
Porto Seguro					
Hotel Mar Paraíso (2ª etapa)	25	dez/09	5.000.000	Implantação	30
El Secreto da Bahia	46	dez/11	10.000.000	Implantação	100
TOTAL	571		115.000.000		630

Fonte: SUINVEST - SETUR

EIXO ESTRATÉGICO INTEGRAÇÃO ECONÔMICA

As ações executadas objetivando promover a integração econômica da atividade turística possibilitaram a implantação de empreendimentos privados mais integrados às economias locais e o apoio institucional necessário à inclusão da população local no sistema de geração de riqueza da cadeia produtiva do turismo. Um dos programas de maior destaque é o Programa de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva, que tem por base uma pesquisa piloto sobre a produção associada ao turismo, a primeira pesquisa deste tipo realizada no Brasil. Em outra vertente, as ações deste Eixo envolvem a gestão participativa e fortalecimento da estrutura de governança do turismo da Bahia.

Programa de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva

O programa visa incentivar a produção regional associada ao turismo e ao desenvolvimento de negócios nos diversos municípios das zonas turísticas, proporcionando o crescimento das oportunidades de emprego e a geração de renda, a partir de processos produtivos que sejam compatíveis com a vocação regional. A proposta é fomentar toda produção associada ao setor de turismo, visando a alcançar três grandes objetivos: inserir o turismo na matriz econômica do Estado, incluir a população local no sistema de geração de riqueza proporcionado pelo turismo, e implantar empreendimentos privados mais integrados às economias locais.

O programa tem como base dois projetos: Pesquisa da Cesta de Consumo dos Complexos Turísticos e da Produção Local (Produção Associada ao Turismo) e o Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais. O projeto de pesquisa é o passo inicial do programa e tem a missão de gerar subsídios para a articulação dos órgãos governamentais em três níveis: na execução do Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais, no apoio à implantação de empreendimentos privados mais integrados às economias locais e no subsídio aos diversos órgãos governamentais para a atração de investimentos públicos e privados para as regiões.

Pesquisa da Produção Associada ao Turismo

A pesquisa tem como objetivo principal realizar um diagnóstico da estrutura da oferta dos bens e serviços

turísticos e da produção local de 11 pólos turísticos do Estado. Esse diagnóstico será feito através do dimensionamento do número e das principais características dos equipamentos e empreendimentos turísticos existentes. No caso específico dos meios de hospedagem, será feito também um diagnóstico da estrutura e dimensão do conjunto de insumos e de outros meios de produção estabelecidos ou criados por essa atividade, com identificação da localidade dos seus fornecedores diretos.

Como se trata de uma pesquisa inédita para o setor de turismo no Brasil, foi realizada uma amostra piloto na localidade de Praia do Forte. Essa amostra teve o objetivo de subsidiar a elaboração do termo de referência para contratação de empresa especializada.

Projeto de Fomento à Criação de Arranjos Produtivos Locais

O objetivo deste projeto é promover a articulação entre os aglomerados de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados no mesmo território, mas que ainda não apresentam vínculos consistentes de articulação, interação, cooperação e aprendizagem. Nessa articulação estão incluídas empresas produtoras de bens e serviços finais, fornecedores de insumos e equipamentos, prestadores de serviços, comerciantes, clientes e também outras instituições públicas e privadas, voltadas para a formação e treinamento de recursos humanos, pesquisa, desenvolvimento e engenharia, além de promoção e financiamento. Embora a pesquisa que balizará o programa ainda esteja em curso, algumas ações já começaram a ser executadas.

Pescado de Itapuã

Após visita técnica à Associação de Pescadores de Itapuã, foram estudadas formas de apoio para o escoamento dos produtos da pesca e da fábrica de gelo. A garantia de escoamento da produção consolida a cadeia produtiva do turismo e, ao mesmo tempo, gera renda direta para pescadores locais. Em parceria com a Associação de Pescadores de Itapuã, o Governo da Bahia divulgará os serviços disponíveis, garantindo assim que os meios de hospedagem absorvam a produção de gelo e de pescado da associação.

Fábrica de Velas – Bom Jesus da Lapa

Após a Romaria para Bom Jesus, em Bom Jesus da Lapa, o município sofre impactos ambientais provocados pelos resíduos de cera das velas usadas durante o evento religioso. Mediante demanda local, foi iniciado um estudo técnico, em parceria com o Sebrae, para avaliar a viabilidade econômica da instalação de um Arranjo Produtivo de Velas, que aproveite os resíduos sólidos e a matéria-prima disponível para a instalação de uma fábrica de velas.

Feira das Quituteiras

Um dos grandes atrativos do bairro de Itapuã é a gastronomia. O cardápio diversificado e exclusivo faz do bairro um dos melhores locais para degustação de pratos tradicionais. No entanto, as quituteiras perderam espaço de exposição e comercialização de seus produtos, deixando uma lacuna nos atrativos turísticos do bairro. Identificando o problema, a SETUR, em parceria com o Instituto Mauá, está investindo na revitalização da Feira das Quituteiras de Itapuã.

Centro de Atendimento ao Turista e Comercialização da Produção Associada ao Turismo de Itacaré

Após visita técnica, foi identificada a inadequação do espaço hoje ocupado pelo Centro de Atendimento ao Turista e Comercialização da Produção Associada

ao Turismo de Itacaré. Além de captar recursos do MTur para este fim, foi elaborado termo de referência para licitação de uma nova instalação. O estudo preliminar encontra-se na Procuradoria Geral do Estado, que está analisando a proposta de licitação para a execução do projeto básico e executivo de arquitetura, fundações, estruturas, paisagismo, comunicação visual, interiores e instalações prediais complementares, caderno de especificações e encargos e planilhas orçamentárias, para construção das edificações destinadas a abrigar as novas instalações do Centro de Atendimento ao Turista e Comercialização da Produção Associada ao Turismo.

Programa de Regionalização do Turismo

O Programa de Regionalização do Turismo, desenvolvido em sintonia com o MTur, foi instituído pela SETUR para promover a cooperação e a parceria dos segmentos envolvidos com o turismo, principalmente com o Governo Federal, através do Fórum Estadual de Turismo e suas câmaras temáticas.

A idéia é conferir mais 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, conforme Tabela 13.

