

*Turismo de montanha:
uma opção para
redistribuição da
demanda turística no
Espírito Santo*

Por Maria Angélica Fonseca

O governador Eurico Rezende está empenhado em incrementar o turismo de montanha no Estado. O presidente da Emcatur, Petronílio Batista, anuncia que o anteprojeto do plano será entregue ao presidente da Embratur, Miguel Colassuono, no próximo dia 4, em reunião que contará com representantes de empresas de turismo de todo país.

No entanto, donos de hotéis da faixa litorânea, com o sr. João



Em Santa Teresa, além do clima, o turista entra em contato com a cultura italiana

GAF, 30 mais 79

1125249

No entanto, donos de hotéis da faixa litorânea, com o sr. João Dalmácio Castelo Miguel, estão preocupados com os novos planos do Governo e até fazendo críticas. Contribuindo para o debate que se inicia, publicamos hoje um trabalho de Maria Angélica Fonseca, da Assessoria Técnica da Emcat, sobre o turismo de montanha no Espírito Santo.

Turismo — uma atividade econômica — O Turismo vem se tornando, nos últimos anos, uma das mais importantes indústrias "sem chaminé" do mundo. Como atividade econômica pertence ao setor terciário da economia e consiste em uma série de serviços que se vende ao visitante que se desloca de um lugar para outro. Dentre os elementos que originaram o interesse pelo turismo, destacamos: a geração de divisas pelo turismo receptivo, a geração de empregos direto e indireto (utilização de mão-de-obra em infra-estrutura básica, atividades em indústria, etc.) e o intercâmbio de atividade turística com outras atividades econômicas.

Os gastos mundiais com turismo em 1977 foram da ordem de 32.124 milhões de dólares, para um movimento internacional de viajantes de 219 milhões, num aumento de quase 200% em relação ao ano de 1960.

No Brasil, as entradas do turismo estrangeiro representaram 0,7% das exportações totais.

Nos países em via de desenvolvimento, calcula-se que os gastos provenientes do turismo exercem um efeito multiplicador de 3 a 3,5 por ano, o que significa que cada unidade monetária gasta com turismo gera de 3 a 3,5 vezes seu valor à proposição que circula na economia.

O gasto direto do turista ao utilizar o equipamento turístico está dimensionado pela OMT:

Alojamento (30%)
 Diversão (15%)
 Transporte (10% a 15%)
 Alimentação (20%)
 Compras (25 a 30%)

A divulgação de nosso turismo, como importante fator do sistema de comunicação, desenvolve um processo de interação e concorrência que permitirá romper tradicionais estruturas e, conseqüentemente, promover aumento das correntes turísticas. É de se ressaltar que a imagem do próprio desenvolvimento,

dado as condições peculiares das zonas turísticas de nosso Estado, hoje tornadas acessíveis aos centros mais desenvolvidos do país, constitui também uma forma de engajar o turismo em sua mensagem. A comercialização do produto turismo pressupõe sua divulgação, que não se restringe apenas, no caso particular do turismo, a divulgar a oferta em seus aspectos de atrativos e de serviços disponíveis. Tem-se ainda que, em termos da divulgação, buscar a motivação da viagem e, numa outra etapa, a motivação do próprio empresário para se reorganizar e fazer, num esforço de mobilização empresarial, investimentos para melhor comercialização do setor. O procedimento exige análise da oferta turística da zona de montanha, oferta em termos de atrativos e, especialmente, o exame do mercado consumidor, que devem estar claramente expostos e identificados para a ação regionalizada do órgão oficial de turismo.

A elaboração de um Plano Turístico para a Zona de Montanha, que integra 12 municípios, como uma alternativa para o desenvolvimento da região, deverá apresentar enfoques interdisciplinares possíveis, para encontrar soluções adequadas, através de medidas de preservação do potencial turístico, porque se trata de um recurso não renovável. Para isso far-se-á necessário que se elabore uma metodologia, partindo de conclusões reais, traçando planos com objetivos realísticos, formulando e implantando estratégias que respondam às necessidades e possibilidades da região, utilizando meios e instrumentos com que se conta, e quando necessário se fizer, criar novos modelos e estruturas, dando uma resposta nacional a problemas nacionais, ou regionais a problemas regionais. Para a execução do referido plano, sugerimos que seja feita um estudo detalhado sobre a região, o que enfocaria os seguintes aspectos:

