

O Destino Espírito Santo

A inserção do Estado no mercado turístico nacional

Existe um lugar na região Sudeste com quase 500 km de praias limpas, excelentes possibilidades de negócios, gente bonita e hospitaleira, mar cheio de peixes, cachoeiras, montanhas, cidades com arquitetura preservada e turismo a custo baixíssimo. E quase ninguém fora do nosso Estado sabe disso.

A Rede Tribuna promoveu o seminário "O Destino Espírito Santo - A inserção do Estado no mercado turístico nacional", entre os dias 10 e 12 de agosto. Na pauta, temas para a solução das questões ligadas à indústria do turismo. Uma indústria que não polui, cria empregos, gera investimentos em infra-estrutura e melhora a qualidade de vida em todos os lugares onde se instala com profissionalismo.

O seminário atingiu o seu objetivo: dar visibilidade ao nosso Estado no mapa turístico do Brasil. Para que possa ser descoberto com festa, por todos os brasileiros.



Seminário mostra caminhos para o turismo no Estado

Empresários, estudantes, técnicos e políticos discutiram, durante três dias, alternativas para o turismo no Estado

Os números mostram que a atividade turística representa hoje mais de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, enquanto no Espírito Santo, não passa de 3,6%, o que indica que o Estado não acompanhou a evolução meteórica dessa atividade econômica que é uma das que mais cresce no mundo.

Mostram também que belezas naturais – as do Estado com seus 411 quilômetros de praias, separadas das montanhas por alguns minutos, são incontestáveis – não são suficientes para consolidar o desenvolvimento turístico de uma região.

Durante os dias 10, 11 e 12 de agosto, no Seminário "Destino Espírito Santo – a inserção do Estado no mercado turístico nacional", promovido pela Rede Tribuna de Comunicação, diversas autoridades na área de turismo estiveram reunidas discutindo não apenas esse quadro de defasagem do Espírito Santo em relação a outros estados, mas principalmente formas de se promover mudanças e de se efetivar um turismo de qualidade no Estado.

Em seu discurso, o governador do Estado, José Ignácio Ferreira manifestou não só a satisfação pela iniciativa da promoção do evento, mas o desejo claro de que o encaminhamento das propostas e reflexões levanta-

das no seminário venha a auxiliar nesse processo recém iniciado pelo governo de resgatar o turismo capixaba.

A presença das lideranças políticas do Estado foi maciça. Entre os participantes do seminário estavam o presidente da Assembleia Legislativa, José Carlos Gratz; o vice-governador Celso Vasconcelos; o secretário de Estado da Fazenda, José Carlos da Fonseca Júnior; o prefeito de Vila Velha, Jorge Anders; o secretário municipal de Planejamento da Prefeitura de Vitória, Willian Galvão e a senadora Luzia Toledo, entre outros, o que demonstra o grande interesse do poder público pelo tema.

Também foi forte a presença da iniciativa privada durante o seminário, organizado pela Vix Eventos. Hoteleiros de todas as regiões do Estado, representantes de agências de viagens, restaurantes e empresários em geral, além dos associados do Espírito Santo Convention e Visitors Bureau.

Outra presença de destaque no seminário foi dos futuros turismólogos. Alunos da Faculdade de Turismo de Guarapari e da Universidade de Vila Velha lotaram o auditório do Hotel Pasárgada, atentos às palestras e debates.

Na escolha dos temas das palestras já se percebe as áreas que necessitam de uma atuação mais



A presença de lideranças políticas foi maciça: na pauta, alternativas para aproveitar potencial do Estado

dinâmica. Para ministrar as palestras, os organizadores buscaram dentro e fora do Estado grandes especialistas, como o prefeito da cidade de Canela, no Rio Grande do Sul, José Velhinho Pinto, que em sua palestra "O Turismo de Montanha" falou sobre como a Região das Hortências, que tem atrativos similares aos da Região Serrana do Estado, conseguiu atingir a marca de 1,5 milhão de turistas por ano.

O tema "Turismo de Eventos Negócios", um dos segmentos de turismo que mais cresce no mundo, ficou a cargo do presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos, Sérgio Camilo de Camargo.

A gerente de projetos da Em-

bratur, Tatiana Espíndola, falou da "Municipalização do Turismo", um processo que vem deslançando a atividade turística em vários municípios do País, mas que no Espírito Santo vem se desenvolvendo timidamente, com algumas experiências bem sucedidas.

O tema "Promoção e Marketing" foi abordado por Flávio Carvalho, vice-presidente de Marketing, Vendas e Serviços para América do Norte e Europa da Transbrasil e da Câmara de Comércio Brasil e Estados Unidos em Miami.

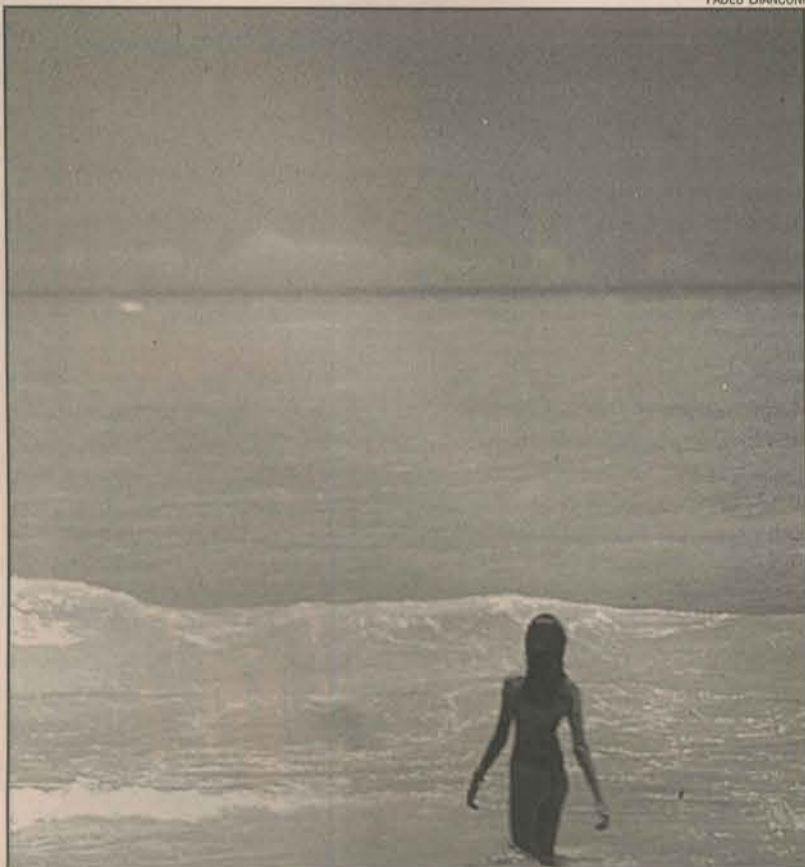
Uma das palestras mais esperadas foi "O Destino Espírito Santo", título do seminário. A tarefa de falar o que o futuro reser-

va ao Estado como destino turístico coube ao secretário estadual de Turismo, Mario Petrocchi, que falou das dificuldades e apontou soluções.

O diretor do Senac, Dionísio Corteletti, falou sobre a "Qualificação da Mão-de-Obra" e, encerrando o ciclo de palestras, o presidente do Banes, João Luiz Tovar, falou sobre "O Governo como Indutor do Desenvolvimento Turístico".

Com esse cardápio de temas, quem participou do seminário descobriu que muito precisa ser feito, mas quando um grupo de pessoas se reúne para refletir sobre um problema, está dando o primeiro passo para a solução.

TADEU BIANCONI



Belezas naturais não bastam, é preciso investir

PROGRAMAÇÃO DO SEMINÁRIO

1º DIA

Palestra: "O Turismo de Montanha"
Palestrante: José Velhinho Pinto, Prefeito Municipal de Canela/RS

Painel: "O Turismo de Montanha"
Debateadores: Jorge Uliana, Gerente do Hotel Monte Verde e Leonardo Tristão, diretor da Pousada Pedra Azul.

Moderador: Pedrinho Hoppe, Prefeito Municipal de Domingos Martins

Palestra: "Turismo de Eventos e Negócios"

Palestrante: Sérgio Camilo de Camargo, diretor executivo da Associação Brasileira de Empresas de Eventos

Painel: "Turismo de Eventos e Negócios"

Debateador: Marcelo Valadares Nader, presidente do Espírito Santo Convention e Visitors Bureau

Moderador: Pedro Paulo Perim, diretor do Yahoo

Palestra: "Municipalização do Turismo"

Palestrante: Tatiana Espíndola, Gerente de Projetos da Embratur

Painel: "Municipalização do Turismo"

Debateadores: Willian Galvão, Subsecretário de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Vitória e Wéverson Rocio, Secretário Municipal de Turismo do Guarapari

Moderador: Mac Arthur Viana Fraga, Secretário Municipal de Turismo de Vila Velha

Palestra: "Promoção e Marketing"

Palestrante: Flávio Carvalho, Vice-Presidente de Marketing, Vendas e Serviços para a América do Norte e Europa da Transbrasil e Presidente da Câmara de Comércio Brasil e Estados Unidos em Miami.

Debateadores: Tânia Maria Bassetti de Abreu, professora de Técnica Publicitária da Netur/UVV, e Rui Roberto Ramos, professor de Marketing e Comunicação da Factur

2º Dia

Palestra: "O Destino Espírito Santo"

Palestrante: Mario Petrocchi, Secretário estadual de Turismo do Espírito Santo

Debateadores: Luis Felipe Bonilha, Presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagens (Abav) e Manuel José

Silva, fundador e Secretário Geral da Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior de São Paulo

Moderador: Waldemar Nielsen, representante da Rio Sul/Nordeste para o Espírito Santo.

