



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

JEFFERSON ALMEIDA ASSIS

**O INVESTIMENTO PÚBLICO EM INFRA-ESTRUTURA E O TURISMO EM
SALVADOR NA DÉCADA DE 1990**

SALVADOR

1998

JEFFERSON ALMEIDA ASSIS

**O INVESTIMENTO PÚBLICO EM INFRA-ESTRUTURA E O TURISMO EM
SALVADOR NA DÉCADA DE 1990**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
no curso de graduação de Ciências
Econômicas da Universidade Federal da
Bahia como requisito parcial à obtenção do
grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Professor Dr. Fernando
Cardoso Pedrão

SALVADOR

1998

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, pela força que sempre me deu ao longo de toda a minha vida, à minha mãe por acreditar e investir no meu potencial, à Cilene pela dedicação, amor e carinho, fundamentais para a conclusão do trabalho, aos meus familiares pelo seu apoio, a Pedrão por suas idéias acerca de turismo e pela orientação paciente da monografia e a todos que de alguma forma contribuíram para a conclusão deste trabalho.

À Cilene

RESUMO

O estudo do turismo mostra-se relevante nos dias atuais, visto que este setor contribui de forma bastante significativa no PIB de diversos países. Atualmente Salvador vem se destacando como uma das três cidades brasileiras que mais recebem turistas. Pela importância crescente do segmento turístico nesta cidade, faz-se necessário um estudo mais aprofundado sobre suas principais características e principalmente sobre os elementos que podem alavancar esta atividade. Este trabalho foi embasado em fatos e estatísticas, que definem bem hoje, uma nova realidade da atual conjuntura do turismo na cidade de Salvador, de modo a comprovar que a melhoria da infra-estrutura da cidade se configura na grande vertente para o crescimento do turismo local, demonstrando que o fluxo turístico cresceu nesta década na proporção em que aumentaram os investimentos públicos em infra-estrutura na cidade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

GRÁFICO 1	Previsão do Fluxo Turístico para 1998.....	15
TABELA 1	Os Pontos Fracos do Brasil.....	18
TABELA 2	Os Pontos Fracos de Salvador.....	19
TABELA 3	Principais Investimentos Públicos na cidade de Salvador no ano de 1998 em Execução (US\$ Mil).....	27
TABELA 4	Investimentos Públicos Estaduais em Infra-Estrutura Econômica e Social e Modernização da Base Produtiva 1996/1999 em US\$ Mil.....	30
TABELA 5	Fontes de Financiamento do Programa Baía Azul.....	31
TABELA 6	Perfil do Turismo Receptivo – O que mais agradou.....	37
TABELA 7	Perfil do Turismo Receptivo – O que menos agradou.....	38
TABELA 8	Fluxo Turístico Global segundo residência permanente.....	40
TABELA 9	Receita Gerada segundo residência permanente.....	41
TABELA 10	Investimentos anunciados entre 1995/98.....	42
GRÁFICO 2	Distribuição setorial dos Investimentos na Bahia 1995-1998 (Junho).....	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ATUAL DE SALVADOR PARA O TURISMO.....	10
2.1	CARACTERÍSTICAS DO TURISMO.....	10
2.2	BREVE HISTÓRICO.....	11
2.3	O TURISMO EM SALVADOR.....	12
3	ESTUDOS EXISTENTES SOBRE O ESTADO ATUAL DO CONHECIMENTO DO PROBLEMA DO TURISMO.....	18
4	PROJETOS E INICIATIVAS PREVISTOS PARA O DESENVOLVIMENTO TURISMO NO BRASIL E NA BAHIA.....	26
4.1	PROGRAMAS DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA.....	29
4.1.1	Programa de Expansão e Diversificação do Turismo na Bahia.....	29
4.1.2	O Programa Baía Azul.....	31
4.2	PROGRAMAS DE INCENTIVO AO TURISMO DO GOVERNO FEDERAL.....	32
4.2.1	PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo.....	33
4.2.2	PRODETUR – Programa de Ação para o Desenvolvimento Integrado do Turismo.....	34
4.2.3	FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo.....	34
4.2.4	Outros Programas.....	35
5	CARACTERÍSTICAS DO MERCADO TURÍSTICO.....	36
6	CONCLUSÃO.....	44
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
	ANEXO.....	49

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho procura demonstrar o significado estratégico da atividade turística na cidade de Salvador, demonstrando sua importância e expansão, bem como seu papel dinamizador da economia, destacando os impactos provenientes do investimento público para o crescimento desta atividade.

Desde início da década de 90, Salvador passa por profundas transformações em infraestrutura, grande parte tendo como finalidade a atividade turística, com investimentos em energia elétrica, transportes, saneamento básico, recuperação do patrimônio histórico, sistemas aeroportuários, recuperação urbanística, limpeza urbana e preservação ambiental, entre outros.

O estudo monográfico está dividido em quatro capítulos, (sem contar com introdução e conclusão), cada um deles levantando os principais tópicos e questionamentos, referentes à questão turística.

Com este intuito, o segundo capítulo contém uma avaliação da situação atual do turismo em Salvador, com um breve histórico da atividade turística e uma análise das condições infra-estruturais de Salvador, ressaltando suas potencialidades, além de estatísticas econômicas sobre este setor.

No terceiro capítulo são explicitados os estudos existentes sobre o estado atual do conhecimento do problema do turismo, com destaque para os problemas da cidade de Salvador e suas possíveis soluções, além de explicações do porquê do fraco desempenho do turismo nacional se confrontado com outros países.

No quarto capítulo são citados os projetos e iniciativas previstos para o desenvolvimento do turismo no Brasil e na Bahia, com destaque para os realizados em Salvador, com os objetivos de cada projeto e suas previsões.

No quinto capítulo, há uma síntese das características do mercado turístico local e nacional, com estatísticas que evidenciam a importância econômica deste setor.

A última parte do estudo monográfico mostra as conclusões acerca das idéias propostas, com base nos dados e nos resultados encontrados e a proposta de novas questões a serem discutidas.

2 AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ATUAL DE SALVADOR PARA O TURISMO

2.1 CARACTERÍSTICAS DO TURISMO

O turismo é um conjunto de atividades relacionadas à visita de pessoas a um determinado local, envolvendo serviços de transporte, hotelaria, restaurante, entretenimento, cultura entre outros. A idéia de viajar e fazer turismo tornou-se hábito comum, principalmente com o avanço tecnológico e facilidades dos meios de transporte. Fazer turismo reflete em cada indivíduo a abertura de novos horizontes e enriquecimento cultural.

O mercado turístico é um dos mais complexos que existem, devido às condições especiais de sua existência e à quantidade de fatores como infra-estrutura, propaganda, situação econômica, que influencia a sobrevivência e a expansão deste setor em determinada localidade.

A questão econômica está intrinsecamente ligada ao sucesso de qualquer empreendimento turístico. O estudo dos impactos econômicos produzidos por esta atividade é de relevância fundamental, visto que este setor é um dos mais dinamizadores da economia. “Os estudos econômicos internacionais têm apontado o turismo como o fenômeno mais importante na indústria e no comércio deste século.” (Carvalho, 1996, p.53).

O turista compra produtos e serviços de todos os tipos. Com isso, um volume significativo de divisas é transferido para o país em questão, com grande efeito multiplicador. Este efeito corresponde à renda gerada com a realização de gastos que irão encadear transações e consumos sucessivos alavancando a economia como um todo.

Esse conjunto de atividades aumenta a demanda agregada, induzindo a novos investimentos. A Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas de São Paulo – FINEP, estima que o multiplicador dos gastos turísticos internacionais no Brasil situe-se em 2,85. Ou seja, para cada real dispendido pelo estrangeiro no País, verifica-se um acréscimo de 2,85 reais na renda nacional.

Apesar da sazonalidade influenciar significativamente este mercado, de alguma forma, durante os 365 dias do ano, este setor gera divisas seja com turismo de negócios, turismo histórico e festas durante o ano, embora isso seja de difícil mensuração. “O setor turístico é exceção dentro da economia, pois permanece produzindo 365 dias por ano, 24 horas por dia, embora o impacto visual de sua produção seja insignificante, comparativamente ao setor industrial.” (Carvalho, 1996, p.53). Talvez por isso, a atividade turística muitas vezes passe despercebida pela população. Os estudos relacionados à atividade turística são relativamente recentes, o que dificulta as ações governamentais.

2.2 BREVE HISTÓRICO

O sonho de viajar, conhecer novos lugares, outros povos, outras culturas, vem de muito tempo. Na Grécia Antiga, por exemplo, já se praticava o turismo. As comemorações desportivas regionais de Delfos, de Olímpio e Samotrácia, atraíam milhares de forasteiros que completavam essas viagens com tratamentos termais pois as “fontes milagrosas”, situavam-se nas proximidades dos estádios e teatros. “As festas promovidas na Grécia atraíam visitantes de todas as partes, principalmente nas comemorações desportivas que tinham como principal atração as Olimpíadas” (Carvalho, 1998, p.7).

No entanto, o turismo passou a ser considerado como atividade econômica organizada a partir da I Guerra Mundial. Embora, já em 1908, tenha sido criada a Federação Franco Espanhola dos Sindicatos de Turismo, quando se destacou a importância da atividade como alavancadora do processo econômico, gerando renda e emprego.

Em 1947, organizou-se em Haia a União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo – a UIOOT, que existe ainda hoje como órgão consultor da ONU, visando dinamizar o turismo internacional.

