

1123277-1

A GAZETA

Vitória (ES), quarta-feira, 7 de dezembro de 1994

I SEMINÁRIO DE PROFISSIONALIZAÇÃO DO TURISMO



INICIATIVA

APOIO

PATROCÍNIO

A GAZETA
Turismo



MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA
DO COMÉRCIO E DO TURISMO
EMBRATUR
INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO



Apresentação

O I Seminário de Profissionalização do Turismo no Espírito Santo, realizado entre os dias 21 e 23 de novembro, no Auditório da **Rede Gazeta de Comunicações**, reuniu estudantes, políticos e empresários, visando ao fim do amadorismo no setor turístico. No primeiro dia, o ministro da Indústria, Comércio e Turismo, **Élcio Álvares**, falou sobre "O Turismo no Mundo". No dia 22, aconteceram palestras sobre "A Política de Municipalização do Turismo", com **Caio Luiz de Carvalho**, secretário Nacional de Turismo e Serviço; "Programa de Incremento do Turismo (Prodetur)", com **Luiz Augusto Pacheco**, coordenador dos Programas de Articulação Institucional do Sebrae; "Marketing Turístico", com **Ronald Carvalho**, consultor de marketing; "Captação de Eventos para o Centro de Convenções", com **Raimundo Peres**, coordenador da Unidade de Captação de Eventos da Bahiatursa. No dia 23, houve exposição dos temas "Comissão de Turismo Integrado do Nordeste (CTI/NE)", com **Carlos Sodré**, diretor executivo da CTI/NE, "Desenvolvimento de Recursos Humanos para o Turismo", com **Elza Portela**, chefe do Departamento de Capacitação de Recursos Humanos da Embratur, além da apresentação dos planos de turismo municipais (Anchieta, Aracruz e Vitória), com representantes das prefeituras, e da exposição do "Master Plano para o Desenvolvimento Integrado do Turismo no Espírito Santo", com **Paulo Augusto Vivácqua**, presidente do Corredor Centro-Leste.

Expediente:

A GAZETA

Editoria dos Cadernos Especiais

Departamento Comercial de A GAZETA

Textos:

João Barreto, Cristina Abelha e Emerson Cabral

Revisão:

Nelmir Schneider

Fotos:

Arquivo de A Gazeta

Diagramação:

Gil I. de Souza e Jairo dos Santos

Subedição:

Nacibe Cade

Editor:

Sérgio Hora

Endereço: Rua Chafic Murad, 902 - Bento Ferreira

Vitória-ES - CEP 29050-660

Índice

- Élcio propõe o fim do amadorismo
página 3
- Alternativas diferenciadas para o turismo
página 4
- Pólo de cinema incentiva o turismo local
página 4
- Projeto piloto incrementa turismo no ES
página 5
- Trilhões de dólares, 200 milhões de pessoas
página 5
- Lançado pacote turístico capixaba
página 6
- Parque aquático em Guarapari alia tecnologia e natureza
página 6
- Ações a curto e médio prazo do turismo no Estado
página 7
- Municipalização: caminho concreto para a incrementação do turismo
páginas 8 e 9
- Sem marketing, não há turismo
página 10
- São Paulo como exemplo
página 10
- O Estado como um produto
página 10
- Municípios modernizam serviços
página 11
- As soluções para o turismo no futuro governo
página 11
- Centros de Convenções: casa cheia o ano inteiro
página 12
- Bahiatursa, de captação a promoção de eventos
página 12
- A união faz a força no Nordeste
página 13
- Ecoturismo: passeios ao ar livre
página 14
- Qualidade dos produtos depende do atendimento
página 14
- ES pode faturar alto explorando o turismo
página 15
- Plano prevê a construção de marinas
página 16

Élcio propõe o fim do amadorismo

O ministro da Indústria, Comércio e Turismo, Élcio Álvares, convidado para fazer a palestra de abertura do seminário, defendeu a idéia de profissionalização do turismo, criticando as iniciativas amadorísticas e exemplificando atividades que têm demonstrado resultados positivos. Sua palestra, "Turismo no Mundo", abriu o seminário. O auditório da Rede Gazeta de Comunicações teve lotação esgotada e contou com as presenças do governador Albuíno Azeredo, do senador José Ignácio, do deputado João Carlos Coser (representando o governador eleito Vitor Buaiz), além do diretor da Embratur, Flávio Coelho e do diretor executivo da Rede Gazeta Carlos Fernando Lindenberg Filho.

O ministro começou afirmando que o turismo deverá ser o suporte da economia brasileira na próxima década. "O turismo é um jogo de parceiros no qual, em um plano de convergência, conseguem-se resultados". Recentemente, o ministro esteve em Miami para preparar a visita do presidente Itamar. Na ocasião, ele teve a oportunidade de estabelecer contatos com as auto-

ridades municipais de Orlando, na Flórida.

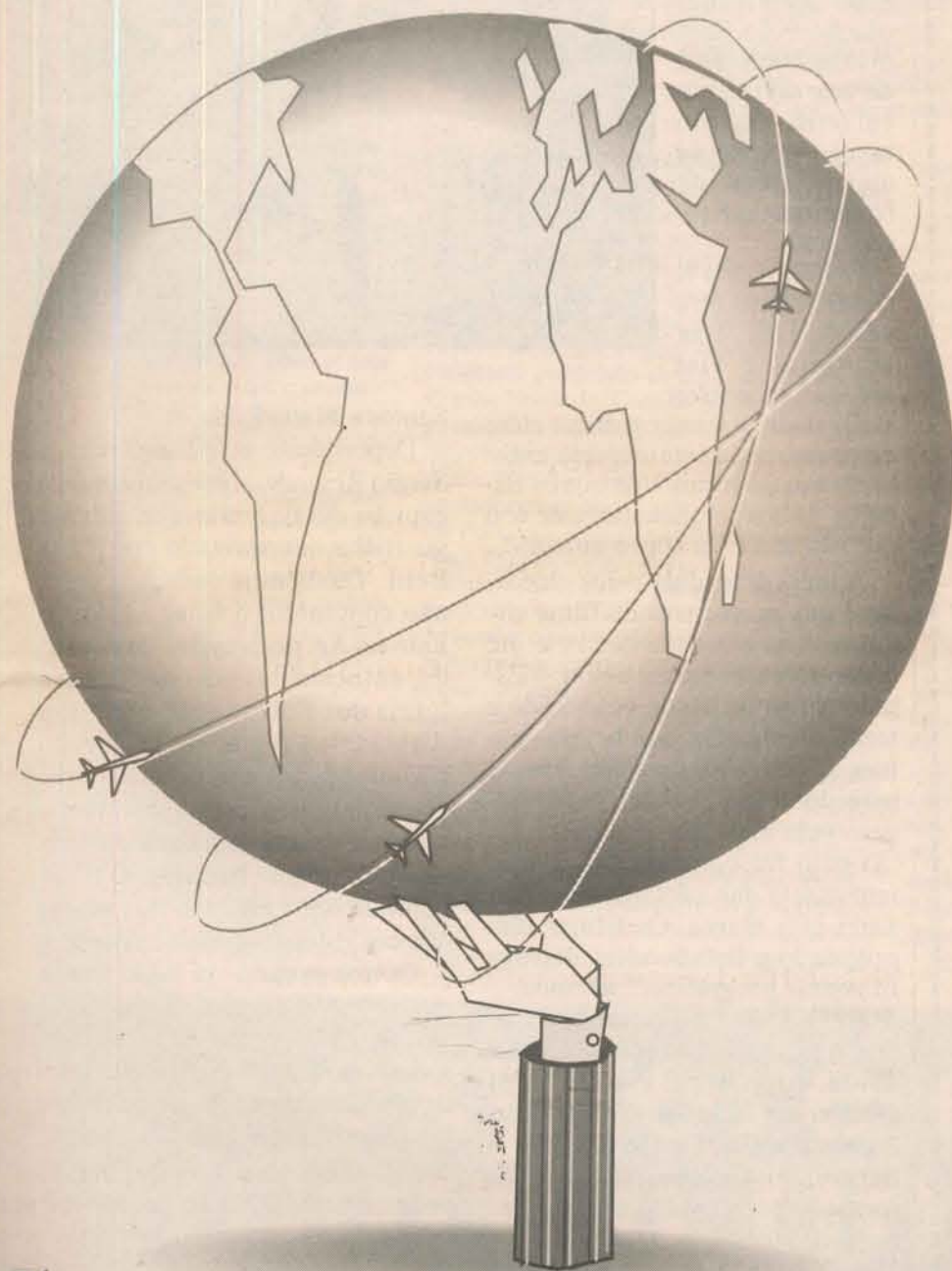
O ministro comentou que, há 20 anos, Orlando era uma cidade desconhecida. Com a implantação da Disneyworld, a localidade passou a se situar entre as mais importantes do mundo. "Resultado da profissionalização do turismo naquela região, que gerou um impulso econômico antes nunca visto", disse.

Nova posição

Ele aproveitou para fazer uma comparação em que coloca o cli-



O Seminário contou com a presença de vários políticos



ma do Estado, na região das montanhas, entre um dos melhores do mundo, considerado assim por especialistas. Élcio Álvares ressaltou que a curto, médio e longo prazos o projeto do Governo deverá ser de incrementação do turismo.

Em consonância com a idéia desenvolvida, diante da afirmação de que o Estado deve investir no setor, Élcio Álvares se voltou para o deputado federal eleito, João Carlos Coser (PT), para deixar uma recomendação para o representante de Vitor Buaiz na noite: "Se Vitor se dispuser a incentivar o turismo, ele dará uma nova posição ao Estado".

O ministro relatou sua experiência no Japão, acrescentando que notou neste país um grande interesse pelas potencialidades brasileiras, uma vez que lá se concentram informações sobre a Amazônia, através de vídeos bem-elaborados, que não circulam no Brasil. No Japão, segundo contou, existem ainda dois álbuns sobre a Amazônia realizados pela casa do Brasil. "O Japão está se preparando para ser o líder do mundo", comentou o ministro, informando que o país se prepara para sediar as Olimpíadas na próxima década.

No Japão, Élcio Álvares disse que recebeu uma queixa das autoridades locais pela inexistência de um vôo direto. "O Brasil, pela primeira vez, fez parte de uma reunião dessas, do ecoturismo internacional". O ministro também participou da câmara de turismo Brasil-Alemanha, realizada em Frankfurt, da qual reforça a idéia de acabar com o amadorismo.

Élcio Álvares ainda falou que o

Brasil tem uma imagem muito negativa no exterior, associada à violência. Em Frankfurt, Élcio recebeu a notícia da morte de pessoas no campo de futebol. "O grande desafio é fazer com que o Rio de Janeiro perca a imagem de cidade violenta". Para o ministro, os Estados Unidos sabem capitalizar os seus aspectos positivos, fato que não ocorre no Brasil.

"O Brasil tem que se conscientizar de seus valores e tirar proveito disso", disse o ministro. Em sua opinião o turismo no Brasil deixa muito a desejar. Mesmo conseguindo superar o recorde de 1986, o ministro informou que o Brasil encerra 1994 com 1,94 milhão de turistas estrangeiros, frisando que esse número ainda é muito pequeno. Ele admitiu que tanto a sua ação no Governo federal quanto a que foi implementada pelo governador Albuíno Azeredo ficou prejudicada pela escassez de recursos.

Segundo o ministro, o presidente Fernando Henrique Cardoso, com quem teve uma reunião recentemente, tem consciência da necessidade de se profissionalizar o turismo. Em seus 42 minutos de fala, Élcio teve tempo para questionar a posição defendida pelo atual governador da Amazônia, Gilberto Mestrinho, no que se refere aos diversos interesses contraditórios na floresta amazônica. "Questiono, porque a natureza é um bem extraordinário", diz o ministro, que defende a exploração comercial do ecoturismo.

No Espírito Santo, além da exploração do clima de montanha, o ministro ressaltou a importância do litoral capixaba, concluindo que o turismo pode gerar emprego.