Palestra: "Qualificação de Mão-de-obra"

Palestrante: Dionísio Corteletti, Diretor Regional do Senac/ES

Palestra: "O Governo como Indutor do Desenvolvimento Turístico"

Palestrante: João Luiz de Menezes Tovar, presidente do Banes

Painel: "O Governo como Indutor do Desenvolvimento Turístico"

Debateadores: Cacau Monjardim Cavalcanti, Assessor de Comunicação da Rodosol e Margareth Pizzato, Diretora de Marketing do Centro de Convenções de Curitiba e da Abeoc

Moderador: Clóvis Abreu Vieira, Secretário Executivo do Geres

Palestra de encerramento: Edson José Fernandes Ferreira, diretor financeiro e administrativo da Embratur

Rede Tribuna lança debate sobre turismo

O seminário sobre turismo é o primeiro de uma série de iniciativas da rede para discutir temas de interesse geral

Quem está acostumado a encarar uma rede de comunicação apenas como uma transmissora passiva dos fatos e acontecimentos pode até ter estranhado a iniciativa da Rede Tribuna de Comunicação de promover um debate sobre o turismo no Estado, mas para a direção da empresa a postura adotada por uma rede de comunicação implica também em ser um agente de transformação.

Dentro desse espírito de promover mudanças, aconteceu o Seminário "O Destino Espírito Santo - a inserção do Estado no mercado turístico nacional". E como tudo que é bom merece continuidade, esse seminário não será um único e

sim o primeiro de uma série.

O superintendente da Rede Tribuna de Comunicação, João Carlos Pedrosa, explica que a rede tem como objetivo principal aproximar ainda mais a empresa da comunidade. A opção pelos seminários foi em função da percepção da carência de espaços onde, ao contrário de outros eventos do tipo, que são muito corporativos e os debates se concentram em apenas um segmento, se reunissem representantes de vários setores da sociedade.

A experiência com o primeiro seminário não deixa dúvida de que a idéia corresponde às expectativas, já que o público foi bem eclético e teve participação do poder público, da



Representantes do poder público e da iniciativa privada lotaram o auditório durante o evento

iniciativa privada, do setores acadêmicos, de todos aqueles que apostam no turismo no Estado.

De acordo com Pedrosa, foi justamente a falta de empenho dos governos anteriores em empreender a atividade turística que motivou a definição do tema desse primeiro seminário.

Para o próximo, que será realizado daqui a um ano, o tema ainda não foi definido, mas o superintendente da rede antecipa que sempre serão abordados assuntos de interesse da população como educação, saúde, emprego e outros.

Se depender dos resultados do evento, o sucesso dos próximos está garantido. Em uma pesquisa realizada entre os participantes, 93% dos entrevistados consideram o seminário "ótimo", 6,3% consideraram "bom" e apenas 0,7%, "regular".

"O evento superou a expectativa", conclui João Carlos Pedrosa, sem deixar dúvidas de que está com a maioria.

ELES DISSERAM

"Muitas vezes se tem um local lindo e, quando você consegue um empresário disposto a investir, a especulação imobiliária já tomou conta do local."

José Ignácio Ferreira, governador do Estado

"A distância entre uma cidade e outra não se mede mais em quilômetros e sim no tempo que se gasta no percurso"

José Velhinho Pinto, prefeito de Canela, RS, sobre a importância de vôos charters para o desenvolvimento do turismo

"Turismo tem que ser feito em cima do desenvolvimento sustentável, administrando o conflito entre promover e preservar"

Mário Petrocchi, secretário de Turismo do Governo do Estado

"A arte de receber é ofício de profissional. O aprendizado constante é o vício do profissional"

Tatiana Espíndola, gerente de proje-

tos da Embratur

"O turismo é a indústria sem chaminé"

Dionísio Corteletti, diretor do Senac

"Nós precisamos pensar grande porque fazer turismo é muito mais do que colocar uma barraquinha aqui e outra ali com informações turísticas"

Jorge Anders, prefeito de Vila Velha

"Eu não sou especialista em turismo, mas eu sou turista, e como turista eu sei que ninguém volta a um local onde não foi bem tratado."

José Carlos Gratz, presidente da Assembleia Legislativa do Espírito Santo

"Nas nossas agências de viagem existe dificuldade de encontrar pacotes turísticos de roteiros no Espírito Santo"

João Luiz Tovar, presidente do Ban-



CLAUDIA PEDRINHA

José Ignácio e Pedrosa: apostando no Espírito Santo

O exemplo que vem do Sul

Um dos desafios da região de montanha é garantir um fluxo permanente de turistas durante os dias de semana

Separadas por quatro Estados, as regiões de montanha do Espírito Santo e do Rio Grande do Sul têm muito em comum, principalmente quando se trata de um caminho a seguir para a consolidação desse segmento turístico.

Mesmo acostumado com as belas paisagens da Serra Gaúcha, o prefeito de Canela, José Velhinho Pinto, ao iniciar sua palestra, fez questão de destacar o cenário privilegiado dos municípios de Domingos Martins e Venda Nova do Imigrante, principalmente da região da Pedra Azul.

Com a experiência de quem já conseguiu se consolidar como um dos roteiros turísticos mais conhecidos do País, (hoje a Região das Hortências, formada pelas cidades de Canela, Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula, recebe mais de 1,5 milhões de turistas por ano), José Velhinho Pinto falou da importância

da integração desses quatro municípios nessa conquista.

"Fazer com que o turista, principalmente o que vem de locais distantes, visite os quatro municípios garante que ele permaneça mais tempo na região", explica Velhinho.

A questão da permanência dos turistas por um tempo mais prolongado ganha um enfoque especial do prefeito de Canela, já que um dos problemas do turismo de montanha é a capacidade ociosa durante os dias da semana, uma vez que o maior fluxo de visitantes se concentra nos finais de semana e nos feriados.

Para reverter esse quadro, a solução encontrada na Região das Hortências foi investir em segmentos específicos, depois de identificar o perfil do turista que poderia passar mais tempo nas cidades.

"Além do turista de regiões distantes, como os do Nordeste ou dos países vizinhos como Argentina e Uruguai, a terceira idade é um

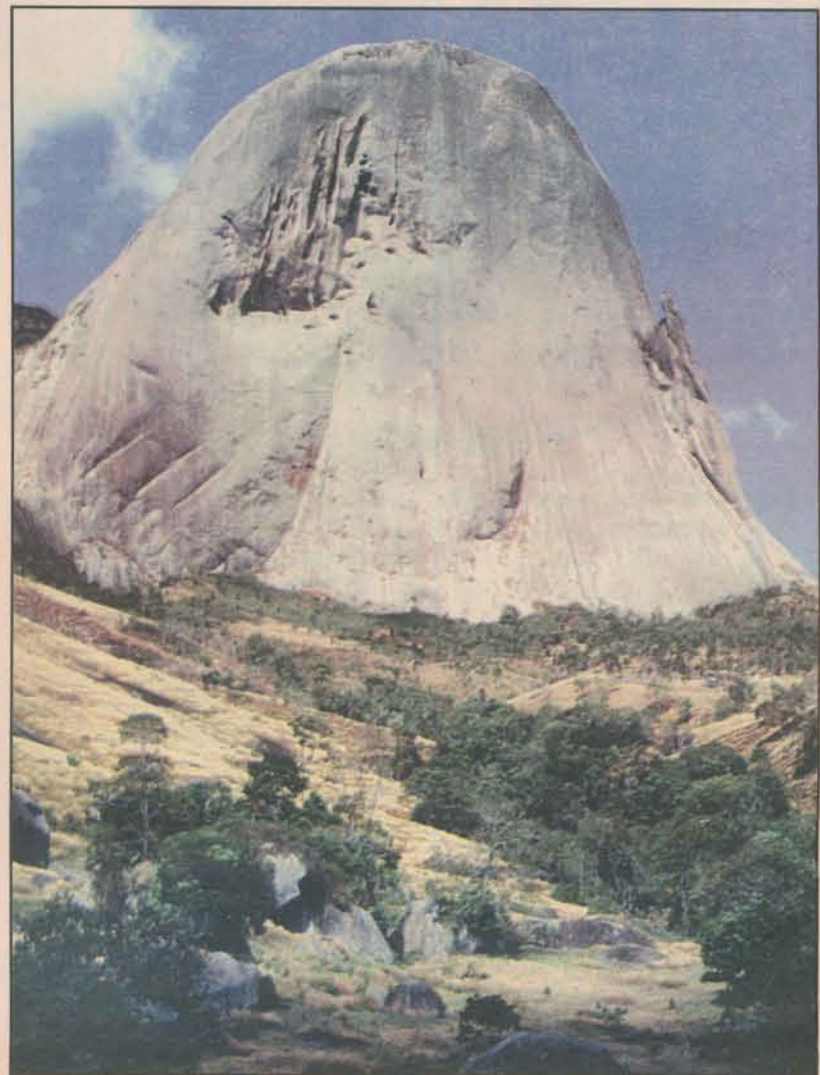
filão ideal nesse sentido e ainda pouco explorado no Brasil", afirma Velhinho.

Outro segmento que está na mira dos gaúchos é o turismo de negócios, através de convenções e feiras corporativas. Os eventos culturais, que também têm duração de vários dias, como o Festival de Cinema de Gramado e o Festival de Teatro de Canela, cumprem outro papel importante: a divulgação e promoção do local a nível nacional e internacional, o que, de acordo com Velhinho, compensa os elevados custos que esses eventos representam para o poder público.

No que se refere a geração de lucro, emprego e renda, o prefeito de Canela enfatiza o trabalho feito na cidade para que os recursos provenientes do turismo não ficassem concentrados apenas na rede hoteleira, como é comum em outros locais.