Além da UIOOT, foram criadas outras associações, entre elas a Comissão Europeia de Turismo, a Associação Turística da Área do Pacífico (PATA), voltada para os países asiáticos e a Associação Internacional dos Cientistas de Turismo, com atuação nos aspectos econômicos da atividade turística.

Em 1957, a ABRAJET – Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo fundada no mesmo ano, filiou-se à *Fédération Internationale et Ecrivains de Tourisme* (FIJET), que ficou conhecida como órgão consultivo da UNESCO.

Segundo a OMT – Organização Mundial do Turismo, o crescimento do turismo mundial entre os anos 50 e 60 atingiu 18% ao ano. As receitas passaram de US\$ 2 milhões para cerca de US\$ 324 bilhões nos últimos 40 anos. Nas projeções para 2010, o crescimento do turismo será superior às demais atividades econômicas, com a média de 2,5% ao ano. (Melo; Souza, 1997, p.29).

2.3 O TURISMO EM SALVADOR.

Salvador é conhecida nacionalmente por ser uma cidade dotada de características marcantes, bastante favoráveis à atividade turística, tais como suas belezas naturais, os costumes característicos de seu povo e a sua hospitalidade. A primeira capital do país tem características ímpares também na questão sócio cultural, fruto da grande miscigenação que ocorreu no período da descoberta do Brasil pelos portugueses, no decorrer da colonização e mais tarde com a imigração.

Por situar-se na Região Nordeste, uma região desigual em recursos financeiros, e que precisa se desenvolver para alcançar melhores níveis de bem-estar para a sua população, a cidade de Salvador não pode deixar de explorar todas as suas vertentes potenciais para o alcance das metas de desenvolvimento. A atividade turística se constitui numa das maiores possibilidades para que seja alcançado este fim.

O turismo é uma atividade com características dinamizadoras. De acordo com as normas da EMBRATUR, pelo menos treze atividades correlatas absorvem os efeitos multiplicadores do turismo: hospedagem, transporte, alimentação, entretenimento, agenciamento, recepção, organização de eventos, interpretação e tradução simultânea, serviços de guia, informações turísticas, planejamento e consultoria turística. (Melo; Souza, 1997, p.29).

A crescente demanda por recreação e lazer gerada pelo decréscimo de carga horária de trabalho e estimulada pelo aumento de expectativa de vida da população, indica que nessa indústria existem grandes oportunidades de investimento.

A cidade tem vantagens extraordinárias para o desenvolvimento do turismo. Belas praias, clima quente praticamente o ano inteiro, patrimônio histórico, culinária típica, entre outros fatores fundamentais que conferem a Salvador as condições necessárias ao desenvolvimento da atividade turística.

Conquanto estas características sejam evidentemente importantes na captação do turista, não constituem-se nos únicos motivos que induzem as pessoas a visitarem a cidade. A questão da infra-estrutura é ítem fundamental na avaliação do turista, já que o mesmo procura em sua visita não só o lazer, mas também boas condições infra-estruturais para que possa desfrutar o máximo de conforto e tranqüilidade. “Como se pode constatar, o turismo encontra facilidade em se desenvolver nas grandes cidades, principalmente quando se oferece infra-estrutura adequada.” (Burman; Queiroz, 1996, p.68).

Salvador é uma cidade de muitos contrastes. Há muitas cidades dentro de uma só. O lado pobre, onde predominam as mazelas sociais convive com o lado rico e próspero. Mas o reflexo da pobreza está em toda parte e o turista obviamente percebe o que de fato ocorre.

O turista na visita à Salvador objetiva ser um habitante por um determinado período de tempo. E para tal, quer viver como um baiano. Por isso, procura conhecer algo mais que os pontos turísticos da cidade. Por este motivo, diversas vezes se debate com situações difíceis, onde vê de forma clara a realidade social.

Para que haja uma efetiva atração do turista, principalmente do estrangeiro, ressaltando o europeu e o norte-americano que são mais exigentes, é necessário a busca de uma cidade melhor em todos os sentidos, para que o turista sinta-se convidado a retornar muitas vezes e para que o mesmo indique a cidade para seus amigos como um bom local para se visitar, sendo esta uma forma de propaganda mais eficiente gerando maiores frutos.

Neste sentido, cabe aos órgãos estaduais e municipais e com poder de coordenar a atividade turística a busca de melhorias para a cidade na tentativa de torná-la mais atrativa, visando em primeiro lugar os moradores, pois com isto, certamente irão surgir turistas em busca dos prazeres locais e de tudo que a cidade oferece.

A resolução de alguns problemas como a falta de sinalização, a construção de sanitários públicos, limpeza e uma maior fiscalização por parte de um órgão competente nas praias certamente vai torná-las mais atraentes, com conseqüências benéficas para a cidade.

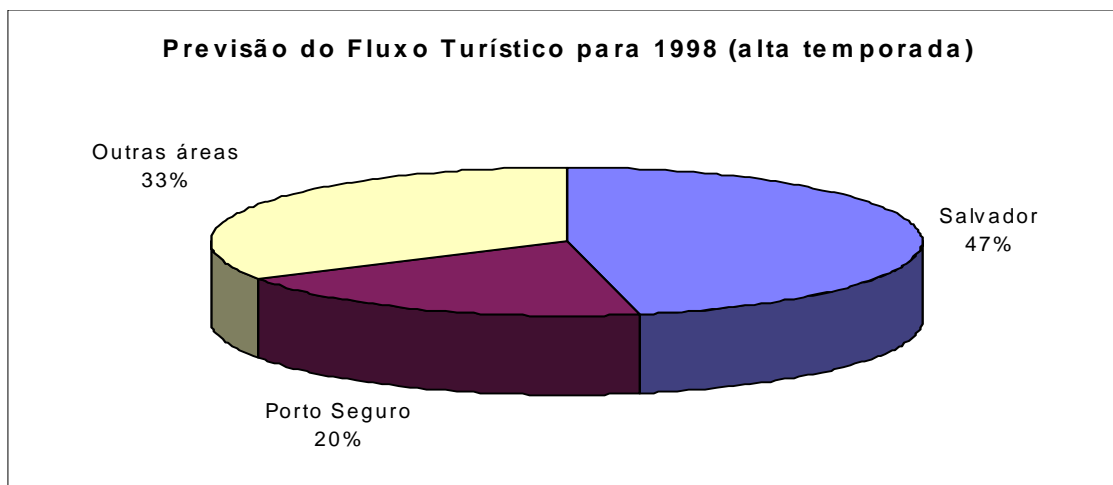
O turista procura em Salvador praias limpas e bem cuidadas. Infelizmente são raras as praias com estas características na cidade.

Apesar dos problemas enfrentados, Salvador tem melhorado bastante seu conceito ante o olhar estrangeiro. A restauração do Centro Histórico, as obras de recuperação das vias públicas, entre outras, têm contribuído sobremaneira para uma opinião melhor de quem visita a capital baiana. Com menos sujeira e uma melhor sinalização, certamente este conceito ainda vai melhorar bastante.

O turismo só passou a ter um incentivo maior recentemente. São muitos anos sem que esta atividade tenha sido levada em consideração com mais seriedade. Disto advém o pequeno fluxo turístico que se verifica na cidade se comparada a outros centros, principalmente em países mais desenvolvidos onde o fluxo é infinitamente maior que o verificado em Salvador. Um exemplo é a cidade de Las Vegas nos Estados Unidos que recebeu em 1995 um total de 29 milhões de turistas contra apenas 1,2 milhão de turistas em Salvador. (Ferreira, 1996, p.10).

A BAHIATURSA estimou para o verão de 1998 que cerca de 900 mil turistas devem chegar à Bahia, sendo 420 mil para Salvador, 180 mil para Porto Seguro e o restante para outras áreas de interesse turístico do estado, vide gráfico 1. (BAHIATURSA, 1997).

GRÁFICO 1



Fonte: Bahiatursa

Isso representa um acréscimo de US\$ 550 milhões no PIB do estado, que é de US\$ 34.200.000,00 apenas na alta-estação. Pelo menos esta é a previsão do Secretário da Cultura e Turismo, Paulo Gaudenzi, ao informar um crescimento de 6% (contra uma previsão de 4%) no fluxo turístico do estado durante o ano de 1997. Segundo estimativas da BAHIATURSA, a Bahia fechou o ano de 1997 com três milhões de turistas.

O estado da Bahia pretende investir US\$ 1,8 bilhões no turismo. De acordo ainda com Gaudenzi, a pesquisa do fluxo turístico baiano é feita o ano inteiro, a partir do boletim mensal de ocupação dos hotéis. "Em 1997, apenas um mês perdeu para o seu correspondente no ano passado: fevereiro, uma vez que o Carnaval foi realizado na 1ª quinzena", comentou.

Segundo o boletim de ocupação hoteleira, os hotéis registraram índices de 50,3% em 1996 e acima de 54% em 1997.

Sendo o turista um habitante temporário, beneficia-se da infra-estrutura local. Então, para agradar ao turista, é necessário que antes disso o morador da cidade seja beneficiado por obras que ajudem a melhorar suas condições de vida. Melhorando a qualidade de vida dos habitantes, melhora-se também a atividade turística.

A cultura é o grande diferencial do turismo baiano no mercado nacional, com características únicas no Brasil e por este motivo, estas atividades devem ser estimuladas, pois certamente o turista na visita à cidade as procura com bastante frequência.

As manifestações culturais da cidade de Salvador são exibidas nas redes televisivas de diversos países e devem ser sempre estimuladas.