TABELA 13

**ATIVIDADES DO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO
BAHIA, 2009**

ATIVIDADE	MUNICÍPIOS	OBJETIVOS	QTD. EVENTOS
Sensibilização e mobilização das Regiões Turísticas – Estudo de Competitividade dos Destinos Indutores	Porto Seguro, Maraú, Lençóis, Salvador e Mata de São João	Apoiar e viabilizar o cronograma de pesquisa e entrevista referente ao município; Fortalecimento do grupo.	13
Roteirização Turística – Apoio na construção dos roteiros junto aos atores envolvidos	Ilhéus, Porto Seguro, Salvador, Maraú, Lençóis e Juazeiro	Avaliar e roteirizar regiões turísticas em conjunto com atores institucionais, comerciais e representantes da sociedade.	8
Oficinas de fortalecimento das instâncias de governança e reuniões dos Conselhos dos Polos	Juazeiro, Caravelas, Prado, Teixeira de Freitas, Jiquiriçá, Monte Santo, Feira de Santana, Porto Seguro, São Desidério,	Implantar, reestruturar e fortalecer os Conselhos Municipais e Regionais de Turismo das Regiões Turísticas.	28

Continua

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

Conclusão da Tabela 13

Acompanhamento do Projeto SIGEOR	Correntina, Ilhéus, Itacaré, Mucugê, Lençóis, Salvador, Mata de São João e Taperoá.	Acompanhar as atividades do Programa de Regionalização do Turismo de execução ou coordenação sob responsabilidade da Bahiatursa.	7
Planejamento e desenvolvimento turístico das Regiões Turísticas	Lençóis, Teixeira de Freitas, Taperoá, Maraú e Cairu. Maraú e Mucugê	Mobilizar e orientar atores regionais sobre a importância e necessidade do Plano Regional do Turismo e realizar oficina de planejamento turístico.	5
Planejamento do Programa de Regionalização do Turismo – repasse e orientação aos municípios	Jiquiriçá e Feira de Santana	Acompanhar o planejamento estratégico de regionalização do turismo, realizar oficina de planejamento e encontro com interlocutores.	2
Oficina de Remapeamento das Zonas Turísticas	Salvador	Realizar oficina com gestores municipais (81 municípios) e instâncias de governança.	1
IV Salão de Turismo/Roteiros do Brasil – Reuniões de planejamento e organização	Brasília	Participar de reunião de discussão sobre o evento, com a participação dos interlocutores estaduais e do Mtur.	3
IV Salão de Turismo/Roteiros do Brasil – Reuniões preparatórias para participação no evento	Lençóis, Taperoá, Juazeiro, Mata de São João, Salvador e Prado	Elaborar roteiros comerciais desenvolvidos nas oficinas de roteirização realizadas nas regiões turísticas.	7
IV Salão de Turismo – Roteiros do Brasil	São Paulo	Apresentar os roteiros comerciais das diversas regiões turísticas da Bahia.	1
Seminário de Regionalização e Oficina de Roteirização do Enoturismo Bahia – Pernambuco	Juazeiro e Petrolina	Estruturar, qualificar e ampliar a oferta dos estados da Bahia e Pernambuco, referente ao segmento do Enoturismo de forma integrada e organizada.	2
Festival Internacional da Sanfona	Juazeiro	Promover e divulgar o destino Vale do São Francisco.	1
Formatação do roteiro integrado de Turismo Étnico Bahia, Pernambuco e Alagoas	Maceió	Discussão e formatação de roteiro integrado para o Turismo Étnico nos três estados, com vistas a fortalecer a promoção dos destinos, notadamente nos mercados internacionais.	1

Fonte: Bahiatursa

Ainda no âmbito das ações relacionadas ao Programa de Regionalização do Turismo, a Bahiatursa realizou, em 27 de novembro, o Encontro Estadual de Gestores Públicos de Turismo, no Centro de Convenções. O evento, cujo principal objetivo era promover a troca de experiências de sucesso na gestão pública do turismo, bem como capacitar os municípios para a elaboração de projetos e prestação de contas, contou com a participação de cerca de 200 pessoas, entre prefeitos, secretários de turismo, gestores de órgãos oficiais, profissionais e estudantes de turismo.

Gestão Participativa

Em 2009, a SETUR coordenou os trabalhos visando implantar em 11 municípios do Estado o Sistema de Gestão Municipal do Turismo, que prevê a implementação do Plano de Fortalecimento Municipal para a Gestão do Turismo e do Patrimônio Natural e Cultural – PMGT.

O PMGT se insere nos procedimentos de execução do Prodetur/NE II. Essa ação está refletida na elaboração e execução de Planos – PMGT para os municípios de Cairu, Camamu, Itacaré, Maraú, Valença, Camaçari, Mata de São João, Itaparica, Vera Cruz, Porto Seguro e Santa Cruz de Cabrália. Além dessas ações, foram ainda desenvolvidas as seguintes atividades:

No fórum Estadual de Turismo, em 2009, ocorreram quatro reuniões nos meses de março, junho, outubro e dezembro. Estiveram presentes, em cada encontro, cerca de 100 participantes, entre convidados e convidados.

Os temas discutidos trataram da articulação do turismo com os setores da segurança pública, combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, turismo para a terceira idade, qualificação profissional e empresarial, terceirização dos Centros de Convenções, contando com as participações de organizações não governamentais, secretarias de Estado, municípios e instituições conselheiras que realizaram apresentações sobre os temas em discussão.

PROMOÇÃO DO DESTINO BAHIA

O ano de 2009 foi marcado pela continuidade das ações pautadas nas diretrizes do Terceiro Salto

do Turismo na Bahia, delimitadas com base nos seguintes objetivos: inovar o produto “Bahia” e preencher as lacunas observadas no modelo anterior, com especial atenção aos investimentos em qualificação profissional e capacitação empresarial, criação de novos produtos e maior integração econômica.

Assim, foram criadas campanhas e peças promocionais inovadoras, com o olhar voltado a novos produtos e novos públicos, buscando explorar fortemente a diversidade turística da Bahia. Os eventos realizados ou apoiados durante o ano, como o Espicha Verão – Praia 24 Horas, o São João da Bahia, o GP Bahia de Stock Car e outros, também foram alvo de campanhas especiais, elaboradas no sentido de incrementar o fluxo turístico e consolidar a imagem da Bahia como um dos principais destinos do país.