Alternativas diferenciadas para o turismo

Na palestra de abertura do seminário, o governador Albuíno Azeredo aproveitou a ocasião para falar sobre os projetos desenvolvidos no Espírito Santo, acrescentando que o Estado ganhou projeção nacional e internacional em sua gestão, através de projetos ambiciosos, como a vinda dos argentinos e dos técnicos da Catalúnia (Espanha) ao Estado.

O governador afirmou que a primeira grande tarefa, iniciada no seu governo e a ser continuada no próximo, é a profissionalização do turismo. "Não há espaço mais para o amadorismo, já que o turismo é um segmento da atividade econômica, que pela sua importância e dimensão, tem que ter um tratamento diferente".

Para tanto, Albuíno argumentou que é necessário um grande empenho em conscientização e trabalho educacional. Elogiando a iniciativa do evento, Albuíno afirmou que ouvindo a população e a classe empresarial é possível investir em iniciativas que mostrem resultados positivos a curto e a médio prazo.

"Este seminário se propõe a isso, a uma troca de experiência, a um intercâmbio entre o Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. Este parceiro está presente, representado pelo ministro Elcio Álvares. Através de uma parceria financeira, o Estado já está se credenciando para ter o seu primeiro Centro de Convenções, para atrair eventos para o Estado. Com a construção será possível captar eventos de grande valor para o crescimento do Estado e de interesse da sociedade capixaba", disse o governador.

Albuíno também comentou que todas estas questões referentes ao turismo que estão sendo discutidas deverão chegar à população para que ela tenha conhecimento. "Através do Sebrae já está havendo uma campanha publicitária muito grande. Esse seminário, uma parceria do Governo do Estado, **Rede Gazeta**, que é um veículo importantíssimo, e o Sebrae, está sendo dado o primeiro passo para a grande divulgação e promoção do Estado, além das fronteiras geográficas", falou.

Projeto à risca

Este ano, o Estado recebeu a visita de técnicos da Catalúnia, o que resultou em grande projeto, com apoio do Governo federal. Os pontos mais questionados foram referentes aos recursos humanos e infra-estrutura. Albuíno argumentou que o projeto também é um passo decisivo para a modernização e profissionalização do turismo.

"Realmente, nós preparamos um projeto, muito bem-recebido pelo Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, com assessoria da Catalúnia. Os espanhóis têm uma experiência muito marcante no turismo. Estamos seguindo a

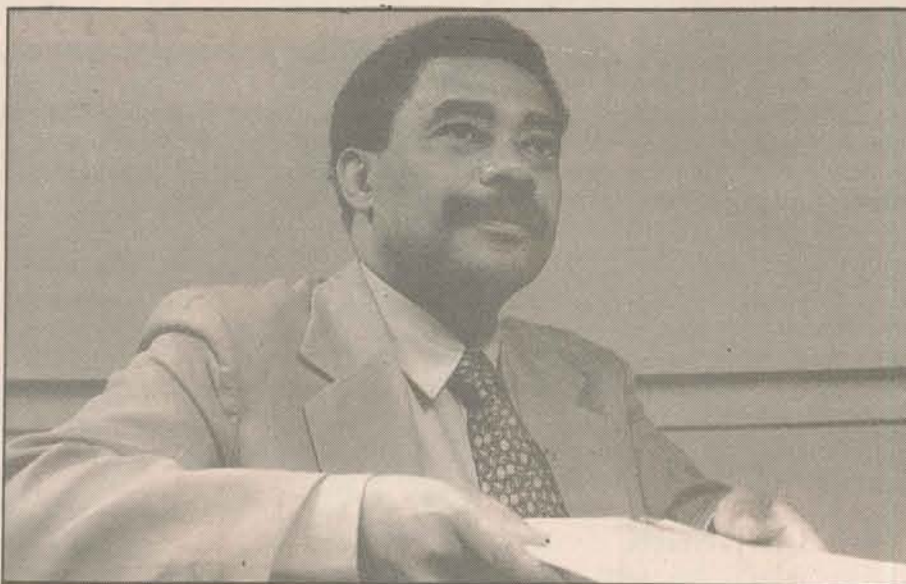
risca aquele projeto que define desde o zoneamento da área de ocupação, à preservação, prevendo até mesmo a questão do treinamento profissional, em particular a questão da faculdade de Guarapari, que ajuda muito, já que precisamos educar a população para receber o turista de maneira cordial, para que ele possa querer voltar", disse.

A despoluição da Baía de Vitória, segundo Albuíno, marca a maior operação de crédito já realizada no Estado. Através do Banco Mundial, o Estado receberá a quantia de US\$ 308 milhões. Ele contou que "com isso, muito em breve, dentro de quatro ou cinco anos, o Espírito Santo será o Estado modelo da Federação, com suas praias despoluídas, seus rios e a Baía de Vitória, porque nós temos que fortalecer também a questão ambiental e a questão da saúde".

Para Albuíno, os investimentos foram muito grandes e podem ser associados ao turismo. Como exemplo ele cita a recuperação da malha rodoviária, a duplicação da Rodovia do Sol em seu primeiro trecho até a Barra do Jucu, além da construção do viaduto da Darli Santos, melhorias no abastecimento de água em Guarapari, em Conceição da Barra, na Grande Vitória, e o tratamento de esgoto em Jacaraípe, Jardim Camburi, Venda Nova e outros municípios.

Em relação à polêmica vinda dos argentinos ao Estado, que experimentaram de perto alguns exemplos de amadorismo ou falta de infra-estrutura, Albuíno comentou que foi o primeiro passo de uma experiência que deu certo e que começa a surtir efeito no próximo verão. "Contudo, foi uma experiência positiva, pois foi o primeiro intercâmbio internacional de que se teve notícia na história do Estado. A partir de agora outros visitantes virão, pois eles saíram daqui impressionados com a beleza do Estado, com a maneira do nosso povo receber o turista. Já tem um efeito multiplicador que vai começar a ser sentido no próximo verão".

De acordo com Albuíno, os investimentos são significativos. Ele concluiu dizendo que nunca se investiu tanto em infra-estrutura para fortalecer o turismo como aconteceu em seu Governo.



Governador Albuíno Azeredo confirma que sem profissionalização no turismo não há desenvolvimento

Polo de cinema incentiva o turismo local

O governador Albuíno Azeredo comentou que um ponto importante de sua gestão para o incremento do turismo foi a realização do Pólo Cinematográfico, devido aos dividendos em termos de promoção que se adquiriu além das fronteiras do Espírito Santo.

O Pólo é um financiamento através do DEC/Bandes/Geres e visa, em tese, incentivar a atividade cinematográfica, além de promover o intercâmbio entre profissionais locais e de outros Estados. Mas a pergunta corrente é: o que isto tem a ver com o turismo?

A idéia defendida pelos cineastas é que as imagens do filme circulem em outros Estados e até mesmo fora do país, e assim, o Estado vai se tornando conhecido e tendo divulgadas suas belezas naturais. Em síntese, seria lançar mão do velho chavão: uma imagem vale mais que mil palavras. "O pólo foi outra medida muito importante que adotamos. Eu deixarei esta marca. Os filmes têm projetado o Estado além de suas fronteiras geográficas", afirmou.

Até o momento foram realizados três filmes. **Moças de Fino Trato**, dirigido por Paulo Thiago (**Jorge, um Brasileiro, Sagarana, Águia na Cabeça**) que abriu o projeto, contando com um elenco formado por grandes estrelas nacionais: Norma Benghel, Lucélia



Santos e Maria Zilda.

Depois deste veio **Lamarca**, de Sérgio Resende, sobre a história do capitão do Exército que liderou guerrilha, interpretado por Paulo Betti. Também já rodado, porém não concluído, o filme **O Amor Está no Ar**, de Amylton de Almeida, enfocará a região da Serra (a Igreja dos Reis Magos, em Nova Almeida), a região de Montanha (Domingos Martins) e suas tradições folclóricas, que ambientam o romance de uma radialista com um rapaz de origem humilde. O filme contou com a atuação dos atores Marcos Palmeira e Eliane Giardini.

Outros projetos já estão sendo avaliados. A cineasta Tizuka Yamazaki está com um filme para ser rodado no Estado, sobre menores de rua, além do diretor José Joffily. Os filmes contam com atores capixabas o que, segundo diz o governador, é uma forma de incentivar o talento local.

Projeto piloto incrementa turismo no ES

O diretor-presidente do Sebrae, Egídio Malanquini, afirmou que a implantação do agroturismo no Espírito Santo é um projeto piloto que, com a visita do representante nacional do Sebrae, serve de exemplo para todo o Brasil. Contudo, ele frisa que esta é uma iniciativa que visa a profissionalização, como outras que estão sendo estudadas.

"Estamos buscando a consolidação do turismo no nosso Estado, porque entendemos que sem a participação de todos é impossível desenvolver um projeto de atuação. Através deste seminário temos a convicção e a certeza de que estamos dando um grande passo para que isso aconteça em 95. Enfim, levar o Espírito Santo à vanguarda do cenário nacional e internacional", avalia Malanquini.

Porém, Malanquini comenta que há, em todos os setores em que a atividade turística atua, uma necessidade contínua de

aperfeiçoamento. Ele comenta que em sete meses de projeto foram encontradas muitas dificuldades, mas que para 95 as bases já estão consolidadas.

"Tenho certeza de que ficou mais prático desenvolver um trabalho coeso e participativo, buscando a integração da região de montanha com a região litorânea. Creio que este projeto seja o mais importante. Portanto, precisamos lapidá-lo para que ele busque novos mercados e novas alternativas para a sociedade urbana e rural", observa.

As estratégias expostas por Malanquini incluem a divulgação das belezas naturais do Estado, através de feira. Do ponto de vista da profissionalização, ele acredita que seja fundamental que o Estado se torne notório através de feiras, missões e eventos, além de considerar de extrema importância uma campanha de conscientização no meio urbano e rural.

Segundo Malanquini, "é preciso resgatar a cultura junto à sociedade para que o capixaba saiba falar do seu verdadeiro Estado".

Ele diz que um bom recurso é promover o intercâmbio entre os grandes centros, a região de montanha e a região litorânea. "Com esta união teremos um Estado bem mais promissor", arremata.

"Acho que temos várias alternativas para levar informação à população, através do marketing, de eventos, mostrando o que é feito nas regiões capixabas. Isso tem sido feito na própria Fitec, na Feira do Mármore e do Granito e na Fenep. Nós temos mostrado nestes lugares o que tem sido feito

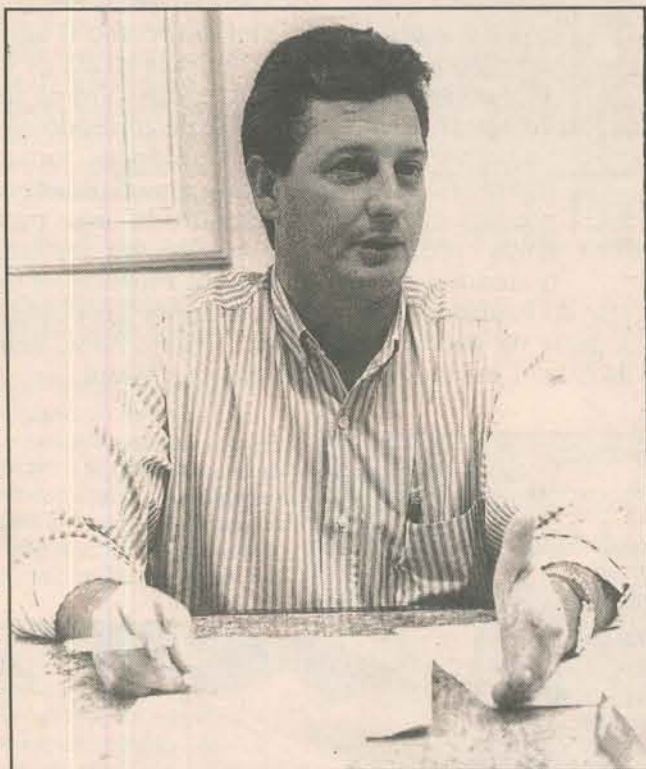
nas regiões de montanha", conta.