Há hoje um programa de incentivo à cultura, o Fazcultura, o programa Estadual de Incentivo à Cultura, que destina R\$ 5 milhões ao ano em isenção fiscal para projetos nas diversas áreas artísticas. Entretanto, ainda está aquém do que deveria ser destinado. Certamente a isenção fiscal em projetos de áreas culturais ajuda, mas não é o bastante.

Devem haver incentivos reais em forma de espécie, como financiamentos, subsídios, entre outros, por parte do governo local para o desenvolvimento dessas atividades, tão importantes na captação do turista.

As estatísticas comprovam que investir em projetos culturais tem retorno garantido. Sendo o turista grande consumidor destas atividades, nada mais lógico que investir neste setor. De acordo com dados da BAHIATURSA, os visitantes têm uma forte participação na atividade cultural e gastam uma média de R\$ 206 milhões no consumo de shows e festas na cidade anualmente.

O potencial turístico soteropolitano é muito grande, depende das autoridades governamentais o estímulo à esta atividade. Mas não só desta. A política de “boa vizinhança” praticada pelos moradores da capital é fundamental na atração do turista. Quando o turista é respeitado, quando lhe é oferecido um bom tratamento, são maiores as chances de que volte e divulgue a cidade no seu local de origem.

As condições para o desenvolvimento da atividade turística em Salvador são extremamente favoráveis. Há previsões bastante otimistas quanto às receitas a serem geradas pelo setor nos anos subsequentes. No ano de 1997, a receita gerada pelo turismo no estado foi de US\$ 856,6 milhões e o impacto no PIB ficou em US\$ 1,62 bilhão, o equivalente a 4,3% do total.

Espera-se que em 2005 este setor consiga gerar uma receita de US\$ 1,8 bilhão e aumentar para 5%, ou US\$ 2,86 bilhões o impacto no PIB. (BAHIA, 1998).

Frente a esse quadro, espera-se mudanças positivas na atividade turística nos próximos anos, o que será demonstrado nos capítulos seguintes.

3 ESTUDOS EXISTENTES SOBRE O ESTADO ATUAL DO CONHECIMENTO DO PROBLEMA DO TURISMO.

Diversos fatores levam a conclusões pouco otimistas com relação ao turismo nacional. Este capítulo pretende demonstrar os problemas e possíveis soluções, destacando a importância da infra-estrutura básica e de apoio no desenvolvimento do turismo na cidade de Salvador.

Segundo especialistas no setor, o Brasil poderia faturar algo em torno de U\$\$ 90 bilhões ao ano com turismo, o dobro do que fatura atualmente.

Pesquisa realizada pela EMBRATUR durante o ano de 1998, tomando por base os problemas indicados pelos turistas revelam que a falta de informação sobre locais turísticos e o lixo são os principais fatores que desestimulam a sua vinda ao País.

Os principais pontos levantados na pesquisa da EMBRATUR são indicados na tabela a seguir:

TABELA 1 – Os pontos fracos do Brasil

Os Pontos Fracos	%
Sinalização Turística	21,7
Limpeza Pública	19,2
Comunicações	17,3
Transporte Urbano	13,5
Informações Turísticas	13,3
Segurança Pública	13,1
Táxis	11,8
Guias de Turismo	10,4
Aeroportos	4,6
Comércio	4,4
Diversões Noturnas	3,9
Hotelaria	3,3
Restaurantes	1,6

Fonte: Embratur

Talvez por isso, sobretudo pela falta de sinalização turística e pelas péssimas condições da limpeza pública, o Brasil seja um dos países que auferem menor faturamento no setor turístico em termos mundiais, apesar de ser a oitava economia no mundo. O desempenho do turismo no Brasil atualmente chega a apenas 4,3% do Produto Interno Bruto. Hoje o país é o quadragésimo do mundo em termos de fluxo turístico, atrás de países como China, África do Sul, etc.

Um outro fator relevante não citado anteriormente e que igualmente assusta o turista é o assim chamado “Custo Brasil”. Os preços cobrados por uma diária no país são irreais perante ao que é cobrado no Exterior. No Brasil, uma diária de um hotel cinco estrelas de São Paulo pode chegar a mais de R\$ 300,00, enquanto que um dos melhores hotéis de Nova Iorque cobra US\$ 180,00 por uma diária. (Silva, 1996, p.52).¹

Quando se estuda o comportamento do turismo na cidade de Salvador, a pesquisa aponta como principais problemas os seguintes:

TABELA 2 – Os pontos fracos de Salvador

Os Pontos Fracos	%
Limpeza	11
Miséria	9
Infra-estrutura	9
Trânsito	9
Nenhum	20
Outros	42

Fonte: Embratur.

Como se pode observar, o principal ponto fraco de Salvador é a limpeza pública na opinião dos turistas. Esse fator tem a ver não só com as verbas que são destinadas à limpeza, mas também com o nível de educação da população. Como não há nenhuma legislação específica na cidade que puna com multas quem joga um papel no chão de via pública, por exemplo, não há como haver um controle mais efetivo da limpeza e isso causa péssima impressão ao turista, que pode transmitir de forma negativa as suas impressões no seu país

¹ Considerando-se diárias avulsas, visto que o valor das diárias incluídas em pacotes turísticos é mais baixo.

de origem. “O efeito multiplicador exercido por cada visitante é muito grande e funciona tanto positiva quanto negativamente.” (Mello; Souza, 1997, p. 100).

Dos outros itens citados, a miséria, a infra-estrutura e o trânsito aparecem como fatores inibidores do fluxo turístico à cidade. Muitos desses problemas são nacionais, mas deveriam ser levados em conta pelas autoridades locais. Melhores condições de vida para a população residente refletem, obviamente, em melhores condições para os visitantes.

Há três motivos principais que levam ao fraco desempenho do turismo receptivo no Brasil:

- i) a imagem negativa do país no exterior, vinculada à violência urbana, assaltos e desmatamentos;
- ii) a falta de investimentos em promoção e na infra-estrutura turística;
- iii) O alto custo das viagens devido à distância dos grandes mercados emissores.” (Silva, 1996, p.18).

A questão da imagem do país no exterior está vinculada aos acontecimentos do dia a dia transmitido pelas grandes redes de televisão. Normalmente o que se vê é a exploração dos problemas do país em detrimento das suas qualidades. Em parte isso tem a ver com as políticas adotadas pelo governo no que diz respeito principalmente à violência nas grandes cidades. Porém há uma exacerbação dessa violência na televisão que assusta o turista estrangeiro.

Uma outra questão a ser discutida é a falta de investimentos em promoção do país no exterior. Não há no País nenhuma proposta séria de *marketing* turístico no exterior. Infra-estrutura turística é uma outra questão crucial a todo país que procura auferir rendimentos desta atividade, que é ainda pouco considerada no planejamento dos gastos governamentais.

Em relação à Bahia, este último fator se agrava, posto que este estado está entre os mais desiguais e mais carentes em termos gerais do país, o que dificulta sobremaneira a realização de investimentos em infra-estrutura.

A falta de uma política condizente com a realidade turística nacional e com as potencialidades do Brasil faz com que desta atividade seja auferida uma renda ínfima se comparada a outros países, o que é um contra-senso muito grande levando-se em conta as belezas naturais deste país de dimensões continentais e sua enorme vocação natural para o turismo.

Segundo M. Júnior, há perspectivas de que ocorra um grande crescimento no segmento do turismo nos tempos atuais, grande parte devido aos recentes avanços tecnológicos, que vem provocando sensível redução na jornada de trabalho, aumento dos dias de férias e aposentadorias precoces, que provocam um crescimento do mercado de lazer, do qual o turismo seria o segmento mais importante.

Portanto as políticas governamentais também devem visar a parcela da população mais idosa, que devido a maior experiência de vida, são mais exigentes e desejam consumir sempre serviços de primeira qualidade, o que infelizmente não é oferecido pela maioria dos estabelecimentos nem pela infra-estrutura física da cidade de Salvador. A média de idade da população mundial tem aumentado bastante, com isto essas pessoas tem que ser consideradas como prioridade em qualquer estudo relacionado à turismo. Trata-se de um público consumidor de enorme potencial.

A pirâmide etária brasileira tem uma forma inteiramente díspare da pirâmide européia. Vê-se que no Brasil, a maior parte da população é jovem, enquanto na Europa ocorre o contrário. Talvez por isso a maior parte das atrações turísticas no Brasil é destinada a uma parcela de público mais jovem, esquecendo-se dos mais velhos, que normalmente tem maior poder aquisitivo.

Uma política turística centrada na parcela de população mais idosa certamente traria efeitos benéficos ao crescimento do turismo da cidade, proporcionando um razoável incremento

da arrecadação proveniente dessa atividade, principalmente levando-se em conta a parcela de visitantes do exterior.

Outros fatores que impulsionam o turismo em Salvador segundo M. Júnior são: a proximidade dos centros emissores internacionais e razoável equidistância do Centro-Sul de onde pode receber alternativamente turistas e clima propício ao turismo de sol e praia.

No entanto, há uma necessidade de uma maior integração entre setor público e privado no sentido da viabilização de uma política consonante com a realidade da cidade e do país. Grande parte dos problemas seriam resolvidos se houvesse essa integração, com resultados bastante positivos para a atividade turística e conseqüentemente para as finanças da cidade.