"Segundo estudos, para o turista que vai a Canela a hospedagem representa apenas 40% dos seus gastos e o restante fica por conta da gastronomia e das compras", explica o prefeito, esclarecendo que a cidade desenvolveu muito o setor de comércio, principalmente com lojas de artesanatos, móveis, chocolates e malharias.

Ao encerrar sua palestra, Velhinho deu um conselho



O prefeito de Canela destacou o potencial turístico da Pedra Azul

às autoridades da área de turismo do Espírito Santo, destacando a importância de se fazer um trabalho sistemático e consistente junto ao público capixaba, tanto da

Grande Vitória como de municípios do interior, lembrando que hoje são os próprios gaúchos que garantem mais de 65% do fluxo turístico da Região das Hortências.

DEBATE

O Turismo de Montanha

Debatedores

Jorge Uliana - gerente do Hotel Monte Verde
Leonardo Tristão - diretor do Pousada Pedra Azul

Mediador

Pedrinho Hoppe - prefeito de Domingos Martins

- Quais os fatores que influem o turismo de montanha no Espírito Santo e o que está sendo feito para aumentar o fluxo?

- A falta de sinalização é um grande problema, mas está sendo feito um trabalho junto ao DNER para sinalizar a região. Foi criada a Associação Turística de Pedra Azul pelas pousadas, hotéis e casas de chá, buscando novas alternativas e mais atrativos na região para melhorar o fluxo. Quanto aos produtos que vêm sendo oferecidos na região, tivemos a Festa do Morango, o Festival de Inverno, além de estudarmos eventos entre os hotéis e cada hotel particularmente está criando alter-



José Velhinho, prefeito de Canela, RS: 1,5 milhão de turistas por ano

nativas de lazer e entretenimento para que o hóspede faça melhor aproveitamento do tempo. (Jorge Uliana)

- O que quer dizer turismo de conhecimento?

- É aquele turista que vai com o objetivo de conhecer a região. Existe uma diferença entre o turista que já foi várias vezes a um local e vai para curtir o final de semana nos locais que mais o agradam e aquele que vai para conhecer os pontos turísticos. Um exemplo aqui no Espírito Santo é o Parque Estadual da Pedra Azul. O turista que vai sempre para a região nem sempre vai visitar o Parque Estadual da Pedra Azul, mas o que vai para conhecer com certeza vai querer ir ao parque. (José Velhinho)

- Qual o trabalho de integração que vem sendo feito entre Domingos Martins e Marechal Floriano? Existe alguma parceria durante a alta temporada?

- Na década de 70 existia uma rivalidade, mas hoje a tônica do novo milênio é a parceria. Começamos um trabalho intenso de integração com

Venda Nova, porque entendíamos que ações isoladas não levavam a nada. Estamos fazendo um trabalho com a região do Vêneto, na Itália, e estamos mandando para lá dezesseis empreendedores. Estamos trazendo para dentro desse processo Afonso Cláudio, Conceição do Castelo, Brejetuba, cujos prefeitos conheceram o exemplo da região do Vêneto para economia familiar, o agroturismo e ecoturismo. Infelizmente há alguns governantes que não se misturam. Mas isso será logo resolvido. Aliás, o primeiro plano de desenvolvimento turístico foi elaborado por Domingos Martins e Venda Nova, em parceria com o Sebrae. (Pedrinho Hoppe).

- Até que ponto a terra dos colibris pode ser incluída na região de montanha?

- Faltam apenas 17 quilômetros para ser concluída a BR-262 que liga Santa Teresa a Santa Maria, e depende da vontade política de cada governante para a inclusão definitiva de Santa Teresa no circuito turístico. (Pedrinho Hoppe).

Atividades ganham destaque

O turismo baseado em eventos e negócios é maior que o de lazer e ainda tem potencial para ser explorado

Em sua palestra "Turismo de Eventos e Negócios", Sérgio Camilo de Camargo, diretor da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), deixou claro acreditar no potencial do Espírito Santo como um importante destino para o turismo de eventos, lembrando que, ainda neste ano, Vitória vai sediar o 4º Congresso Brasileiro da Indústria de Eventos e a 4ª Feira Internacional de Produtos de Eventos, tendo sido escolhida entre 28 outras cidades do País, o que mostra o empenho capixaba no sentido de incentivar esta atividade.

Para esclarecer a importância desse segmento turístico, Camargo não economizou nos números e cifras. Segundo dados do Fórum das Agências de Viagem Especializadas em Contas Comerciais (Facev), em 98 o movimento econômico das agências de turismo em trans-

porte, hospedagem, incentivos, recepções e eventos, foi de US\$ 7,5 bilhões e 51% desse total foram destinados a viagens de eventos e negócios.

Em todo o mundo são realizados por ano cerca de 70 mil congressos, feiras ou exposições internacionais, envolvendo 40 milhões de pessoas, sendo que 2 mil desses eventos acontecem no Brasil, gerando gastos diários per capita de US\$ 240, três vezes mais do que o turismo de lazer.

De acordo com Camargo, esses números devem aumentar ainda mais nos próximos anos. Como exemplo do crescimento do turismo de negócios, ele cita a Bahia, onde esta atividade cresce 12%, contra 5% do turismo de lazer.

As projeções indicam que em Salvador, a partir do ano 2000, 50% dos visitantes na baixa estação serão provenientes desse segmento, totalizando 1 mi-



SÉRGIO CARDOSO

Camargo: investimentos para atrair grandes eventos para o Estado

lhão de pessoas e gerando uma receita de US\$ 1,2 bilhão.

As vantagens do turismo de negócios vão muito além desses números. Além da hospede-

dagem, alimentação e transporte, os eventos agregam uma série de outras atividades, já que também há demanda para serviços gráficos, organização e di-

vulgação de eventos, serviços de áudio e vídeo e montagem de estandes, entre outros.

"Em função do vínculo empregatício, o turista de eventos tem como hábito pedir nota fiscal, o que contribui para o processo de arrecadação de impostos", acrescenta.

Hoje, apesar das previsões otimistas do setor, a realização de feiras, convenções e congressos, concorre com o sistema de teleconferências e outros recursos de comunicação a distância, o que, de acordo com Camargo, exige mais investimentos no setor, principalmente ações de marketing.

Nesse aspecto, Camargo ressaltou a relevância do trabalho desempenhado pelos Conventions e Visitors Bureau de todo o País para a projeção das potencialidades de seus estados.

Para a inserção definitiva do Espírito Santo no circuito do turismo de negócios, Camargo falou da necessidade de investimentos em infra-estrutura, como na criação de espaços adequados para a realização de eventos, melhorias na rede aeroportuária e de transportes em geral, e sugeriu ainda a ampliação das parcerias entre o poder público, entidades não governamentais e iniciativa privada em prol da atração de grandes eventos para o Estado.

DEBATE

Turismo de Eventos e Negócios

Debatedores:

- Sérgio Camilo de Camargo, diretor da Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- Marcelo Valadares Nader, presidente do Espírito Santo Convention e Visitors Bureau

Moderador:

Pedro Paulo Perim, diretor do Yahoo

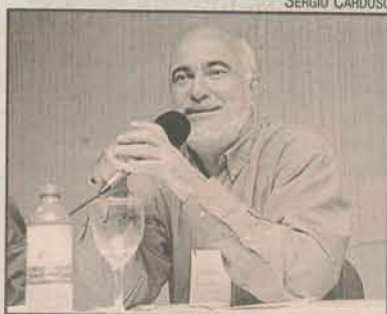
- Qual a diferença entre a política de atuação de um centro de convenções privado e um centro de convenções do poder público?

- O objetivo do centro de convenções privado é ter lucro, para ter o retorno do capital investido. Nesse sen-

tido, o centro de convenções de natureza pública é mais eficiente já que tem o papel de fomentador do Estado e tem como objetivo envolver a cadeia produtiva ao redor do evento. Mas, infelizmente o poder público de vários Estados têm sido negligente com muitos dos seus centros de convenções. (Sérgio Camargo)

- Qual a avaliação da prestação de serviços para eventos na Grande Vitória em relação a outros grandes centros?

- A infra-estrutura é boa, apesar de não ter padrões excelentes de qualidade, o que pode se reverter a medida que os ganhos provenientes de eventos realizados no Estado forem reinvestidos no setor. Mas hoje Vitória comporta bem eventos de pequeno e médio porte com cerca de 1,5 mil e 2 mil participantes. (Sérgio Camargo)



SÉRGIO CARDOSO

Nader: apoio da Aderes

- Só Vitória tem infra-estrutura para receber eventos ou as outras regiões do Estado também?

- A maioria dos eventos acontecem por causa do Centro de Convenções e do equipamento que se tem disponível, mas existe a intenção de se levar eventos para outras regiões do Estado. (Marcelo Nader).

- Como driblar as dificuldades do quadro negativo com relação ao Turismo de Negócios? - Não se pode esperar por recursos do governo, e sim reunir a iniciativa privada, a exemplo do que acontece no Convention Bureau. Também temos que buscar alternativas como oferecer incentivos às entidades que queiram fazer eventos aqui e trazer jornalistas de turismo para o Estado para conseguir mídia espontânea. (Sérgio Camargo)

- Como vê a entrada de empresas alemãs, italianas e outras, no mercado brasileiro?

- Irreversível porque o mercado brasileiro é muito atrativo. E preocupante, porque essas empresas são capazes de fazer feiras apenas com expositores de fora do País. Além disso, como elas operam nos cinco continentes, conseguem

reunir milhares de participantes para uma feira com poucos telefonemas, enquanto precisamos nos esforçar para captar um evento. Mas é uma competição que teremos que encontrar meios de enfrentar. (Sérgio Camargo)

- Como o poder público pode ajudar na divulgação do Estado?