Promoção e Divulgação

A promoção do turismo envolve ações mercadológicas por meio da participação em grandes eventos do calendário turístico nacional e internacional, além de roadshows e workshops promovidos em parceria com o MTur e a Embratur. Em paralelo a essas participações, a Bahiatursa realiza diversos eventos próprios, de promoção do Estado nos principais mercados considerados prioritários.

Estratégia Promocional – A estratégia promocional adotada pela Bahiatursa está diretamente atrelada às diretrizes do atual Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo, ancorado nos eixos da inovação, da qualidade e da integração do produto turístico baiano à economia local. Essa posição estratégica é refletida e percebida na própria marca promocional utilizada em todas as incursões de promoção regional, nacional e internacional: Bahia é muito mais!

Desta forma, as ações promocionais nos mais diversos mercados estão pautadas no vetor estratégico de exploração da diversidade de opções e destinos que a Bahia oferece, baseadas nos critérios de segmentação geográfica, psicológica e comportamental que, somadas a determinadas motivações de viagem, demonstram ser fatores decisivos de influência sobre a demanda.

A configuração territorial já consolidada na divisão do Estado em Zonas Turísticas, que podem ser visualizadas no Mapa 1, permitiu uma maior visibilidade mercadológica, na medida em que

ampliou o leque de opções de produtos e roteiros e permitiu uma identificação facilitada, possibilitando a descentralização e diversificação da oferta existente.

MAPA 1

**ZONAS TURÍSTICAS DA BAHIA
BAHIA, 2009**



Fonte: SETUR

Obs.: Com o remapeamento realizado em 2009, a Zona Turística Vale do São Francisco foi desmembrada em duas – Lagos e Cânions do São Francisco e Vale do São Francisco – e foi criada a nova Zona Turística Caminhos do Sudoeste, perfazendo hoje um total de 13 zonas.

As ações de divulgação e promoção do turismo na Bahia são pautadas também considerando a segmentação psicológica e comportamental, através do posicionamento específico, para o qual se tem o mapeamento de motivações de viagem que influenciam a decisão de compra das pessoas por um determinado destino turístico: sol & praia, história & cultura, ecoturismo, esporte & aventura, negócios & eventos, turismo rural, turismo náutico, turismo de pesca, turismo de saúde, turismo GLS, turismo religioso, entre outros.

Assim, o contexto motivacional aliado à oferta turística disponível fundamenta a formatação dos novos produtos trabalhados. O ano de 2009 representou a consolidação de alguns desses produtos, como o enoturismo, e o desenvolvimento de outros, novos e promissores, como o turismo GLS.

Captação de Eventos – O turismo de negócios e eventos constitui-se em um importante fator corretivo da questão da sazonalidade sofrida pe-

los destinos turísticos. Além disso, os eventos têm uma comprovada eficácia na ação de divulgar e consolidar a imagem das cidades-sede onde se realizam, apresentando um efeito multiplicador extremamente favorável. As ações de captação de eventos são realizadas em parceria com os Convention Bureau de Salvador, Porto Seguro e Ilhéus.

O balanço dos eventos realizados durante o ano de 2009 nos equipamentos administrados pela Bahiatursa – Centro de Convenções da Bahia (Salvador), Centro de Convenções Luís Eduardo Magalhães (Ilhéus) e Centro Cultural e de Eventos do Descobrimento (Porto Seguro) – aponta para resultados positivos no que tange ao volume de eventos, como também ao público participante.

Entre os meses de janeiro a dezembro de 2009, nos três centros de convenções do Estado, foram realizados 431 eventos, que reuniram um público total de 1,2 milhão pessoas, conforme apresentado na Tabela 14, abaixo.

TABELA 14

EVENTOS REALIZADOS EM CENTRO DE CONVENÇÕES
BAHIA, 2009

CENTROS DE CONVENÇÕES	NÚMERO DE EVENTOS	PÚBLICO
Centro de Convenções da Bahia – Salvador	314	1.020.038
Centro de Convenções Luís Eduardo Magalhães – Ilhéus	107	114.667
Centro Cultural e de Eventos do Descobrimento – Porto Seguro	10	79.050
TOTAL	431	1.213.755

Fonte: Coordenação de Operações – Bahiatursa

Requalificação do Centro de Convenções da Bahia – Os centros de convenções representam equipamentos imprescindíveis ao desenvolvimento do segmento do turismo de negócios e eventos. Embora os indicadores dos últimos anos para a realização de eventos nos centros geridos pela Bahiatursa apresentem números significativos, que apontam para o crescimento do setor, os dados operacionais não acompanham exatamente este cenário. O efeito do tempo, a necessidade de modernização das ins-

talações e serviços, a política tarifária e a difícil logística para gerenciamento dos centros representam hoje entraves importantes para que se tenha resultados positivos plenos, inclusive no aspecto comercial.

Assim, foi feito, em 2009, um criterioso estudo de modelagem de negócio para os centros de convenções do Estado da Bahia, pela empresa Indústrias Criativas – Estratégias e Projetos, com o objetivo de verificar e apontar o modelo mais

adequado para a gestão de tais equipamentos. O estudo apontou a terceirização como saída mais viável para otimizar o uso e os resultados comerciais dos três centros e, neste sentido, algumas ações já foram empreendidas, tais como a realização de cinco audiências públicas – três em Salvador, uma em Porto Seguro e uma em Ilhéus – para discussão com os segmentos interessados, e o início das discussões para elaboração dos termos de referência.

Com relação especificamente ao Centro de Convenções da Bahia, importantes intervenções foram realizadas em 2009, no sentido de promover a requalificação deste equipamento. Tais intervenções envolveram reformas em diversos pontos, modernização de serviços oferecidos e de equipamentos instalados, programadas para duas etapas.

Para a realização das reformas e melhorias, foi firmado um convênio entre a Bahiatursa e a Superin-

tendência de Construções Administrativas da Bahia – Sucab, no valor total de R\$ 4 milhões, assim distribuídos: aproximadamente R\$ 1 milhão para a 1ª etapa e R\$ 3 milhões para a 2ª etapa. A primeira etapa, já realizada, foi concluída no mês de setembro. O Quadro 1 apresenta uma síntese das ações de requalificação concluídas.