Malanquini também afirma que um dos projetos mais arrojados em turismo do Espírito Santo é o agroturismo, por destinar uma atenção especial ao setor rural e ter vários desdobramentos e vantagens.

"Quando você busca o desenvolvimento da região urbana e litorânea, automaticamente nós estamos visando à fixação

do cidadão na origem, procurando o desenvolvimento da pequena propriedade rural. Ela pode ser transformada em uma agroindústria e porque não numa empresa, gerenciada e capacitada para que faça, além da produção, a industrialização? Com isso, são gerados novos empregos. O mais importante nisso tudo é eliminar a evasão".

De acordo com Malanquini, o projeto do agroturismo será exportado para outros Estados, através do Sebrae nacional, que têm vocação similar ao do Espírito Santo. "Hoje, é um projeto local e o Sebrae vai buscar uma metodologia para disseminá-lo em outros Estados brasileiros. Acreditamos no sucesso, antecipadamente, porque hoje estamos recebendo a visita do Sebrae nacional para conhecer o projeto de perto e levar para mais cinco Estados brasileiros. Isso não nos deixa mais envaidecidos, mas sim com mais comprometimento para mostrar que o Espírito Santo tem capacidade de mostrar para o Brasil que ele é um Estado que tem potencial", finaliza.



Egídio Malanquini, diretor superintendente do Sebrae

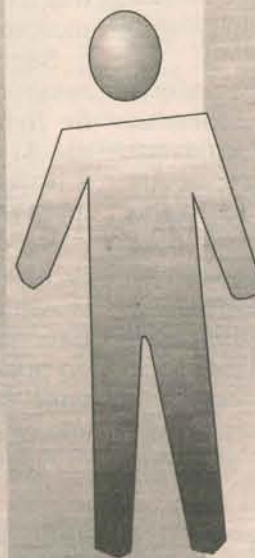
Turismo mundial

Movimentou neste ano:



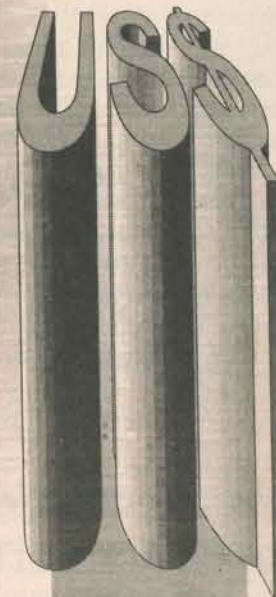
US\$3,4 trilhões

Empregou:



200 milhões de pessoas

Recolheu em impostos:



US\$665 milhões

Trilhões de dólares, 200 milhões de pessoas

A importância do turismo como atividade econômica foi apresentada, em números, pelo diretor executivo da **Rede Gazeta**, Carlos Fernando Lindenberg Filho, que fez a abertura do seminário informando que o turismo mundial movimentou neste ano US\$ 3,4 trilhões e empregou 200 milhões de pessoas.

Avaliando a situação atual, ele falou que o turismo se apresenta como o caminho mais rentável, econômico e rápido de se buscar o desenvolvimento, destacando em seguida que, de acordo com a World Travel and Tourism Council, o turismo é considerado o segundo maior segmento de negócios do mundo.

Esta posição tende a ser invertida

até o ano 2000, quando, espera-se, o turismo atingirá o primeiro posto. O diretor executivo da **Rede Gazeta** salientou que a pesquisa mostra ainda que um em cada nove empregos está na dependência da atividade turística. Complementando, ele disse que o turismo foi responsável pelo recolhimento de US\$ 665 milhões em impostos, só neste ano.

Em sua avaliação, Carlos Lindenberg Filho acrescentou que o Espírito Santo possui belezas naturais, ressaltando a proximidade entre o mar e a montanha. Ele concluiu dizendo que o Estado mostra-se promissor por essas qualidades.

Lançado pacote turístico capixaba

Lançado no seminário, o pacote turístico do Sebrae, contendo particularidades do turismo de montanha e, principalmente, do agroturismo, faz parte de um levantamento das potencialidades do Estado, organizado por técnicos do Sebrae. Dele fazem parte folhetos, livros, mapas, livro de receitas e um vídeo que exhibe a rota que pode ser feita em um passeio que inclui a montanha e o litoral.

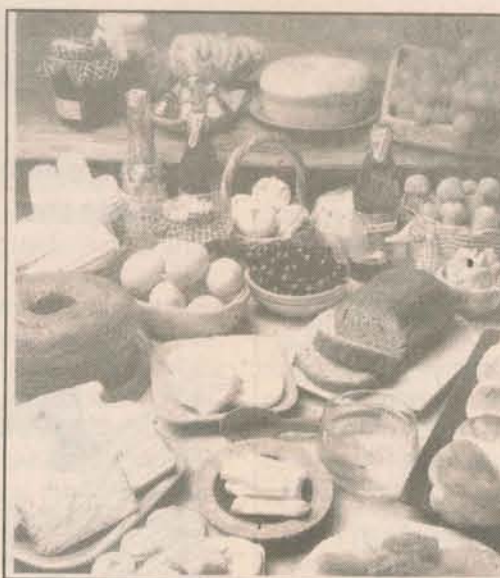
O vídeo mostra ao telespectador a diferença entre o litoral e a montanha, ressaltando os detalhes das regiões enfocadas, com intenção de revelar seu conteúdo. O material foi realizado através de uma pesquisa do Sebrae junto às pessoas que trabalham diretamente com a atividade turística. Por isso mesmo, as maiores possibilidades ganham tratamento especializado.

Sobre o litoral, o material tem intenção de levar informação sobre as praias, os hotéis e todos os assuntos

referentes à infraestrutura dos balneários, fazendo, também, a apresentação das oportunidades turísticas que podem ser exploradas na região de montanha.

Segundo o diretor-presidente do Sebrae, Egídio Malanquini, a intenção é aumentar a ocupação em períodos de baixa estação, mostrando ao turista que o Estado pode ser bastante agradável em todas as épocas do ano.

A região de montanha recebeu tra-



Produtos do agroturismo: conhecendo a procedência

tamento diferenciado, através do levantamento das potencialidades de 11 municípios que fazem parte do programa do agroturismo. Este, por sinal, foi um dos temas mais comentados do seminário. Cinco dos 11 municípios do agroturismo tiveram suas características impressas em folhetos coloridos, trazendo a sua

localização dentro do Espírito Santo.

Também faz parte do pacote um mapa turístico do Estado, impresso em

cores, no qual se visualizam ilustrações que pontuam as atrações das regiões. O mapa já foi publicado na edição de 16 de novembro no jornal **A Gazeta**. Além disso, um calendário de eventos, que já tem atraído pessoas do próprio Estado, mas que não tem gerado um ânimo além das fronteiras devido à escassa divulgação; um livro do agroturismo que conta, de forma bem simples e didática, como que a estratégia pode ser explorada, como o agricultor pode gerar lucro e quais as vantagens do visitante; um livro de receitas **Cozinha Rural**, trazendo os segredos do preparo de doces, tortas, biscoitos e diversas especialidades da culinária desenvolvida nos municípios de Afonso Cláudio, Domingos Martins, Marechal Floriano, Santa Maria de Jetibá, Santa Leopoldina, Santa Teresa, Vargem Alta, Venda Nova do Imigrante e Viana.

Parque aquático em Guarapari alia tecnologia e natureza

Durante o decorrer da exposição dos programas de turismo municipais, houve espaço para a exposição do parque aquático de Guarapari, a ser inaugurado na primeira semana de janeiro. O projeto em execução foi apresentado pelo administrador-geral Samuel Gomes Marquez, junto de Alice Mendes, que ocupa a mesma função no grupo Azecyp, empreendedor do projeto.

Intitulado provisoriamente de Acquamania, o parque está localizado a 36 km de Vitória e a 15 km de Guarapari. A arquitetura foi inspirada nos traços coloniais do início do século, visando "criar uma harmonia entre o avanço tecnológico e a nostalgia de alegorias que lembram cidades desta época". Elementos urbanos comuns à vida do capixaba como escadarias, estações de trem, porto e ruas de pavimentação rústica vão compor o complexo visual.

O grupo estima receber 150 mil pessoas durante a alta estação, gerando assim ocupação da rede hoteleira durante a referida data. A meta inicial é atrair duas mil pessoas por dia, sendo que o próximo passo é aumentar a recepção em seis mil.

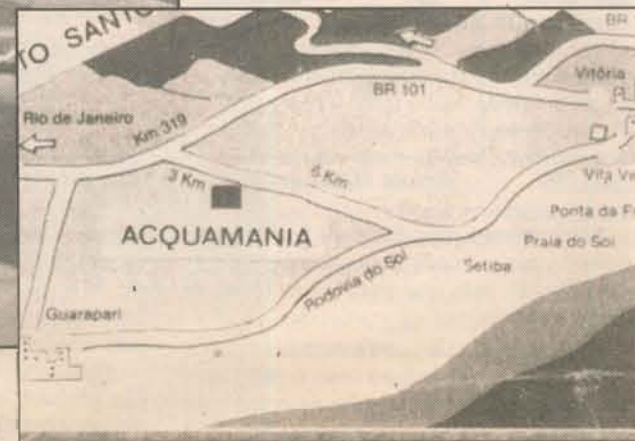
Com retorno previsto para cinco anos, o investimento está sustentado no potencial turístico do Estado. "O Acquamania será um dos maiores parques aquáticos da América Latina, superando todos os demais parques nacionais em lâmina d'água", informaram



Alice Mendes e Samuel Marques, adiantando que a população poderá usufruí-lo com 70% da área construída, sendo que os outros detalhes referentes à infra-estrutura urbana deverão estar prontos até o final do verão.

O Acquamania contará com um playground com brinquedos, piscina de múltiplo lazer (adulto) com hidromassagem, três piscinas de biribol (com arquibancada para 200 lugares), piscina de correnteza (rio lento), piscina com ondas, sete tobogãs, um kamikaze, playground infantil e um navio pirata. Todos os brinquedos foram importados da New Braunfels General Store (Texas). O tratamento de água vai ser feito por eletrólise à base de sal marinho. Este processo é superior ao tratamento por cloro e não prejudica os cabelos, a pele e os olhos. Também será im-

Parque aquático de Guarapari inaugura em janeiro, e será um dos maiores do Estado



plantada no local uma piscina olímpica para atrair eventos esportivos de grande porte.

Uma das intenções é fazer do Acquamania um pólo receptor de turistas de todo o Brasil. Para isso, o grupo está trabalhando em parceria com o Bandes, Fundap (Fundo de Desenvolvimento das Atividades Portuárias), Makor Engenharia, em conjunto com o Ateliê de Arquitetura Wanderley de Souza, e a empresa Pure Water Engenharia e Construção Ltda, de Brasília.

Contando com uma vasta área seca, visando diferenciar-se dos outros parques que apresentam apenas atividades aquáticas, o Acquamania ainda vai ter uma vila com cha-

faris, praça de alimentação, 13 lojas, anfiteatro (com 800 lugares), 770 vagas para veículos, pista de patinação, restaurante panorâmico (com 330 lugares) e quadras poliesportivas. A área total de implantação está compreendida em 140 mil metros quadrados, reservando espaço para áreas naturais, pois um das tendências do turismo mundial é combinar tecnologia e natureza.

Segundo os idealizadores do projeto, um dos principais desafios do Acquamania será em relação aos serviços prestados. A idéia é parceirizar os serviços e não terceirizá-los, buscando atrair grandes empresas.

Ações a curto e médio prazo do turismo no Estado

“**N**ão foi só o Espírito Santo que pecou por relegar o turismo a plano secundário. A maioria dos estados brasileiros fez isso. A exceção fica por conta de Santa Catarina e dos estados do Nordeste. O resto, só agora está se conscientizando. Mas o Espírito Santo conta agora com um grande trunfo: desde setembro, faz parte da Comissão de Turismo Integrado do Nordeste”, afirmou o Secretário Nacional de Turismo, Caio Luiz de Carvalho, durante sua participação no **I Seminário de Profissionalização do Turismo no Espírito Santo**, quando aproveitou o evento para lançar seu livro **Destino Brasil- Novos Caminhos para o Turismo**. Em parceria com Gilvan de Brito, o secretário aborda, no livro, políticas governamentais, estatísticas, experiências, informações, debates e dados sobre o turismo no Brasil e no mundo.