- Um exemplo é o da Aderes que ajudou ao Convention Bureau fornecendo apoio e folheteria. A promoção de eventos culturais como Os Passos de Anchieta, os festivais de música de Alegre e de Domingos Martins e o Vital ajudam na divulgação do Espírito Santo em outros estados. Infelizmente o Convention Bureau, por falta de recursos, não tem condições de fazer uma divulgação maciça; isso caberia ao governo e aos municípios. (Marcelo Nader)

Secretário defende visão

A falta de investimentos nos últimos anos exige participação de toda a sociedade para alavancar o turismo

Consciente das limitações do turismo no Espírito Santo em função da forma como esse segmento até então foi negligenciado e das dificuldades em revertê-las a curto prazo por falta de recursos, o secretário de Estado do Turismo, Mario Petrocchi, não baseou seu discurso no ideal inviável. Pragmático, o secretário propôs medidas simples: trabalhar com o que se tem disponível.

Para entender a que o secretário se refere ao falar em o que se tem, é preciso saber qual a atual situação do Estado hoje e o que se perdeu ao longo de anos em que o turismo sofreu pela falta de uma gestão sistemática. Petrocchi explica que 97% do fluxo turístico capixaba é espontâneo, ou seja, pessoas que vêm ao Estado por iniciativa própria.

"Na minha opinião, enquanto o turismo não se estruturava com a sofisticação de hoje, o Espírito Santo saiu na frente devido à sua potencialidade de praias e montanhas, principalmente Guarapari, atraindo turista de alto poder aquisitivo. Isso levou o empresário e os gestores do turismo a se acostumarem a ganhar dinheiro sem qualquer investimento em promoção", avalia.

Os tempos mudaram, o turismo se profissionalizou, o Espírito Santo foi obrigado a concorrer com outros locais e ficou para trás. Essa perda de mercado de renda mais alta levou a uma substituição e hoje o Estado está recebendo extratos sociais mais simples, o que leva à diminuição da qualidade da oferta turística.

Para começar a mudar esse quadro, de acordo com Mario Petrocchi, não é preciso ir longe. O secretário aposta nos mercados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e no próprio Espírito Santo e define o turismo como "coisa de vizinhos".

As estatísticas provam que a estratégia do secretário está certa, já que 80% da demanda é por viagens de curta duração.

O fluxo de turistas provenientes de Minas Gerais representa

40% da visitação no Estado; do Rio, 20% e do Espírito Santo, 20%, o que somado aos outros estados e aos turistas estrangeiros totalizou 1,575 milhão de turistas em terras capixabas no ano de 98, segundo dados da Embratur.

Levando em consideração que apenas 8% dos mineiros, 7% dos cariocas e 0,8% dos paulistas visitam o Estado, esses números podem ser significativamente aumentados.

Segundo ele, o caminho é através de operadoras e Espírito Santo como roteiro de pacotes turísticos já vem sendo negociado com empresas como a Intercontinental. Para isso se tornar realidade, o secretário também destacou a importância do apoio da iniciativa privada, como acontece por exemplo, com a empresa Águia Branca, que se prontificou a dar todo o suporte no que diz a transporte rodoviário para o desenvolvimento do turismo no Espírito Santo.

Cauteloso para vislumbrar o mercado internacional, pelo menos em um curto período, Petrocchi afirma que a oferta local ainda não tem qualidade suficiente para um passo tão largo, já que a infraestrutura e os serviços são deficientes e faltam estratégias de marketing.

Como prudência não é pessimismo, o secretário afirma que em compensação o Estado tem belas paisagens de praias e montanhas, natureza privilegiada, boa gastronomia, cultura e fol-



Petrocchi: O Estado tem muitas alternativas turísticas para explorar

clore, e muitas alternativas turísticas a explorar como a terceira idade e o ecoturismo.

Ainda na linha das soluções simples, Mario Petrocchi fala do projeto Cama e Café, implantado em Dores do Rio Preto, na Serra do Caparaó.

Através da criação de condi-

ções para os moradores locais hospedarem turistas em suas casas e do treinamento das famílias para receberem os hóspedes, supriu-se a carência de hotéis na região – uma das mais bonitas do Estado, porém pouco visitada.

Aumentando o número de turistas na região, o secretário acredita que os empresários devem se interessar pela região. "Eu só acredito em investimentos a partir do próprio mercado", afirma.

Ainda assim, Petrocchi não poupa críticas à falta de visão da parte do empresário. "A hotelaria requer de 10 a 12 anos de investimentos, então, por que o empresário não vai construir um prédio de apartamentos onde em dois anos ele tira lucro?"

Segundo o secretário, as leis também não contribuíram para o desenvolvimento do turismo. No Plano Diretor Urbano (PDU) faltaram, por exemplo, espaços destinados aos hotéis.

Nesse aspecto, Petrocchi fala da responsabilidade do cidadão comum. "Nós temos que ser agentes de mudança e estar sempre concientizando e falando para cada amigo, para cada vizinho da importância do turismo. Porque nós costumamos sempre colocar a culpa nos políticos, mas a responsabilidade é nossa. O político é uma mera caixa de ressonância que, para sobreviver, tem que falar o que a sociedade pensa", ensina.

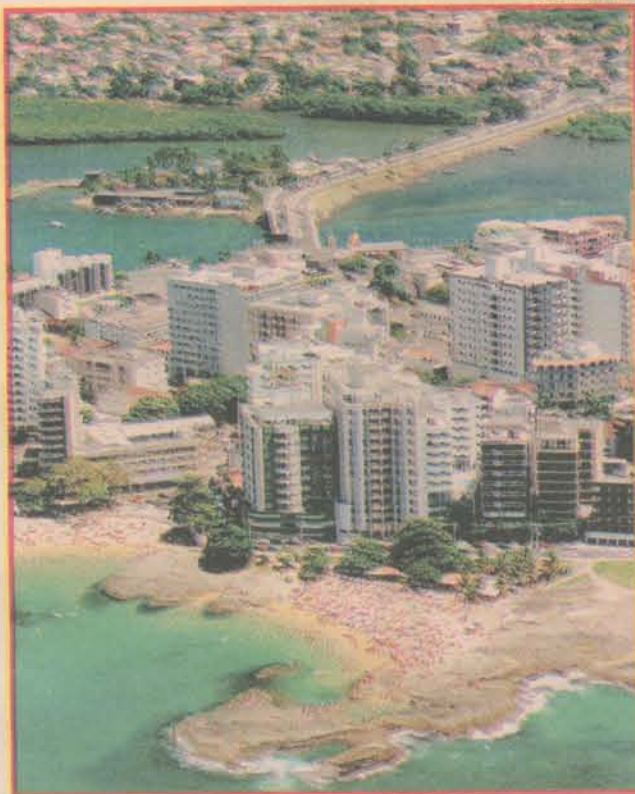
O papel da comunidade também é definitivo quando se trata da implantação de um turismo sustentável, que não agride o meio ambiente e os recursos naturais, administrando o conflito entre promover e preservar, porque caso isso não ocorra, assim como o processo turístico, a qualidade de vida da população sai perdendo.

Mário Petrocchi alerta que toda e qualquer medida que se adote em prol do turismo é inócua se não se basear no desenvolvimento sustentável e planejado.

Isso já ocorreu em alguns locais no litoral Sul onde Petrocchi acredita em um processo de rejuvenescimento do setor turístico para a recuperação das áreas que estão estagnadas, assim como na identificação de áreas adjacentes ainda passíveis de planejamento urbano para projetar o crescimento nessas áreas.

Em todo esse processo de captação de fluxo turístico, o turista desempenha o papel de fiscal. Petrocchi explica que sempre é grande a expectativa de quem sai para conhecer outra cidade.

Assim, o turista fiscaliza tudo, desde um serviço de táxi ao atendimento em um restaurante. "A avaliação negativa do turista é uma ameaça ao sistema de turismo. Da avaliação positiva depende a sobrevivência do turismo", conclui.



Guarapari: rejuvenescimento do setor turístico

realista para o turismo

DEBATE

O Destino Espírito Santo

Debatedores:

- Luís Felipe Bonilha, presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagens

- Manuel José Silva, fundador e secretário geral da Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior de São Paulo

Moderador:

Waldemar Nielsen, representante da Rio Sul/Nordeste para o Espírito Santo.

- Existe preocupação com o turismo de baixa renda no Estado?