A programação da 2ª etapa, a ser finalizada para o 12º Congresso das Nações Unidas de Prevenção ao Crime e Justiça Criminal, em abril de 2010, prevê a substituição da cobertura do edifício principal e do Pavilhão de Feiras; a requalificação do 4º piso e do Auditório Iemanjá; e a construção do novo auditório. Deverá ser totalmente modernizado ainda o serviço de climatização do 2º e 3º pisos, para o que a Bahiatursa dispõe de recursos da ordem de R\$ 5,8 milhões, do MTur, cujo projeto encontra-se na Caixa Econômica Federal, aguardando liberação.

QUADRO 1

REQUALIFICAÇÃO DO CENTRO DE CONVENÇÕES DA BAHIA - 1º ETAPA BAHIA, 2009

OBRAS / SERVIÇOS REALIZADOS

Modernização das seis escadas rolantes.

Modernização dos quatro elevadores sociais.

Substituição e modernização de toda a iluminação da área externa do CCB.

Modernização da iluminação interna do 4º piso.

Reforma completa em 28 sanitários, com troca de portas, substituição de forro, melhorias na iluminação e na ventilação, etc.

Retirada da cobertura metálica dos Lobbies Norte e Sul e colocação de toldos.

Substituição do gradil metálico de proteção do 1º piso e rampa de acesso ao 2º piso (868m).

Recuperação do elevador monta-carga.

Revisão completa do ar-condicionado central do 4º piso e do Auditório Iemanjá

Troca do carpete e reformas nas poltronas do Auditório Iemanjá.

Recuperação das sancas e forro das salas e auditórios do 4º piso.

Reparos na cobertura do CCB, com colocação de manta asfáltica.

Substituição da sinalização de emergência do CCB e Pavilhão de Feiras.

Serviços gerais de pintura.

Serviços de paisagismo.

Modernização da comunicação visual do Pavilhão de Feiras.

Fonte: Coordenação de Operações – Bahiatursa

Promoção Nacional – No que se refere à promoção nacional, a Bahiatursa desenvolve um trabalho baseado em um leque de ações e atividades necessárias para o relacionamento institucional com todos os representantes do *trade* turístico nacional, através dos órgãos oficiais de turismo, instituições turísticas, empresas aéreas, operadores turísticos, agentes de viagens, em-

presas de viagens e incentivos, organizadores e promotores de eventos hoteleiros e demais prestadores de serviços turísticos.

O Quadro 2 apresenta a síntese dos principais eventos de mercado nacional aos quais a Bahiatursa esteve presente no período de janeiro a outubro de 2009.

QUADRO 2

AÇÕES PROMOCIONAIS DO DESTINO BAHIA - MERCADOS NACIONAIS
BAHIA, 2009

EVENTO	PERÍODO	LOCAL	AÇÕES DESENVOLVIDAS
Workshop CVC	Fevereiro	São Paulo	Evento para público profissional, com montagem de stand institucional da Bahia noworkshop; distribuição de brindes e folheteria de promoção; apresentação de baianas e charuteiras.
Fórum Panrotas	Março	São Paulo	Evento baseado em palestras, debates e painéis conduzidos por líderes nacionais e internacionais, sobre tendências e cenários do turismo. A Bahia tradicionalmente patrocina o almoço principal do Fórum.
Minas Tour	Março		Evento para público profissional de Minas Gerais e região, com montagem de stand e distribuição de material promocional.
Encontro Braztoa	Março	São Paulo	Evento para público profissional, da associação representativa das operadoras de turismo do País, com lançamento do São João da Bahia 2009 e capacitação para 200 agentes de viagens.
Centro-Oeste Tur	Abril	Goiânia	Evento para público profissional da região Centro-Oeste, com distribuição de material promocional.
BNTM	Abril	Fortaleza	Principal rodada de negócios de turismo do Brasil; participação com stand institucional e distribuição de material promocional.
Capacitação Bahia	Maio	Rio de Janeiro	Capacitação para operadores locais.
Centro-Oeste Tur	Agosto	Brasília	Evento para público profissional da região Centro-Oeste, com distribuição de material promocional.
Feiratur	Agosto	São Paulo	Evento promocional relacionado ao segmento de Turismo Rural.
Encontro Braztoa	Setembro	São Paulo	Evento para público profissional, da associação representativa das operadoras de turismo do País, e capacitação para agentes de viagens e distribuição de material promocional.
Adventure Sports Fair	Setembro	São Paulo	Evento para público profissional e final (90.000 pessoas), do segmento de turismo de aventura; distribuição de material promocional.

Continua

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

Conclusão do Quadro 2

AVIRRP	Setembro	Ribeirão Preto	Evento para público profissional; distribuição de material promocional.
Workshop Trend Operadora	Setembro	Atibaia	Evento para público profissional; distribuição de material promocional.
Capacitação Bahia	Setembro	Vitória	Capacitação para operadores locais.
SMEC – LA – Strategic Meetings & Events Conference	Outubro	São Paulo	Evento para público profissional, relacionado ao mercado de viagens corporativas; apresentação da Bahia e distribuição de material promocional.
Semana Profissional New Line	Outubro	Ponta Grossa e Curitiba	Evento para público profissional e estudantes; realização de palestras sobre o destino Bahia; café da manhã para 80 agentes de viagens e workshop com distribuição de material promocional.
Congresso da ABAV – Exposição de Turismo	Outubro	Rio de Janeiro	Maior feira de turismo da América Latina e principal foro de comercialização e comunicação do setor, este evento atinge toda a cadeia produtiva que dá suporte à atividade. O público é superior a 20.000 profissionais que, numa atmosfera profissional, têm a oportunidade de negociar com os expositores e as delegações estrangeiras que representam todos os setores da indústria do turismo nacional e internacional. A Bahia participou com stand promocional, distribuição de folheteria e brindes, apresentações artístico-culturais, apresentação dos diversos destinos e realização de entrevista coletiva.
Promoção Bahia – Parceria Olodum	Novembro	São Paulo	Evento promocional do produto Bahia, destinado aos públicos profissional e final, com capacitação de operadores e agentes e apresentação da Banda Olodum.
Festa dos Estados	Novembro	Brasília	Feira tradicional que tem como objetivo apresentar a diversidade cultural de cada Estado brasileiro na capital do Brasil. Montagem de stand promocional com atividades relacionadas à gastronomia e culturas baianas.
Festival de Turismo de Gramado	Novembro	Rio Grande do Sul	Evento direcionado ao público profissional, com montagem de stands no Salão de Turismo Cultural e no Salão de Turismo GLS. Distribuição de material promocional e participação do trade baiano.
Footecon	Dezembro	Rio de Janeiro	Evento direcionado ao público relacionado ao futebol, como jogadores, técnicos, árbitros, gestores, dirigentes de clubes e federações, fabricantes de material esportivo, imprensa especializada, etc. Participação em parceria com a SETRE – Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte, com a finalidade de apresentar o potencial turístico da Bahia como uma das sedes da Copa do Mundo de 2014.