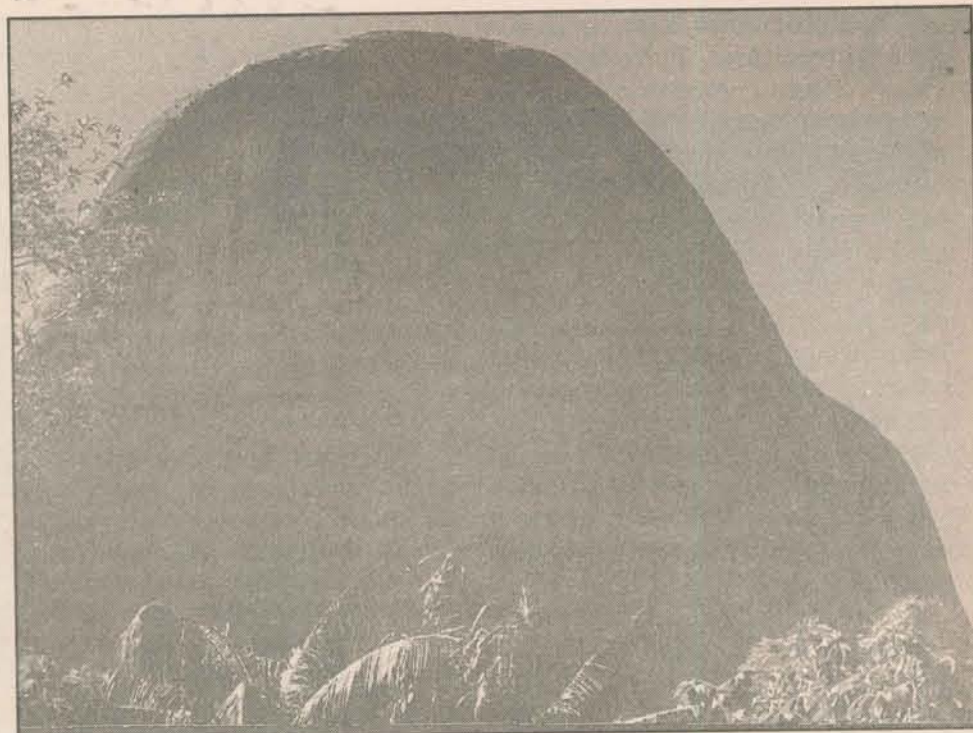
Sobre as ações a serem desenvolvidas, no Estado, para que se imprima um ritmo profissional ao turismo, Carvalho enumerou: “Precisamos, em primeiro lugar, escolher pessoas competentes, que tenham afinidade com o setor para não precisarmos perder tempo ensinando. É importante que as pessoas envolvidas nesse trabalho já comecem a funcionar, a trabalhar com estratégias, aproveitando mão-de-obra formada”. No caso do Espírito Santo, ele adianta que os capixabas contam com a vanta-

gem de ter uma faculdade de Turismo, o que atende à necessidade de mão-de-obra especializada. “Os profissionais do turismo têm que estar treinados para serem valorizados, no sentido de ajudar no planejamento estratégico. É preciso que se tenha em mente que os resultados desse setor não são obtidos a curto prazo. Às vezes levam de cinco a dez anos para acontecer. Precisamos estar preparados e conscientes disso. O importante é começar”, alertou.

Produto diversificado

A curto prazo, o secretário nacional de turismo aposta na diferentes opções que o Espírito Santo tem a oferecer ao turista. “Temos que identificar o que o Estado tem de produto diversificado. O que ele tem que os outros não têm e que só ele pode mostrar?”, perguntou. O passo seguinte, à resposta desta indagação, é a identificação dos mercados a serem atingidos, o que significa ter um inventário e fazer uma análise da oferta e da demanda, trabalhando pragmaticamente com planejamento estratégico para atingir a meta estabelecida.

Caio Carvalho mostrou também que a pesca esportiva, mais especificamente, a pesca do marlin, no Espírito Santo, é mal explorada sob o ponto de vista turístico. “Existem campeonatos, mas isso não traz um grande fluxo de turistas estrangeiros para o Estado. Esse evento,



Pedra Azul, em Domingos Martins, ressaltando a beleza das montanhas

assim como outros, se bem explorados, sob o ponto de vista do setor, pode trazer muitos estrangeiros interessados e curiosos para cá”, garantiu e acrescentou: “Nós temos os observadores de pássaros na Ásia, nos Estados Unidos, que dão um retorno enorme a esses lugares. Por que isso não acontece aqui quando tratamos dos beija-flores, das orquídeas raras que a região de montanhas do Estado possui?. A montanha do Espírito Santo é fascinante. É tudo uma questão de ordenar o produto, embala-lo para depois vendê-lo com competência”.

Entusiasmado com o potencial turístico do Estado, Carvalho lembrou que nenhuma ação, no setor, será bem sucedida se depois de toda a estratégia montada, o produto bem embalado for vendido para o cliente errado. Detectar o mercado é uma estratégia tão importante quanto as estratégias preparatórias. E ele avisa: “Precisamos fomentar as ações aqui mesmo, dentro do Brasil. Não adianta ir correndo buscar o turista estrangeiro. É importante movimentarmos o mercado nacional até saturá-lo. Os novos mercados devem ser uma segunda etapa no planejamento estratégico do setor”.

Portão de entrada

Sobre o mau gerenciamento do turismo no Estado, o secretário afirmou que o Espírito Santo perdeu sua demanda

natural de turistas, porque os Estados do Nordeste e Santa Catarina saíram na frente com a profissionalização do setor. “A união dos governadores do Nordeste, principalmente nesses últimos quatro anos, fez com que a região se fortalecesse, tornando-se um novo portão de entrada do Brasil. Nós sempre defendemos a entrada do Espírito Santo na região Nordeste. Isto só foi possível agora, em setembro, com a ação do ministro Elcio Álvares junto à Comissão de Turismo Integrado do Nordeste. Dentro desse **pool** o Espírito Santo será apresentado como um programa alternativo, coisa inviável se fosse na região Sudeste”.

Amenizando o atraso da profissionalização do turismo capixaba, o secretário afirmou ainda que não só os capixabas, mas os brasileiros de um modo geral não se prepararam para enfrentar o turismo como uma indústria rentável. “Não foi só o Espírito Santo que perdeu tempo nessa questão da conscientização da importância do turismo econômico-social do País, como um instrumento de redenção de muitas regiões brasileiras. Praticamente, esse despertar só começou a acontecer há dois anos, com a criação do ministério da Indústria, Comércio e Turismo, pelo presidente Itamar Franco. A conscientização foi só o primeiro passo. Temos muito que caminhar”.



Captura do Marlin num campeonato de pesca oceânica

Municipalização: caminho concreto

Os programas municipais das prefeituras de Vitória, Anchieta e Aracruz visam ao aumento de captação de turistas para o verão 94/95. Porém, os representantes no debate não falaram sobre as estimativas, concentrando-se nos projetos já realizados, nas particularidades das regiões evidenciadas e nas reclamações em torno da falta de apoio oficial. Dentro da proposta nacional de municipalização do turismo, os expositores concluíram que as localidades que não se modernizarem e não atuarem junto à iniciativa privada correrão à margem do processo de incremento turístico.

Os representantes dos três municípios destacaram que estão procurando aprimorar a captação de turistas em regiões que antes não eram visitadas. Tanto em Aracruz quanto em Anchieta faltam verbas públicas, mas seus representantes acrescentaram que diante disso os municípios montaram planos envolvendo a comunidade.

O plano apresentado por Jorge Alencar, secretário de Cultura, Esporte e Turismo de Vitória, visa dinamizar o turismo na Capital, através de modalidades esportivas e culturais, da recuperação de atrativos históricos, contando ainda com a manutenção de estruturas de saneamento básico e iluminação pública.

Salve simpatia

O tema do projeto "Vitória: cidade sol", é uma homenagem ao compositor Pedro Caetano, que compôs uma música com esse título, visando ainda ressaltar "a hospitalidade e a simpatia da população", segundo Jorge Alencar. Integrando a programação, ele incluiu a modernização da iluminação nas principais avenidas do Centro, além do morro do Penedo.

Visando conscientizar a população no trato com o turista está previsto, também, o lançamento de várias campanhas, como "Um turista, um amigo"; "Um amigo, dez turistas"; "Projeto praia limpa"; "Sol, praia e alto astral". O secretário de Cultura, Esporte e Turismo da PMV vai incrementar a produção cultural, "para que as pessoas

que estejam de passagem conheçam os nossos artistas".

Na recuperação dos pontos históricos, Alencar anunciou a reinauguração da Igreja do Rosário, que ocorrerá no dia 23 de dezembro, "depois da recente restauração da Igreja de São Gonçalo". Além disso, o secretário informou que está incluído no projeto de aprimoramento do turismo o plantio de palmeiras em frente ao aeroporto e na rodoviária. "Nos últimos dois anos instalamos 60 placas de sinalização turística", disse. Segundo ele, na programação esportiva as modalidades

náuticas terão destaque.

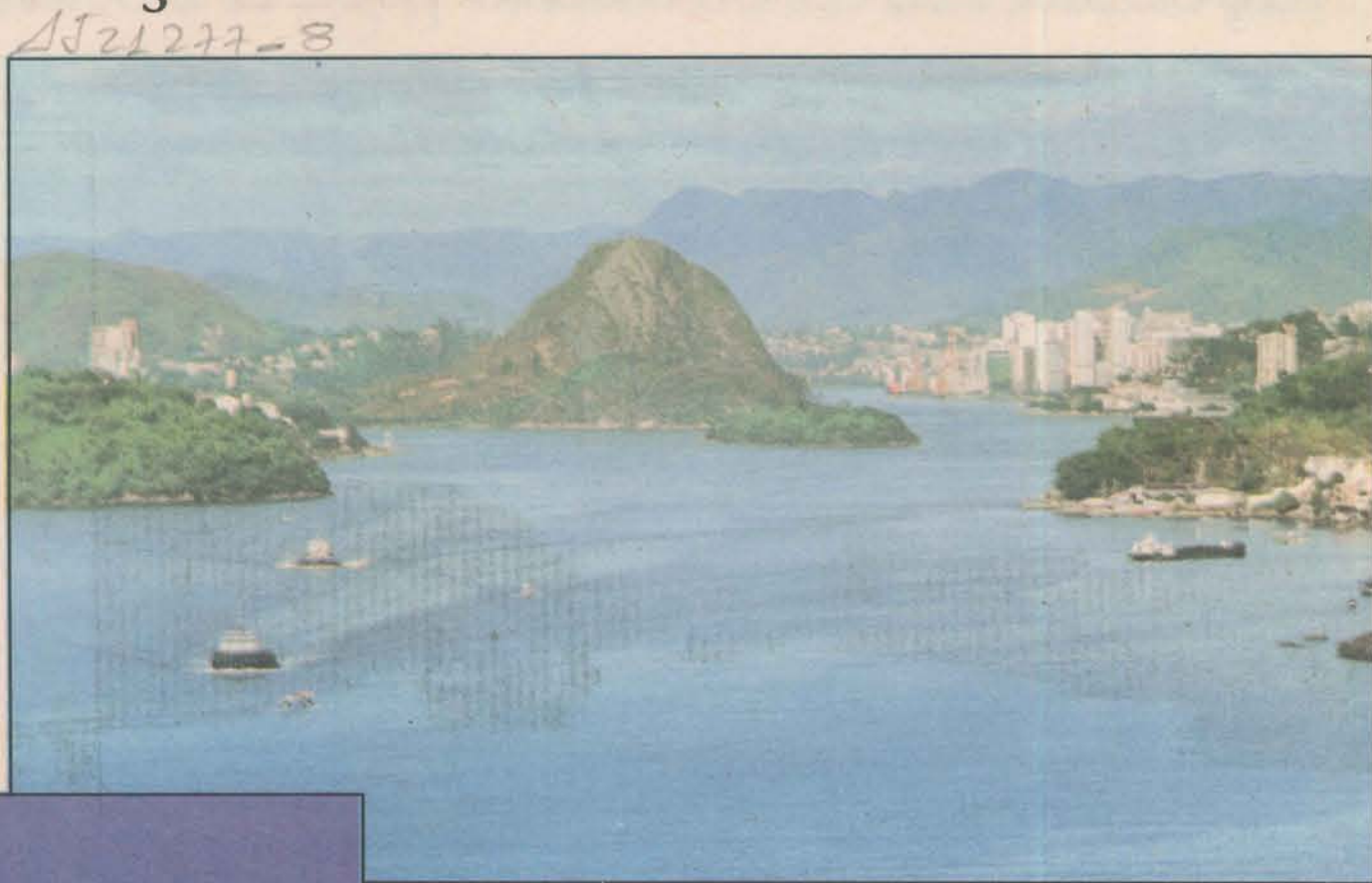
Ruínas

O prefeito de Anchieta, Edival José Petri, aproveitou a ocasião para acrescentar que a potencialidade da região engloba aspectos culturais, ecológicos, históricos e religiosos, e que outras regiões têm que criar atrativos, enquanto Anchieta tem todas as qualidades dadas pela natureza.