Entre todos os problemas da cidade na avaliação de diversos autores, um que ganha sempre destaque como um dos principais empecilhos ao crescimento da atividade turística é o elevado preço dos serviços em relação ao mercado estrangeiro. Cobram-se valores muito altos nos restaurantes, nos hotéis, etc, o que tem afugentado o turista, principalmente o nacional, que normalmente não dispõe do mesmo nível de renda do turista estrangeiro.

Outro obstáculo é a própria capacidade de investimento do setor privado, por estes serem vultosos e por muitas vezes o investidor privado não poder contar com o apoio governamental. Aliado a estes investimentos privados, tem que haver uma parceria com o governo no que diz respeito à melhoria da limpeza pública, da segurança, do saneamento, enfim diversos outros fatores que muitas vezes não tem como ser arcados somente pela iniciativa privada e que terminam por inviabilizar muitos projetos.

Mas também há de convir que os governos não tem que realizar tudo sozinhos, tem que haver uma parceria entre os setores público e privado no sentido da promoção conjunta de investimentos no setor turístico.

Uma opinião bastante salutar é a do professor do curso de especialização em Turismo do CEPOM/FACTUR, Jorge Antônio Santos Silva: “Dispondo de um produto peculiar e diferenciado em poder de atratividade e motivacional, o turismo na Bahia necessita de um

trabalho integrado e participativo, em parceria, visando dotar este produto de uma imagem sempre renovada e de alta qualidade.” (Silva, 1996, p.35).

Há diversas possibilidades para os turistas. Existem locais extremamente belos e atraentes em todo o mundo. Por isso a busca de inovações é fundamental. A concorrência é acirrada em busca do turista e ganha aquele que consegue oferecer um produto diferenciado e de melhor qualidade. Quem não diferencia seus produtos tende a perder mercado e é nessa busca incessante por “novidades” que o promotor de atividade turística deve se concentrar.

O mercado turístico é extremamente volátil e sensível às mudanças. Em qualquer análise de desempenho do turismo deve-se levar em conta as flutuações de renda, as diferenças cambiais, as condições infra-estruturais, de acessibilidade, os preços praticados, qualidade dos serviços, *marketing*, etc. Por isso a análise é tão complexa, pois a quantidade de fatores que influenciam diretamente na atividade turística é muito grande, tornando mais difícil o seu estudo.

Preço e qualidade são decerto dois fatores muito importantes a serem considerados pelo turista na visita à uma localidade. Verifica-se, talvez pela esperteza que o brasileiro quer sempre demonstrar, que há uma tendência do comerciante local em diferenciar preços quando se trata de turista, cobrando valores mais elevados. E é essa imagem negativa que o turista guarda da cidade. Recente pesquisa encomendada pela BAHIATURSA no Aeroporto Internacional Luís Eduardo Magalhães afirma que o alto custo está em primeiro lugar dentre os itens que afastam o turista estrangeiro, enquanto a violência aparece em 5º lugar. O péssimo serviço e a falta de informação turística também aparecem com destaque.

No Brasil há um contraste entre as riquezas culturais, as belezas naturais e a deficiência na qualidade dos serviços prestados. Diante desta contradição, surge o conceito de hospitalidade², este que muitas vezes é considerado redundante para o brasileiro, considerado um dos povos mais hospitaleiros do mundo. Mas a realidade é que este conceito extrapola a idéia de calor humano e abrange um conjunto de competência, serviços, infra-estrutura e recursos destinados a receber bem o turista para que este se sinta disposto a retornar ao país além de indicá-lo a amigos e parentes.

² Entenda-se hospitalidade como acolhimento afetuoso (def. Aurelio).

Um exemplo que pode ser citado está nas praias de Salvador. Falta sinalização com o nome, sanitários públicos, limpeza e uma maior fiscalização por parte de um órgão competente para torná-las mais atraentes. A favelização³ de algumas barracas também é gritante e não condiz com o exuberante cenário natural.

Uma outra questão que merece atenção é a qualidade dos serviços. O turismo é uma atividade essencialmente de serviço, que só é produzido no ato em que é consumido, e ainda deixam muito a desejar na maioria dos estabelecimentos da cidade. Pesquisa recente realizada pela EMTURSA e SENAC, entre turistas, publicada na revista *Análise & Dados*, revelou que de modo geral os serviços não obtiveram mais de 50% de aprovação por parte dos entrevistados.

A mão-de-obra exerce papel fundamental no papel de atração de pessoas e, conseqüentemente, de capitais. Um mau atendimento pode causar péssima impressão e por conseqüência afugentar o turista. Dentre as categorias profissionais, a que obteve maior índice de reclamações foi a de taxistas, acusados de ludibriar os turistas realizando sempre o caminho mais distante, auferindo uma maior rentabilidade às custas dos visitantes.

A qualidade da formação escolar no Brasil, extremamente deficitária, considerando que a maior parte dos brasileiros não consegue sequer concluir o 1º grau, interfere na qualificação da mão-de-obra fazendo-se necessário dotar estes profissionais de ferramentas básicas para a prestação de melhores serviços. Isso é fundamental para que Salvador possa atrair mais turistas, visto serem os serviços de fundamental importância em qualquer localidade.

Segurança é outro item fundamental na escolha do turista. É notável na cidade a ausência de um policiamento mais ostensivo em toda a orla marítima, região de grande fluxo de pessoas, principalmente à noite.

Um outro grande empecilho à estada do turista é a falta de *stands* de informações e orientações para os turistas avulsos, que ficam então à mercê das agências de turismo e da boa vontade das pessoas. Faltam pessoas com maior conhecimento de línguas estrangeiras

³ Entenda-se favelização como utilização dessas barracas como moradias precárias.

e que tenham condições de dar informações para que o turista consiga aproveitar melhor sua estada.

Diante da problemática, percebe-se a grande necessidade de investimentos governamentais, em virtude da deficiência na infra-estrutura adequada ao atendimento ao turista.

Salvador, por suas particularidades, tem o maior potencial de crescimento turístico da região Nordeste, entretanto este potencial ainda é sub-aproveitado. O aproveitamento deste só trará benefícios à economia soteropolitana, principalmente com a geração de empregos e de renda.

4 PROJETOS E INICIATIVAS PREVISTOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO BRASIL E NA BAHIA

Neste capítulo serão abordados os programas de governo na área turística que estão sendo executados nas esferas federal e estadual, com suas características básicas, seu campo de atuação e suas influências na tentativa da melhoria da qualidade do produto turístico no Brasil e na Bahia bem como o volume de investimentos públicos em Salvador em execução.

O grande potencial turístico de Salvador passa pelo seu aspecto cultural e de lazer e para tanto estas atividades devem ser incentivadas como os principais atrativos para o turista.

O consumidor dos serviços turísticos está cada vez mais exigente, melhor informado. Em vista disso, a concorrência está mais acirrada e para que a cidade de Salvador possa disputar uma fatia nesse mercado terá que oferecer ao turista condições para que este se sinta satisfeito ao visitar a cidade.

O turista exige organização como um dos fatores primordiais. Os imprevistos ruins da viagem serão sempre exacerbados como prejudiciais ao estabelecimento de um determinado local como pólo turístico. Por isso, políticas condizentes com o bem-estar do turista e planejamento, serão sempre favoráveis ao crescimento desse setor. “Para merecer inclusão no rol das grandes atividades humanas, o turismo não prescinde da organização de seu arcabouço instrumental e do planejamento do seu conteúdo dinâmico, aquela permanente e este sazonal, definidos no que se poderia chamar de política de turismo.” (Carvalho, 1996, p.109).

Portanto a atividade turística demanda gastos substanciais para que consiga se desenvolver. Por isso, só a iniciativa pública dispõe de capital para desenvolver este setor. “Organizar e planejar o turismo é tarefa tão onerosa e tão complexa que sua implementação só pode ficar a cargo do poder público” (Carvalho, 1996, p.110).

A questão da infra-estrutura é talvez o item mais importante quando se trata de turismo e demanda investimentos bastante onerosos. “Turismo bem organizado e bem planejado

pressupõe um complexo infra-estrutural (sistema viário, saneamento básico, segurança, etc), além da conservação cuidadosa de bens turísticos, sólido apoio às empresas privadas do ramo, preparação de mão-de-obra especializada e educação generalizada para o trato com o turista.” (Carvalho, 1996, p.109).

Abaixo são destacados os principais investimentos públicos sendo executados em Salvador na atualidade.

TABELA 3 – Principais Investimentos Públicos na cidade de Salvador no ano de 1998 em execução (US\$ Mil)

Em execução	Instituição	Valor
Sistema de Esgoto Sanitário	EMBASA	325,00
Sistema de Esgoto Melhoria	EMBASA	3.766,00
Recup. Da Catedral Basílica	IPAC	4.104,00
Projeto Baía Azul	EMBASA	600.000,00
Ampliação do sistema de energia	COELBA	3.234,00
Recuperação Centro Histórico 5ª etapa	IPAC	21.678,00
Convento do Desterro	IPAC	350,00
Memorial do Centro Histórico	IPAC	900,00
Parque Costa Azul	COND	2.550,00
Saneamento Novos Alagados	COND	4.000,00
Recuperação Centro Histórico 4ª etapa	IPAC	3.743,00
Aterro Sanitário	COND	2.690,00
Ampliação Aeroporto Luís Eduardo Magalhães	COND	70.000,00
Rec. Av. Contorno/Solar do Unhão	COND	16.400,00
Urbanização do Dique do Tororó	COND	6.000,00
Despoluição do Dique do Tororó	EMBASA	63,00
Total	–	739.803,00

Fonte: CODETUR – Coordenação de Desenvolvimento do Turismo

Verifica-se facilmente que os investimentos públicos na cidade estão concentrados em áreas de potencial turístico, como as praias, o Centro Histórico, entre outros. Isto se deve ao vínculo que existe entre os investimentos privados e os investimentos públicos.