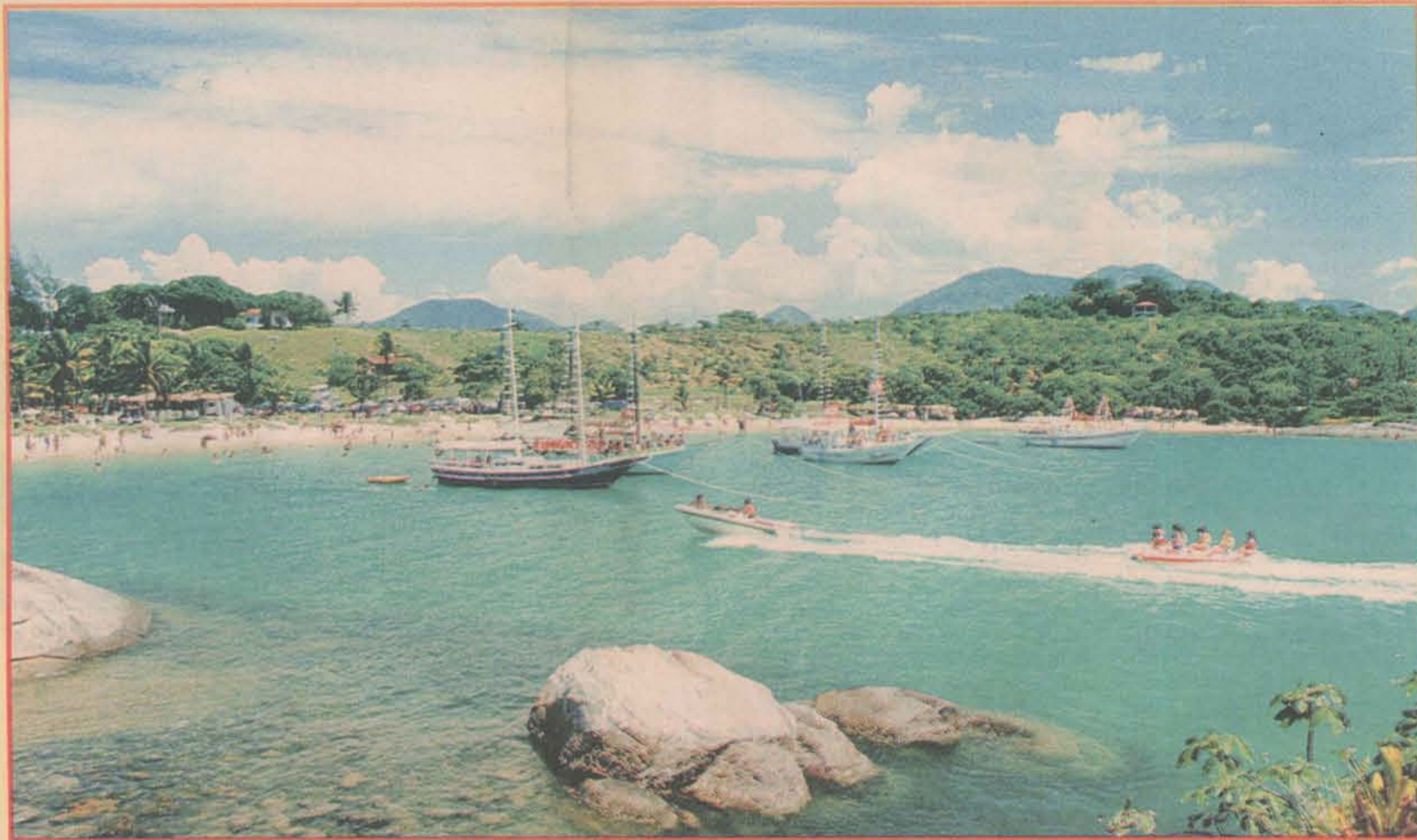
- O turismo é um vetor de crescimento econômico. Se soubermos fazer um mapeamento turístico, como uma empresa de automóveis que tem carros para atender todas as classes, e separar os pontos turísticos para cada faixa de mercado e não nivelar tudo por baixo. (Mario Petrocchi)

- Sobre o projeto "Cama e Café"... O projeto não gera novos empregos, mas apenas uma renda extra para as famílias...

- No Caparaó, por exemplo, não são os hotéis e sim o hotel. Esse projeto visa a base da pirâmide, que tem um mercado imenso. Portanto, o projeto vai ajudar aos hoteleiros, porque o dinamismo do mercado vai trazer investimentos, vai ensinar a população que o turismo é importante, vai criar oportunidades. (Mario Petrocchi)

- Sobre o porto de Vitória e os cruzeiros marítimos, existe algum projeto?

- É um segmento importantíssimo. Comandantes de fora do País dizem que não tem no mundo um porto tão bonito quanto o de Vitória. As prefeituras de Vitória, Vila Velha e Guarapari estão se unindo para melhorar o turismo receptivo nesse aspecto. A



"Os macroprodutos que podem colocar o Estado no mercado nacional são praia (foto), montanha e ecologia", Petrocchi

idéia era trazer um *homeport* para Vitória. Mas em São Paulo, o projeto com todo o apoio do Governador e da Codesa, foi negado. Isso porque o Espírito Santo é esquecido. Mas, mesmo assim, continuamos dando apoio às escalas no porto de Vitória. (Mario Petrocchi)

- Existe a possibilidade de uma parceria entre as prefeituras de Vitória e Vila Velha para termos um guia turístico na região?

- Já existem guias turísticos, mas a falta de anunciantes está inviabilizando esses projetos. O último é o Guia Sol; é necessário o apoio para que não acabe também. (Mario Petrocchi)

- Quando serão asfaltadas as estradas que levam ao litoral norte e aos balneários de Povoação, Regência, Pontal do Ipiranga e outros?

- Assim que os 27 municípios ao longo do Rio Doce ingressaram na Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), nós nos credenciamos no Prodetur. Estamos com um projeto de desenvolvimento turístico da região para ser aprovado pelo BID. As necessidades básicas são a Rodovia do Sol Norte, interligação do litoral norte à BR-101, resolver o problema da foz do Rio Cricaré, construir algumas marinas no litoral e na Lagoa Juparanã por exemplo. (Mario Petrocchi)

- Gostaria que o senhor se posicionasse em relação à segurança do turista.

- Segurança é básica não só para o turista, como para a população. O principal passo é a criação da região metropolitana, para que os municípios trabalhem em conjunto para solucionar prin-

cipalmente o problema dos bolsões de pobreza localizados em Cariacica e Serra. (Mario Petrocchi)

- O que é necessário para vender o Estado?

- Eu mostrei uma previsão de projeção do turismo no Espírito Santo até 2006. Tenho certeza que se começarmos hoje a trabalhar como foi programado, em 2006 o turismo no Estado será uma realidade. É preciso ter verba, é preciso que o ministro do Turismo venha ao Espírito Santo e leve ao Presidente, que é do mesmo partido do governador, pedidos para compensar o turismo no Espírito Santo da mesma forma que a Ford foi na Bahia. O governo estará minimizando o problema do desemprego uma vez que o turismo é grande gerador de empregos. É necessário fazer contato com a Abrastur de

São Paulo, porque as operadoras têm interesse em ter produtos para vender e nós temos o produto, a questão é a profundidade do diálogo. Temos que aproveitar a alta do dólar que inviabiliza o turismo internacional e promover mais e melhor o turismo nacional. (Manoel José Silva)

- Por que o turismo histórico não foi citado, já que o Estado possui inúmeros sítios históricos tombados pelo patrimônio?

- Os macroprodutos que podem colocar o Espírito Santo no mercado nacional são praia, ecologia, montanha e cidade. Nosso patrimônio histórico não tem uma força como o de Ouro Preto. O turismo histórico tem que ser um complemento para os principais produtos turísticos. (Mario Petrocchi)

Cidades têm papel decisivo

A Embratur defende ações por parte do Executivo municipal para incentivar o turismo e garantir o retorno dos turistas

Despertar a comunidade sobre o que significa o desenvolvimento de uma atividade turística para a sua cidade pode ser o passo definitivo para efetivar essa atividade.

A importância desse engajamento da sociedade para o turismo foi o assunto da palestra "Municipalização do Turismo" ministrada por Tatiana Espíndola, gerente de projetos da Embratur.

Para ilustrar o tema foi apresentado o Programa de Municipalização do Turismo, da Embratur, lançado nacionalmente em Vitória no ano de 94. O programa, implantado com sucesso em 800 municípios de País, tem como objetivo descentralizar o turismo, colocando o governo mais perto da comunidade, através de um processo de transferência das responsabilidades do gerenciamento e planejamento das atividades turísticas para o município.

"Os turistas chegam ao município, se hospedam no município, gastam no município,

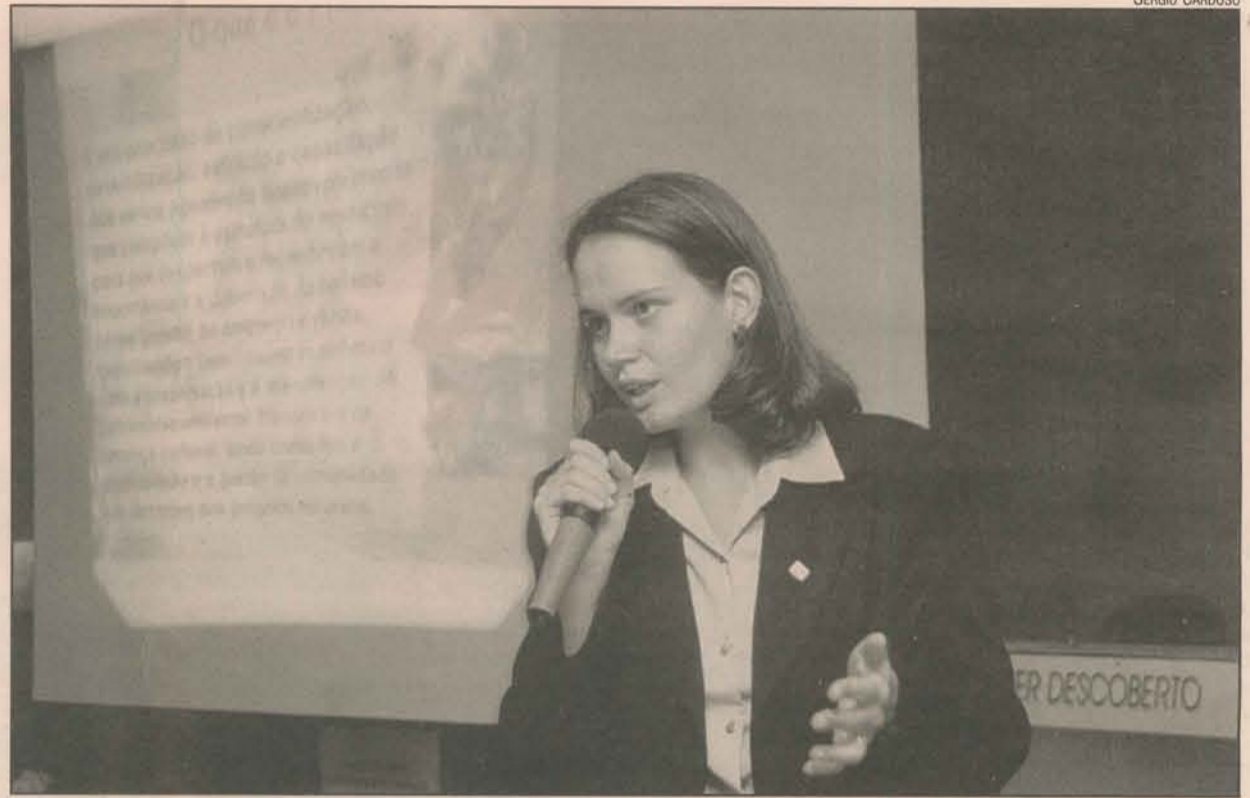
que é quem ganha com a arrecadação de impostos. Nada mais justo que a responsabilidade da gestão do turismo fique por conta do município", comenta Tatiana.