Fonte: Diretoria de Relações Nacionais – Bahiatursa

Outra ação no campo da promoção nacional, em 2009, foi a realização da série de workshops A Bahia é Muito Mais!, fruto da parceria estabelecida entre a Bahiatursa e a Gol. O evento é formatado com realização de palestras e capacitações, comercialização dos diversos produtos da Bahia e apresentação artístico-cultural para o público composto principalmente de operadores e agentes de viagens, organizadores de eventos e jornalistas em cada mercado.

No ano de 2009 foram escolhidos para a realização das primeiras edições do evento os quatro principais mercados emissores de turistas para a Bahia: São Paulo (15 de setembro), Brasília (14 de outubro), Belo Horizonte (11 de novembro) e Rio de Janeiro (1º de dezembro). Para 2010, o projeto prevê a duplicação do número de mercados envolvidos, além de maior participação do trade.

Promoção Internacional – No mercado internacional, a presença do Governo da Bahia em significativos espaços de promoção e comercialização de destinos gera excelentes oportunidades de promoção do destino Bahia, pois o público participante é habitualmente formado por profissionais, empresas operadoras e companhias aéreas. Atualmente, percebe-se também uma tendência de abertura dos eventos para o público final, o que pode também contribuir para os resultados positivos de tais ações promocionais. Ao todo, as feiras européias reúnem um público de cerca 700 mil profissionais ao longo do ano.

O Quadro 3 apresenta a descrição das atividades promocionais nos diversos mercados internacionais, muitos em parceria com a Embratur, com companhias aéreas nacionais e internacionais, com a Rede Globo, entre outros.

QUADRO 3

AÇÕES PROMOCIONAIS DO DESTINO BAHIA – MERCADOS INTERNACIONAIS BAHIA, 2009

AÇÃO / MERCADOS	ATIVIDADES REALIZADAS
Promoção para público final nos mercados da Europa: Portugal, Espanha, Alemanha, Inglaterra e Itália	Realização de publicidade em jornais, revistas, metrô (Portugal e Espanha); produção de material promocional para público final; licitação de empresa de promoção internacional; realização de eventos próprios; participação e apoio em eventos de grande porte.
Promoção para público final no mercado América do Sul	Ações promocionais visando à retomada do mercado Argentina; conquista de voo diário da Argentina; parceria com a TAM; realização de <i>fam tours</i> e <i>press trips</i> ; realização de eventos próprios nos mercados da Argentina e Venezuela.
Promoção para público final no mercado Estados Unidos	Fortalecimento da parceria com a Embratur; parceria com as companhias aéreas; conquista de vôos diários da American Airlines e TAM; participação em <i>road shows</i> e <i>workshops</i> ; realização de <i>fam tours</i> e <i>press trips</i> ; publicidade em jornais e revistas; produção de material promocional para público final; licitação de empresa de promoção internacional; realização de eventos próprios; participação e apoio em eventos de grande porte com retorno de mídia internacional, em parceria com Rede Globo. Foram trabalhados destacadamente os produtos Turismo Étnico, de Golfe e GLS.
Captação de voos nos mercados Europa, América do Sul e Estados Unidos	Fortalecimento de parcerias: Embratur, companhias aéreas e operadores internacionais; recuperação dos vôos da Air Europa(3 frequências); conquista do voo direto de Paris (TAM) conquista vôos diários de Miami (American Airlines e TAM); conquista de voo diário da Argentina (TAM); realização de <i>fam tours</i> e <i>press trips</i> publicidade em jornais, revistas, metrô; produção de material promocional para público final; licitação de empresa de promoção internacional; realização de

Continua

Conclusão do Quadro 3

<p>Promoção para público profissional no mercado América do Sul</p> <p>Promoção para público profissional nos mercados da Europa: Portugal, Espanha, Inglaterra, Alemanha e Itália</p> <p>Promoção para público profissional no mercado Estados Unidos</p>	<p>final; licitação de empresa de promoção internacional; realização de capacitação para operadores/agentes de viagens; realização de eventos próprios. Foram trabalhados destacadamente os produtos Turismo GLS, Étnico, Enoturismo e de Golfe.</p> <p>Ações promocionais visando a retomada do mercado Argentina; conquista de voo diário da Argentina, parceria com a TAM; produção de material promocional segmentado; participação em <i>road shows</i>; realização de <i>fam tours</i> e <i>press trips</i>; participação em feiras internacionais; realização de capacitação para operadores e realização de eventos próprios nos mercados da Argentina e Venezuela.</p> <p>Parceria com a Embratur; parceria com as companhias aéreas; publicidade em jornais e revistas especializadas; e realização de eventos próprios nos mercados de Portugal, Espanha, Alemanha e Itália com retorno de mídia internacional.</p> <p>Fortalecimento da parceria com a Embratur; conquista de voo diário dos EUA; parceria com a <i>American Airlines</i>; foco nos segmentos de Turismo Étnico e GLS; realização de <i>fam tours</i> e <i>press trips</i>; produção de material promocional para público final; licitação de empresa de promoção internacional; realização de eventos próprios no mercado dos EUA com retorno de mídia internacional.</p>
--	--

Fonte: Diretoria de Relações Nacionais – Bahiatursa

O Quadro 4 abaixo apresenta a listagem dos principais eventos internacionais – em parceria ou pró-

prios – nos quais a Bahiatursa esteve presente, no período de janeiro a dezembro de 2009.