1 — ASPECTOS GERAIS E

CARACTERIZAÇÃO DA ZONA DE MONTANHA

a — Importância do Turismo na zona

b — Aspectos infra-estrutura da Região

c — Análise Econômica

d — Estimativa da Renda Interna

2 — ANÁLISE DA SITUAÇÃO TURÍSTICA DA ZONA

a — Equipamento Turístico Direto

b — Equipamento Turístico Indireto

c — Análise dos Visitantes

d — Impacto Econômico do Turismo na Região

3 — ESBOÇO DE UM PROGRAMA TURÍSTICO PARA A ZONA DE MONTANHA

a — Diretrizes Gerais do Programa Turístico e análise dos fundos disponíveis

b — Diretrizes para o planejamento físico da área

c — Programa de investimentos em infra-estrutura indireto

d — Programa de investimentos em infra-estrutura direto

e — Programa de Investimento

4 — PROGRAMA DE ATIVIDADE TURÍSTICA

Seria, ainda, de grande importância a constituição uma equipe técnica para que fossem analisados os seguintes aspectos:

— Aspectos urbanísticos

— Aspectos geográficos

— Aspectos arqueológicos folclóricos e promocionais

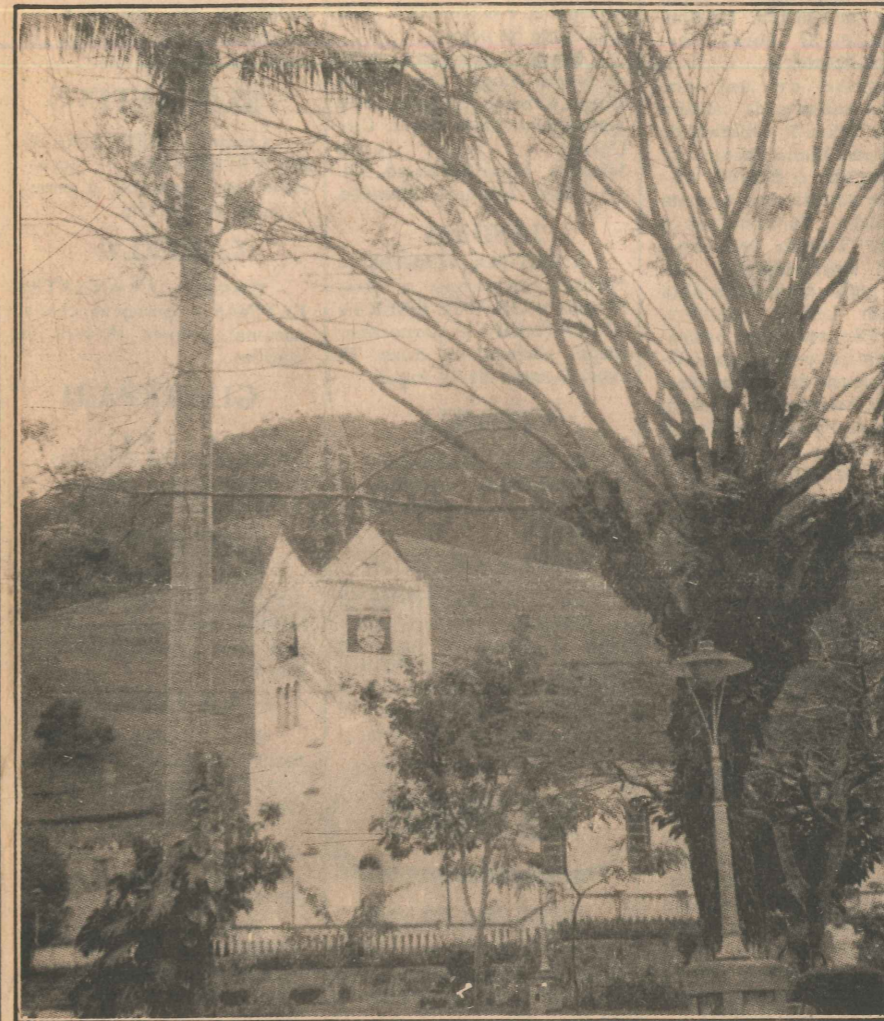
Aspectos organizacionais e jurídicos

— Aspectos econômicos e financeiros

— Pesquisa sócio-econômica.