Ao falar em município, Tatiana deixa claro que está se referindo à comunidade, que nos moldes do projeto, através da criação dos Conselhos Municipais de Turismo, participa de forma ativa nesse processo e é também a principal beneficiada.

A experiência bem sucedida do programa mostra que nos municípios onde foi implantado, houve significativa melhoria da qualidade de vida local.

O Programa de Municipalização do Turismo se baseia em capacitação, sensibilização, estímulo e conscientização da comunidade para que ela passe a enxergar o turismo como uma atividade geradora de emprego e renda e propiciadora de um desenvolvimento ambiental, econômico, cultural, político e socialmente sustentável.

A participação do Espírito



A gerente de projetos da Embratur mostrou a importância da descentralização do turismo

Santo no Programa de Municipalização do Turismo vai além do lançamento. Domingos Martins foi um dos seis *cases* escolhidos para fazer parte do vídeo de apresentação do programa, como um dos municípios de referência no processo de municipalização, com destaque para Programa de Iniciação Escolar do Turismo.

Para a melhor execução do programa, a Embratur estabele-

ceu parcerias com diversas entidades que fazem ou que já desenvolviam projetos em prol do turismo. No Espírito Santo, um dos principais parceiros do Programa é o Sebrae.

Vera Perim, consultora do Sebrae, fez uma participação especial na palestra falando sobre trabalhos que a entidade vem implantando no Estado junto às comunidades e do que pode ser feito para melhorar a muni-

cipalização do turismo no Estado.

De acordo com Vera, é comum depois da formação dos Conselhos Municipais de Turismo – o Estado tem ao todo 11 –, que haja uma descontinuidade dos projetos, principalmente depois das mudanças da administração local. Para que isso não aconteça é necessário planejar e estabelecer metas concretas para se alcançar os resultados.

DEBATE

Municipalização do Turismo

Debatadores:

- William Galvão, subsecretário de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Vitória
- Wéverson Rocio, secretário municipal de Turismo de Guarapari

Moderador

Mac Arthur Viana Fraga, secretário municipal de Turismo de Vila Velha

- Quem ou o quê pode integrar esse projeto de municipalização?

- Representantes das prefeituras podem participar das oficinas do programa. Para estudantes, existe a Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo, que tem um convênio com a Embratur, onde cada oficina do programa deve ter presente um bacharel em turismo. No caso de um representante estadual de alguma instituição pode participar das oficinas ou compondo o comitê estadual do PMT. (Tatiana Espíndola)

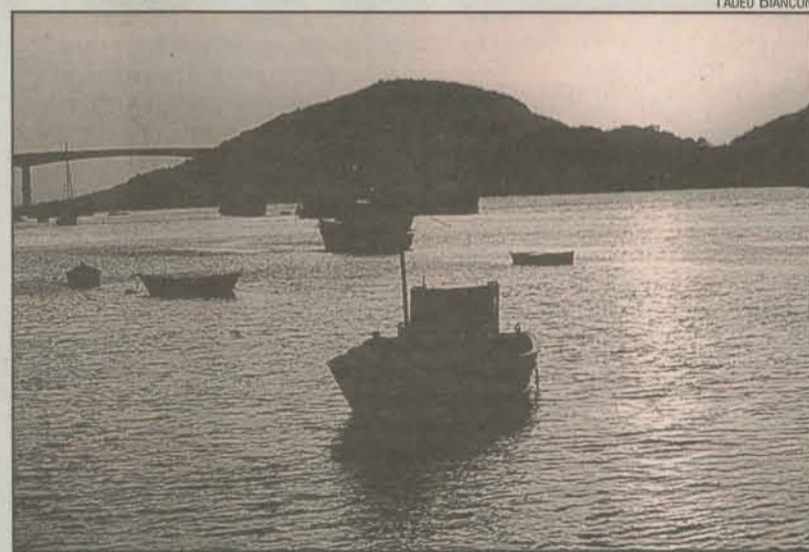
- Existe algum projeto para a implantação da disciplina de turismo como matéria obrigatória no ensino básico a nível de Brasil em vista do potencial turístico do País?

- Como obrigatória, não; mas alguns municípios já adotaram, como por exemplo: Anchieta, Guarapari em algumas escolas. A nível de Estado e de Brasil também, a proposta é a interdisciplinaridade, ou seja trabalhar o turismo em todas as matérias. Se é aula de Matemática, fazer as contas voltadas para o turismo; se é Geografia, estudar os pontos turísticos em potencial; se História, estudar a história do turismo. Mas ainda não existe a nível de Brasil a consciência dessa necessidade. Em Vila Velha, em algumas escolas de tempo integral, já está sendo ministrada a disciplina de turismo.

Não sendo multiplicador do PMNT, mas sendo professora multiplicadora desse conhecimento, pode solicitar o material educativo do programa, inclusive vídeo. Basta solicitar pelo fax: 613261767 /613263977. (Tatiana Espíndola)

- Vitória é lindíssima mas como vamos nos livrar da poluição da CST e da Vale do Rio Doce, e por que o prefeito ainda não criou a Secretaria de Turismo?

- Mais do que criar a secretaria de turismo ele criou a Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O turismo é tratado como uma das mais importantes questões para o desenvolvimento econômico de Vitória. A secretaria cuida de três vetores: turismo, ciência e tecnologia, e projetos de um modo geral. En-



Para Vitória, o turismo é uma das questões mais importantes

tão, eu acho que a forma como o prefeito trata o turismo é muito mais arrojada do que simplesmente criar uma secretaria de turismo. A questão da poluição: é bom lembrar que temos dois âmbitos de fiscalização aqui, que é o municipal e o estadual. Isso vem sendo objeto de discussão entre essas empresas para se chegar a um acordo. Eu não saberia explicar mais por ser um assunto mais restrito às secretarias de Meio Ambiente. (William Galvão)

- De que vale a iluminação da Praia da Costa se o prefeito vem cedendo às pressões da associação de moradores no sentido de não permitir qualquer

tipo de comércio, a exemplo de Itapôa e Itaparica?

- Tanto a prefeitura como a Associação de Moradores buscam um único objetivo: que a Praia da Costa se transforme em um produto turístico de alta qualidade. Não queremos aquele barraqueiro que vem para sujar, para vender produtos de baixa qualidade. O que a prefeitura debate com a associação é sobre extremismo, ou seja, não deixar ninguém, não aprovar um projeto só porque não é oriundo do Executivo ou da associação. No resto, estamos atrelados com a associação. Na questão da qualidade, na questão da limpeza, da invasão do

calçadão por barraqueiros. (Mac Arthur Viana)

- Desde quando as escolas de tempo integral de Vila Velha têm aula de turismo?

- Nesse período letivo, as turismólogas começaram com um projeto piloto em três escolas e de acordo com o resultado logo será implantado nas escolas de todo o município. (Mac Arthur Viana)

- O que devem fazer os estudantes de turismo interessados em ajudar o PMT de Guarapari?

- A secretaria está aberta e aceitando estagiários para trabalhar. Nós temos pessoas que trabalham sem remuneração que passarão a receber logo que seja fechado o convênio. As pessoas que entrarem agora possivelmente serão remuneradas também, só não posso prometer. (Wéverson Rocio)

- Foi feito um estudo de impacto ambiental para a iluminação da orla da Praia da Costa? Qual foi o órgão que fez?

- A iluminação foi aprovada pelo Conselho Municipal de Turismo, pelo Ibama e pela Seama. A iluminação, inclusive, aumentou o número de peixes na nossa orla. Temos em média cem pescadores por noite. Trouxe um novo esporte para a praia, a pesca de arremesso. (Mac Arthur Viana).

Polêmica marca seminário

Uma nova visão sobre o foco dos investimentos do setor de turismo esquentou o debate

SÉRGIO CARDOSO



Carvalho surpreendeu a todos afirmando que se deve investir primeiro no mercado internacional

Como em todo bom seminário não pode faltar a polêmica, o vice-presidente de Marketing, Vendas e Serviços para América do Norte e Europa da Transbrasil e da Câmara de Comércio Brasil e Estados Unidos em Miami, Flávio Carvalho, surpreendeu a todos contrariando uma das máximas que se aprende quando o assunto é turismo — que se deve investir primeiro no mercado mais próximos.

Como representante de uma empresa aérea, é natural que Flávio queira lançar vãos mais altos e afirmou que o Estado deveria investir principalmente em divulgação nos mercados europeu e norte-americano, e que os brasileiros viriam em seguida.

A explicação foi a seguinte: o brasileiro simplesmente ainda não se acostumou a ver o seu país como um dos mais bonitos do mundo e vive de modismo, desco-

brindo os próprios recursos do país depois dos estrangeiros. “Investir no mercado internacional é dar qualidade ao produto”, assegura.

A ótica de Flávio pode ser questionável mas não infundada. Para esclarecer, ele usa um exemplo interno, que acontece dentro do Brasil. “O paulista quando quer fazer turismo não vai ao Rio de Janeiro e sim ao Nordeste, porque ele quer lugares mais distantes”.