QUADRO 4

**PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS – MERCADOS INTERNACIONAIS
BAHIA, 2009**

EVENTO	MERCADO	PERÍODO
Vakantibeurs	Holanda	13 a 18/01/09
BTL Lisboa	Portugal	24 a 28/01/09
BIT Milão	Itália	16 a 23/02/09
FITUR – Madri	Espanha	26/01 a 02/02/09
Promoção da Bahia em Frankfurt	Alemanha	09/03/2009
ITB Berlim	Alemanha	15/03/2009
Famtour Embratur (Presidentes de Empresas Distribuidoras de Turismo)	França	Abril
Famtour com Operadores de Agências de Incentivo	França	Maio
Mundo Abreu	Portugal	04 e 05/04/09
Festival de Cinema – Los Angeles	América do Norte	08/08/2009
Lavagem da Rua 46 – Nova Iorque	América do Norte	05/09/2009
Brazilian Day - Nova Iorque	América do Norte	06/09/2009
Semana da Bahia em Caracas – Venezuela	América do Sul	12/09/2009

Continua

Conclusão do Quadro 4

Evento Vila das Regatas – La Rochelle	França	13/09/2009
Lançamento Roteiro Integrado GLS – São Francisco	América do Norte	15/09/2009
Lançamento Roteiro Integrado GLS – Miami	América do Norte	17/09/2009
Top Resa	França	20 a 25/09/2009
Lavagem de La Madeleine	França	27/09/2009
Roadshow Embratur (Nice, Marseille, Lyon)	França	28 a 30/09/09
Roadshow Embratur (Bolonha, Milão, Padova e Roma)	Itália	26/09 a 03/10/09
Workshop Boston	América do Norte	22/10/2009
Workshop Washington	América do Norte	24/10/2009
Workshop Chicago	América do Norte	30/10/2009
TTG - Rimini	Itália	Outubro
WTM - Londres	Inglaterra	09 a 12/11/2009
Lançamento Estira Verano – Argentina	América do Sul	09 a 11/11/2009
October Gallery- Philadelphia	América do Norte	13 a 15/11/2009
FIT – Argentina	América do Sul	14 a 17/11/2009
Workshop Nova Iorque	América do Norte	17/11/2009
Lançamento do calendário Bahia 2010–Espicha Verão e Festival Gastronômico - Miami	América do Norte	17 a 20/11/2009

Fonte: Diretoria de Relações Internacionais – Bahiatursa

Comunicação

Publicidade – A comunicação institucional da SETUR e da Bahiatursa se destina a três públicos distintos: público final, operadores e agentes de viagens e aos veículos de imprensa, através de *press trips*. As peças promocionais de publicidade são dirigidas prioritariamente aos principais mercados nacionais emissivos: São Paulo, Minas Gerais e Brasília. Considerando que a Bahia é um grande emissor de turistas para o próprio Estado, capaz de gerar fluxo interno, a publicidade dos destinos da Bahia também é divulgada internamente. Em 2009 foram realizadas diversas campanhas promocionais dos destinos e roteiros baianos, confeccionadas peças segmentadas, criado o Sistema Integrado de Informações Turísticas e consolidada a marca Bahia Turismo.

Relacionamento com a Imprensa - Em 2009 foram gerados novos produtos de comunicação, como *newsletters* e boletins institucionais dirigidos a públicos específicos, novas edições da Revista Viver Bahia, totalmente redigida e editada pela Comunicação, além de nova reformulação

do Portal Oficial de Turismo, o www.bahia.com.br, e dos sites institucionais da SETUR e da Bahiatursa, e da criação de *hotsites* para produtos específicos, como o São João, GP Bahia de Stock Car e o Verão da Bahia.

No que se refere à mídia espontânea, somente a Comunicação Institucional da SETUR produziu, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro, 400 *releases*, que foram veiculados pela mídia impressa em diferentes publicações, como A Tarde, Tribuna da Bahia, Correio da Bahia, Bahia Negócios, Revista Carta Capital, Veja, Brasilturis, Gazeta Mercantil, Jornal de Turismo, Jornal da Metrópole, O Estado de São Paulo, O Globo, Panrotas, Recôncavo Repórter, Diário Oficial do Estado, Revista Nordeste, Revista Caras, entre outros. O elevado número de matérias ocupou nada menos que 5 milhões de centímetros por coluna, representando o equivalente a R\$ 9,7 milhões em mídia espontânea.

Bahiatursa – Em 2009, a comunicação institucional da Bahiatursa produziu 240 *releases* que foram aproveitados por publicações de grande

circulação, sendo 132 em jornais, 182 em sites e quatro em revistas. A Bahiatursa foi citada por 561 publicações.

O órgão contabilizou também o número de publicações que fizeram referência à Bahia como destino turístico. Nesse período, o Estado foi citado por 6.117 publicações de grande circulação. Desse total, 4.416 reportagens foram positivas, 862 neutras e 839 negativas, como mostra o Gráfico 6.

GRÁFICO 6

**PERCEPÇÃO DA IMAGEM DA BAHIA,
ATRAVÉS DAS REPORTAGENS PUBLICADAS
BAHIA, 2009**



Fonte: Departamento de Comunicação – Bahiatursa

Outra atividade de grande relevância no âmbito da comunicação é a realização de *press trips* e visitas técnicas de jornalistas. Os resultados dessas ações podem ser percebidos através do aumento de matérias veiculadas sobre a Bahia, do aumento de vendas de pacotes turísticos, bem como da consolidação da Bahiatursa como órgão de promoção do turismo do Estado. Em 2009, foram realizados oito *press trips*, envolvendo jornalistas brasileiros e estrangeiros que visitaram, além de Salvador, cidades como Santo Amaro, Ilhéus, Itacaré, Maraú, Juazeiro e Cruz das Almas, esta última durante os festejos de São João.

A Bahiatursa é responsável também pelo planejamento e operacionalização das ações de receptivos especiais. Tais ações são desenvolvidas em resposta a demandas de apoio apresentadas por congressos e também em eventos especiais realizados ou apoiados pela Bahiatursa. Outro importante serviço receptivo oferecido aos turistas pela Bahiatursa são os Postos de Informações Turísticas e o Serviço de Atendimento ao Turista – SAT, que fazem parte do Sistema Integrado de Informações Turísticas, já mencionado.

A Tabela 15 apresenta as principais ações de receptivos especiais realizadas no ano de 2009.