No plano de verão (que se es-

tende a outras épocas do ano) que apresentou, além dos torneios esportivos e das atrações artísticas (tanto nacional quanto regional), ele vê oportunidade de aproveitamento de um filão para o seu município: as ruínas que foram descobertas recentemente, e que estão em processo de identificação, para saber se pertenceram aos jesuítas ou aos índios.

Trata-se de um importante sítio arqueológico, que poderá ser explo-



Vista da baía de Vitória, um cartão postal



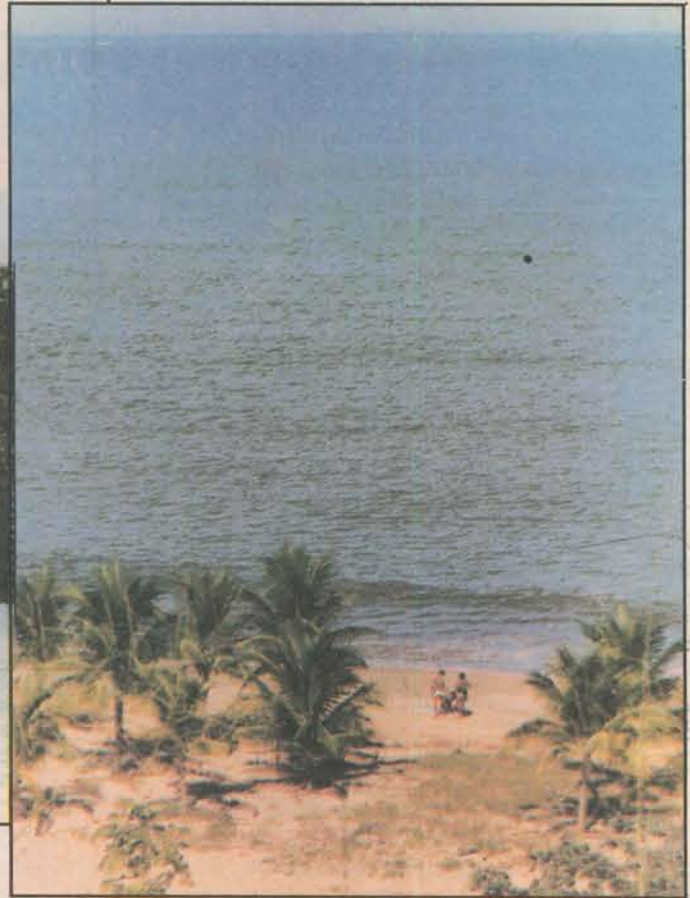
Catedral Metropolitana de Vitória, centro da cidade



Praia Formosa, águas tranquilas e claras, em Aracruz

para a incrementação do turismo

AJ2L274-9



Passeios pelo rio Beneventes, mais uma opção a ser explorada turisticamente, em Anchieta

Praia do Coqueiro, em Anchieta, uma paisagem afrodisíaca em pleno litoral capixaba



Em Aracruz, está localizada o quinto manguezal da América do Sul: o Piraqueçu

rado pela indústria do turismo. "Há sambaquis e esqueletos humanos", completa, dizendo que a identificação do mesmo pode gerar muitas surpresas e um grande interesse histórico. Já estão programados passeios pelo rio Benevente, para a visitação das ruínas do Século XVI.

O planejamento para o verão também terá apoio em um programa de conscientização da população local que, segundo conta, fica meio enciumada, porque em alta

estação a cidade ganha um tratamento que não se estende em outras épocas. "No verão, é preciso ter mais segurança, porque tem mais pessoas na cidade. É fundamental a conscientização sobre o que significa o visitante", conclui Edival Petri, que apresentou ao ministro Elcio Alvares um projeto de atuação para quatro anos.

Petri contou que está organizando um eficiente sistema de limpeza pública, além da sinalização das

praias. Também consta no seu projeto a restauração da cela do Padre Anchieta, onde o missionário jesuíta passou os últimos anos de sua vida. O projeto do município engloba a conscientização da população, objetivando receber bem o turista. A reclamação de Petri é direcionada para a falta de verbas, tanto municipais quanto estaduais, para a infraestrutura essencial, como a melhoria do saneamento básico. "O saneamento básico é o ponto principal do plano global. Os municípios fora de Vitória não têm condições de desenvolver um programa desses sem o apoio do Governo".

Com intenção de gerar um interesse na população local e promover os artistas de Anchieta, Petri afirmou que os grupos folclóricos, teatrais e os artistas da Escola de Música estarão no próximo verão em atividade. A iniciativa, conforme anuncia, tem intenção de promover os talentos do município, além de divulgá-los para os visitantes.

Turismo nas escolas

O secretário municipal de Indústria e Comércio de Aracruz, Luiz Florenzini, informou que adotará no próximo ano uma completa reestruturação no planeja-

mento turístico, montado para os quatro anos do mandato do atual prefeito, Primo Bitti. Ele afirmou que Aracruz foi um dos primeiros municípios a fazer parte do projeto de municipalização.

A necessidade da revisão surgiu depois que firmou, recentemente, contratos com a Embratur, Sebrae-ES e Secretaria Estadual do Desenvolvimento Econômico (Sedes). Já para o ano que vem, o secretário informou que implantará nas escolas de seu município uma disciplina exclusiva para a conscientização da importância da indústria do turismo.

No verão 94/95, o município de Aracruz oferecerá atividades diárias, nas áreas do esporte e da cultura, todas voltadas para a captação de turistas. O secretário disse que pela primeira vez será prestado um serviço de pronto-socorro, que funcionará no posto de saúde.

A segurança pública será reforçada, "visando trazer tranquilidade para o turista". Ele também anunciou a implantação do serviço de salva-vidas, que funcionará das 6h às 18h. No próximo ano, Florenzini disse que pretende incrementar o turismo, adotando o agroturismo, além de visitas ao Projeto Tamar. "Aracruz já criou o conselho de turismo formado em sua totalidade por empresários", afirmou.

Sem marketing, não há turismo

O consultor de marketing e ex-vice-presidente da Paulistur, Ronald Carvalho, veio ao Espírito Santo - mora até hoje aqui - para a fundação do Convencion Bureau de Vitória, que acabou não ocorrendo. No seminário, aproveitou a ocasião para passar um pouco de sua experiência sobre marketing turístico, e sua vivência em São Paulo, onde teve oportunidade de observar de perto o Conselho Municipal de Turismo e o de Lazer.

"O mais importante no marketing turístico é o amor pela cidade, pelo Estado. É, realmente, a consciência geral de que temos alguma coisa para vender, temos a possibilidade de viabilizar sua venda. O marketing turístico não é nada mais do que a venda das nossas atrações ao público externo, que queiram nos visitar", informa.

Contextualizado nas novas tendências, Ronald Carvalho afirma que, no ano 2000, a indústria de turismo vai ser o negócio mais importante do mundo: "É oportuno lembrar que alguns países já chegam a números extraordinários, como a Espanha, por exemplo, onde 50% do produto interno bruto vêm do turismo. E o Brasil, sem dúvida nenhuma, tem uma vocação turística. Daí, o planejamento é fundamental no desenvolvimento do marketing turístico".

Uma boa dica de Ronald, para saber se o turismo local está sendo ou não divulgado em outros Estados, é observar os cadernos de turismo de jornais como *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil* e *O Globo*. "Se não estamos nesses suplementos turísticos é porque os operadores não estão nos vendendo".

Para Ronald, marketing turístico também é importante dentro de casa. "Tem que haver a conscientização do trade local, do setor receptivo, a partir de um processo planejado, organizado, estruturado de marketing e comunicação", avisa.

Ele ensina que existem dois movimentos muito claros dentro do marketing turístico: o externo e o interno. "No externo vamos buscar o cliente e trazê-los para casa. Vamos fazer com quem está aqui trate bem a pessoa que chegou. Aí existe um trabalho gigantesco de esclarecimento e treinamento, onde entram Senac, Senai, Sebrae, e outros que puderem ajudar na educação e no desenvolvimento do povo para o turismo".

Continuando suas explicações, Ronald diz que o marketing é a arte da venda, de um produto ou um serviço. Em primeiro lugar, deve se eleger o consumidor e o mercado, para em seguida passar para uma definição do produto. O terceiro movimento, é a distribuição e a venda do produto.

Neste composto se faz necessária a chamada comunicação direta, a comunicação corpo a corpo, que atinge importância maior dentro da estrutura global de marketing. "Marketing tem que ser uma atividade ética, porque parte do princípio do respeito aos desejos e necessidades do consumidor. Não pode ser feito através do palpite, através do achômetro, porque deixa de ser ético e deixa de ser marketing".



Porto de lazer nos arredores de Barcelona, exemplo do desenvolvimento turístico na Espanha

São Paulo como exemplo

Ronald Carvalho, ex-vice presidente da Paulistur, comentou as experiências que teve na década de 80 com a entidade paulista de turismo, enfocando as semelhanças entre o trabalho desenvolvido em São Paulo, com o de Nova York na década de 60.

"Convidamos profissionais, não só do turismo, mas do planejamento, da comunicação e do marketing. Nós tivemos que pegar a Paulistur, que tinha 700 funcionários, obviamente um cabide de empregos, e reduzir para 300. Tínhamos uma dívida de 2 milhões de dólares com o Banco de São Paulo. Pagamos, atraindo a iniciativa privada", contou.

Ele informou que um dos primeiros passos foi o saneamento das contas públicas. A Paulistur, além de ser a entidade de turismo de São Paulo, é responsável pela administração do Parque Anhembi, o centro de convenções da cidade de São Paulo, e foi também a responsável pela montagem do **Convencion Bureau** de São Paulo.

Convencion Bureau é uma organização do **trade** local. Portanto, não é governamental. "O que nós fizemos foi ajudar, chamando os principais interessados no negócio que são, em primeiro lugar, os que têm dinheiro: companhias aéreas, bancos, grandes redes e organizações de hotelaria. Entramos em contato também com as associações comerciais, os clubes de diretores lo-

jistas. Aí montamos a fundação do **Convencion Bureau** de São Paulo. Este mesmo processo foi montado no Rio de Janeiro", explicou.

Segundo Ronald, a organização do **Convencion Bureau** é eficiente porque atende a objetivos comerciais, de venda e de marketing. "Não atende a interesses políticos e procura desenvolver atividades de atração como congressos, reuniões, grupos turísticos, trabalhando com trade de outros países e também organizando programas de desenvolvimento da capacitação receptiva na cidade, no Estado, ou na área em que ela atua", ressaltou.

Para atrair a iniciativa privada, Ronald disse que em São Paulo foi criado, naquela época, o Conselho Municipal do Turismo, formado pelo presidente da Paulistur, pelo secretário de Turismo do Estado e por empresários.