Trazendo o exemplo para a realidade capixaba, Flávio fala do principal público-alvo do nosso produto turístico: os mineiros.

Apesar de os turistas mineiros compareceram ao Estado em grande número, principalmente durante o verão, Flávio questiona se eles representam o turismo ideal que se quer implantar no Estado, uma vez que, segundo ele, os mineiros, em boa parte, alugam casas ao invés de se hospedarem em hotéis, um perfil mais de ve-

ranistas do que realmente de turista.

Quanto ao que todos esperavam ouvir — alguma possibilidade de aumento do número de horários e vôos da Transbrasil ligando o Estado a outras capitais do País — a resposta não foi a desejada. Flávio explicou que a oferta de vôos se

faz com base na demanda do mercado. “Não podemos colocar um vôo e esperar o turismo acontecer”.

Pelo menos o vice-presidente de Marketing, Vendas e Serviços para América do Norte e Europa da Transbrasil deixou claro que, assim como os capixabas, credi-

ta que com empenho do poder público, do empresariado, e quando as medidas discutidas no seminário forem colocadas em prática, a Transbrasil sem dúvida deverá rever a política de atuação no Estado, incluindo o Espírito Santo nos grandes mercados brasileiros para o tráfego aéreo.

DEBATE

Promoção e Marketing

Debatedores:

- Tânia Maria Basseti de Abreu, professora de Técnica Publicitária da UVV
- Rui Roberto Ramos, professor de Marketing e Comunicação

Mediador

Vitor Martins, assessor da Agência de Desenvolvimento em Rede do Espírito Santo (Aderes)

—De que forma você entende que deve acontecer a promoção do Estado no mercado turístico nacional? Mídia? Eventos?

—É um mix, porque é difícil promover um Estado inteiro com a imensa gama de produtos e serviços que pode oferecer. Temos que buscar os públicos específicos para os turistas de esportes radicais, ecológico, da terceira idade, agroturismo. Tem que se ver o que

é prioritário, fazer um planejamento de quem atingir e como. Está faltando traçar este planejamento. A Secretaria Extraordinária de Turismo deveria ser a primeira secretaria do Estado; todas as outras deveriam ser subordinadas a ela. (Rui Roberto Ramos)

—O turismólogo sai apto a trabalhar. Você não acha que os governos é que deviam se adaptar para trabalhar com o turismólogo?

—Temos que trabalhar com o profissional do turismo. Não que eu queira tirar quem já trabalha na área, mas nós sempre temos o que aprender e com uma pessoa que estudou a teoria fica mais fácil. Existe uma tendência de que todo o mercado se profissionalize. O turismo não é só um hotel ou um restaurante. Uma pessoa não compra só uma passagem. Compra um pacote que inclui várias coisas. O turismólogo pode perceber com mais facilidade que os administradores. O turismólogo tem que abrir o seu espaço, fazer respeitar a sua profissão



SÉRGIO CARDOSO

O turismólogo tem que abrir o seu espaço, afirmou a professora da UVV

para que o turismo seja tratado por quem entende de turismo. (Tânia Maria Basseti de Abreu)

—Quando queremos resolver um problema temos que chamar um profissional, se não fica coisa de amador e aí não dá certo. Se vamos construir uma casa, chamamos um engenheiro se não a casa cai. Se vamos fazer um planejamento para vender um ponto turístico temos que chamar um profissional de turismo. Os donos de hotel, de restaurante, de empresas de transporte têm que estar cientes disso. (Rui Roberto)

—Como fica a profissão de agente de viagem com a chegada da internet?

—A informática veio para ficar. É uma ferramenta de trabalho poderosa, abre N opções de negócios. Temos de usufruir dessa tecnologia. Pode não existir agência em espaço físico mas a agência sempre vai existir. (Flávio Carvalho).

Qualificação é o diferencial

O diretor regional do Senac avisa que, sem profissionais treinados, todas as atividades ligadas ao turismo correm risco

Quem nunca passou pela desagradável situação de entrar num restaurante e ter que fazer de tudo para chamar a atenção do garçom na esperança de ser atendido. Ou ligou para um número de reservas de um hotel e a recepcionista não soube responder perguntas simples como: tem vagas?

Quando se trata de um caso individual, a experiência pode até ser relevada, mas se estendida para o âmbito coletivo pode comprometer a imagem turística de um determinado local, tornando ineficaz o esforço para a divulgação e promoção.

Por isso, a qualificação da mão-de-obra é determinante para o sucesso de um local enquanto roteiro de viagens.

Com larga experiência no assunto, o diretor do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), Dionísio Corteletti, em sua palestra "Qualificação da Mão-de-Obra", falou da importância dos investimentos em recursos humanos.

Na avaliação de Corteletti, o profissionalismo é muito mais do que um dos fatores para o desenvolvimento do turismo. É um diferencial no mercado de prestação de serviços, fundamental na criação de uma imagem que se quer projetar.

"É diferente de quando se chega em uma loja e se compra um bem material, de quando se faz uma reserva em um hotel, num restaurante, numa agência de viagem ou numa companhia aérea onde o serviço está sendo avaliado 24 horas por dia", explicou.

Corteletti admite a dificuldade em atingir um padrão de excelência em um segmento onde o atendimento é essencial, quando se vive num País onde 65% da população economicamente ativa não têm o primeiro grau completo e onde as pessoas que atuam na área do turismo têm em média 3,5 anos de escolaridade, segundo dados do IBGE.

Nesse aspecto, é importante que o empresariado invista em seus funcionários, sempre buscando formas de



"Sem profissionalismo, todos correm o risco de ir a falência"

reciclagem, de aperfeiçoamento, do aprendizado de novas tecnologias.

Corteletti vai além e explica que quando fala em investir em pessoal não se refere apenas ao fator profissional, uma vez que para lidar com seres humanos é importante lembrar que todos são suscetíveis de problemas.

tíveis de problemas.

Para ele, é fundamental ainda que se crie condições favoráveis de trabalho para que o funcionário possa desenvolver sua atividade da melhor forma possível.

"É comum quando se vai construir um hotel contratar um bom arquiteto, um bom

decorador, pensar na fachada, nos quartos e em vários outros espaços, e só depois se pensa na lavanderia, na cozinha e outras áreas de serviço", lamenta o diretor do Senac, lembrando que muitos trabalhadores da área têm boa vontade mas é evidente o amorismo e a falta de condições de trabalho.

Mas o discurso de Corteletti é otimista, apostando na virada do milênio como o momento certo para a reversão desse quadro, já que as previsões apontam que a partir do próximo século, ao contrário de tendências anteriores, as pessoas vão dedicar menos horas ao trabalho (já que estão quase no limite) e mais ao lazer, expandindo a atividade de turismo, que hoje emprega 265 milhões de pessoas em todo mundo, sendo que a tendência é de aumento deste número.

Para Corteletti, é hora de se criar em várias regiões do Estado um ciclo virtuoso. "Quando se monta um hotel ou outra atividade turística em uma determinada região, logo aparece uma padaria, uma oficina, um fornecedor de peixes, de carnes", explica o diretor do Senac, acrescentado que assim se cria um circuito de atividades econômicas, gerando empregos e aumentando a qualidade de vida da população local.

"Mas sem profissionalismo todos correm o risco de ir à falência", adverte.

Estudantes mostram entusiasmo

O Seminário "O Destino Espírito Santo - a inserção do Estado no mercado turístico nacional", promovido pela Rede Tribuna de Comunicação com o apoio da Assembleia Legislativa, Banco de Desenvolvimento Econômico do Espírito Santo (Bandes), Banco do Estado do Espírito Santo (Banestes), Prefeitura Municipal de Vitória, Convention e Visitors Bureau e Rio Sul, reuniu empresários e estudantes de turismo de todo o Estado.

Para os futuros turismólogos, o seminário foi uma oportunidade de debater e refletir com pessoas de larga experiência em turismo o que se aprende nas salas de aula.

Para a estudante Marta Caus, o seminário foi importante não só para os estudantes mas também para os integrantes do trade, que têm poucos eventos como esse para a troca de informações.

Além de elogiar a palestra do seu professor Mario Pe-



Para os futuros turismólogos, o seminário foi uma oportunidade de debater com quem tem experiência

trocchi, Marta disse que gostou muito da experiência do município gaúcho de Canela, transmitida pelo prefeito da cidade,

José Velhinho Pinto.

"Muita coisa importante surgiu a partir do evento, como por exemplo o convite feito a

Mario Petrocchi pelo secretário geral da Associação das Agências de Viagens Independentes do Interior de São Paulo, Ma-

nuel José Silva, para participar e falar do Espírito Santo em uma feira nacional de agentes de viagem", comenta.

Em suas perguntas durante os debates, os estudantes deixaram claro a preocupação principalmente com o mercado de trabalho para quem está se graduando em turismo.

As respostas não podiam ser mais animadoras. Todos os palestrantes e debatedores deixaram claro a importância do turismólogo no processo de consolidação do desenvolvimento do turismo de qualidade.

Que a oferta turística deve ser administrada com profissionalismo foi um dos pensamentos comuns entre os participantes do evento.

Se depender da disposição que os futuros administradores do turismo no Estado demonstraram durante o seminário, com certeza o Espírito Santo vai decolar como um grande destino turístico.

Turismo exige integração

JJ21271-11

CLAUDIA PEDRINHA

“O Brasil todo tem grande vocação para o turismo, mas temos que partir para a ação”, disse o presidente do Bandes

A afirmação de que a partir do turismo o Estado ganha em arrecadação de impostos, em geração de empregos e renda, o empresário ganha com novos horizontes de investimentos e a população ganha em qualidade de vida, se tornou lugar comum no seminário. Mas, a quem cabe a responsabilidade de criar condições de implantar esse sistema maravilhoso onde todos lucram?