Em destaque vê-se o Projeto Baía Azul, citado e comentado posteriormente e a ampliação do Aeroporto Luís Eduardo Magalhães, que inclui a ampliação da área de passageiros de 27 mil metros quadrados para 47 mil metros quadrados, instalação de pontes de embarques para 12 aviões, e ampliação do pátio de manobra dos atuais 60 mil metros quadrados para 160 mil metros quadrados, sendo possível atender a 22 aviões de médio e grande porte ao mesmo tempo e quatro milhões de passageiros por ano. (Bahia Investimentos, 1998, p.29).

O investimento privado influencia a definição das metas do governo em termos de aplicações de recursos. Assim como um investimento em um hotel, para ter viabilidade econômica, precisaria estar acompanhado de investimentos em transporte, segurança, água, esgoto, entre outros para que haja o sucesso do empreendimento.

Quando ocorre a implantação de um determinado empreendimento por parte da iniciativa privada, há necessidade de uma melhoria da infra-estrutura local e deve haver uma parceria entre a iniciativa privada e o governo para promover essas benfeitorias.

Com este ponto de vista, não necessariamente ocorre um investimento do governo em uma área, simplesmente por ter sido criado nesta uma determinada obra privada, mas uma das condições necessárias para o sucesso do empreendimento é que ocorram beneficiamentos tais como nas áreas de saneamento básico, condições de acesso, telefonia, entre outros, que exige muitas vezes vultosos investimentos dos governos locais.

O turismo está intrinsecamente atrelado ao bom funcionamento de uma cidade e com esta preocupação estão sendo desenvolvidos diversos programas com a função específica de desenvolver ações que promovam o desenvolvimento desta atividade.

Por Salvador ser a capital do Estado, oferece boa infra-estrutura, mas ainda há muito o que melhorar. Quando se foca este tema, a questão principal é o bem-estar da população local,

pois só criando-se boas condições de vida para os residentes, pode-se também, por consequência, obter-se um ambiente mais apropriado para a visita do turista.

Verifica-se atualmente que há um incentivo maior por parte do governo para a área turística, bastando para isso observar os gastos que estão sendo realizados pelos governos com o objetivo de aumentar o fluxo turístico local. No caso específico da Bahia, o governo do estado assegurou dentre os seus gastos grande parcela para o incentivo ao turismo e a maior parte se destina a Salvador, apesar de ainda não serem suficientes para um melhor aproveitamento do potencial turístico da cidade. A seguir serão demonstrados alguns destes programas.

4.1 PROGRAMAS DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA

4.1.1 Programa de Expansão e Diversificação do Turismo na Bahia

O Plano Plurianual Oficial do Governo do Estado da Bahia é um resumo das ações que foram tomadas no ano de 1998 com previsão de conclusão no ano de 2012 nas áreas de atuação do governo, destacando-se o Programa de Expansão e Diversificação do Turismo na Bahia. As principais metas são:

- Modernização e melhoria do Centro de Convenções (já realizado);
- Fortalecimento da infra-estrutura turística estadual;
- Fortalecimento da atividade turística no âmbito do Centro Histórico de Salvador;
- Apoio aos investimentos voltados para a implantação, recuperação e/ou ampliação de equipamentos e serviços turísticos pelo PROTURISMO;
- Concessão de financiamento para renovação da frota de táxi pelo PROTAXI;
- Elaboração do Plano de Manejo em áreas de interesse turístico do Estado;

- Promoção de ações para desenvolver o potencial do turismo náutico do Estado;
- Desenvolvimento de ações de proteção ambiental em regiões do Estado com potencial turístico;
- Uso intenso de *marketing* na promoção do turismo em âmbito estadual, nacional e internacional.

Abaixo vê-se o volume de investimentos públicos estaduais no programa de Expansão e Diversificação do Turismo na Bahia.

TABELA 4 - Investimentos Públicos Estaduais em Infra-estrutura Econômica e Social e Modernização da Base Produtiva 1996/1999 em US\$ Mil

Discriminação	1996	1997/1999	1996/1999
Recuperação, ampliação e modernização do sistema de transporte	239.440	484.705	724.145
Aumento da oferta de energia e geração alternativa	39.596	41.522	81.118
Renovação e ampliação da rede de comunicação	7.084	12.728	19.812
Implantação da Infra-estrutura Hídrica	90.942	297.615	388.557
Ampliação e melhoria do sistema de saneamento	136.154	535.783	671.937
Educação de qualidade e qualificação para o trabalho	409.520	876.162	1.285.682
Saúde e qualidade de vida	395.341	1.126.017	1.521.358
Reestruturação seletiva da indústria	51.058	298.653	349.711
Dinamização do comércio baiano	5004	92.488	97.492
Expansão e diversificação do turismo	56.052	463.419	519.471

Fonte: Plano Plurianual de Investimentos do Estado – 1996/1999 – Seplantec e Asplans.

4.1.2 O Programa Baía Azul

O Programa Baía Azul, representa o maior conjunto de obras e ações na área de saneamento e meio ambiente que o Governo do Estado da Bahia realiza desde os primeiros anos da década de 1970, quando se deu o início da implantação do sistema de esgotamento sanitário de Salvador e das cidades de grande porte do Estado. Para mudar esse quadro de degradação ambiental existente, tanto na Baía de Todos os Santos como nos centros urbanos que a circundam, serão gastos US\$ 600 milhões, financiados de acordo com a tabela abaixo:

TABELA 5. - Fontes de Financiamento do Programa Baía Azul

Em milhões de US\$	
INSTITUIÇÃO	INVESTIMENTO
Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID	264
Banco Mundial – BIRD	73
Overseas Economic Cooperation Fund – OECF	80
Caixa Econômica Federal – CEF	21
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES	65
Governo do Estado da Bahia	97
Total	600

Fonte: Plano Plurianual de Investimentos do Estado – 1996/1999 – Seplantec e Asplans.

A maior parte dos recursos será aplicada em esgotamento sanitário e abastecimento de água. Além disso, serão implementadas ações que objetivam a melhoria dos serviços de coleta e disposição final dos resíduos sólidos(lixo), a intensificação do controle da poluição industrial, principalmente em relação aos lançamentos de efluentes na Baía de Todos os Santos e o desenvolvimento de projetos de educação sanitária e ambiental.

O Programa vai beneficiar mais de 2,5 milhões de pessoas que vivem nos municípios que circundam a Baía de Todos os Santos, especialmente Salvador, a terceira cidade mais populosa do País. Em cinco anos, o Bahia Azul vai garantir a Salvador um atendimento em

esgotamento sanitário de aproximadamente 80% da sua população, posicionando-se como uma das capitais melhor atendida por esse tipo de serviço no Brasil.

Com o Programa serão gerados mais de 100 mil empregos diretos e indiretos. Além desses empregos temporários, surgirão postos de trabalho permanentes a partir da revitalização econômica do Recôncavo, com seu extraordinário potencial para o turismo, com sua beleza e patrimônio cultural. Sua repercussão vai se refletindo sobretudo na melhoria do padrão da saúde pública, reduzindo a mortalidade infantil e a ocorrência de doenças transmissíveis por veiculação hídrica. Com isso além da melhoria de vida da população local, haverá possibilidade de uma maior atração de turistas que buscam na limpeza e no saneamento básico um dos pré-requisitos na visita à uma cidade. É um programa que tem influência decisiva na atração do turista, por tratar-se de uma obra que trará grandes melhorias à cidade em termos de limpeza e saneamento básico, melhorando seu aspecto. (Embratur, 1998).

O impacto mais visível para o turista será a limpeza de praias hoje consideradas impróprias para o banho.

4.2 PROGRAMAS DE INCENTIVO AO TURISMO DO GOVERNO FEDERAL

Os programas mais recentes de apoio ao turismo do Governo Federal são prioridade e destinaram maior atenção ao setor turístico. “A definitiva transformação do turismo no Brasil ocorreu durante a campanha eleitoral de 1994, com a apresentação à sociedade do programa de governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso – Mãos à Obra -, que priorizou o turismo como instrumento de desenvolvimento econômico e social.”(Carvalho,1996, p. 89).

A seguir algumas iniciativas tomadas pelo governo.

4.2.1 PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

Em 1995, a EMBRATUR iniciou o processo de descentralização do turismo com o programa denominado PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo, cujo

objetivo é o desenvolvimento turístico pela conscientização da comunidade para a sua importância, como um instrumento de crescimento econômico que contribui para o melhoramento da qualidade de vida da população, bem como geração de emprego e renda. Este programa visa conscientizar os municípios para o fato de que somente possuir atrativos ou potencial turístico não é suficiente para que o turismo cresça.

O PNMT segue a orientação da Organização Mundial do Turismo - OMT e é coordenado pelo Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, através da EMBRATUR, em parceria com o SEBRAE, SENAC, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, ABOMTUR - Associação Brasileira de Organismos Municipais de Turismo e AMPTUR - Associação Brasileira de Municípios com Potencial Turístico, além de contar com o apoio e participação das Instituições de Ensino Superior em diversos estados brasileiros. Hoje o PNMT é conveniado com o Programa de Artesanato Brasileiro do MICT e o Programa Comunidade Solidária, que juntos desenvolvem ações em prol de seus segmentos.