Outra iniciativa de revitalização da cidade foi a criação do Conselho Municipal de Lazer, visando ao aprimoramento do produto. Através de pesquisas das vocações turísticas foram criados projetos como o da Praça Doce, que tem patrocínio do açúcar União, instalada na Praça da República, com doceiras vendendo tortas e outras guloseimas. "Criamos mais de 50 eventos deste tipo", acrescentou.

O Estado como um produto

Durante toda a palestra sobre Marketing Turístico, o consultor Ronald Carvalho frisou a importância do planejamento como forma de não se desperdiçar energias e investimentos das atividades turísticas. Para ele, todo produto turístico tem que ter uma cara. No caso do Espírito Santo, há muitas particularidades como vida cultural, acadêmica, produção literária e artística entre outras que podem ser trabalhadas.

Segundo Ronald Carvalho, o planejamento traça o perfil que vai ser oferecido ao nosso cliente. Para manter um bom relacionamento com os canais de distribuição, há necessidade de um bom relacionamento com o **trade**. "Nós sabemos que durante muitos anos a própria Embratur tratou o **trade** como inimigo. O **trade** são as agências, as operadoras. Se quisermos ser radicais, o **trade** vai até a hotelaria, ao turismo receptivo. O motorista de táxi, por exemplo, é, às vezes, o grande responsável pela impressão que o turista tem da cidade", enfatiza. Dentro desse contexto o relacionamento com os canais de distribuição equivale à venda do marketing turístico.

Municípios modernizam serviços

Cinquenta e dois itens da economia brasileira estão relacionados ao turismo, a fonte de recursos mais importante para o país. Esta afirmação serviu de base para a palestra "Municipalização de Turismo" proferida pelo secretário Nacional de Turismo e Serviço, Caio Luiz de Carvalho. Este foi o gancho para se ressaltar a necessidade dos municípios modernizarem seus serviços para a captação de recursos federais.

Atualmente, 32 dos 71 municípios do Espírito Santo já estão cadastrados na Embratur para desenvolver o programa. A notícia é encarada com alívio por parte dos municípios que desejam incrementar os seus serviços. Somma-se a isso a parceria do Sebrae e com a Sedes (Secretaria do Desenvolvimento Econômico), que está trabalhando em uma pesquisa turística para conhecer os receptores dos 11 municípios do agroturismo que são Castelo, Conceição do Castelo, Vargem Alta, Venda Nova do Imigrante, Domingos Martins, Afonso Cláudio, Santa Maria de Jetibá, Marechal Floriano, Santa Leopoldina, Santa Teresa e Viana. Essa iniciativa independe do Governo federal.

Caio ressaltou a importância dos meios de comunicação na divulgação do turismo e do apoio governamental, apontando que as soluções para o setor começam a despontar com a participação dos segmentos interessados. "Este seminário já representa um avanço, pois um dos grandes males é que discutimos nossas necessidades e idéias em circuito fechado", disse.

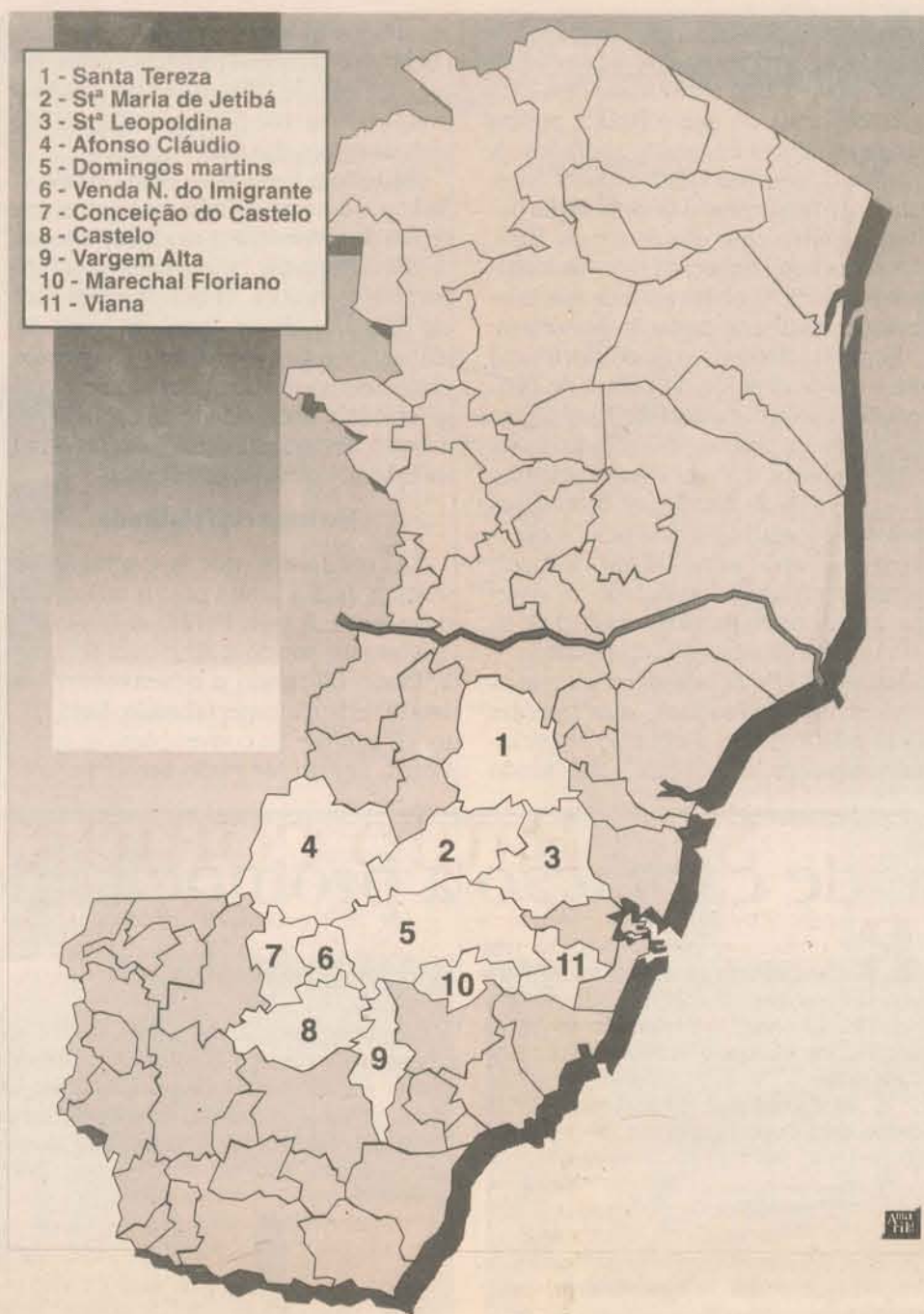
O secretário comentou que através de um trabalho coordenado pela Embratur, em conjunto com todos os órgãos públicos e entidades privadas ligadas ao turismo, foi organizado o Programa de Municipalização do Turismo que envolve a criação de conselhos municipais e o treinamento de monitores que ajudarão na implantação do programa.

"O que se quer é que cada um dos 1.265 municípios identificados com potencialidades turísticas faça o seu planejamento estratégico para o setor, levando em conta sua realidade", informou Caio Luiz de Carvalho, que também explicou que a municipalização permitirá o desenvolvimento das atividades turísticas de forma mais específica, sem que as prefeituras fiquem eternamente esperando uma ação dos governos estaduais e federal.

Sem dependências

A municipalização, em tese, visa ao desenvolvimento das atividades turísticas de forma específica, sem criar uma dependência umbilical com o Governo federal. "As prefeituras conhecem mais sua realidade, por isso não necessitam, obrigatoriamente, de um aval externo para as decisões", declarou.

Para obter recursos junto ao Governo federal as prefeituras precisam entender que é necessária a preparação de um plano diretor (com indicações de obras e infra-estruturas



básicas) e instituir um Conselho Municipal de Turismo que tenha participação do setor público e privado.

Caio ressaltou a necessidade de um plano de conscientização política, pois de acordo com a sua experiência nos últimos anos, a Embratur tem realizado excelentes projetos que jamais foram executados. Ele disse que agora não precisam ser elaborados mais projetos, apenas executar os que já estão prontos.

O secretário também frisou a importância de seccionar o turismo brasileiro, uma vez que no exterior o Brasil é associado ao Rio de Janeiro, que enfrenta sérios problemas de segurança. Outro ponto que considera vital são os

agrupamentos dos Estados em Comissão de Turismo Integrado, porém acrescenta que na Região Sudeste a questão fica mais polêmica, porque é necessário, primeiro, fazer uma administração de egos.

"Os Estados do Espírito Santo e Minas Gerais são mais doces, mas o carioca e o paulista disputam a presidência. Se ficar com Minas e Espírito Santo, eles boicotam", conclui. Outro ponto defendido pelo secretário é o desenvolvimento de ação interministeriais, englobando os ministérios que possam vir a facilitar as ações do turismo, como os da Fazenda e do Exterior. Como exemplo, citou a concessão de vistos.

As soluções para o turismo no futuro governo

Além de falar sobre a municipalização do turismo, Caio Luiz de Carvalho citou outros assuntos pertinentes ao tema. Entre eles foi destacado o fato de que o turismo é uma atividade que ganhou notoriedade e importância nos últimos tempos, haja vista que os candidatos a presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva e Fernando Henrique Cardoso, não deixaram de apontar o potencial econômico da atividade.

Apesar de frisar o aspecto oficial, Caio espera que a municipalização, através dos empresários e das entidades, trabalhe na melhoria dos serviços para que não dependa do patrocínio do Governo. Para tanto, deverá contar com fornecimentos de dados seguros que comprovem que o turismo é uma atividade que pode gerar empregos e funcionar como peça fundamental no desenvolvimento.

"Como que vamos convencer os economistas se os 'chutômetros' não convencem nem a nós mesmos que trabalhamos com turismo? Temos que ganhar a credibilidade dos investidores para que eles possam investir e gerar empregos", criticou Caio, dizendo em seguida que a atividade não foi muito levada a sério por muito tempo e que os coquetéis dominavam o setor.

Os argumentos são provenientes da constatação de que os dados estatísticos são insuficientes. Ele sugere a aproximação com as universidades, porque a educação acadêmica também se situa em outro ponto, sendo considerada como uma grande esperança no setor. "Os estudantes têm uma doçura natural, porque sabem que abraçaram uma carreira bonita, mas devem policiar os atos que são feitos contra a atividade".

"Estou convencido de que não é preciso fazer muito. Se o Governo não atrapalhar já estará fazendo muito", avalia. Segundo Caio, "o Brasil precisa cuidar de sua imagem no exterior", referindo-se ao problema de segurança no Rio de Janeiro. "Temos que investir em marketing e promoção. Não vamos esquecer as coisas ruins, mas vamos mostrar as coisas boas. Mas para isso nós temos que pagar", arrematou.

Caio Luiz Carvalho criticou o "excesso de leis" e reafirmou a idéia corrente de que o ecoturismo deve ser o carro-chefe do plano de governo para o setor, devido às potencialidades naturais do país. "É um turismo qualitativo e deve ser trabalhado em mercados nobres, como o japonês. Claro que o ecoturismo é elitista", definiu. Mas ele lembrou que outras modalidades não devem ser esquecidas.

A respeito dos parques estaduais, o secretário informou que "o programa de turismo do presidente eleito Fernando Henrique Cardoso contempla esta questão e seu sustento, prevendo doações, cobranças e fundos, entre outras especificidades".

Centro de Convenções: casa cheia o ano inteiro

O presidente da Associação Brasileira dos Centros de Convenção e Feiras (Abraccef) e gerente de Marketing da Bahiatursa, Raimundo Peres, em palestra sobre "Captação de Eventos para Centro de Convenções", afirmou que a atração de turistas através da captação de eventos é três vezes mais rentável do que o turismo convencional.