TABELA 15

**AÇÕES DE RECEPTIVOS ESPECIAIS REALIZADAS
BAHIA, 2009**

AÇÃO	PERÍODO	PÚBLICO ALCANÇADO
Receptivo Festival de Verão	Janeiro	20.000 pessoas
Receptivos regatas nacionais e internacionais	Agosto/2008	2.400 pessoas
Receptivo Espicha Verão	Março	10.000 pessoas
Receptivo na Codeba – Temporada de Cruzeiros 2008/2009	Outubro/2008 a Abril/2009	205.000 pessoas
Receptivo São João da Bahia	19 a 25/Junho	20.000 pessoas
Receptivo Independência da Bahia	02/Julho	5.000 pessoas

Continua

Conclusão da Tabela 15

"Bota Fora" São João da Bahia	18/Junho a 02/Julho	20.000 pessoas
Receptivo Corrida Stock Car Bahia	08/Agosto	10.000 pessoas
Receptivo Regata Aratu-Maragogipe	29/Agosto	2.500 pessoas
Receptivo CBF Eliminatórias Brasil X Chile		2.000 pessoas
Festival de Lençóis	12/outubro	5.000 pessoas
Ações diversas de receptivo especial no Aeroporto Luís Eduardo Magalhães	2009	100.000 pessoas

Fonte: Departamento de Comunicação – Bahiatursa

Carnaval – O Carnaval da Bahia é um produto turístico e constitui-se num evento de grande porte, do qual participam vários órgãos governamentais, incluindo a Secretaria do Turismo. Em 2009, foram desenvolvidas diversas ações de receptivo e divulgação da festa em Salvador e em vários municípios do interior do Estado. Em Salvador foram montados dois camarotes, um no Circuito Dodô (Barra) e outro no Circuito Osmar (Campo Grande) para receber personalidades e representantes do trade turístico nacional e internacional. Além disso, ampliou-se e aperfeiçoou-se o trabalho realizado, em 2008, no Projeto Guias e Monitores do Carnaval, que visa qualificar e estruturar o serviço de receptivo em cidades que são portões de entrada de turistas nos níveis presencial, por telefone, e através do portal da internet e de outras ferramentas digitais.

O projeto consiste na contratação e treinamento de profissionais da área de turismo para fornecer informações sobre o destino Bahia, localização e

acesso aos serviços turísticos disponíveis e, principalmente, sobre a festa e o seu funcionamento, como acesso, programação, serviços públicos de saúde e segurança, entre outras ações. Foram registrados 41,2 mil atendimentos, dos quais 37,4 mil se deram de forma presencial e 3,7 mil através de *call center*.

Em 2009, o serviço foi estendido para os municípios de Ilhéus e Porto Seguro. O número de profissionais no atendimento presencial e telefônico (via *call center*) foi ampliado para 450 monitores, 70 guias e coordenadores e 65 operadores de telemarketing. O Governo da Bahia, através da SETUR e da Bahiatursa, investiu também na profissionalização do serviço, contratando Guias de Turismo para atuarem como coordenadores e ampliando a carga horária do programa de qualificação dos profissionais contratados. O serviço de *call center*, que no ano anterior atuou de forma autônoma, foi interligado ao Disque Bahia Turismo e ao serviço da Ouvidoria Geral do Estado.

ANEXO I

OBRAS FINANCIADAS PELO PRODETUR NE II BAHIA, 2009

PROJETO	INVESTIMENTO (Em R\$)	ESTÁGIO
Execução dos Planos de Gestão Municipal do Turismo	1.056.471,07 PRODETUR	Em Execução
Reavaliação Regional da Gestão dos Resíduos Sólidos da Costa do Descobrimento	177.976,55 PRODETUR	Em Execução
Avaliação Reg.da Gestão dos Resíduos Sólidos do Circuito do Diamante	349.000,00 PRODETUR	Em Execução
Elaboração de PGIRS/Destino Final da Sede e Ilhas de Cairu e Boipeba	330.000,00 PRODETUR	Em Execução

Continua

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

Continuação do Anexo I

Elaboração do Estudo SocioEconômico/Aterro/Coleta Seletiva na Península de Maraú	49.012,63 PRODETUR	Concluído
Elaboração do PGIRS/Aterro/Coleta Seletiva na Península de Maraú	297.000,00 PRODETUR	Em Execução
Recuperação da Nova Sede do IPAC - 2ª Etapa	2.610.217,83 PRODETUR	Concluído
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Igreja do Rosário dos Pretos)	2.342.914,32 PRODETUR	Em Execução
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Oratório da Cruz do Pascoal	288.971,00 PRODETUR	A Iniciar
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Igreja do Boqueirão)	3.522.872,73 PRODETUR	Em Execução
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Casa das Sete Mortes)	3.142.267,10 PRODETUR	Em Execução
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Palácio Rio Branco)	7.057.024,50 PRODETUR	Em Execução
Recuperação do CHS - 6ª Etapa - (Cemitério e Igreja do Pilar)	5.315.787,90 PRODETUR	Em Execução
Elaboração do Projeto de Urbanização da Orla de Guaibim	289.000,00 PRODETUR	Em Execução
Elaboração do Projeto de Urbanização e Drenagem Pluvial de Imbassai	129.735,85 PRODETUR	Concluído
Execução das Obras de Urbanização Paisagística e Funcional do Centro Histórico de Itaparica e Bica de Itaparica	734.000,00 PRODETUR	Em Execução
Urbanização do Polo Turístico e Hoteleiro de Armação - 1ª etapa	9.538.082,08 PRODETUR	Em Execução
Elaboração do Projeto de Urbanização da Orla de Morro S. Paulo	250.000,00 PRODETUR	Em Execução
Execução das Obras de Urbanização de Morro de São Paulo	3.219.089,17 PRODETUR	Em Execução
Atualização/Elaboração do Projeto de Recuperação do Centro Histórico de Salvador	790.756,55 PRODETUR	Concluído
Implantação do SAA de Imbassaí	847.018,89 PRODETUR	Concluído
Rodovia Itacaré-Camamu	87.000.000,00 PRODETUR	Concluído