O presidente do Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes), João Luiz Tovar, em sua palestra “O Estado como Indutor do Turismo”, falou sobre como o poder público deve ter uma ação determinante para o desenvolvimento turístico.

“O Brasil todo tem grande vocação para o turismo, mas não podemos ficar na vocação. Temos que partir para a ação”, comenta Tovar.

Para o presidente do Bandes, o atual governo já tomou uma atitude que demonstra o interesse em investir no turismo: a criação da Secretaria Extraordinária de Estado do Turismo.

Apesar do primeiro passo já ter sido dado, Tovar enfatiza que o caminho é longo e falta muito ao Estado para a consolidação de um turismo profissional e rentável, a exemplo do que ocorre em outros estados do Brasil como os do Nordeste. “Em um debate co-

mo esse é importante falar com realismo para termos consciência do que não temos”, explicou.

Uma grande carência do Espírito Santo, na opinião de Tovar, é a de um aeroporto internacional. Ele fala das dificuldades de se trazer turistas de fora se eles param no Rio de Janeiro e cita, ainda, dentro das atribuições do governo, a construção e melhoria das estradas. “Deveríamos ligar o mar ao beija-flor”, afirma numa referência ao município de Santa Tereza.

Além de criar e estar sempre ampliando a infra-estrutura, também está entre as funções de Estado como indutor do turismo o apoio ao empresariado, porque, na maioria das vezes, a iniciativa privada não tem condições de viabilizar alguns empreendimentos no setor, onde o retorno do lucro pode demorar algum tempo.

Quando o assunto são os financiamentos, Tovar esclarece que, através do Bandes, nos seus 32 anos de funcionamento, 95% dos hoteleiros conseguiram empréstimos para seus projetos.

Outro benefício conseguido recentemente através do Grupo Executivo para Recuperação Econômica do Estado (Geres) para o setor, é o refinanciamento dos contratos com prazo de mais dez anos eliminando as taxas re-



Integração foi a palavra-chave da palestra do presidente do Bandes, João Luiz Tovar

ferentes a penalidades de juros.

Para solucionar um grande problema de micro e pequenos empresários, que é a falta de garantias para os financiamentos, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) criou o Fundo de Garantia para Promoção da Competi-

tividade (FGPC) que vem atender financiamentos até R\$ 500 mil, com garantia de até 80% do financiamento, para quem tem um bom projeto.

Integração foi a palavra-chave da palestra do presidente do Bandes, que não limitou o termo ao governo do Estado e à iniciativa privada, mas deixou claro a importância da

integração entre os municípios e principalmente da integração com a comunidade.

Com base na palestra, pode-se concluir que a pergunta inicial (a quem cabe a responsabilidade do desenvolvimento do turismo?) fica sem propósito quando cada um cumpre o seu papel de forma efetiva.

DEBATE

O Governo como indutor do desenvolvimento turístico

Debatedores:

- Cacau Monjardim Cavalcanti, assessor de comunicação Social da Rodosol
- Margarete Pizzato, diretora de Marketing do Centro de Convenções de Curitiba

Moderador:

Clóvis Abreu Vieira, secretário executivo do Geres

Participação especial da senadora Luzia Toledo.

- Afinal, qual é o destino do Espírito Santo?

-O Espírito Santo é abençoado no nome, na geografia e em outros aspectos. O que está doente são as contas públicas. A forma físi-

ca e empresarial vão muito bem. Tenho que enfatizar o que mudou no Bandes e mudou para melhor através das mudanças dos financiamentos. Nós precisamos de geração de empregos e é o turismo que vai gerar empregos de qualidade. Nós temos tudo para tornar o Espírito Santo viável turisticamente, e a Embratur tem consciência disso. E é nesse caminho que o Espírito Santo vai. Esse seminário é mais do que um encontro, sairemos daqui com propostas concretas a serem encaminhadas à ação. (Luzia Toledo)

-Quais são os critérios avaliados em uma cidade para a realização de eventos, e quais as alternativas para resolverem o problema de su-

cateamento do Centro de Convenções público?

- O primeiro critério é a hotelaria, o número de leitos, a gastronomia, transporte aéreo, receptividade do turista, informações na cidade, apoio municipal, estadual e das associações pertinentes ao evento. Eu faço parte da diretoria da Associação Brasileira dos Centros de Convenções e estamos pedindo apoio a empresários e poder público. Um centro de convenções tem que ter apoio também da hotelaria. Nenhum dono de centro de convenções consegue obter lucro com o turismo se não tiver um hotel apoiando. A idéia é que haja verba pública para ajudar ao centro ou criar uma par-

ceria por todos que são beneficiados e dividir em cotas o custo para a manutenção do mesmo. (Margarete Pizzato)

-Como o Bandes quer exigir do microempresário a garantia de uma vez e meia do valor financiado se a empresa mal tem capital de giro para o funcionamento?

-Agora qualquer microempresário que quiser um financiamento não precisa apenas do aval dele, pois já existe um seguro que cobre 80%. Então, até R\$ 500 mil ele está acobertado. (João Luiz Tovar)

-Com a implantação da indústria petrolífera no Estado, o meio ambiente não fica ameaçado?

-Numa época de alta tecnologia como a que estamos vivendo, haverá manutenção, policiamento e fiscalização. E estamos falando de 38 quilômetros afastados da costa, portanto não chega a ser uma ameaça. Toma-se como exemplo a Aracruz que, ao chegar aqui foi um estardalhaço e depois foi combatendo praga, criando ilhas de manutenção de animais e flora originais dali. Eu vejo como um processo de equilíbrio. Vocês jovens terão a grande responsabilidade de fiscalização, nós queremos apenas que se faça em benefício do Espírito Santo pois é uma grande oportunidade de desenvolvimento para o Estado. (Cacau Monjardim)

Mensagem de otimismo

Na palestra de encerramento, o representante da Embratur no seminário sugeriu algumas medidas para alavancar o turismo no Estado

Concluindo o ciclo de debates, o representante do órgão máximo do turismo no país — a Embratur. Sem tema pré-determinado, Edson José Fernandes Ferreira, diretor financeiro e administrativo da Embratur, falou sobre um pouco de todos os assuntos selecionados para as palestras e deixou aos participantes uma mensagem de otimismo com relação ao turismo no Estado, que não cansou de elogiar.

Mas em seu pronunciamento, Ferreira não se ateu aos elogios e citou medidas concretas que podem alavancar o turismo no Estado, como a isenção de ICMS sobre os combustíveis dos vôos, o que, segundo Ferreira, faria com que o Estado lucrasse muito mais do que com a arrecadação do imposto.

Outra medida simples, aliás como muitas outras que podem ser efetivadas em prol do tu-

rismo, sugerida por Ferreira, é a parceria com as administradoras de cartões de crédito, para a promoção de viagens para o Espírito Santo através de descontos especiais nos hotéis, restaurantes, lojas e outros estabelecimentos comerciais locais. "Esses cartões poderiam ser vendidos em feiras e eventos como acontece com outros Estados".

A exploração de outras formas de turismo alternativo, como a pesca oceânica, principalmente do marlin, que é abundante no litoral capixaba, e do ecoturismo, privilegiado pela generosidade da natureza no Estado, também fez parte do discurso do diretor financeiro e administrativo da Embratur.

Como não se esperava ouvir apenas as medidas atribuídas ao poder público e à iniciativa privada, mas também o que a Embratur poderia fazer para impulsionar a atividade turística



Edson Ferreira garantiu, em nome da Embratur, apoio irrestrito para o Espírito Santo

local, Ferreira garantiu em nome da entidade apoio irrestrito para o Espírito Santo e prometeu a elaboração de um novo vídeo promocional sobre os atrativos capixabas, que será exibido em todo o país.

Citando exemplos de outros Estados, principalmente do Nordeste e de sua cidade natal, a ca-

pital do Rio Grande do Norte, o representante da Embratur deixou claro a viabilidade da oferta turística desde que bem administrada. Destacou também que muitas cidades brasileiras já se reergueram graças ao turismo, conseguindo até mesmo a difícil tarefa de diminuir as desigualdades sociais.

"Mas não basta ter produto, é preciso lapidá-lo", resume Ferreira, que utilizou um pensamento do presidente Fernando Henrique Cardoso para definir o que aguarda o futuro para o turismo no país. "O Brasil tem jeito e o turismo é a salvação para o país", conclui.



Marlin Azul: a pesca oceânica é um ponto de atração para o turismo capixaba, segundo Ferreira

OS NÚMEROS DO TURISMO

Mercado mundial em 98

625 milhões de visitantes
70 por cento das viagens são para países ricos
3 trilhões de dólares de receita gerada no mundo inteiro
10 por cento do Produto Interno Bruto (PIB) global
655 bilhões de dólares em impostos
260 milhões de empregos
50 ramos de atividades sofrem influência direta do turismo

Ranking mundial

França está em primeiro lugar, com 70 milhões de visitantes por ano
Brasil está 39º lugar com 5 milhões de turistas por ano

O déficit na balança do turismo no Brasil é de 4 bilhões de dólares

O turismo no Espírito Santo

1,575 mil visitantes
570 milhões de dólares foi o lucro gerado pelo turismo
3,6 por cento do Produto Interno Bruto (PIB) capixaba vêm da atividade turística

Turismo de negócios

7,5 bilhões de dólares foi a receita das agências gerada no Brasil com hospedagem, transporte, receptivo e alimentação em 98
51 por cento desse total em viagem de negócios e eventos
40 milhões de pessoas turismo participam de eventos de negócios
70 mil congressos internacionais por ano sendo 2000 no Brasil gerando gastos diários per capita de 240 dólares

Fonte: Secretaria de Estado Extraordinária do Turismo