A afirmação é baseada em pesquisa, que revelaram que os serviços prestados a um setor específico adquirem maior qualidade. Defensor dos centros de convenções, Raimundo Peres garante que a captação de multieventos é uma estratégia que permite a ocupação de 50% da rede hoteleira. "Este destino terá um fluxo turístico duplicado em um ano, se se considerar que na alta estação teremos 100% de ocupação, já que quatro meses correspondem à alta estação, e oito meses à baixa estação".

Estratégia de ocupação

Peres comentou que os aspectos negativos devem estar sob controle, exempli-

ficando que o Rio de Janeiro, hoje, está se mostrando inviável devido à questão de segurança. "Cuba realiza mais eventos internacionais do que o Brasil, porém tem seus fatores exógenos abafados. A ditadura do país não afasta o turista. Mas, para isto é fundamental determinação política". Outro caso citado é o de Bali, que se tornou conhecida internacionalmente depois da elaboração de um marketing agressivo de captação de eventos.

Segundo Peres, está comprovado que o variável preço do centro de convenções não afeta a decisão final para a realização de um evento. "Na verdade, o que se busca é a real capacidade técnica e o nível de qualidade do equipamento para realizar um evento. Contudo, o segmento empresarial, naturalmente, sentindo a fragilidade do sistema, exerce o seu papel no sentido de tirar proveito da situação", explicou.

Raimundo Peres também disse que os centros de convenções, que tiveram apoio para exercitar a sua ação empresarial e um certa autonomia, estão tendo

resultados bastante satisfatórios, "casa cheia", e o principal problema deles, hoje, é ter espaço disponível ou priorizar eventos de acordo com as vantagens adicionais oferecidas pelo Estado.

Ilustrando, Peres cita o Rio Grande do Sul, que em sua opinião, tem excelente centro de convenções, condições adequadas de transportes, beleza natural, organização e segurança. O trabalho realizado em Salvador buscou fazer um perfil dos realizadores dos seminários, congressos, entre outros encontros, levando em consideração a necessidade de captação de eventos de natureza econômica, cultural, industrial, esportiva, entre outras.

Turismo especializado

"Acreditamos que a captação de eventos será a senha para o turismo da nova era", frisou Peres, enfatizando que nesse sentido a Abraccef tem trabalhado de modo a desenvolver um **trade** turístico especializado. Para tanto, os centros de convenções, segundo Peres, devem ter visão arrojada, com

base em planejamento rígido, desempenhando, assim, papel de grande importância econômica, devido à redução da sazonalidade turística e aumento do fluxo no período da baixa estação.

"Estes empreendimentos são considerados equipamentos âncoras pela sua capacidade de colocar em atividade a infra-estrutura técnico-turística de um destino", observou. Por natureza, os centros de convenções têm custos elevados. Por isso, alinhava Peres, devem gerir os próprios sustentos, pois "os centros de convenções ligados ao Governo têm atendido mais a interesses políticos do que a objetivos do segmento".

A respeito da situação atual dos centros de convenções ligados ao Estado, Peres disse que "é dever afirmar que a grande maioria dos dirigentes atuais dos centros de convenções possuem os devidos atributos para o desenvolvimento da atividade, e o que na verdade lhes falta é apoio, decorrente da insensibilidade e da falta de vontade e determinação política dos governantes".

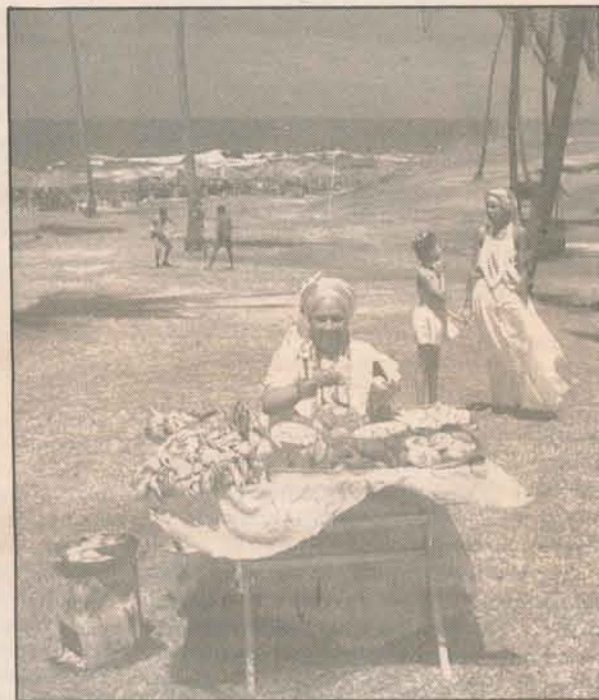
Bahiatursa, de captação a promoção de eventos

A Bahiatursa, conforme explicou Raimundo Peres, presidente da Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras - Abraccef, trabalha com apoio à captação e promoção de eventos, adotando uma ação pró-ativa no setor, como catalizador e polarizador, mas delegando ao **trade** local as ações específicas de acordo com os papéis de cada um.

Os agentes do sistema são os organizadores de congressos, transportadores, hoteleiros, agentes de viagem, entre outros. A função do Estado, como informa, é o ativador do processo de realização de eventos. "Somos administradores do fluxo de turistas para o Estado da Bahia e não meros administradores de um centro de convenções", arrematou.

Segundo Peres, a Bahiatursa tem consciência do seu papel institucional, mas seus dirigentes têm a filosofia da administração empresarial, criando assim condições para fomentar um bom negócio para o Estado da Bahia, para os congressistas e para cada elemento do **trade**.

Em material informativo distribuído por Peres, contendo estratégias, estruturas e



A bahiana e o tabuleiro típico...



... e uma das ruas de Salvador

cronogramas, consta que o processo de marketing da Bahiatursa se inicia pela identificação da oportunidade, mediante a seleção de eventos a serem captados, de acordo com critérios pré-estabelecidos e plano de ação da empresa.

A partir daí são adotadas duas estratégias distintas: uma em nível nacional e outra de âmbito internacional. A primeira, através do **trading up**, são utilizadas técnicas de sensibilização, vendas diretas, que são delegadas ao **trade**. No segundo caso, através

do **trading down**, se lança mão da venda pessoal e da mala direta e outras estratégias como **workshop** e **fantour**.

Considerando cada evento como um negócio, a Bahiatursa, por intermédio de uma equipe técnica, procede o acompanhamento sistemático do evento identificando os fatores relacionados. A entidade oferece aos responsáveis por cada evento a listagem de empresas organizadoras locais e sugere, mediante explanação sobre as vantagens de se trabalhar com empresas locais, "mas não pode e não deve impor ao presidente do evento esta ou aquela meta organizadora".

Captado o evento (congresso, seminário, etc.) e definido os parceiros (que se tornam investidores), inicia-se a execução do projeto, no qual a Bahiatursa estabelece relação direta com os possíveis clientes.

"Exemplo que podemos citar foi o trabalho desenvolvido com os responsáveis pelo congresso de odontopediatria que, a partir da utilização do modelo apresentado e da promoção realizada, abriu a competitividade entre as empresas patrocinadoras".

A união faz a força no Nordeste

Na palestra sobre os empreendimentos da Comissão de Turismo Integrado Nordeste (CTI), através da exposição do diretor Executivo da entidade, Carlos Sodré, foi possível visualizar, de forma prática, os investimentos, o retorno, a geração de emprego, e as iniciativas do turismo em relação ao mercado econômico-financeiro. Com base em dados, pesquisas e estatísticas, Sodré provou que turismo é uma atividade rentável e o Brasil tem potencialidades para se destacar no cenário mundial.

Sodré explica que os Estados do Nordeste começaram a trabalhar de forma conjunta a partir da profissionalização da CTI, há três anos, gerando um aumento de 41% para 67% na ocupação da rede hoteleira da região. Ele também acrescentou que o desenvolvimento é o desafio do Nordeste, porque "milhões de nordestinos estão subempregados e aviltados no direito à cidadania". Daí, o turismo se apresenta como a maior possibilidade de geração de empregos direta e indiretamente. O Espírito Santo deverá ser admitido na CTI do Nordeste, porém, o ingresso deve ser debatido na Assembleia Legislativa.

Passo a passo

"A primeira coisa que nós fizemos foi levar os secretários da Fazenda e do Planejamento para as nossas reuniões. Eles têm que saber como funcionam as feiras, os eventos e todas as atividades pertinentes ao turismo na região. Os secretários, quando conhecem os problemas, liberam os recursos com mais facilidades. Conseguimos uma união entre os poderes estaduais e municipais. Todos eles, quando o assunto é turismo, falam a mesma linguagem. Com isso, recuperamos a credibilidade junto à iniciativa privada, que vê o Estado investindo três vezes mais que a Embratur em termos de promoção em todo país", avalia Carlos Sodré, ressaltando a necessidade de determinação política.

As Comissões de Turismo Integradas funcionam como entidades, com renda própria, englobando os Estados e municípios de cada região com o objetivo de desenvolver atividades de planejamento e incremento do turismo.

O crescimento do fluxo turístico para o Nordeste só ocorreu depois de um trabalho intenso de recuperação do mercado nacional e conquista do mercado externo, principalmente em relação à Europa, levando em consideração pesquisas que revelaram o gosto dos turistas de acordo com os países de origem.

Infra-estrutura

Um dos problemas enfrentados pelos Estados do Nordeste era a idéia corrente de que não existia infra-estrutura para receber turistas. "Mas, na verdade, não existe estrutura para receber determinados turistas, como os japoneses e outros povos asiáticos, além dos americanos, porque são muito exigentes", explica Sodré. Os europeus são os



Beach Park, empreendimento arrojado que atrai turistas o ano inteiro em Fortaleza

visitantes mais habituais, depois de um arrojado trabalho de propaganda e marketing feito no exterior, devido à preferência dessa clientela por lugares exóticos.

Pesquisas da CTI no exterior também revelaram que havia um desconhecimento em relação ao Brasil, e que a Embratur tinha como estratégia vender o país como um conjunto, perdendo as especificidades da Região Nordeste. Com os problemas de segurança no Rio de Janeiro, foi importante especificar o Nordeste e vendê-lo separadamente. Um dos exemplos é a dedicação dos operadores na divulgação do **Beach Park**, em Fortaleza, que visa a permanência de turistas durante todo o ano.

Para vender bem a imagem dos Estados nordestinos, a CTI implantou um sistema de vendas e realização de negócios, ao estilo das bolsas, que acontece uma vez por ano e que começou em 1992. No primeiro ano, participaram 115 empresas do Nordeste, ligadas ao turismo, e 130 operadores de turismo do exterior. No terceiro, em março deste ano, 236 empresas brasileiras participaram junto com 461 operadores internacionais, de 44 países. "Hoje, este é o maior evento comercial da América Latina e demonstra as potencialidades do turismo para o Nordeste", informa Carlos Sodré, acrescentando que o empreendimento teve repercussão

internacional no **New York Times**.

Este fato mostra, segundo ele, que o trabalho realizado pela CTI para atrair os turistas europeus e argentinos está no caminho certo. Na Argentina, a campanha de promoção contou com a presença de Xuxa, explorando assim o prestígio da apresentadora naquele país. Em 1992, a CTI investiu US\$ 2 milhões (R\$ 1,7 milhão).

Ligado ao mundo

Nos seis meses seguintes, 260 mil argentinos visitaram o Nordeste em vôos charters. "Isto demonstrou para nós como é importante vender bem os produtos e serviços que nós temos na área turística", observa. A estratégia empreendida pela CTI conseguiu aumentar de sete para 22 vôos semanais entre Argentina-Nordeste, tendo como meta abrir novos mercados e consolidar os nacionais. Conta Sodré que havia uma tendência de fazer turismo em vários países em uma só viagem. Hoje, as pessoas procuram descanso em uma única região. Para atender a esta constatação, e com base no interesse dos europeus pelo Nordeste, foram programados vôos diretos de Portugal, Espanha e Alemanha para várias localidades do Nordeste.

A segunda etapa do processo de incre-

mento do turismo será a realização de obras de infra-estrutura básica através de recursos obtidos junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (Bird) que deverá liberar US\$ 750 milhões (R\$ 637,5 milhões) e que deverão ser aplicados nos dois próximos anos. Além disso, os Estados com representação na CTI deverão aplicar o mesmo montante, que é a contrapartida dos Estados e municípios, em obras de esgoto, saneamento básico, construção de estradas e abastecimento de água.