Além de ações que visam a descentralização das gestões turísticas no Brasil, sejam elas em escala federal, estadual ou municipal, o Programa utiliza-se de uma metodologia, conhecida como ZOPP (Planejamento por objetivos), para repassar as técnicas organizacionais, operacionais e institucionais aos Monitores Municipais indicados em todo o Brasil.

A princípio, o PNMT convoca os monitores indicados a participarem de uma Oficina de Treinamento de Monitores Municipais (Oficina de 1ª fase), onde serão conscientizados e sensibilizados quanto a importância de trabalhar primeiro as suas comunidades, depois são novamente convocados, dando continuidade no processo de implementação do Programa, para participarem da Oficina de 2ª fase, onde, depois de serem desenvolvidas ações que visam a conscientização da comunidade, entenderão melhor sobre a criação de um Conselho Municipal de Turismo, a elaboração de um Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal e a Instituição de um Fundo Municipal de Turismo.

Atualmente, o Programa, que é destinado a 1.570 municípios de Potencial Turístico cadastrados pela EMBRATUR, na Deliberação Normativa nº 366 de 4 de setembro de 1996, conta com aproximadamente 700 municípios engajados e cerca de 900 monitores

municipais treinados em todo o Brasil, além de 36 agentes multiplicadores nacionais e 160 agentes multiplicadores estaduais, ambos representantes das instituições parceiras nas esferas federal e estadual, respectivamente.

4.2.2 PRODETUR - Programa de Ação para o Desenvolvimento Integrado do Turismo.

O PRODETUR é um programa global de desenvolvimento turístico regional, estruturado e concebido pelos Governos Federal e Estadual, para financiar a implantação de infraestrutura de suporte ao turismo, propiciando e incentivando investimentos da iniciativa privada para implantação de equipamentos turísticos. É a primeira experiência no campo de desenvolvimento turístico regional a ser implementada no País, com financiamento externo. Para o PRODETUR Nordeste estão sendo liberados recursos da ordem de US\$ 800 milhões. Constitui-se no novo modelo de gestão e planejamento turístico na região.

Como resultado do aumento do fluxo de turistas para uma das regiões brasileiras menos desenvolvidas, a demanda de bens, equipamentos e serviços crescerá nas mesmas proporções. Como esse aumento será gradativo, conforme se aperfeiçoe a infra-estrutura, prevê-se um contínuo movimento de criação de empregos na região, sobretudo nas capitais e localidades de interesse turístico, com sensível melhoria nos padrões de vida nessas cidades. Todas estão sendo beneficiadas pela modernização e aperfeiçoamento das condições de acesso. Conseqüentemente, haverá também redução de custos de transporte e hospedagem para os visitantes, o que acarretará em crescimento do fluxo turístico.

4.2.3 FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo

O FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo, que liberou no ano de 1996 recursos da ordem de US\$ 54 milhões para o financiamento de reformas, ampliação e modernização de diversos empreendimentos objetivando a melhoria da infra-estrutura turística receptiva, quantia que se junta ao 1 bilhão de dólares liberado pelo BNDES para o financiamento de novos projetos na área turística.

4.2.4 Outros Programas

A todos estes programas soma-se a inserção do turismo no Plano Plurianual 1996/1999 do Governo Federal que vai permitir a ampliação das ações em curso, com R\$ 24 milhões em gastos na promoção da imagem do Brasil no mercado internacional, R\$ 40 milhões para financiamento através do FUNGERTUR do micro e pequeno empresário, R\$18,3 milhões para a melhoria de aeroportos no Nordeste e R\$ 16 milhões do Ministério do Trabalho/FAT para captação de 56 mil trabalhadores que já atuam no setor turístico.

As perspectivas são de que com os investimentos citados o Brasil terá condições de oferecer um produto competitivo a nível mundial. Os governos tanto em nível federal quanto estadual estão descobrindo que o turismo é uma grande fonte de receita e geradora de empregos em qualquer país que leve a sério uma proposta de incentivo ao mesmo. “Jamais a indústria brasileira do turismo dispôs de tantos recursos e, ao mesmo tempo, de tão sólido apoio da sociedade organizada. Fatores que levaram a canalização de US\$ 1,27 bilhão para a construção pelo setor privado de vários pequenos parques temáticos no país, que estarão em funcionamento até o final de 1998. Sem falar da Bolsa de Negócios Turísticos da EMBRATUR, de US\$ 3,5 bilhões em novos empreendimentos hoteleiros já cadastrados.” (Carvalho, 1996, p. 8).

O sucesso dos projetos e das iniciativas previstos está na sua efetiva aplicação por parte dos governos, propiciando um grande desenvolvimento do setor turístico em nível federal, estadual e municipal.

5 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO TURÍSTICO EM SALVADOR

Em termos de mercado soteropolitano, pode-se comprovar facilmente a importância deste setor na economia local.

O mercado turístico na cidade de Salvador é bastante promissor. Cidade de muitas belezas naturais e de uma cultura ímpar no País, é ponto de encontro de milhares de pessoas que buscam essencialmente o descanso e o lazer, mas que hoje também está situada no circuito nacional de convenções e de feiras de negócios, onde anualmente empresários de todas as estirpes discutem sobre a mais variada gama de novas oportunidades de investimento e onde são ofertados novos produtos turísticos de todos os tipos a cada ano.

Salvador tem boas opções de se aprofundar em turismo de negócios em combinação com o turismo de passeio, mediante os acordos de hotéis com categorias profissionais e empresas de transporte.

Salvador deixou de ter uma conotação essencialmente para turismo de lazer e passou a ter importância no turismo de negócios, um segmento bastante significativo. “Um novo turismo se revela em Salvador, que caminha para se tornar uma grande cidade, melhorando o suporte infra-estrutural para o setor, com a expansão dos serviços e com o aparecimento de novas opções de compras e lazer, a exemplo dos Shopping Centers e dos parques de entretenimento. Essas condições propiciam o incremento do turismo de negócios.” (Burman; Queiroz, 1996, p.68).

Para que a posição de Salvador como pólo atrativo de turistas seja mantida e ampliada nos próximos anos, faz-se necessária a devida atenção do estado no sentido da promoção de investimentos que firmem esta posição para que mais turistas sejam atraídos.

As pesquisas de satisfação dos turistas são o melhor ponto de partida para a verificação dos principais problemas a serem solucionados na cidade. Também indicam quais os locais mais freqüentados e que, conseqüentemente, devem ser privilegiados quando da realização de investimentos.

Através deste perfil do turista nacional e estrangeiro é que devem ser traçados os planos de investimentos futuros não só em melhorias, mas também em manutenção do patrimônio da cidade, entendido este como patrimônio natural e histórico.

Pesquisa recente da BAHIATURSA demonstra o que mais agradou ao turista na visita à cidade. Esta pesquisa está reproduzida abaixo:

TABELA 6 - Perfil do turismo receptivo – o que mais agradou - Salvador – jan, mai, jul e nov/97

ASPECTO	Em percentual		
	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL
Hospitalidade	17,37	23,55	18,12
Beleza Natural	15,77	14,93	15,68
Praias	12,61	7,78	12,03
Pelourinho	9,41	8,52	9,30
Patrimônio Histórico	6,31	10,41	6,81
Shopping	3,4	0,00	2,56
Clima	2,2	4,31	2,49
Diversão Noturna	2,07	1,37	2,33
Cultura	1,49	3,58	1,96
Comida	2,9	2,84	1,92
Festas Populares	1,55	3,36	1,77
Igrejas	0,96	0,00	1,32
A Cidade	1,36	0,95	1,31
Restaurantes	1,25	0,00	1,15
Limpeza	1,16	0,00	1,12
Não opinou	3,61	3,79	2,34
Outros aspectos	16,58	14,61	17,79

Fonte: BAHIATURSA

TABELA 7 - Perfil do turismo receptivo – o que menos agradou Salvador – jan, mai, jul e nov/97

Em percentual

ASPECTO	NACIONAL	INTERNACIONAL	GERAL%
Sujeira	20,76	18,24	20,54
Nada	9,09	13,01	9,58
Trânsito	7,07	3,44	6,64
Segurança	5,95	8,16	6,21
Buracos	4,17	0,77	3,77
Preços	2,94	4,72	3,15
Transporte	3,25	1,28	3,01
Sinalização	2,92	0,38	2,49
Pobreza	2,36	3,32	2,47
Táxi	2,02	3,19	2,15
Atendimento	1,86	2,42	1,93
Meninos de rua	1,40	3,70	1,67
Saneamento	1,54	1,40	1,52
Assédio dos pedintes	1,20	2,81	1,39
Má conservação do patrim. histórico	0,97	3,06	1,22
Assédio dos vendedores	1,09	2,04	1,21
Não opinou	12,68	12,50	12,70
Outros aspectos	18,73	15,56	18,35

Fonte: BAHIATURSA

Vê-se que o que mais agrada é a hospitalidade e o que menos agrada é a sujeira existente na cidade tanto ao turista nacional quanto ao estrangeiro. Portanto medidas governamentais devem ser tomadas no sentido da promoção de gastos que minimizem os principais problemas.

Entre os itens que mais desagradaram ao turista estão sujeira, trânsito, segurança e buracos, o que demonstra claramente que os fatores estruturais estão na liderança em relação aos

chamados fatores sociais como pobreza, atendimento e assédio de pedintes, relacionados diretamente às condições econômicas e educacionais da cidade e do país.