Continua

Continuação do Anexo I

Implantação da Sinalização Turística do Polo Litoral Sul	2.636.803,90 PRODETUR	Em Execução
Capacitação Profissional da Costa do Descobrimento	768.577,86 PRODETUR	Concluído
Capacitação Empresarial - Costa do Descobrimento	751.100,00 PRODETUR	Concluído
Capacitação Profissional do Polo Salvador e Entorno	2.279.663,92 PRODETUR	Em Licitação
Capacitação Empresarial do Polo Salvador/Entorno	2.550.042,00 PRODETUR	Em Execução
Apoio a Projetos de Infraestrutura Turística (CAT Litoral Norte; SATs Praia do Forte, Porto Seguro e Lençóis; Urbanização Cais de Nagé - Maragogipe) - 247884-04/2007	2.681.250,00 CEF	Em Licitação
Implantação de Sinalização Turística nos Principais Portões de Entrada da Bahia - 243940-99/2007	1.072.500,00 CEF	Em Licitação
Melhoria do Terminal Marítimo de Camamu – 247829-23/2007	2.037.750,00 CEF	Em Licitação
Climatização do Centro de Convenções - 1ª etapa – 245729-70/2007	6.435.000,00 CEF	A Iniciar
Projeto de Acessibilidade Arquitetônica e Urbanística - 1ª etapa - 245736-63/2007	4.290.000,00 CEF	Em Licitação
Infraestrutura Urbana na Orla de Salvador - 2ª Etapa - 247786-19/2007	10.725.000,00 CEF	Em Licitação
Operação Verão	1.100.000,00 MTUR	Em Execução
Estruturação do Turismo Étnico- Afro na Bahia	1.245.200,00 MTUR	Em Licitação
Implantação do Centro Profissional em Turismo da Costa dos Coqueiros - 226610-51/2007	1.955.000,00 CEF	A Iniciar
Implantação de Centro de Qualificação Profissional e Empresarial Costa dos Coqueiros 2ª Etapa - 254498-68/2008	2.117.916,67 CEF	A Iniciar
Plano de Ação Educacional e Profissional e Qualificação Profissional e Empresarial para a Região da Costa dos Coqueiros	2.140.000,00 MTUR	A Iniciar
Planejamento do Turismo Náutico em Salvador e Entorno	165.000,00 MTUR	Em Execução

Continua

Continuação do Anexo I

Reconstrução da Praça Castro Leal e Praça Dois de Julho, Reforma da Praça Barreiro de Baixo. Alagoinhas/BA - 264720-75/2008	217.222,22 CEF	A Iniciar
Construção de Praça de Lazer. Amargosa/BA - 264721-89/2008	325.833,33 CEF	A Iniciar
Urbanização, Pavimentação, Sinalização e Iluminação na Estância Hidromineral de Olivença. Ilhéus/BA - 264722-93/2008	217.222,22 CEF	A Iniciar
Reforma de Espaço para Eventos e Receptivo de Turistas. Paulo Afonso/BA - 264723-06/2008	380.138,89 CEF	A Iniciar
Implantação de Centro de Recepção ao Turista e Infraestrutura Urbana de Apoio Turístico ao Cânion do Rio do Sal. Paulo Afonso/BA - 264724-10/2008	380.138,89 CEF	A Iniciar
Adaptação do Armazém I do Porto de Salvador-Estação de Passageiros de Cruzeiros Marítimos - 1ª Etapa. Salvador/BA - 264725-25/2008	760.277,78 CEF	A Iniciar
Apoio a Projetos de Infraestrutura Turística. Salvador/BA (Estação de Passageiros Porto de SSA - 2ª Etapa) - 267327-74/2008	293.250,00 CEF	A Iniciar
Apoio a Projetos de Infraestrutura Turística - Salvador/BA (Estação de Passageiros Porto de SSA - 3ª Etapa) - 266949-72/2008	217.222,22 CEF	A Iniciar
Reforma e Requalificação da Praça D. Justino no Município de Catu e Construção de Via de Acesso ao Templo Unzo Indebwa - 266235-41/2008	130.333,33 CEF	A Iniciar
Construção do Centro de Qualificação Profissional em Turismo em Pituaçu - 262453-00/2008	325.833,33 CEF	A Iniciar
Desenvolvimento do Complexo de Atendimento Turístico do Litoral Norte - 254497-54/2008	1.368.500,00 CEF	A Iniciar
Infra-estrutura Turística na Feira de São Joaquim – 281900-15/2008	32.354.143,26 CEF	Em Licitação
Elaboração do Projeto Executivo do Palco Articulado do Pelourinho – Salvador -BA	667.000,00 MTUR	A Iniciar
Realização de Pesquisa Diagnóstica do Potencial Turístico de Maragogipe e execução de cursos de qualificação para artesãos.	111.200,00 MTUR	A iniciar
Requalificação do Terminal Marítimo da Antiga Companhia Bahiana – Salvador-BA.	2.223.000,00 MTUR	A iniciar

Continua

Conclusão do Anexo I

Pesquisa de Produção Associada ao Turismo na Baía de Todos os Santos, municípios de Salvador, Cachoeira, São Felix, Maragogipe, Itaparica – Vera Cruz e Nazaré.	277.800,00 MTUR	A iniciar
Elaboração de estudos, pesquisas e projetos para a implementação do Oceanário de Salvador.	3.038.100,00 MTUR	A iniciar
Construção do Palco Articulado no Pelourinho - Salvador/BA	4.780.000,00 CEF	A iniciar
Elaboração do PDITS da Baía de Todos os Santos	300.000,00 CEF	A iniciar
Implantação de infraestrutura urbana na localidade de Banco da Vitória, município de Ilhéus.	542.000,00 CEF	A iniciar
Implantação de arena de espetáculos no atual Parque de Exposições da Bahia, 1ª etapa.	3.250.000,00 CEF	A iniciar
Requalificação da Praça da Feirinha - Porto Seguro	434.000,00 CEF	A iniciar
Construção de escadaria para viabilizar acessibilidade ao cume do Morro do Cruzeiro – Caetanos.	108.500,00 CEF	A iniciar
Projeto de Infraestrutura Turística, para construção da Praça Alexandre Bittencourt – Nazaré.	217.000,00 CEF	A iniciar
Recuperação da Casa de Cultura de Irará - Ba	108.612,00 CEF	A iniciar
Construção de Praça pública na Av. Beira Rio, município de Paulo Afonso	166.667,00 CEF	A iniciar
Reforma de infraestrutura turística da Praça Getúlio Vargas - Tucano	217.000,00 CEF	A iniciar
Recuperação de infraestrutura turística da Praça Duque de Caxias em Catu.	162.500,00 CEF	A iniciar
Melhoramentos no terminal marítimo do Cais da Baiana - Salvador	477.000,00 CEF	A iniciar