O resultado dos trabalhos de planejamento realizados pela CTI nos últimos três anos, segundo Sodré, é que a rede hoteleira do Nordeste já está com a sua ocupação esgotada para o verão de 94/95. "Na verdade, nós estamos vendendo pacotes para a alta estação com até seis meses de antecedência para os operadores estrangeiros, porque já temos um planejamento que permite este tipo de negócio".

Dentro do programa Nordeste Competitivo há também incentivo que visa atrair pequenos e médios empresários brasileiros e europeus, que queiram investir na atividade turística. Os estrangeiros devem entrar com 30% de capital próprio, enquanto os brasileiros entram com 10% a menos dos recursos. O restante se completa com financiamento.

Ecoturismo: passeios ao ar livre

Em sua palestra sobre "Desenvolvimento de Recursos Humanos", a técnica da Embratur, Elza Portella, conversou a respeito das potencialidades do Espírito Santo para o ecoturismo, citando os municípios de Aracruz, Santa Teresa, entre outros, ressaltando as possibilidades.

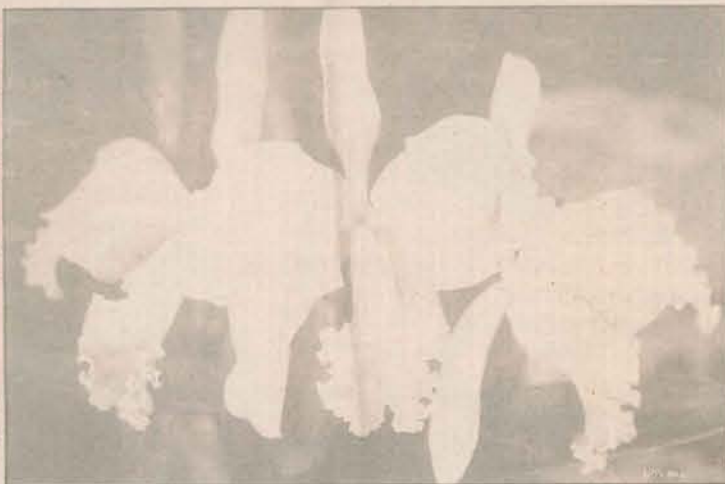
Em Aracruz, eles têm lá pessoas preocupadas com a parte da educação ambiental, já treinadas para esse ensino, que poderiam acompanhar o ecoturista.

Lá também existe um hotel que nós consideramos um padrão três para quatro estrelas - não estava classificado - com possibilidade de alojar de imediato ecoturistas".

Elza Portella comenta que, além disso, é possível fazer um roteiro. "Tem mangue naquela re-

gião, e até ancoradouro, de onde poderiam partir os barcos. O ecoturista poderia ver o viveiro de mudas, fazer caminhadas, andar a cavalo etc. Portanto, eles têm condições, de imediato, de vender roteiros ecológicos", acredita.

"A reserva da Vale do Rio Doce, que não está aberta ao público, bem que poderia ser solicitada. É um lugar bellissimo, muito bem-preserveda. Com a venda de mudas, é possível fa-



zer um centro de visitantes. Enfim, tem muita oportunidade de ser montado roteiro ecológico", disse.

Sobre Santa Teresa, ela comentou que deveria ser feito um circuito com os museus. "As orquídeas, os beija-flores, são coisas que encantam o ecoturista, que tem a cabeça virada para a natureza. As maltratadas comunidades indígenas, de repente, poderiam ser resgatadas em função de produzir artesanato, e isso in-

teressa ao ecoturista", sugeriu.

"Apesar disso, acho que o produto que existe aqui ainda não tem força suficiente para trazer uma pessoa da Europa ou dos Estados Unidos. Isso é uma realidade. Se o produto for associado com mata atlântica numa maior extensão, tem que ter outro tratamento. Mas no momento só está pronto para o turista brasileiro", concluiu.

Qualidade dos produtos depende do atendimento

O turismo é caracterizado basicamente pela prestação de serviços e tem sua produtividade, qualidade e competitividade refletidas principalmente no nível de atendimento aos turistas, proporcionado pelos recursos humanos alocados. Assim, não há como promover o desenvolvimento sem dar ênfase prioritária à capacitação deste setor. Com esta afirmação, a assessora-técnica da Embratur, Elza Portella, abriu a palestra sobre "Desenvolvimento de Recursos Humanos", garantindo atenção especial ao assunto.

Elza disse que a situação da educação não é favorável, pois 70% da população não completam o ensino fundamental de 1º grau. "Nessa situação o ensino profissionalizante deve tentar suprir tal deficiência. É isso que constitui a verdadeira educação para o trabalho. Assim como mandações que levem à melhoria quantitativa e qualitativa dos recursos humanos alocados na atividade turística", afirmou.

Neste contexto, devem ser promovidas, de acordo com Elza Portella, ações articuladas, cooperadas e coordenadas, que distribuam tarefas e áreas de atuação nas quais se engajem todos os órgãos e entidades que atuam no desenvolvimento dos recursos humanos para o turismo, evitando-se paralelismo de recursos e atividades descontinuadas.

A técnica comentou que foi dentro desta filosofia que a Embratur criou o

Centro de Ensino e Capacitação para o Turismo, em 1992, visando fomentar, coordenar e harmonizar ações dos diversos órgãos e entidades que atuam na atividade turística, bem como apoiar o aperfeiçoamento do ensino regular do turismo adequando às necessidades do mercado de trabalho no setor.

"A grande concorrência em nível mundial", explicou Elza, "torna imprescindível a implantação de ações capazes de propiciar não só a manutenção dos mercados tradicionais, mas também a conquista de novas clientelas. Em vista disso os destinos turísticos procuram diferenciar seus produtos. E sem dúvida, um destes diferenciais é a qualidade dos serviços prestados".

A técnica da Embratur afirmou ainda que o turista é, habitualmente, um consumidor exigente, que quer qualidade em todos os momentos da sua viagem, haja vista que cria expectativas em relação ao local escolhido, e qualquer fato, mesmo que possa parecer irrelevante, pode vir a comprometer todo o serviço prestado e marcar negativamente um destino turístico.

Elza Portella informou que o Prodetur, um programa de capacitação e treinamento, foi proposto pela Embratur e apoiado pelo Bird. "As ações de conscientização englobam o projeto da Embratur de iniciação escolar para o turismo, que tanto sucesso vem alcançando

em todo o Brasil. Cerca de 20 mil alunos já estão sendo conscientizados no Espírito do Espírito Santo, através da Coordenadoria de Estado do Turismo. Os outros projetos contemplados são os de motoristas de táxis, postos de informações turísticas, aeroportos, Polícia Rodoviária, locadoras de veículos, lojas, bares e restaurantes", comentou.

Segundo a técnica da Embratur, um detalhe importante é que os órgãos oficiais de turismo do Nordeste, ao desenvolverem a proposta para o seu Estado, fizeram adaptações dentro da filosofia do projeto, como por exemplo o Estado da Bahia, que incluiu as baianas dos tabuleiros dentro do universo a ser conscientizado.

A capacitação dos recursos humanos é considerada da maior importância na Europa e nos Estados Unidos, segundo Elza Portella. "No Brasil podemos afirmar que a tendência maior dos empresários é investir nas instalações e nos equipamentos prestando menos atenção à capacitação e treinamento dos recursos humanos, embora tanto ou mais importante do que dispor de infraestrutura física adequada é possuir pessoal capacitado para atender aos turistas".

Elza Portella também destacou a tendência que vem se delineando no setor: o ecoturismo. Para os turistas importa muito mais um serviço personalizado e de alta qualidade do que instalações luxuosas. Desta forma, tem que ser dada

prioridade a programas de capacitação em todos os níveis, mais do que nos equipamentos e nos atrativos. A ênfase deve ser dada no fator humano para satisfazer os clientes, exigindo um processo de inovação constante.

"Considero ser esse o desafio maior que se apresenta no momento para o turista brasileiro, buscar racionalização, modernização e competitividade, que serão conseguidos investindo no capital humano. O sucesso do setor turístico dependerá essencialmente da capacitação dos recursos humanos dentro de novas tecnologias e no uso de novos processos e formas de organização", analisou.

Segundo a palestrante, a capacitação dos recursos humanos constitui-se, com frequência, no fator-chave do êxito para as empresas onde a busca constante da produtividade é o principal objetivo, às quais terão chances maior de sobrevivência em mercados cada vez mais competitivos.

O aprendizado da profissão, segundo crê, se dá a partir de dois sistemas básicos: o formal, representado por universidades, escolas técnicas profissionalizantes e cursos de especialização; e o informal, representado pelo ambiente cultural do indivíduo e por programas de treinamento, aprimoramento ou atualização profissional. A ênfase num dos sistemas vai depender do campo de atuação e do nível de qualificação requerido pelo tipo de ocupação.

ES pode faturar alto explorando o turismo

Sem investimento de recursos públicos, seguindo uma rotina de trabalho ordenada, o Espírito Santo pode arrecadar com a exploração do turismo R\$ 1 bilhão em oito anos. A previsão otimista foi feita pelo secretário do Corredor Centro-leste, Paulo Augusto Vivácqua, em sua palestra no último dia do Seminário de Profissionalização do Turismo no Espírito Santo. Para defender esta tese, Paulo Vivácqua argumenta que o investimento público pode contribuir, mas é a sociedade a parte mais responsável do processo de impulsão do turismo.

"Falta atitude, treinamento. Temos de dizer isto para as pessoas, até cansar a garganta. Basta nos orientarmos para isso", diz. De acordo com ele, manter uma praia limpa não custa nada, mas tem de ter conscientização. "Se o turista entrar num ambiente e encontrá-lo limpo, com boa alimentação, sem exploração, não importa que a rua seja de barro, cheia de casa humilde. O importante é a limpeza", comenta.

Paulo Vivácqua assegura que o Brasil tem tudo para faturar imensamente com o movimento internacional do turismo, um dos negócios mais rentáveis do mundo atual. Mas, ele acredita na existência de uma rede de informações controlada pelas agências internacionais e pelos grandes veículos de comunicação do exterior degradando a imagem do país.

Exemplificando, Paulo Vivácqua disse que a receita turística do Rio de Janeiro decresceu violentamente a um terço em quatro anos, através da divulgação da violência na cidade, principalmente dos arrastões nas praias. Segundo o secretário, o Rio de Janeiro é tão violento quanto Los Angeles e Nova York.

Mas, por que essa forte propaganda contra o Brasil? "É porque turismo é um ótimo negócio e o Brasil é um grande concorrente em potencial", responde Paulo Vivácqua.

Distribuição de renda

A democratização na distribuição da renda é uma das virtudes do turismo apresentada por Vivácqua. A receita que é distribuída atinge desde os mais humildes até os dirigentes dos hotéis, passando por todas as categorias sociais. Além disso, o secretário disse que a exploração do turismo estimula o movimento cultural e a valorização do meio ambiente.

O secretário assegura que um plano e uma gestão de turismo são fundamentais para o sucesso da indústria. Ele observou que a dinâmica

correta do círculo do turismo é a criação desse plano para aproveitar o mercado já existente e de demanda espontânea. O Master Plano para o Desenvolvimento Integrado do Turismo no Espírito Santo, apresentado durante o seminário, prevê uma estratégia de marketing dirigida para os

segmentos mais rentáveis. O projeto teve a consultoria dos espanhóis da região da Catalúnia, que avaliaram as potencialidades do Estado.

Paulo Vivácqua comentou que há 15 anos a Catalúnia era suja, pobre e tinha boa parte da população passando fome. Agora, passou a

ser uma região rica, com renda per capita de 18 mil dólares. Tudo, segundo ele, graças ao turismo. "Houve uma reciclagem de um país mal-industrializado, pobre, para um país riquíssimo, onde a indústria do turismo é prioritária".



A proximidade entre a montanha e o mar são fatores determinantes para o aumento da demanda turística, no Espírito Santo