Em destaque entre os ítems que mais agradaram ao turista estão belezas naturais, praias, Pelourinho e Patrimônio Histórico, o que evidencia que os investimentos que foram e estão sendo realizados nestes locais, principalmente no Centro Histórico são fatores que transformaram o perfil do turista na visita à Salvador. “O investimento público de US\$ 35 milhões até 1995, realizado no Pelourinho com a revitalização e restauração do Centro Histórico de Salvador, ampliou a demanda turística daquela área.” (Burman, 1995, p.26).

A hospitalidade é um atrativo natural da cidade de Salvador. Campanhas para receber bem o turista são veiculadas nos meios de comunicação no intuito de educar a população sobre a importância deste turista na geração de renda e de empregos na cidade, muito embora seja esta hospitalidade vista de forma duvidosa, muitas vezes às custas dos interesses de comerciantes e correlatos.

Vê-se que o Pelourinho e o Patrimônio Histórico, antes sem projetos de restauração, na pesquisa ficam em quarto e quinto lugares respectivamente entre os locais que mais agradam ao turista, depois da reforma que foi realizada. Tornou-se ponto de referência internacional da cidade de Salvador e reativou o chamado turismo histórico na cidade.

Com essa pesquisa, fica evidenciada a importância que a recuperação do Patrimônio Histórico da cidade assumiu para alavancar o fluxo turístico. Não que antes deixasse de existir interesse do turista em visitar Salvador. Porém esse interesse aumentou bastante com a recuperação desse patrimônio. As opções de lazer na cidade aumentaram e com isso também o interesse do turista em vir e permanecer por um maior tempo.

Pode-se observar facilmente o crescimento do fluxo turístico nesta década de 90 na cidade de Salvador. Muitos são os motivos que proporcionaram isto. Entretanto, talvez sejam os investimentos realizados na cidade a melhor explicação para este crescimento.

TABELA 8. Fluxo Turístico Global Segundo Residência Permanente – Salvador – 1991/97 (1)

ANO	Nº DE TURISTAS		TOTAL	PART. %	
	NACIONAIS	ESTRANGEIROS		NACIONAIS	ESTRANGEIROS
1991	941.075	106.624	1.047.699	89,82	10,18
1992	813.413	122.496	935.909	86,91	13,09
1993	974.185	144.845	1.119.030	87,06	12,94
1994	1.077.657	149.356	1.227.013	87,83	12,17
1995	1.075.718	153.262	1.228.980	87,53	12,47
1996	1.204.906	129.508	1.334.414	90,29	9,71
1997	1.284.814	117.594	1.402.408	91,61	8,39
MÉDIA	1.053.110	131.955	1.185.065	88,67	11,13
97/91 %	36,53	10,29	33,86	1,99	-17,61
97/96 %	6,63	9,20	5,10	1,46	-13,60

Fonte: BAHIATURSA – Pesquisa de turismo receptivo

Nota: (1) Fluxo hoteleiro e extra-hoteleiro

Houve um crescimento substancial de mais de 36% no fluxo turístico de 1991 à 1996, período em que houve intensificação dos investimentos em infra-estrutura na cidade e também um período marcado pela reforma do centro histórico, particularmente no Pelourinho, que passou a ser frequentado regularmente por uma faixa de público mais exigente que antes sequer conhecia o local.

A renda gerada no setor teve um incremento ainda maior como pode ser verificado na tabela 8:

TABELA 9. Receita Gerada segundo Residência Permanente – Salvador – 1991/97 (1)

ANO	US\$ 1.000	US\$ 1.000	TOTAL	PART. %	ESTRANGEIROS
	NACIONAIS	ESTRANGEIROS		NACION.	
1991	137.473,40	41.002,50	178.475,90	77,03	22,97
1992	168.622,80	56.049,80	224.672,60	75,05	24,95
1993	173.850,10	86.425,50	260.275,60	66,79	33,21
1994	248.568,89	79.581,50	328.150,39	75,75	24,25
1995	373.031,27	110.196,42	483.227,69	77,20	22,80
1996	399.316,62	95.737,82	495.054,44	80,66	19,34
1997	390.763,82	85.117,40	475.881,22	82,11	17,89
MÉDIA	270.232,41	79.158,71	349.391,12	77,34	22,66
97/91%	184,25	107,59	166,64	6,60	-22,14
97/96%	-2,14	-11,09	-3,87	1,80	-7,51

Fonte: BAHIA TURSA – Pesquisa de turismo receptivo

Nota: (1) Fluxo hoteleiro e extra-hoteleiro

Pode-se observar que a renda gerada teve um crescimento mais que proporcional ao crescimento do fluxo turístico, o que demonstra claramente que o turista hoje tem mais opções para realizar dispêndios na cidade e é estimulado para tal, e que demonstra também o efeito multiplicador dos gastos citados anteriormente.

Para manter e ampliar o fluxo turístico de uma localidade faz-se necessário um constante investimento em novas fontes de lazer e diversão. A manutenção do material já existente também é primordial para cumprir este objetivo. É um setor dos mais dinâmicos da economia e dos mais sensíveis. E isto tem que ser exaustivamente planejado pelo estado. “Não basta a propaganda pura e simples, como não basta o *animus* de querer transformar tal ou qual local num centro turístico. Há que planejar, organizar, investir. Sem estas providências iniciais, qualquer pretensão de desenvolvimento num setor tão sensível como o turístico é trabalho baldado.” (Carvalho, 1996, p. 110).

O mercado turístico também é fortemente influenciado pela propaganda. Um *marketing* bem feito, notadamente no exterior, traz um retorno substancial em termos de aumento de fluxo turístico.

Infelizmente a estratégia de *marketing* utilizada no exterior pelo Brasil indica forte tendência à exploração da sensualidade em detrimento da exploração de atrações ligadas ao lazer, à gastronomia, à cultura e ao ecoturismo. Políticas de *marketing* centradas nas belezas do país certamente seriam muito mais favoráveis, notadamente no que diz respeito à atração de crianças e idosos.

O mercado turístico de Salvador tem grandes possibilidades. O aumento do investimento implica em crescimento da atividade e da renda. Depende em grande parte do governo que esta atividade cresça, dando a infra-estrutura necessária à implantação de novos investimentos privados, contribuindo para o desenvolvimento da cidade.

Salvador tem importância fundamental no turismo do estado por ser o principal portão de entrada da Bahia e por ser o grande centro dinamizador de outras regiões turísticas do estado. “Na Bahia, o turismo tem crescido no seu principal centro, Salvador e, recentemente, com uma importante vertente periférica em seu dinamismo, basicamente litorâneo, ao norte e ao sul de Salvador.” (Silva, 1996, p. 140).

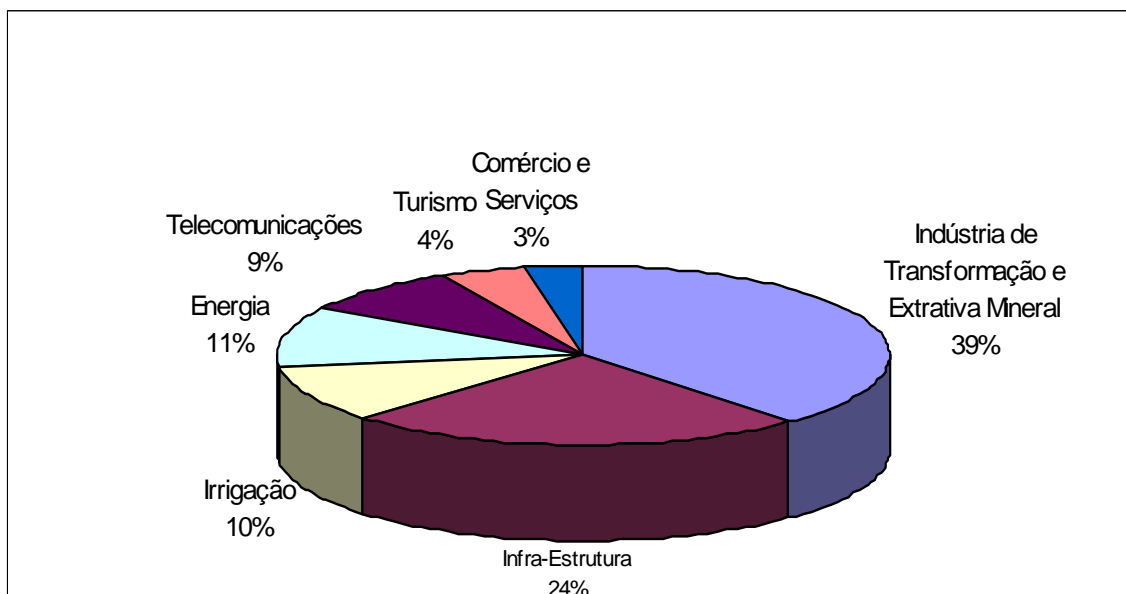
Pela importância que Salvador possui no mercado turístico baiano, deve ser prioridade no momento da realização de novos investimentos, para que todo o mercado baiano seja dinamizado, e para que a Bahia alcance posições cada vez melhores no *ranking* turístico nacional.

Já há perspectivas de melhoria, muito embora o setor turístico ainda não seja uma das maiores prioridades do estado na realização de investimentos, como é demonstrado abaixo.

TABELA 10. Investimentos Anunciados Entre 1995/98

Setores	US\$ Milhões
Infra-Estrutura	8.148,00
Energia	3.541,00
Telecomunicações	2.988,00
Turismo	1.444,00
Comércio e Serviços	1.035,00
Total	17.156,00

Fonte: Fonte: Bahia Investimentos - Jun/98.