Ainda em termos de fomento ao turismo para aquela zona, o Sistema Estadual de Turismo do Espírito Santo procuraria estimular os programas de melhoria operacional, através das seguintes concessões de incentivos fiscais e outros estímulos, já existentes.

a — Redução de até 70% do imposto sobre a renda e adicionais



Campinho, Domingos Martins: clima frio e tranquilidade

não restituíveis, por períodos anuais sucessivos, até o total de 10 (dez) anos, a partir da data da conclusão das obras.

As empresas que possuem hotéis com pelo menos 5 (cinco) anos de efetivo funcionamento poderão gozar uma redução, desde que comprove o emprego em melhorias operacionais, no período base correspondente, de quantia igual ou superior ao dobro do valor da redução pretendida, em cada exercício.

São consideradas melhorias operacionais aquelas que, aprovadas pela CNTUR, traduzam comprovadamente despesas de capital, sem implicarem em ampliação do empreendimento, Decreto -Lei nº 1439, de 30/12/75.

b — Isenção de Imposto Predial e Territorial Urbano, e do Imposto sobre Serviços, Hotéis e Restaurantes que venham a se implantar até

1985, com projetos aprovados pelo CNTUR. A isenção vigorará durante 5 anos, a partir do deferimento da petição da empresa beneficiária do favor fiscal.

Aos empreendimentos existentes à data das leis municipais, será concedida anualmente a isenção do ISS, até o exercício de 1985, desde que a importância correspondente a esses impostos venha a ser aplicada em obras de ampliação e/ou reforma e/ou melhorias das condições operacionais.

Integram esta zona 12 municípios: Guaçuí — Castelo — Domingos Martins — Iúna — Afonso Cláudio — Conceição do Castelo — Alegre — Santa Leopoldina — Muniz Freire — Alfredo Chaves — Santa Tereza — Itarana.

Distância máxima do capital — 223 km — Guaçuí
 Distância mínima do capital —

45 km — Domingos Martins
 47 km — Santa Leopoldina
 Todos os municípios estão enquadrados no zoneamento turístico e integrados ao sistema, através de um Convênio de Cooperação Técnica e Financeira, assinado com o Conselho Estadual de Turismo, quando as prefeituras criaram seus departamentos de Turismo e as respectivas leis de incentivos — isenção de ISS, Territorial, Urbano e Predial, durante 5 anos a todos empreendimentos a serem implantados até o ano de 1981.

2 — FINANCIAMENTOS
 a — FUNGETUR — Decreto 1470

b — Operação Verão — Convênio GÊRES/CONESTUR/BANDES/BANESTES.

O Espírito Santo é um Estado com apreciável potencial turístico, não só pelos seus atrativos naturais, mas principalmente pelo seu clima, que favorece a utilização de suas praias durante o ano todo.

Longo, seu mercado potencial, merece a adoção de medidas necessárias para atrair investimentos, os quais possibilitarão um fluxo crescente de turistas.

O Sistema Estadual de Turismo do Espírito Santo, através da EMCATUR, adotará uma estratégia promocional, buscando definir os perfis do turista que visita nosso Estado de acordo com a procedência, faixa etária, nível de renda e de instrução e outros dados, através de uma pesquisa de fluxo turístico a ser realizada nas principais entradas.

Isto posto, seriam definidos sub-Zonas prioritárias, para que a EMCATUR concentrasse maior esforço, a fim de atrair investidores, levando em consideração um roteiro em linha reta, para venda do produto turístico, da forma abaixo:

Vitória — Domingos Martins
 Conceição do Castelo
 Castelo

Afonso Cláudio
 Iúna

Muniz Freire
 Total de km — 205

Vitória — Santa Tereza
 Itarana

Total de km — 126

Vitória — Santa Leopoldina
 Total de km — 47

Vitória — Alfredo Chaves
 Alegre

Guaçuí
 Total de km — 223