GRÁFICO 2 Distribuição Setorial dos Investimentos na Bahia 1995-1998 (junho)

Entretanto se somarmos os percentuais investidos em infra-estrutura e em turismo em torno de 28%, encontraremos algo significativo para o turismo baiano.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho analisou a importância do mercado turístico para a economia soteropolitana, apresentando alguns dados estatísticos que comprovam que Salvador obteve um incremento substancial no seu fluxo turístico.

O turismo em Salvador é uma realidade econômica, consolidando-se como um dos grandes setores e vetores de expansão da economia do estado. São necessárias ações de planejamento integradas que estimulem o desenvolvimento e considerem as características singulares desta terra, visando a rentabilidade atual dos equipamentos e dos serviços, além da sustentabilidade e preservação do patrimônio histórico cultural e dos recursos naturais.

Alguns problemas relacionados à Salvador foram apresentados na tentativa de explicar a razão da cidade não ter ainda um fluxo turístico nas proporções de sua importância.

Também foram listadas as vantagens e desvantagens da cidade na ótica do turista, baseado na pesquisa realizada pela BAHIATURSA.

Tudo isto foi detalhado e subdividido nos capítulos deste estudo, esclarecendo alguns pontos que permitiram conclusões a cerca do turismo em Salvador.

Dentre as principais conclusões, viu-se que os investimentos públicos realizados na cidade nesta década contribuíram sobremaneira para o incremento do fluxo turístico da cidade, e que infra-estrutura é uma questão essencial para o turista, colocando-se nas primeiras posições quando da escolha em visitar um determinado local.

Outro aspecto importante é a visão que o governo e as instituições econômicas têm do turismo hoje na cidade de Salvador. Suas políticas em relação a financiamento de obras públicas e privadas, estímulo à vinda de turistas e melhoria das condições infra-estruturais da cidade são fundamentais para que possa haver nos anos subsequentes um aumento desse fluxo turístico e, conseqüentemente, da receita gerada, fundamental para o desenvolvimento da cidade.

Mesmo com estas questões em vista, como conclusão geral, observa-se que já existem hoje políticas e órgãos realmente interessados em promover o turismo na cidade, falta talvez maiores verbas e maior atenção aos problemas gerais, já que estes são de fundamental importância para que a atividade turística dê bons frutos e com isso ajude no desenvolvimento não só local, como também do estado, visto Salvador ser o principal portão de entrada dos turistas na Bahia.

O turismo é uma boa fonte de promoção do desenvolvimento. Têm-se investido muito, mas ainda é preciso muito mais. Não existem pólos turísticos sem investimentos acessíveis aos habitantes locais, ou seja, sem beneficiar a população da cidade. Questões cruciais para o turismo são as mesmas que são cruciais para o desenvolvimento da cidade, do estado e do país. O que tem sido feito é importante, mas é somente um passo inicial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA INVESTIMENTOS. Salvador: SICM, v.4, n.4, nov. 97. Trimestral

BAHIA quer liderar o turismo nacional. **A Tarde**, Salvador, 11 out. 1998, Suplemento Turismo, p. 1-4.

BAHIATURSA. **O desempenho do turismo baiano 1990/1997**. Salvador, 1998.

BAHIATURSA on line, Capturado em 23 out. 1998. Diário. On Line. Disponível na Internet: <http://www.bahia.gov.br/>

BAIANOS respondem por 42% do fluxo turístico local. **A Tarde**, Salvador, 18 maio 1997, Suplemento Turismo, p.1-4.

BALANÇO ANUAL São Paulo: Gazeta Mercantil, v.5, n.5, nov. 1998.

BURMAN, Grazia; QUEIROZ, Lúcia Aquino de. Gastos e índices de preços turísticos em Salvador. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 25, p. 15-18, jun. 1996.

BURMAN, Grazia; QUEIROZ, Lúcia Aquino de. Municipalização turística: os exemplos de Porto Seguro e Belmonte. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 30, p. 14-17, nov. 1996.

BURMAN, Grazia; QUEIROZ, Lúcia Aquino de. O produto turístico Salvador. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.6, n.4, p. 93-100, mar. 1997.

BURMAN, Grazia. Resultados da pesquisa: perfil do visitante e avaliação do Pelourinho. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 15, p. 26, ago. 1995.

CARVALHO, Caio Luiz de. Mudanças do Turismo no Brasil. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.6, n.4, p. 89-92, mar. 1997.

CARVALHO JÚNIOR, Cesar Vaz de. Bahia: como potencializar o desenvolvimento? **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 13, p.14-16, jun. 1995.

CARVALHO, Marina Sá de. **Turismo, conceito e didática**. Salvador: BDA, 1998

EMBRATUR on line, Capturado em 25 ago. 1998. Diário. On line. Disponível na Internet:
[http:// www.embratur.com.br/](http://www.embratur.com.br/)

EMTURSA on line, Capturado em 30 ago. 1998. Diário. On line. Disponível na Internet:
[http:// www.emtursa.com.br/](http://www.emtursa.com.br/)

FERREIRA, Djalma Neves. O turismo baiano no cenário mundial. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 28, p. 10-11, set. 1996.

GOTTSCHALL, Carlota. Do tabuleiro da baiana ao Wet'n Wild. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 28, p. 12-15, set. 1996.

M. JÚNIOR, Érico Pina. Um projeto para o desenvolvimento do turismo na Bahia. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.2, n.4, p. 51-55, mar. 1993.

MELO, José Airton Mendonça de; SOUZA, Myrtis Arrais de. Importância e desempenho da atividade turística na Região Nordeste do Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v.28, n.1, p.1-132, jan./mar. 1997.

OLIVEIRA, Álvaro. Cidade nasce universal e cosmopolita. Um encontro fecundo entre povos da África, Europa, Ásia e os ameríndios está na raiz da singular identidade cultural da capital da Bahia. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 27 ago. 1998. Viagens & Negócios, p. 1.

OLIVEIRA, Álvaro. Turismo é fonte inesgotável de divisas. As águas calmas da Baía de Todos os Santos vão ganhar, até o ano 2000, uma luxuosa e completa marina. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 27 ago. 1998. Viagens & Negócios, p. 6.

QUEIROZ, Lúcia. A hotelaria de Salvador e Fortaleza no Pós-Real. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 19, p. 23-26, dez. 1995.

SILVA, Francisca de Paula Santos da. Turismo: um negócio com qualidade. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, SEI, v.6, n.4, p. 101-104, mar. 1997.

SILVA, Jorge Antonio Santos. Análise conjuntural do turismo baiano diante da política de estabilização da economia nacional e face o desafio da competitividade imposto pelo processo de globalização econômica. **Conjuntura & Planejamento**, Salvador, SEI, n. 23, p. 17-19, abr. 1996.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello e. Geografia, turismo e crescimento: o exemplo do estado da Bahia. In: **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996.

US\$ 3 BI para atrair turistas. **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 03 dez. 1998. Viagens & Negócios, p. 6.

ANEXO

SALVADOR

Motivo da Viagem (%)		Permanência Média na Cidade (dias)	10,54
Turismo	75,3		
Negócio	7,8	Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$)	73,19
Congresso/Convenção	6,5		
Outros	10,4	Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$)	103,65
		(Dos hóspedes em hotéis)	
Forma de Organização da Viagem (%)			
Não organizada por agência	56,0		
Organizada por agência	44,0	Gasto Médio Per Capita Dia Na Cidade (US\$)	57,04
		(Somente com hotel)	
Fator Decisório da Visita (%)			
Atrativos Turísticos	75,9	Renda Média Anual	33,58
Inf. Amigos/Parentes	17,2		6,14
Custo da Viagem	3,4	(Renda Individual - US\$)	
Outros	3,4		
		Turistas Cuja Visita ao Brasil (%)	
O Que Influenciou a Decisão da Visita (%)		Não era a primeira	69,7
Revista	13,0	Era a primeira	30,3
Televisão	10,4		
Jornal	7,8	Turista Que (%)	
Rádio	-	Pretendiam voltar ao Brasil	85,7
Cinema	1,3	Estavam indecisos quanto a isto	7,8
Nenhum meio de comunicação	67,6	Não pretendiam voltar ao Brasil	6,5
		Meio De Hospedagem Utilizado (%)	
Cidades Mais Visitadas (%)		Hotel	72,7
Salvador	96,1	Casa de Amigos/Parentes	15,6
Rio de Janeiro	16,9	Apartamento de Aluguel	5,2
São Paulo	13,0	Outros	6,5
Manaus	9,1		
Foz do Iguaçu	6,5	Turistas Que Acharam Ruim (%)	
Recife	5,2	A limpeza pública	47,3
Brasília	5,2	A sinalização turística	22,4
Maceió	3,9	A informação turística	19,6
Belém	2,6	O transporte urbano	16,1
Fortaleza	2,6	A segurança pública	14,9
Belo Horizonte	1,3	Os guias de turismo	14,3
		Os táxis	12,1
Profissões (%)		As comunicações	11,9
Professor	7,8	A hotelaria	8,3
Comerciante	6,5	Os atrativos histórico culturais	8,0
Engenheiro	6,5	O comércio	6,6
Estudante	6,5	Os restaurantes	4,1
Médico	5,2	Os aeroportos	2,6
Advogado	5,2	As diversões noturnas	2,0
Jornalista	5,2		
Pensionista	5,2		
Arquiteto	2,6		
Empresário	2,6		